

M. BELL (*Carleton*): Je ne vois pas que le renoncement à certaines pratiques ferait plus de bien que de mal aux candidats et à l'industrie de la radiodiffusion.

M. PICKERSGILL: Je serais extrêmement étonné de voir l'industrie de la radiodiffusion s'inquiéter beaucoup de cette affaire, car, de toute évidence, il s'agit d'une question bien transitoire qui gêne le cours ordinaire de ses affaires. Je suis d'avis que les postes privés pour la plupart, seraient bien heureux de ne plus avoir à s'occuper de ces histoires, qui désorganisent leurs programmes réguliers, s'ils en avaient le choix.

M. BELL (*Carleton*): Je dois dire que les postes privés avec lesquels j'ai eu affaire ont une haute conception de leur rôle de serviteurs du public. Ils se sont fait un point d'honneur d'aider tous les candidats, sans sectarisme politique.

M. PICKERSGILL: D'accord, mais s'ils n'étaient pas tenus d'accepter ce genre d'annonces de personne, ils ne se plaindraient pas du tout. De plus, à mon avis, ils ne s'en trouveraient pas plus pauvres; le contraire est plus vraisemblable.

M. MCGEE: Une telle mesure serait peut-être bien accueillie, mais je reste convaincu qu'elle constituerait une disparité de traitement envers le candidat dont le budget est restreint et c'est pourquoi je m'y oppose.

M. BELL (*Carleton*): En examinant la question particulière de ces annonces et annonces-éclair, ne devrions-nous pas étudier les trois points soulevés dans le mémoire de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, afin d'en disposer maintenant? Les voici:

- a) Les postes devront s'identifier au début et à la fin des messages d'ordre politique lorsque ces messages constituent des émissions;
- b) Les postes n'auront qu'à s'identifier au début ou à la fin, et non les deux fois, lorsque le message d'ordre politique n'est pas assez long pour constituer une émission; et
- c) Lorsqu'il s'agit de télémissions seulement; aux fins du présent paragraphe, il sera jugé suffisant de faire voir sur l'écran l'identification du poste si le message d'ordre politique est trop court pour constituer une émission.

Ces points paraissent à la dernière page du mémoire.

Je me demande si le secrétaire parlementaire a eu l'occasion de les étudier?

M. LAMBERT: Monsieur le président, là encore, c'est une question d'opinion personnelle.

A mon avis, la thèse présentée par l'Association canadienne des radiodiffuseurs se défend assez bien, car bien que personne, il est vrai, ne veuille d'une annonce de huit secondes à la radio, à la télévision, avec l'impression que donne l'image, au lieu d'avoir l'annonceur qui présente deux fois la commandite, ce qu'il ne saurait faire en huit secondes, on peut tout aussi bien présenter cette commandite au moyen d'une projection sur l'écran.

M. HENDERSON: Cela ne fait pas beaucoup de différence. En 1953, une mémorable émission d'Herbert Anscombe débutait ainsi: «Ici Herbert Anscombe...» et puis clic, clic, clic. Cela n'a pas produit de très bons résultats, car on a demandé à une femme devant le micro ce qu'elle aimait le mieux à la radio et elle a répondu: «le bouton».

M. LAMBERT: Monsieur le président, j'estime que cet adoucissement des exigences ne viserait que les annonces d'une minute ou moins, quant à la télévision.

M. BELL (*Carleton*): Qu'en est-il de la radio, monsieur Lambert?

M. LAMBERT: Je suis d'avis qu'il en serait de même pour la radio. Je ne crois pas que personne ne puisse réellement dire quelque chose d'utile dans un intervalle de seulement 30 secondes. Dans les annonces-éclair de 10 secondes, l'identification ne doit se faire qu'une fois. C'est mon avis.

M. PICKERSGILL: Entendu, mais je ne suis pas d'accord avec vous parce que je ne prise pas du tout ces annonces-éclair, et je m'y oppose d'autant plus que par ce stratagème on cacherait davantage leur vrai caractère.

Pour ce qui est de l'autre point de vue, j'admets que si l'on fait voir l'identification tout au long de l'annonce, il n'est pas nécessaire que l'annonceur prononce les mots de l'identification au début et à la fin.

M. LAMBERT: Oui, nous avons prévu cela.