

aversions personnelles ne doivent pas entrer en ligne de compte. Nous avons assez de renseignements à notre portée sur les goûts du public de la radio et de la télévision pour pouvoir déterminer ce que préfèrent la majorité ou la minorité des Canadiens. Nous devons éviter, à mon avis, de nous lancer dans un débat sur telle ou telle émission, et d'exprimer à ce propos nos goûts et nos aversions personnels.

M. PICKERSGILL: M. Morris vient, à mon sens, de soulever une très importante question de règlement, et j'aimerais dire un tout petit mot à ce propos.

J'espère qu'il n'est pas question, dans ce Comité qui est un rouage d'un parlement libre, d'imposer des restrictions à notre liberté de poser des questions. Je comprends que le président ou que le président suppléant de Radio-Canada préfère ne pas répondre à certaines questions, et il peut alors nous exposer ses motifs. Mais nous avons le droit, il me semble, de poser toutes les questions que nous voulons.

Le PRÉSIDENT: Bien sûr; je dis seulement que si chacun de nous se met en frais de parler des émissions particulières qu'il aime ou qu'il déteste, nous risquons de siéger pendant sept ans. Nous avons à notre portée toutes les données recueillies par les divers services de recherches, comme les sociétés *Elliott Haynes* et B.B.M., et par le service des recherches de Radio-Canada. Je pense donc que nous sommes en mesure de parler des préférences du public canadien.

M. MORRIS: Ce que j'ai à dire n'est pas une question de préférence personnelle; il s'agit d'autre chose. Peut-être pourrais-je d'abord poser ma question, après quoi nous verrons.

Le PRÉSIDENT: Bon, faites voir.

M. MORRIS: Je songe à une émission diffusée par le réseau transcanadien, et qui s'intitule *Hawaii Calls*. Pourquoi se sert-on de cette émission pour favoriser l'industrie du tourisme dans un autre pays, alors qu'on pourrait, sous un régime de rotation, s'en servir pour favoriser le tourisme chez nous? Par exemple, pendant la saison actuelle, on pourrait représenter successivement la Colombie-Britannique, l'Alberta, le Manitoba. Cela nous permettrait de conserver ici une partie de l'argent de nos touristes.

M. BUSHNELL: Permettez-moi de dire que le maintien de cette émission est en quelque sorte une question de tradition: l'émission existe depuis vingt ans. De plus, elle ne coûte rien.

M. MORRIS: Prétendez-vous par là justifier son maintien, ou sa suppression?

M. BUSHNELL: Pas nécessairement, mais j'admets qu'elle comporte une certaine dose de propagande. D'autre part, bien des gens aiment la musique hawaïenne, et ils aiment qu'elle soit du cru (*from the horse's mouth*).

M. SMITH (*Calgary-Sud*): Nous voici revenus au Calgary Stampede!

M. BUSHNELL: N'allons pas confondre. Il s'agit ici d'un autre cheval!

M. MORRIS: Je suis content de savoir de quel bout du cheval viennent les émissions.

Mais je veux parler,—j'espère que ce n'est pas violer les règles du bon sens,—non seulement de la popularité de cette émission, mais il est question ici d'émissions canadiennes. Des publicitaires du tourisme, des gens de première force dans ce domaine, m'ont parlé de cette émission, et ils affirment qu'elle fait opposition aux autres initiatives prises par le gouvernement fédéral pour encourager les Canadiens à visiter leur propre pays.