

M. Johnson: 40 millions...

Le sénateur Prowse: Sur un budget de \$200 millions. A peu près 20 p. 100...

Le président: Oui, 20 p. 100 en gros.

M. Johnson: Parfois, cependant, ces 20 p. 100 deviennent la queue qui agite le chien.

Le sénateur Prowse: Oui.

M. Johnson: C'est un problème, cela va de soi, mais c'est une chose que vous connaissez mieux que moi.

Une autre chose que vous pouvez faire et que j'ai proposée aux États-Unis est de changer légèrement les règles du jeu, mais pour tous les joueurs en même temps, afin que personne ne soit affecté autrement que ses concurrents.

J'ai proposé ce que j'appelle le règlement du tiers de temps, parce que nous avons justement trois réseaux commerciaux.

Le règlement du tiers de temps obligerait chacun des trois réseaux commerciaux à accorder pendant les heures les plus favorables un tiers de sa programmation à quelque chose que différerait de ce régime du plus bas dénominateur commun que nous avons maintenant, régime qui se veut récréatif et qui est bourré d'annonces commerciales.

On ne peut pas dire à Frank Stanton, de CBS: «Ne pouvez-vous pas, s'il vous plaît, laisser tomber quelques-uns de vos meilleurs programmes?» On ne le peut sûrement pas en pensant aux obligations commerciales à l'intérieur desquelles il doit se mouvoir. Il a un bureau de direction; il a des actionnaires; et il est obligé de faire les plus hauts profits. Il peut faire montre de bonne volonté, et il le fait, et on laisse tomber quelques bonnes émissions, mais Stanton ne peut vraiment pas aller plus loin, à moins que quelqu'un établisse des règlements.

Mais si nous devons établir le règlement du tiers de temps, il y aurait égalité pour chacun des réseaux et je pense qu'il en résulterait de nombreux avantages pour l'industrie. Les administrateurs pourraient garder dans l'industrie des jeunes gens qui la quittent maintenant en grand nombre. Ils régleraient le problème moral présentement existant dans leurs entreprises.

Plusieurs des meilleurs producteurs de documentaires sont assis et inactifs parce qu'ils n'ont pas de travail; le changement proposé leur donnerait quelque chose à faire et il libérerait le public américain et le gouvernement des réseaux qui leur pèsent sur le dos. Il donnerait meilleure conscience aux administrateurs des réseaux ce qui n'est pas petite

affaire pour eux personnellement quand on pense à la connaissance qu'ils ont du mal qu'ils font à notre société.

On pourrait prendre par exemple, disons de 7 heures et demie à 10 heures et demie, parce que cela fait trois heures, ce qui veut dire une heure par réseau chaque soir, et nous donnons aux réseaux la responsabilité de sept émissions d'une heure chaque semaine sans commandite de qui que ce soit.

Cela pourrait être dans le genre récréatif, car l'émission doit intéresser les gens pour qu'ils la suivent...

Le sénateur Prowse: Oui.

M. Johnson: ...mais quelque chose qui diffère du genre d'émissions que les commandites commerciales offrent généralement, comme l'éducation, la culture, les spectacles dramatiques, les affaires publiques, des sujets de cette sorte.

Il en résulterait qu'à toute heure donnée du temps le plus favorable, car on exigerait que les émissions soient ainsi mises à l'horaire, chacun aurait devant lui un choix. Il aurait encore à choisir entre deux réseaux lui fournissant des spectacles récréatifs du plus bas dénominateur commun; ainsi personne ne lui dirait ce qu'il doit regarder. Non seulement il a un choix, mais il a le choix entre deux réseaux fournissant ce genre d'émissions. Mais il peut aussi choisir autre chose, et je crois que l'adoption d'une proposition comme celle-là va devenir essentielle absolument en notre pays.

Quelle forme pareil projet prendra finalement, je ne saurais le dire maintenant.

M. Fortier: Peter Seeger a aussi un projet qui se rapproche de votre proportion d'un tiers. Je crois qu'il serait intéressant que vous en disiez quelques mots.

M. Johnson: Il a proposé une formule qui entraînerait pratiquement un vote chez le téléspectateur, le partage de son temps entre les diverses émissions, formule selon laquelle on lutterait pour obtenir son audience pour un programme donné et ce serait une autre façon de simuler un mécanisme réactionnel de l'auditoire, du genre TV par abonnement.

Le président: Monsieur le sénateur Prowse?

Le sénateur Prowse: Les programmes que nous obtenons et que nous regardons ce sont probablement, je pense, les meilleurs programmes de vos réseaux et ils se font un chemin vers les nôtres...