

**M. Maurice Foster (Algoma):** Monsieur l'Orateur, le bill C-237, présenté par le député de Saint-Jean-Est (M. McGrath), parle des effets de la publicité télévisée sur les jeunes enfants. En retraçant l'historique de ce problème social, le député a fait là œuvre louable. Il a décrit certaines mesures prises à cet effet aux États-Unis et a parlé des assises qui se sont tenues dans ce pays sur le même sujet. J'ai été frappé par les données dont nous a fait part le député et qui montrent que les enfants d'âge préscolaire passent en moyenne 54 heures par semaine devant leur téléviseur. Je sais qu'il a, comme moi, plusieurs enfants qui ont probablement dû passer, lorsqu'ils étaient encore à l'âge préscolaire, autant d'heures devant leur poste.

Il est important, à mon avis, que nous discutons cet après-midi ce projet de loi. Je suis convaincu que le député souhaite qu'une discussion approfondie ait lieu, mais il faudrait, je crois, avoir bien à l'esprit les objectifs que nous nous proposons et le meilleur moyen d'y parvenir. Le bill à l'étude porte qu'on ne devrait permettre aucune publicité durant la transmission d'une émission destinée aux enfants. Je sais que le parrain du bill n'est pas un extrémiste, mais je me demande s'il a mûrement réfléchi aux conséquences de ses propositions.

Un certain nombre d'émissions pour enfants sont présentement transmises à la radio et à la télévision. Certaines sont bonnes et d'autres sont mauvaises. Le jugement que je porte est évidemment subjectif. Je crois que certaines des émissions sont présentées par la Société Radio-Canada, sans commanditaires, mais je crois avoir raison de dire que la grande majorité des programmes pour enfants, qu'ils soient bons ou mauvais, sont commandités, c'est-à-dire qu'ils sont payés par des commanditaires.

L'adoption du bill pourrait signifier qu'un bon nombre d'émissions pour enfants, même excellentes, disparaîtraient faute de commanditaires, à moins que Radio-Canada ou CTV ne supportent la totalité des frais. La situation exigerait une révision assez radicale des budgets des réseaux publics et privés. Nous aurions tort d'approu-

ver ce bill, me semble-t-il, peu importe avec quelle faveur nous en considérons les objets, sans en connaître la portée sur les budgets.

Le parrain du bill voulait peut-être simplement que les annonces n'interrompent pas les émissions enfantines, mais soient toutes groupées au début ou à la fin, sans exclure toute réclame payée. Si c'est le cas, je dirai que le CRTC et les commanditaires des émissions en question pourraient fort bien discuter la proposition pour déterminer l'effet qu'elle aurait sur leur décision de commander ces émissions. Tant que nous n'en saurons pas davantage, je pense que nous devrions hésiter à approuver le bill aujourd'hui.

En donnant cet avertissement, j'aimerais évoquer l'exposé du député d'Ottawa-Ouest (M. Francis) qui a si judicieusement exposé la nécessité d'adopter des règles spéciales régissant le genre de publicité qu'il convient ou non d'adresser à de jeunes enfants impressionnables. Il a fait mention du Code de la radiodiffusion publicitaire pour l'enfance mis au point sous l'égide de la Canadian Advertising Advisory Board et qui a été adopté par l'Association of Canadian Advertisers Incorporated, l'Association canadienne des radiodiffuseurs, la Canadian Tax Manufacturing Association, par le réseau de télévision CTV, par l'Institute of Canadian Advertising, par le Radio Sales Bureau et par le Television Bureau of Canada. Ce code a également reçu l'accord de principe de Radio-Canada.

Il s'agit d'un code bien pensé et complet dont j'aimerais citer quelques articles qui, s'ils étaient strictement respectés, devraient mettre fin à certaines pratiques que nombre d'entre nous estiment discutables en ce qui concerne la publicité adressée à de jeunes enfants.

**M. l'Orateur:** A l'ordre. L'heure réservée aux mesures d'initiative parlementaire est maintenant terminée. Comme il est 5 heures, la Chambre s'ajourne à deux heures lundi après-midi.

(A 5 heures, la séance est levée d'office en conformité du Règlement.)