Initiatives ministérielles

écoute. Comme je l'ai déjà dit, elle a dû aussi renoncer à son objectif concernant la programmation régionale, car son budget a été amputé de 30 p. 100.

Je me rappelle qu'il y a des années, Radio-Canada reflétait l'image de chaque région à l'intention des Canadiens de tout le pays. Il y a 10 ou 15 ans, aux heures de grande écoute, les canadiens de l'ouest pouvaient voir une famille du Québec. *Les Plouffe*. Des émissions faites dans l'Ouest reflétaient d'autres régions du Canada. On pouvait voir *Don Messer's Jubilee*, en provenance des Maritimes, qui reflétait une partie de la culture de cette région dans le reste du Canada. Aux heures de grande écoute, il y avait quatre, cinq ou six programmes qui reflétaient diverses régions du Canada à l'intention des Canadiens. Il n'y a plus rien de semblable aujourd'hui et je vais vous dire pourquoi.

En dollars constants de 1988, le budget de fonctionnement de 1984-1985 s'élevait à 943,3 millions de dollars et le budget des immobilisations à 93 millions, ce qui faisait en tout 1 milliard. Les revenus commerciaux s'établissaient à 265 millions de dollars, ce qui représentait 20 p. 100 du budget. En 1985-1986, le budget de fonctionnement était descendu à 879 millions, mais les revenus commerciaux étaient montés à 268 millions et équivalaient maintenant 22 p. 100 du budget. En 1986-1987, le budget de fonctionnement chutait à 849 millions et les revenus fournissaient 23 p. 100 du budget. En 1987-1988, les revenus finançaient 26 p. 100 du budget de 828 millions de dollars. En 1988-1989, ils comptaient pour 28 p. 10 d'un budget de 814 millions. En 1989-1990, les revenus commerciaux s'élevaient à 374 millions de dollars et ils représentent maintenant presque 30 p. 100 du budget de 812 millions de dollars de Radio-Canada.

Le ministre là-bas a fait paniquer tout le monde quand il a dit au comité que nous devrions peut-être nous débarrasser des annonces publicitaires. Sans publicité, Radio-Canada ne pourrait même pas fonctionner. Maintenant, le gouvernement fait marche arrière. Le *Toronto Star* a cité un document qui propose de diffuser de la publicité à la radio de Radio-Canada. J'aime la radio de Radio-Canada. J'aime écouter le programme de Gzowski et les autres programmes. J'aime qu'elle ne dépende pas des revenus commerciaux. Laissons ces revenus au secteur privé et conservons le caractère unique de Radio-Canada. Le gouvernement est en train de saigner Radio-Canada. La radio a été particulièrement touchée.

La dernière fois qu'il a renouvelé un permis, le CRTC a dit que la SRC ne pouvait pas remplir son mandat avec les fonds qu'on lui allouait actuellement et ils ont encore diminué depuis ce temps. En répondant aux questions du comité de la radiodiffusion, en mai dernier, le vice-

président de Radio-Canada, Michael McEwan a déclaré: «Vous avez raison de dire que nous sommes en mauvaise posture, et nous devons chaque année examiner notre situation de très près pour voir comment nous en sortir. Cette année, les deux réseaux radiophoniques, anglophone et francophone, ont subi une diminution budgétaire réelle de 1 p. 100. Ils ont réussi à maintenir leurs activités pendant encore un an. Comme le président, M. Veilleux, l'a dit tantôt, si cela continue, quelque chose devra céder et il faudra prendre des décisions quelconques. Allons-nous changer la nature de tous nos services? Allons-nous laisser tomber certains services? Allons-nous nous couper un bras au lieu de perdre tout le réseau? Ce sont des questions qu'il faudra examiner si la tendance actuelle se maintient.»

Le gouvernement envoie des signaux contradictoires. Dans sa politique de la radiodiffusion intitulée «Des voix canadiennes pour un choix véritable», le gouvernement dit: «cet effort (présenter des émissions canadiennes qui plaisent à de vastes auditoires) est nécessaire si elle (la SRC) veut justifier les crédits que lui vote le Parlement et obtenir les recettes publicitaires dont elle a besoin.» Pourtant, au comité législatif le ministre a rappelé le rôle culturel de Radio-Canada et a pratiquement provoqué la panique lorsqu'il a suggéré que la société pourrait renoncer à ses revenus commerciaux.

Le gouvernement doit se fixer une politique et s'y tenir. Il a proposé un amendement au projet de loi pour dire qu'il allait institutionnaliser Radio Canada International. Ensuite, deux semaines plus tard, il annonce qu'il pense à supprimer Radio Canada International.

Il dit qu'il veut un système national, puis il coupe dans les programmes régionaux. Le ministre dit: «Nous devrions peut-être supprimer la publicité», alors que 30 p. 100 du budget de la SRC vient du produit de la publicité. Le gouvernement n'a pas de politique cohérente. Je suis heureux que le ministre soit ici aujourd'hui, car il est temps qu'il se préoccupe de ce qui se passe dans le domaine des communications. Je l'ai surnommé Oscar Masse, depuis qu'il accepte les Oscar à Hollywood ou qu'il se rend à Rome.

• (1200)

Comme le ministre est ici, il va pouvoir nous parler de la vraie question d'une politique des communications. C'est absolument vital pour le pays, nous devons connaître le rôle de Radio-Canada au niveau international, national et régional. Cela fait partie du ciment qui nous unit.

C'est pour cela qu'au NPD nous avons proposé des amendements relatifs à l'unité nationale, à la constitu-