

le CRTC a de bonnes raisons d'agir comme il le fait, mais aux États-Unis, je continuerais sûrement d'appuyer la méthode en vigueur.

**Le président:** Monsieur Fortier?

**M. Fortier:** Monsieur Johnson, on vous a cité, encore une fois d'après un extrait de *Face the Nation*, ainsi:

«Les responsables du réseau rejettent des écrans de télévision ce qui est incompatible avec les profits de leur corporation ou avec leur idéologie personnelle».

En lisant le texte que vous avez présenté en décembre, je comprends bien ce que vous entendiez par là, mais je pense qu'il serait utile aux membres de ce comité que vous développiez davantage cette déclaration globale.

**M. Johnson:** Je le ferai avec plaisir.

Comme vous le savez par la lecture du compte rendu, Mike Wallace, en cette circonstance, a poussé assez longuement l'interrogatoire.

**M. Fortier:** En effet, oui.

**M. Johnson:** De fait, la citation se trouve maintenant à la page 82 de *How to Talk Back to your Television Set* et elle se lit comme suit: «Car au même moment que les responsables du réseau peuvent,—et j'appuie fortement sur «peuvent»,—«écarter des écrans de télévision quoi que ce soit qu'ils jugent incompatible avec les profits de leur corporation ou avec leur idéologie personnelle...»

La phrase continue en expliquant que bien qu'ils soient en position de le faire, la FCC a de fait «défendu leurs droits découlant du premier amendement» et c'est le point que ce paragraphe continue de développer.

Ce en quoi consistait l'assertion n'était pas l'affirmation globale que les responsables du réseau écartaient des ondes chacune des choses auxquelles ils s'opposaient. C'était plutôt l'affirmation qu'ils avaient le pouvoir de le faire, s'ils décidaient d'y recourir, et de là j'ai prouvé par des documents qu'ils l'avaient fait en de nombreuses occasions.

Cet exposé conduisit, en particulier, à une polémique assez vive, comme vous le savez probablement. Dans l'édition du 20 septembre 1969 de *TV Guide*, Dick Salant, de *CBS Television News*, y répondit par un article intitulé «*He has exercised his right—to be wrong*»; je répliquai à mon tour par une lettre à l'éditeur dans le numéro du 27 septembre de *TV Guide* et par un document de l'Association des Directeurs de Nouvelles de la Radio et de la Télévision auquel je me réfèrais le 26 septembre 1969; quiconque voudrait aller au fond de la question devrait lire les attaques de M. Salant à mon endroit et mes répliques.

Comme je l'ai alors expliqué clairement, mon principal grief a trait à ce qui n'apparaît pas au meilleur temps de la programmation récréative. Il n'est pas juste que des items individuels aient été proposés, puis censurés par l'administration.

**M. Fortier:** Est-ce étouffer l'esprit de création dans la programmation de la TV?

**M. Johnson:** C'est plus que d'étouffer l'initiative créatrice; c'est un autre problème. C'est pourquoi le contenu des émissions qui passent au meilleur temps qui est celui des émissions récréatives ne vaut rien pour des émissions récréatives...

**M. Fortier:** Cela est une partie d'un même tout.

**Le commissaire Johnson:** ... parce que l'initiative créatrice a été étouffée. Mais la censure de la corporation fait valoir le fait que pendant que sont diffusés les émissions récréatives de toute qualité, en ne donne pas au public l'information dont il a besoin sur les affaires de son temps qui sont importantes pour lui, et que cela aussi constitue une forme de censure.

Je pense qu'il importe en cette affaire de garder tout cela en sa perspective propre. On raconte qu'à New York M. Tweed offrit autrefois au *New York Times* 5 millions de dollars pour taire une nouvelle particulière. *The Times* refusa cette offre, ce qui est à noter entre parenthèses.

C'est là la question tout simplement: garder le silence sur une seule nouvelle valait 5 millions il y a 50 ou 100 ans; il est clair que pour acheter aujourd'hui une station de télévision, cela vaut bien tout autant. Il n'est pas nécessaire de contrôler tout ce qui paraît dans les journaux. Il est seulement nécessaire d'avoir la puissance de le faire quand certaines occasions se présentent, peut-être seulement deux ou trois fois par année.

**Le sénateur Prowse:** C'est comme une police d'assurance?

**M. Johnson:** Oui, c'est juste. C'est une police d'assurance à très bon marché. La République Dominicaine a déjà offert au *Mutual Broadcasting System*,—un réseau de radio aux États-Unis,—j'ai oublié le chiffre précis, mais je pense qu'il s'agissait d'un million à peu près,—pour obtenir chaque mois un nombre garanti de minutes pendant les émissions de nouvelles afin de mettre sur les ondes la propagande de la République Dominicaine.

La question est que vous ne pouvez pas mettre la valeur d'un dollar en influence pour omettre des nouvelles ou pour en ajouter. Et après que Dick Salant se fut fièrement vanté que la CBS n'avait rien changé à ses textes