

quelqu'un d'autre lui dit ? Ma réponse est " non ", et cela pas seulement à titre de ministre des Communications, mais en tant que Canadien fier de l'être.

À l'heure actuelle, toutes les solutions possibles valent d'être éprouvées, qu'elles soient ponctuelles ou progressives, que l'on parle extension des services, télévision à péage, réseaux éducatifs provinciaux supplémentaires, réseaux éducatifs interprovinciaux, nouvelles règles sur le contenu canadien ou meilleure utilisation du programme de déductions pour amortissement. D'ailleurs, nombre d'entre elles n'ont pas besoin d'attendre l'élaboration d'une stratégie globale. Pour résoudre les problèmes fondamentaux, il nous faudra agir avec audace et imagination.

À la requête du Cabinet, mon ministère est en train de préparer un élément clé de sa percée culturelle, une politique de la radiodiffusion pour les années 1980. Vous aurez un rôle à jouer à cet égard.

...Je pense qu'il nous faut tout d'abord analyser avec beaucoup de soin l'évolution continue du contexte nord-américain, y compris ses composantes européennes de plus en plus importantes.

En second lieu, nous devons bien comprendre que nous allons fonctionner dans un climat infiniment plus concurrentiel, avec des publics bien plus fragmentés. Il nous faudra également explorer les possibilités offertes par les marchés mondiaux pour certaines de nos émissions.

Troisièmement, nous allons devoir déterminer avec plus de précision ce que doivent être nos objectifs et nos buts. Quel genre de programmation canadienne voulons-nous ? Nous réussissons relativement bien en matière de nouvelles, d'affaires publiques, de documentaires et de sports. Mais nous réussissons plutôt mal en matière de variétés, de dramatiques et d'émissions pour enfants.

En quatrième lieu, une fois définis ces objectifs, il nous faudra en établir au moins grossièrement les coûts.

Cinquièmement, enfin, quelles sont les sources de recettes potentielles ? Quelles projections pouvons-nous dresser en matière d'aides gouvernementales fédérales et provinciales ? Quelles sont les prévisions en matière de recettes publicitaires ? Les radiodiffuseurs investissent-ils autant qu'ils le pourraient dans la production d'émissions ? Quel genre de stimulants fiscaux imaginer pour accroître la production dans le secteur privé ? Quels devraient être les principes d'une nouvelle loi sur les droits d'auteur ? Qu'apportera la télévision à péage à l'économie de la production d'émissions ? La fiscalité fédérale ou provinciale constitue-t-elle un obstacle à cette production ? Les provinces disposent-elles de pouvoirs fiscaux permettant de stimuler la production d'émissions et de films ? La télédistribution devrait-elle contribuer obligatoirement au financement de cette production ?

À quels niveaux ces discussions devraient-elles intervenir ? J'estime que cette question ne doit pas être du seul ressort des politiciens ou des fonctionnaires. Il est impératif que notre stratégie soit élaborée de concert avec toutes les parties