

Loi sur la radiodiffusion

La documentation relative au Code national de la publicité expose le danger de mesures susceptibles de dépenser une part excessive des deniers publics. J'estime nécessaires des mesures qui éviteraient qu'on grève excessivement le budget familial en entraînant les enfants à harceler leurs parents pour qu'ils achètent des choses inutiles.

J'évoquerais un dernier point. Au comité du prix des denrées alimentaires, nous commençons à nous inquiéter des habitudes d'achat des consommateurs. Certains consommateurs achètent par impulsion et d'autres sont poussés à acheter par la publicité, des ventes publicitaires, etc. Il me semble que pour inculquer de bonnes habitudes d'achat aux consommateurs, les seuls par qui commencer sont les jeunes enfants. C'est pourquoi j'estime que ce bill est particulièrement excellent. Aussi à mon tour, je conclus en félicitant le député de Saint-Jean-Est pour nous avoir présenté ce bill auquel je souhaite une rapide adoption au comité.

M. Douglas Roche (Edmonton-Strathcona): Monsieur l'Orateur, avec autant d'enthousiasme qu'il m'est possible, je veux appuyer la présentation de ce bill et son étude expéditive au comité. Moi-même, comme père de cinq enfants, et le député de Saint-Jean-Est (M. McGrath), parrain du bill, qui est de son côté père de six enfants, avons sans doute un peu d'expérience des effets de la réclame télévisée qui s'insinue dans la salle familiale.

Mes enfants me demandent parfois ce que peut accomplir ou ce que fait un député à Ottawa. A dire vrai, il est en certains cas un peu difficile de répondre à cette question. Aujourd'hui, cependant, les enfants du député de Saint-Jean-Est ont vu de leurs propres yeux ce qu'un député peut accomplir, et directement en leur faveur, car ce bill a été présenté antérieurement, a fait l'objet de bien des commentaires—on pourrait même dire qu'il a été étouffé—et il semble maintenant qu'il aura au moins le succès d'être renvoyé au comité, avec le concours de trois excellents discours qui ont précédé le mien, très bref, aussi à l'appui de ce bill.

Le député de Saint-Jean-Est a aujourd'hui donné une leçon non seulement aux enfants, mais aussi aux nouveaux députés, n'ayant pas abandonné la partie après avoir présenté ce bill une première fois, l'avoir représenté et avoir persévéré jusqu'à ce qu'il ait recueilli un fort appui de la part du public, appui qui, je le prédis, augmentera à mesure que la population se rendra compte des répercussions de la mesure que le député a présentée aujourd'hui. Je vais donner lecture d'une brève citation, pour montrer l'importance qu'attachent bien des gens à la question de la réclame à l'adresse des enfants à la télévision. Cette citation provient du numéro de février de la revue *Saturday Night* et est tirée de la chronique de Robert Fulford, qui expose la situation très succinctement:

La réclame à l'intention des enfants est une plaie des plus sordides du capitalisme nord-américain. Les publicitaires l'emploient pour que les enfants incitent leurs parents à payer au-delà de leurs moyens pour des jouets presque toujours inutiles. Les jouets sont rarement aussi séduisants que le disent les annonces télévisées, et même s'ils le sont, ils ont tendance à ne durer que quelques jours, tout au plus quelques semaines. Dans l'industrie du jouet, chacun le sait, il est entendu que si on en annonce un à la télévision, il est probablement moche.

En tant que père qui a acheté plus que sa part de jouets annoncés à la télévision, j'approuve sans réserve. Le député de Saint-Jean-Est a suggéré que la société avait besoin de protéger les enfants. En fait, dans plusieurs domaines, nous avons des mesures destinées particulière-

ment à la protection des enfants. Il affirme qu'il s'agit là d'un secteur où les droits des enfants et de ceux qui les protègent sont violés. Cela m'amène à faire deux brefs commentaires sur le bill. Le député demande, en parlant de programmes destinés aux enfants, ce qu'est un programme destiné aux enfants. Il répond alors en disant qu'un programme destiné aux enfants signifie les programmes définis par les règlements du Conseil.

Je crois que cela s'applique à toute une catégorie de programmes qui sont retransmis au moment où les enfants sont habituellement debout. Cela correspond, bien entendu, au milieu de la soirée. Je trouve qu'il faudrait étudier le genre de programmes offerts aux gens à ce moment-là parce que comme l'a dit l'honorable représentante de Vancouver-Kingsway (M^{me} MacInnis) qui a parlé avec tant d'éloquence il y a quelques instants, c'est toute la question de la violence qui est en jeu.

Lorsque nous étudions la publicité et les programmes, nous en arrivons à une discussion des programmes diffusés au cours de la période réservée en général aux enfants ou à un moment où la famille regarde la télévision. Lorsque nous étudions les programmes ainsi que les annonces qui sont présentés aux moments réservés aux enfants, je crois que les producteurs de programmes de télévision de ce pays et des États-Unis, puisque nous en importons nombre de nos programmes, devraient avoir à répondre de beaucoup de choses car je suis consterné de la violence qu'on voit à la télévision.

En tant que père de famille, et je suis fier de parler en tant que profane et en tant que père sur ce sujet, je crois que l'effet produit par ces émissions contribue à rendre les enfants moins compatissants envers la société. Si des enfants grandissent sans voir autre chose que des corps mutilés et diverses conséquences de la violence, alors je crois que nous voyons là une tendance à minimiser les qualités humaines dans notre société. En tant que parents, il est ridicule de nous asseoir tranquillement dans nos salles de séjour et de regarder placidement. J'espère que personne ne demandera pourquoi ne pas fermer le téléviseur. Ce n'est pas là la réponse. Il est plus facile de le dire que de le faire et c'est un faux-fuyant. Voilà le premier point qu'à mon avis le comité devra étudier dès qu'il commencera son examen.

• (1740)

Le second point concerne les messages publicitaires qui passent pendant ce que j'ai appelé il y a quelques instants le temps des enfants. Je ne veux pas seulement dire les messages qui s'adressent aux enfants, par exemple, ceux qui leur disent d'acheter tel jouet ou de manger telles céréales. Il s'agit des messages concernant ce que l'on peut appeler les produits pour adultes, messages qui passent pendant les programmes accessibles aux enfants, pendant la matinée. Je pense que l'ineptie d'une grande partie de la publicité à laquelle est soumise toute la famille doit être étudiée, de même que celle à laquelle les enfants sont soumis.

J'appuie entièrement ce principe, pierre angulaire de ce bill. Je parle du principe selon lequel il faut bannir toute publicité dans les programmes considérés comme étant des programmes d'enfants. Le comité devrait étudier la qualité des programmes consacrés aux enfants et les messages publicitaires auxquels les enfants sont soumis car j'ai en ma possession—je ne ferai pas perdre son temps à la Chambre en passant tout par le détail—beaucoup de documents d'experts qui allèguent que les relations fami-