

[Text]

CRTC would close you down if you refused to carry news. It is hardly your choice.

**Mr. Packham:** Very definitely, Mr. Chairman, that is an exact position to take. We would be derelict in our duty if we did not carry a certain percentage of our programming in that category.

**Mr. St. Pierre:** Well, then, being more precise and accepting that you have in effect a loss leader in news perhaps in public comment—I do not recall if you included that or not.

**Mr. Packham:** Yes, we were including public affairs documentaries and so forth.

**Mr. St. Pierre:** It would nevertheless be true that you seek to get a good listening audience. It would be your objective...

**Mr. Packham:** Very definitely.

**Mr. St. Pierre:** ...to corral as much of that audience as possible.

**Mr. Packham:** A strong audience is always a source of pride for us.

**Mr. St. Pierre:** You are not selling a package to the public; you are purveying it and you are trying to give them as good a package as you can, I am sure.

**Mr. Packham:** Exactly.

**Mr. St. Pierre:** Then this leads in... This is where the remarks of Mr. Phillips interest me particularly, because of your comparison of your medium with print. In television, the visual quality is extremely important, is it not?

**Mr. Packham:** Precisely. Excuse me, you are asking Mr. Phillips?

**Mr. St. Pierre:** Any one. I really do not mind who answers.

**Mr. Packham:** We would all agree, yes.

**Mr. St. Pierre:** Whereas in print, while the man dealing with print is also purveying information and comment to the public and seeing as large a public as he can get, he is using a medium which is essentially different, is it not, in that print has little or no visual quality.

[Interpretation]

suppose que le CRTC vous ferait fermer boutique si vous refusiez de fournir les nouvelles. Vous n'avez guère le choix.

**M. Packham:** Il n'y a pas de doute, monsieur le président, qu'il nous faut faire cela. Nous serions des renégats si nous ne consacrons pas un certain pourcentage de notre programmation à ces reportages.

**M. St-Pierre:** Par conséquent, pour préciser, disons que vous acceptez cette situation de faire, en fait, des émissions à perte du côté nouvelles et peut-être du côté commentaires publics—je ne me souviens pas si vous aviez inclus ces derniers ou non.

**M. Packham:** Oui, les documentaires sur les affaires publiques etc.

**M. St-Pierre:** Cependant, il n'est pas moins vrai que vous cherchez à obtenir le plus de téléspectateurs possibles. Votre objectif serait donc...

**M. Packham:** Très certainement.

**M. St-Pierre:** ...d'attirer le plus grand nombre de téléspectateurs possible.

**M. Packham:** Un auditoire important est toujours pour nous une source de fierté.

**M. St-Pierre:** Vous n'essayez pas de vendre à votre public un ensemble de programmes; vous les lui fournissez et vous vous efforcez de lui fournir des émissions aussi bonnes que possible, j'en suis certain.

**M. Packham:** Exactement.

**M. St-Pierre:** Ceci nous conduit donc... C'est ici que les remarques de M. Phillips prennent tout leur sens à mon avis, du fait de votre comparaison entre votre moyen d'information et la presse écrite. A la télévision, la qualité visuelle est d'une extrême importance, n'est-ce pas?

**M. Packham:** C'est tout à fait exact. Excusez-moi, je crois que vous posiez la question à M. Phillips?

**M. St-Pierre:** A l'un des témoins, cela importe peu.

**M. Packham:** Nous sommes tous d'accord à ce sujet, oui.

**M. St-Pierre:** Alors que dans ce qui est imprimé, le rédacteur fournit comme nous, des renseignements et des commentaires au public et qu'il s'efforce d'atteindre le plus grand public possible, ce dernier ne peut compter que peu ou pas du tout sur la qualité visuelle de ces imprimés.