

[Texte]

require the concurrence of the House, but I hesitate to attribute that specific view to him.

Mr. St. Pierre: This was a question, by the way, Mr. Chairman...

The Chairman: I am advised that the Speaker has expressed this view in writing to the Chairman of the Broadcasting Committee.

Mr. St. Pierre: I wanted to pursue this matter a little which has been dealt with particularly by Mr. Phillips on the role of television, Mr. Phillips I imagine would agree and I imagine all witnesses would agree that you three are in the business of selling a commodity to the public which is news and comment, as the case may be.

Mr. MacPherson: I do not think that we are in the business of selling a commodity to the public; we are in the business of serving the public by providing information to them.

Mr. St. Pierre: And you do not mind whether they pay for it or not?

Mr. MacPherson: We mind certainly if our advertising pays for the services we supply them. But this is no different from a newspaper or magazine or any other medium, for that matter.

Mr. St. Pierre: Oh, I am not suggesting it is different but I am asking whether you are suggesting that your interest in serving the public is entirely magnanimous, or would you like CTV to also make a profit?

Mr. Packham: Well, certainly, Mr. Chairman, certainly the profit motive enters into our calculated scale of operations. But in news information in public affairs programming, I can assure you that in CTV, and I presume many other networks—I could not speak for CBS or NBC—they are in fact loss leaders. Inherent in our licence is a duty to bring to the people first the news as we see it to the best of our ability, and I can assure you that at CTV this is not a profitable operation. We recover some money from advertisers but on news features and information programs we have run at a loss every fiscal year.

Mr. St. Pierre: Actually, is it correct that you accept it as a loss leader? I suggest the

[Interprétation]

faudrait l'accord de la Chambre, mais j'hésite à faire ces dernières déclarations au nom de l'Orateur.

M. St-Pierre: C'était là une question, entre parenthèses, monsieur le président...

Le président: On me dit que M. l'Orateur a exprimé cet avis par écrit et qu'il l'a fourni au président du Comité de la radiodiffusion.

M. St-Pierre: J'aimerais poursuivre la question qu'a traitée particulièrement M. Phillips, un peu plus loin, à savoir celle du rôle de la télévision. Je pense que M. Phillips et tous les témoins seraient d'accord pour dire que tous les trois, vous êtes des organismes qui veulent vendre un produit au public, en l'occurrence, les nouvelles et les commentaires selon le cas.

M. MacPherson: Je ne crois pas que nous nous adonnions au commerce d'une vente de marchandise au public. Notre travail est de fournir au public un service qui est celui de le renseigner.

M. St-Pierre: Et cela vous est égal si ce dernier paie ou ne paie pas pour ce service?

M. MacPherson: Très certainement, si notre publicité compense pour les services que nous fournissons au public. Mais notre situation n'est pas différente de celle des journaux ou des magazines ou de tout autre moyen de diffusion si on la considère dans cette optique.

M. St-Pierre: Je ne prétends pas que votre situation soit différente, mais je voudrais savoir si vous prétendez que lorsque vous servez le public, vous le faites d'une façon entièrement gratuite ou si, comme la CTV, vous désirez aussi en tirer un profit?

M. Packham: Très certainement, monsieur le président, la motivation du profit entre dans le calcul de nos opérations. Mais en ce qui concerne les nouvelles, la programmation des affaires publiques, je puis vous certifier que la CTV et je le suppose bien d'autres réseaux—je ne pourrais parler au nom de CBS ni de NBC—il s'agit en fait d'émissions déficitaires. Le permis d'exploitation dont nous disposons nous oblige, par son essence même, à retransmettre tout d'abord aux gens les nouvelles telles que nous les voyons, au mieux de nos possibilités, et je puis vous assurer qu'en ce qui concerne la CTV ce n'est pas une opération rentable. Nous recouvrons certaines sommes de la part des annonceurs mais en ce qui concerne les nouvelles et les programmes d'information, nous subissons une perte chaque année financière.

M. St-Pierre: En fait, est-ce que vous prenez ceci comme une opération à perte? Je