

[Text]

getting into the problem with affiliates. So let us take it on the grounds that there is technology that can overcome it; there are programming strategies that can overcome it; and let us not keep the CBC in a box tied to affiliates—the affiliate problem.

We are also saying to you, quite readily, that as any large corporation, the CBC has developed ways of making decisions which sometimes to us as producers do not seem to be justified in actually producing programs. So we are suggesting two types of areas there that might work: the responsibility centres and the objective-setting program.

• 1225

Lastly, what I think is the most important is that in this scramble to get the attention of anybody, whether it be in Canada or the United States or Britain or anywhere, that what we need is something that is dramatic and is new. I know that those of you who are involved in studying broadcasting in Canada do not have people coming here and giving you all sorts of what for about CBC radio, because CBC radio has this distinctive quality about it. What we are saying is that in the future, where there are people that will be giving them on Global, giving them *Three's Company*, and there will be another network at CTV doing the quiz shows, there will be that distinctive alternative of what we hope will be quality programming.

I think the issue for us as people who are very, very concerned . . . Our concern as producers is not to hold on to our jobs . . . that is not the question any more—the question is to be able to do something of value, both for ourselves, as people who do this work, and for the audience out there. What we are basically saying, to answer your question, is that the pity would be if we did not try, not that we even try and maybe do not make it.

What we are saying to you is that the CBC has gone along, and I do not think all that many people are that happy with what it is doing today, and what it looks like it is going to be doing in the future, unless there are changes. We are saying that through a consideration of what we have done, and acting along some of these lines, if not all of them, we have the ability to bring together a decision-making process that makes sense, a revitalization of programming areas. And what we are really asking people in a way to do is to take a risk and a chance. I am not going to use the word "gamble", because I do not think it is a gamble. But this new beginning could be a new way, because the old way just was not getting there.

Mr. Orlikow: Your submission is a challenge not just to this committee and to the Parliament and the people of Canada, it is really, I say, a challenge to the corporation. There are I think many people inside the corporation, but there are certainly many, many people outside the corporation who perceive the CBC as being an organization that has a very large bureaucracy which is hard to move, and so when there is a shortage of funds, when the funding does not match the needs, it is the creative people who suffer rather than the bureaucracy. That is a perception that many people have. I do not know whether you care to make any comment on that.

[Translation]

technologie peut faire quelque chose, la stratégie de programmation aussi, cessons d'affubler la CBC du problème des stations affiliées.

Comme tout autre grande société, nous la reconnaissons volontiers, la CBC prend des décisions qui parfois apparaissent aux producteurs difficiles à justifier. Nous avons deux propositions à faire là-dessus: les centres de responsabilité et un plan établissant les objectifs.

En dernier lieu, je pense que ce qui est le plus important dans cette lutte pour retenir l'attention des gens, et cela est vrai pour le Canada, les États-Unis, la Grande-Bretagne ou tout autre pays, c'est d'offrir quelque chose de spectaculaire et de nouveau. Ceux parmi vous qui observaient la radiodiffusion au Canada savez bien que les gens ne viennent pas ici parler de la radio de Radio Canada parce qu'elle offre une qualité qui la distingue entre les autres. À l'avenir, on donnera à la chaîne globale, des émissions comme *Three's Company* et un autre réseau, le CTV offrant des émissions de quiz mais il y aura une autre possibilité, offrant une programmation de qualité.

Le problème pour nous . . . Les producteurs ne se préoccupent plus comme autrefois de garder avant tout leur emploi, mais ils veulent pouvoir faire un travail valorisant, pour eux-mêmes, comme pour l'auditoire. En réponse à votre question, il serait dommage que nous ne fassions pas l'effort, mais il se peut que nous fassions l'effort et que nous ne réussissions pas.

La CBC a laissé les choses courir. Je ne pense pas qu'il y ait beaucoup de gens qui soient satisfaits de ce que la société fait aujourd'hui, de ce qu'elle fera à l'avenir, à moins qu'il y ait des changements. En réfléchissant à ce que nous avons fait, en poursuivant, même si ce n'est pas sur tous les fronts, nous pouvons trouver un processus de prise de décisions qui soit sensé, qui revitalise la programmation. On demandait aux gens de courir le risque et de tenter la chance. Je n'emploierai pas le mot «parier», parce qu'il ne s'agit pas d'un pari. Ce nouveau tournant pourrait constituer la solution parce que l'ancienne méthode n'a pas réussi.

M. Orlikow: Votre mémoire est un défi lancé non seulement aux membres du Comité, au Parlement et aux Canadiens, mais c'est un défi lancé à la société. Beaucoup de gens au sein de la société, et certainement beaucoup de gens de l'extérieur, ont l'impression que la CBC est un organisme affublé d'une lourde administration qu'il est difficile de faire bouger, si bien que quand il y a pénurie de fonds, quand il n'y a pas assez de fonds pour les besoins, ce sont les gens qui créent qui souffrent plutôt que les bureaucrates. C'est l'impression que beaucoup de gens ont. Avez-vous des remarques à faire là-dessus?