

à 588. Le pourcentage des programmes canadiens au mois d'avril 1938 était de 82.8 pour 100 du total des programmes radiodiffusés au Canada; en décembre 1938 il était de 81.5 pour 100. Les programmes des Etats-Unis au mois d'avril 1938 représentaient 16.1 p. 100 et en décembre 1938 la proportion était montée à 16.2 p. 100. Les programmes de la BBC représentaient une proportion de 2.4 p. 100 en 1938 et de 2.2 au mois de décembre 1938.

Les programmes d'autres sources pour le mois d'avril 1938 représentaient une proportion de .2 p. 100 et de .1 p. 100 pour décembre 1938. Avec le règlement de certaines questions d'ondes courtes on espère que cette proportion sera plus forte. Relativement à la classification générale, je prends le dernier mois statistique disponible, c'est-à-dire le mois de décembre 1938, et je vous donne une analyse des heures consacrées aux divers chapitres de la classification tels que musique, causerie, variétés, programmes d'outre-mer, et le reste.

CLASSIFICATION GÉNÉRALE DES PROGRAMMES

DERNIER MOIS STATISTIQUE DÉCEMBRE 1938

Pourcentage des heures consacrées aux divers chapitres de la classification.

| | Nombre d'heures | Pourcentage des heures |
|--------------------------------|--------------------|---------------------------|
| Musique | 312:05 | 53.02 |
| Causeries | 132:56 | 22.53 |
| Variétés | 52:20 | 8.87 |
| Royaume d'outre-mer | 29:32 | 4.97 |
| Drame | 27:45 | 4.68 |
| Programmes d'enfants | 18:45 | 3.14 |
| Événements spéciaux | 8:12 | 1.38 |
| Messages du Nord | 7:00 | 1.19 |
| Service public | 1:30 | 0.20 |
| Totaux | 588:45 | 100.00 |

M. Murray aura-t-il la bonté de me dire ce que l'on entend par le dernier article: "Service public".

M. GLADSTONE MURRAY: Cela comprend des demandes de la part des autorités publiques, des œuvres de charité et les questions qui concernent positivement les services sociaux.

Le TÉMOIN: Voilà une question que M. Murray et moi avons discutée dernièrement. Je crois l'occasion propice d'en parler. Nous devrions, nous croyons mettre notre service à la portée des gens en détresse, disons, par exemple, le cas d'un enfant perdu ou d'un parent manquant, ou quelque autre circonstance semblable. Voilà un genre de service national que nous devrions sérieusement songer, je crois, à mettre à la portée des gens en détresse. Il en est ainsi chez la BBC en Angleterre et je crois que c'est un exemple que nous pourrions fort bien suivre. Je crois aussi que Radio-Canada pourrait faire un peu de publicité nationale, non pas tant en faveur d'un fabricant en particulier, ou même d'un groupe de marchands ou de tout intérêt de ce genre, mais plutôt pour signaler à l'attention des radiophiles le fait que certains produits canadiens sont maintenant sur le marché. Par exemple, nous pourrions annoncer que telle et telle semaine serait un temps pour acheter les délicieuses pommes de la vallée Okanagan; les melons de Montréal; le poisson des Maritimes ou tout autre produit. Proportionnellement au degré auquel nous pouvons augmenter l'importance du service public dans les questions d'ordre mineur comme celles-ci, l'effet accumulé peut avoir une répercussion favorable dans tout le pays.

Radio-Canada consacre maintenant 70 p. 100 de son temps de radiodiffusion aux programmes de continuité. Nous consacrons aussi plus de la moitié de notre revenu total aux programmes qui sont tous, naturellement, des programmes de continuité. Ces derniers sont donnés régulièrement à 36 stations, gratuitement, dont 27 sont des postes de base et 9 des stations affiliées. A 20 autres stations