

[Texte]

with ghetto broadcasting, because I do not think there is a place for it. There must be other outlets, whether it be video cassettes . . . If somebody wants to buy a video cassette of how to refinish furniture or stamp collecting, I think the opportunity is there, but I do not think it needs to be on prime-time television any more. I think you have to go as much for mass audiences as you can get.

**Mr. D. Harvey:** As a public broadcaster, again I would say that the Broadcasting Act specifies that we are to broadcast for all levels of society and all tastes. We do not run stamp collecting programs in prime time, but there is an argument for running some minority programming in prime time. You could argue that a ballet is minority programming, or an opera is minority programming, because it only gets say 500,000. But 500,000 to that ballet is a bigger audience than every live ballet in this country gets in any one year in all the ballet halls of this country. So it may be minority audiences in television terms, but it is a very big audience in terms of a ballet or an opera. That is minority audiences, and it is part of our mandate as the CBC.

**Mr. Caldwell:** We seem to get hung up on "it has to look Canadian", and to look Canadian you have to have moose, mountains, and mounties in all the shows. We went through this with some of the other people, and I did bring it up with one of the other witnesses. I think the children of today or the people of Canada can identify more with some of the American sitcoms—that is why they watch them—than they can with *The Beachcombers*, in which a gentleman goes out each day and gathers logs. I certainly have nothing against Bruno Gerussi, but I think as an identifiable type of culture, there are more people that live the lifestyle of some of the American sitcoms than they do of Bruno Gerussi picking up logs in the water.

**Mr. D. Harvey:** Sir, *The Beachcombers* gets bigger audiences every week than half the U.S. shows shown in this country. I would point out to you that it is showing a different culture. The constable in *The Beachcombers* has never drawn his gun in 12 years, and in the U.S. shows that you want our children to watch the guns are being drawn every three minutes. It is a different culture being reflected.

**Mr. Caldwell:** Yes, but I should point out that the *A Team* never shoots anybody.

**The Vice-Chairman:** Mr. Fontaine.

**M. Fontaine:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Juneau, j'espère que vous ne me répondrez pas que c'est une question hypothétique, comme on dit souvent à la Chambre des communes à la période des questions. Si le Parlement canadien décidait de séparer, de façon formelle, les responsabilités politiques et les responsabilités opérationnelles

[Traduction]

radiodiffusion au Canada, car je ne crois pas qu'il y a de place pour ce type d'émissions. Il doit y avoir d'autres débouchés, que ce soit les cassettes vidéo . . . Si quelqu'un veut acheter une cassette vidéo sur la restauration du bois ou la philatélie, je crois qu'il y a un marché, mais je ne crois pas que ce type d'émission devrait être diffusé aux heures de grande écoute. Je crois que vous devez viser le plus grand auditoire possible.

**M. D. Harvey:** De nouveau, je répondrai que la Loi sur la radiodiffusion nous enjoint, en tant que radiodiffuseur public, de présenter des émissions pour toutes les couches de la société et pour tous les goûts. Nous ne présentons pas les émissions sur la philatélie aux heures de grande écoute, mais on peut justifier la présentation d'émissions à auditoire restreint aux heures de grande écoute. Vous pouvez dire qu'un ballet touche un auditoire restreint, qu'un opéra intéresse un auditoire restreint, car seulement 500,000 personnes le regarderont. Mais 500,000 personnes qui regardent un ballet à la télévision, c'est un auditoire plus considérable que tous les auditoires que les compagnies de danse attirent à leurs spectacles en un an. En termes de télévision, c'est un auditoire restreint, mais pour le ballet ou l'opéra, c'est un auditoire immense. Ce sont des auditoires restreints, mais ils font partie du mandat de Radio-Canada.

**M. Caldwell:** Il semble que nous soyons obnubilés par le fait que les émissions doivent avoir un «cachet canadien», et pour avoir un cachet canadien, il faut présenter des originaux, des montagnes et la police montée dans toutes les émissions. Nous avons discuté de cette question avec d'autres personnes, et j'ai questionné l'un des autres témoins à ce sujet. Je crois que les enfants d'aujourd'hui ou les Canadiens peuvent s'identifier davantage aux comédies américaines—et c'est pourquoi il les regardent—qu'à une émission comme *The Beachcombers*, dans laquelle un personnage va chaque jour travailler au flottage du bois. Je n'ai absolument rien contre Bruno Gerussi, mais je crois que, en termes d'identification à une culture, de nombreuses personnes s'identifient davantage au mode de vie dépeint dans certaines comédies américaines qu'à celui de Bruno Gerussi, ce draveur moderne.

**M. D. Harvey:** Monsieur, les *Beachcombers* ont une cote d'écoute plus élevée que celle de la moitié des émissions américaines présentées au Canada. Je désire souligner qu'on y présente une culture différente. Dans *The Beachcombers*, le policier n'a jamais dégainé en 12 ans, alors que dans les émissions américaines que vous voulez présenter à vos enfants, les personnages dégainent tous les trois minutes. C'est le reflet d'une culture différente.

**M. Caldwell:** Oui, mais je vous signale que le *A Team* ne tire jamais sur personne.

**Le vice-président:** Monsieur Fontaine.

**Mr. Fontaine:** Thank you, Mr. Chairman.

Mr. Juneau, I hope you will not answer that it is a hypothetical question, as we often say in the House during Question Period. If the Parliament of Canada was deciding to separate officially the policy and the operational responsibilities of the CBC, where do you personally see this separation?