



First Session  
Thirty-eighth Parliament, 2004

SENATE OF CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

**Transport and  
Communications**

*Chair:*

The Honourable JOAN FRASER

---

Thursday, October 7, 2004  
Thursday, October 21, 2004 (in camera)  
Wednesday, November 3, 2004 (in camera)  
Tuesday, November 16, 2004  
Wednesday, November 17, 2004

---

**Issue No. 1**

**Organizational meeting, future business of the committee,  
consideration of draft budgets**

**and**

**First, second, third  
and fourth meetings on:**

The current state of Canadian media industries

---

**INCLUDING:**

**THE FIRST REPORT OF THE COMMITTEE**  
(Expenses of the Committee incurred during  
the Third Session of the Thirty-seventh Parliament )  
**THE SECOND REPORT OF THE COMMITTEE**  
(2004-05 Budget — study of the Canadian media)

---

**WITNESSES:**  
(*See back cover*)

Première session de la  
trente-huitième législature, 2004

SÉNAT DU CANADA

---

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

**Transports et  
des communications**

*Présidente :*

L'honorable JOAN FRASER

---

Le jeudi 7 octobre 2004  
Le jeudi 21 octobre 2004 (à huis clos)  
Le mercredi 3 novembre 2004 (à huis clos)  
Le mardi 16 novembre 2004  
Le mercredi 17 novembre 2004

---

**Fascicule n° 1**

**La réunion d'organisation, les travaux futurs du comité,  
l'étude de projets de budgets**

**et**

**Première, deuxième, troisième  
et quatrième réunions concernant :**

L'état actuel des industries de médias canadiennes

---

**Y COMPRIS :**

**LE PREMIER RAPPORT DU COMITÉ**  
(Dépenses du comité encourues au cours  
de la troisième session de la trente-septième législature)  
**LE DEUXIÈME RAPPORT DU COMITÉ**  
(Le budget 2004-2005 — l'étude des médias canadiens)

---

**TÉMOINS :**  
(*Voir à l'endos*)

THE STANDING SENATE COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

|                                      |                             |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| * Austin, P.C.<br>(or Rompkey, P.C.) | * Kinsella<br>(or Stratton) |
| Baker, P.C.                          | LaPierre                    |
| Carney, P.C.                         | Merchant                    |
| Chaput                               | Munson                      |
| Eyton                                | Phalen                      |
| Johnson                              | Trenholme Counsell          |

\* *Ex Officio Members*

(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator LeBreton substituted for that of the Honourable Senator Carney, P.C. (*October 7, 2004*).

The name of the Honourable Carney, P.C., substituted for that of the Honourable Senator LeBreton (*October 7, 2004*).

The name of the Honourable Senator Gill was removed (*October 25, 2004*).

The name of the Honourable Senator Chaput was added (*October 26, 2004*).

The name of the Honourable Senator Forrestall substituted for that of the Honourable Senator Johnson (*November 3, 2004*).

The name of the Honourable Senator Johnson substituted for that of the Honourable Senator Forrestall (*November 4, 2004*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente* : L'honorable Joan Fraser

*Vice-président* : L'honorable David Tkachuk

et

Les honorables sénateurs :

|                                      |                             |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| * Austin, C.P.<br>(ou Rompkey, C.P.) | * Kinsella<br>(ou Stratton) |
| Baker, C.P.                          | LaPierre                    |
| Carney, C.P.                         | Merchant                    |
| Chaput                               | Munson                      |
| Eyton                                | Phalen                      |
| Johnson                              | Trenholme Counsell          |

\* *Membres d'office*

(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité :*

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

Le nom de l'honorable sénateur LeBreton substitué à celui de l'honorable sénateur Carney, C.P. (*le 7 octobre 2004*).

Le nom de l'honorable sénateur Carney, C.P. substitué à celui de l'honorable sénateur LeBreton (*le 7 octobre 2004*).

Le nom de l'honorable sénateur Gill est enlevé (*le 25 octobre 2004*).

Le nom de l'honorable sénateur Chaput est ajouté (*le 26 octobre 2004*).

Le nom de l'honorable sénateur Forrestall substitué à celui de l'honorable sénateur Johnson (*le 3 novembre 2004*).

Le nom de l'honorable sénateur Johnson substitué à celui de l'honorable sénateur Forrestall (*le 4 novembre 2004*).

**ORDER OF REFERENCE**

Extract from the *Journals of the Senate* of Tuesday, October 19, 2004:

The Honourable Senator Tkachuk for the Honourable Senator Fraser moved, seconded by the Honourable Senator LeBreton:

That the Standing Senate Committee on Transport and Communications be authorized to examine and report on the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto;

That the committee submit its final report to the Senate no later than Friday, June 17, 2005; and

That the papers and evidence received and taken on the subject and the work accomplished during the First and Second Sessions of the Thirty-seventh Parliament be referred to the Committee.

The question being put on the motion, it was adopted.

**ORDRE DE RENVOI**

Extrait des *Journaux du Sénat* du mardi 19 octobre 2004 :

L'honorable sénateur Tkachuk, au nom de l'honorable sénateur Fraser, propose, appuyé par l'honorable sénateur LeBreton,

Que le Comité sénatorial permanent des transports et des communications soit autorisé à examiner, pour en faire rapport, l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries;

Que le Comité fasse rapport au Sénat au plus tard le vendredi 17 juin 2005; et

Que les mémoires reçus et les témoignages entendus sur la question par le Comité au cours des première et deuxième sessions de la trente-septième législature soient déférés au Comité.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

*Le greffier du Sénat,*

Paul C. Bélisle

*Clerk of the Senate*

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Thursday, October 7, 2004  
(1)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:34 a.m., in room 160-S, Centre Block, for the purpose of organization.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Fraser, Gill, Kinsella, LaPierre, LeBreton, Merchant, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (9).

*In attendance:* Allison Padova and Terrence Thomas, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

The committee proceeded to organize pursuant to rule 88.

The Clerk of the Committee presided over the election of the Chair.

The Honourable Senator Tkachuk moved that the Honourable Senator Fraser do take the Chair of the Committee.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Fraser took the Chair.

The Honourable Senator Phalen moved that the Honourable Senator Tkachuk be Deputy Chair of the Committee.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Tkachuk moved:

That the Subcommittee on Agenda and Procedure be composed of the Chair, the Deputy Chair, and one other member of the committee, to be designated after the usual consultation; and

That the Subcommittee be empowered to make decisions on behalf of the committee with respect to its agenda, to invite witnesses, and to schedule hearings.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Trenholme Counsell moved:

That the committee print its proceedings; and

That the Chair be authorized to set the number to meet demand.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Phalen moved:

That, pursuant to rule 89, the Chair be authorized to hold meetings, to receive and authorize the printing of the evidence when a quorum is not present, provided that a member of the committee from both the government and the opposition be present.

The question being put on the motion, it was adopted.

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le jeudi 7 octobre 2004  
(1)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 10 h 34, dans la pièce 160-S de l'édifice du Centre, pour sa séance d'organisation.

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Fraser, Gill, Kinsella, LaPierre, LeBreton, Merchant, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (9).

*Également présents :* Allison Padova et Terrence Thomas, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Le comité tient sa séance d'organisation conformément à l'article 88 du Règlement.

Le greffier du comité préside à l'élection à la présidence.

L'honorable sénateur Tkachuk propose que l'honorable sénateur Fraser soit la présidente du comité.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Fraser prend place au fauteuil.

L'honorable sénateur Phalen propose que l'honorable sénateur Tkachuk soit le vice-président du comité.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Tkachuk propose :

Que le Sous-comité du programme et de la procédure se compose de la présidente, du vice-président et d'un autre membre du comité désigné après les consultations d'usage; et

Que le sous-comité soit autorisé à prendre des décisions au nom du comité relativement au programme, à inviter les témoins et à établir l'horaire des audiences.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Trenholme Counsell propose :

Que le comité fasse imprimer ses délibérations; et

Que la présidente soit autorisée à modifier le nombre d'exemplaires imprimés en fonction des besoins.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Phalen propose :

Que, conformément à l'article 89 du Règlement, la présidente soit autorisée à tenir des réunions pour entendre des témoignages et en permettre la publication en l'absence de quorum, pourvu qu'un représentant du gouvernement et un représentant de l'opposition soient présents.

La question, mise aux voix, est adoptée.

The Honourable Senator Merchant moved:

That the committee adopt the draft first report, prepared in accordance with rule 104.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Tkachuk moved:

That the committee ask the Library of Parliament to assign research analysts to the committee;

That the Chair be authorized to seek authority from the Senate to engage the services of such counsel and technical, clerical, and other personnel as may be necessary for the purpose of the committee's examination and consideration of such bills, subject-matters of bills, and estimates as are referred to it;

That the Subcommittee on Agenda and Procedure be authorized to retain the services of such experts as may be required by the work of the committee; and

That the Chair, on behalf of the committee, direct the research staff in the preparation of studies, analyses, summaries, and draft reports.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Merchant moved:

That, pursuant to section 32 of the *Financial Administration Act*, and Section 7, Chapter 3:06 of the *Senate Administrative Rules*, authority to commit funds be conferred individually on the Chair, the Deputy Chair, and the Clerk of the Committee; and

That, pursuant to section 34 of the *Financial Administration Act*, and Section 8, Chapter 3:06 of the *Senate Administrative Rules*, authority for certifying accounts payable by the committee be conferred individually on the Chair, the Deputy Chair, and the Clerk of the Committee.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Tkachuk moved:

That the committee empower the Subcommittee on Agenda and Procedure to designate, as required, one or more members of the committee and/or such staff as may be necessary to travel on assignment on behalf of the committee.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Phalen moved:

That the Subcommittee on Agenda and Procedure be authorized to:

1. determine whether any member of the committee is on "official business" for the purposes of paragraph 8(3)(a) of the Senators Attendance Policy, published in the *Journals of the Senate* on Wednesday, June 3, 1998; and

L'honorable sénateur Merchant propose :

Que le comité adopte le premier projet de rapport, produit conformément à l'article 104 du Règlement.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Tkachuk propose :

Que le comité demande à la Bibliothèque du Parlement d'affecter des attachés de recherche auprès du comité;

Que la présidente soit autorisée à demander au Sénat la permission de retenir les services de conseillers juridiques, de personnel technique, d'employés de bureau et d'autres personnes, au besoin, pour aider le comité à examiner les projets de loi, la teneur de ces derniers et les prévisions budgétaires qui lui sont renvoyés;

Que le Sous-comité du programme et de la procédure soit autorisé à faire appel aux services d'experts-conseils dont le comité peut avoir besoin dans le cadre de ses travaux; et

Que la présidente, au nom du comité, dirige le personnel de recherche dans la préparation d'études, d'analyses, de résumés et de projets de rapport.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Merchant propose :

Que, conformément à l'article 32 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et à l'article 7 du chapitre 3:06 du *Règlement administratif du Sénat*, l'autorisation d'engager les fonds du comité soit conférée individuellement à la présidente, au vice-président et au greffier du comité; et

Que, conformément à l'article 34 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et à l'article 8 du chapitre 3:06 du *Règlement administratif du Sénat*, l'autorisation d'approuver les comptes à payer au nom du comité soit conférée individuellement à la présidente, au vice-président et au greffier du comité.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Tkachuk propose :

Que le comité autorise le Sous-comité du programme et de la procédure à désigner, au besoin, un ou plusieurs membres du comité, de même que le personnel nécessaire, qui se déplaceront au nom du comité.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Phalen propose :

Que le Sous-comité du programme et de la procédure soit autorisé à :

1. déterminer si un membre du comité remplit un « engagement public » aux fins de l'alinéa 8(3)a) de la politique relative à la présence des sénateurs, publiée dans les *Journaux du Sénat* du mercredi 3 juin 1998; et

2. consider any member of the committee to be on “official business” if that member is: (a) attending an event or meeting related to the work of the committee; or (b) making a presentation related to the work of the committee.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator LeBreton moved:

That, pursuant to the Senate guidelines for witness expenses, the committee may reimburse reasonable travelling and living expenses for one witness from any one organization and payment will take place upon application, but that the Chair be authorized to approve expenses for a second witness should there be exceptional circumstances.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Honourable Senator Gill moved:

That the Chair be authorized to seek permission from the Senate to permit coverage by electronic media of its public proceedings with the least possible disruption of its hearings; and

That the Subcommittee on Agenda and Procedure be empowered to allow such coverage at its discretion.

The question being put on the motion, it was adopted.

The committee considered its business.

At 10:41 a.m., the committee, pursuant to rule 92(2)(e), proceeded in camera to consider its agenda.

At 10:51 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

OTTAWA, Thursday, October 21, 2004

(2)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 10:50 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Baker, P.C., Fraser, Gill, Johnson, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (9).

*In attendance:* Terrence Thomas and Allison Padova, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament, and David Black, special advisor to the committee.

2. considérer qu'un membre du comité remplit un « engagement public » si ce membre : a) assiste à une réception, à une activité ou à une réunion se rapportant aux travaux du comité; ou b) fait un exposé ayant trait aux travaux du comité.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur LeBreton propose :

Que, conformément aux lignes directrices concernant les frais de déplacement des témoins, le comité rembourse les dépenses raisonnables de voyage et d'hébergement à un témoin par organisme, après qu'une demande de remboursement a été présentée, mais que la présidente soit autorisée à permettre le remboursement de dépenses pour un deuxième témoin de ce même organisme en cas de circonstances exceptionnelles.

La question, mise aux voix, est adoptée.

L'honorable sénateur Gill propose :

Que la présidente soit autorisée à demander au Sénat la permission de diffuser ses délibérations publiques par les médias d'information électronique, de manière à déranger le moins possible ses travaux; et

Que le Sous-comité du programme et de la procédure soit autorisé à permettre cette diffusion à sa discrétion.

La question, mise aux voix, est adoptée.

Le comité examine ses travaux.

À 10 h 41, le comité, conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, poursuit ses travaux à huis clos pour discuter de son programme.

À 10 h 51, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

OTTAWA, le jeudi 21 octobre 2004

(2)

[*Traduction*]

Le comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à huis clos, à 10 h 50, dans la salle 9 de l'édifice de Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Baker, C.P., Fraser, Gill, Johnson, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (9).

*Également présents :* Terrence Thomas et Allison Padova, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement et David Black, conseiller spécial du comité.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee began its examination of the current state of Canadian media industries.

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 1:25 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

OTTAWA, Wednesday, November 3, 2004  
(3)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 6:18 p.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Chaput, Forrestall, Fraser, Merchant, and Trenholme Counsell (5).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries.

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 6:39 p.m., the committee proceeded in public.

The committee considered the following draft budget application for its study of the Canadian news media for the fiscal year ending March 31, 2005:

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Professional and Other Services   | \$ 215,800        |
| Transportation and Communications | 235,089           |
| All Other Expenditures            | <u>19,060</u>     |
| <b>Total</b>                      | <b>\$ 469,949</b> |

The Honourable Senator Chaput moved that the committee adopt the draft budget application for submission to the Standing Committee on Internal Economy, Budgets and Administration.

After debate, the question being put on the motion, it was adopted.

The committee considered the following draft budget application for its legislative work for the fiscal year ending March 31, 2005:

|                                   |                 |
|-----------------------------------|-----------------|
| Professional and Other Services   | \$ 5,000        |
| Transportation and Communications | 0               |
| All Other Expenditures            | <u>1,000</u>    |
| <b>Total</b>                      | <b>\$ 6,000</b> |

The Honourable Senator Forrestall moved that the committee adopt the draft budget application for submission to the Standing Committee on Internal Economy, Budgets and Administration.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité entreprend l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes.

Conformément à l'alinéa 92(2)e), le comité examine son programme.

À 13 h 25, il est proposé que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

OTTAWA, le mercredi 3 novembre 2004  
(3)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à huis clos, à 18 h 18, dans la salle 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Chaput, Forrestall, Fraser, Merchant et Trenholme Counsell (5).

*Également présents :* Terrence Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes.

Conformément à l'alinéa 92(2)e), le comité examine le programme proposé.

À 18 h 39, la séance du comité se poursuit en public.

Le comité examine le budget suivant qui est proposé pour son étude des industries de médias canadiennes pour l'exercice se terminant le 31 mars 2005 :

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Services professionnels et autres | 215 800 \$        |
| Transports et communications      | 235 089           |
| Autres dépenses                   | <u>19 060</u>     |
| <b>Total</b>                      | <b>469 949 \$</b> |

L'honorable sénateur Chaput propose que le comité adopte le budget proposé et le soumette à l'approbation du Comité permanent de la régie interne, des budgets et de l'administration.

Après discussion, la question, mise aux voix, est adoptée.

Le comité examine le budget suivant proposé pour les mesures législatives pour l'exercice se terminant le 31 mars 2005 :

|                                   |                 |
|-----------------------------------|-----------------|
| Services professionnels et autres | 5 000 \$        |
| Transports et communications      | 0               |
| Autres dépenses                   | <u>1 000</u>    |
| <b>Total</b>                      | <b>6 000 \$</b> |

L'honorable sénateur Forrestall propose que le comité adopte le budget proposé et le soumette à l'approbation du Comité permanent de la régie interne, des budgets et de l'administration.

The question being put on the motion, it was adopted.

At 6:44 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

---

OTTAWA, Tuesday, November 16, 2004

(4)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:32 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Chaput, Fraser, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (7).

*In attendance:* Terrence Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries.

*WITNESSES:*

*National Ethnic Press and Media Council of Canada:*

Thomas S. Saras, President;

Mashadi Massood, Vice-President, Press.

Messrs. Saras and Massood made a statement and answered questions.

At 10:54 a.m. the committee suspended.

At 10:56 a.m., the committee resumed in camera pursuant to rule 92(2)(e), and considered its agenda.

At 11:34 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

---

OTTAWA, Wednesday November 17, 2004

(5)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 6:22 p.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Chaput, Eyton, Fraser, Munson, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (7).

La question, mise aux voix, est adoptée.

À 18 h 44, il est proposé que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

---

OTTAWA, le mardi 16 novembre 2004

(4)

[Traduction]

Le Comité sénatorial des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 32, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (7).

*Également présent :* Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes.

*TÉMOINS :*

*Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada :*

Thomas S. Saras, président;

Mashadi Massood, vice-président, presse.

MM. Saras et Massood font une déclaration et répondent aux questions.

À 10 h 54, le comité suspend ses travaux.

À 10 h 56, le comité reprend ses travaux à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, et examine l'ordre du jour.

À 11 h 34, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

---

OTTAWA, le mercredi 17 novembre 2004

(5)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 22, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Chaput, Eyton, Fraser, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (7).

*In attendance:* Terrence Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries.

*WITNESSES:*

*Canadian Federation of University Women:*

Susan Russell, Executive Director;

Sheila Clarke, Director of Legislation.

*“The Walrus”:*

Ken Alexander, Publisher.

Ms. Russell and Ms. Clarke made a presentation and answered questions.

Mr. Alexander made a statement and answered questions.

At 8:29 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

*Également présent :* Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes.

*TÉMOINS :*

*Fédération canadienne des femmes diplômées des universités :*

Susan Russell, directrice générale

Sheila Clarke, directrice, Législation.

*« The Walrus »:*

Ken Alexander, éditeur.

Mmes Russell et Clarke font une déclaration et répondent aux questions.

M. Alexander fait une déclaration et répond aux questions.

À 20 h 29, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*

**REPORTS OF THE COMMITTEE**

Thursday, October 7, 2004

The Standing Senate Committee on Transport and Communications has the honour to table its

**FIRST REPORT**

Your Committee, which was authorized by the Senate to incur expenses for the purpose of its examination and consideration of such legislation and other matters as were referred to it, reports, pursuant to rule 104, that the expenses incurred by the Committee during the Third Session of the Thirty-seventh Parliament are as follows:

## 1. With respect to its examination of legislation:

|                                 |           |            |
|---------------------------------|-----------|------------|
| Professional and Other Services | \$        | 715        |
| Transport and Communications    |           | 0          |
| Other Expenditures              |           | 0          |
| <b>Total</b>                    | <b>\$</b> | <b>715</b> |
| Witness Expenses                | \$        | 897        |

## 2. With respect to its study of the current state of Canadian media industries:

|                                 |           |               |
|---------------------------------|-----------|---------------|
| Professional and Other Services | \$        | 10,989        |
| Transport and Communications    |           | 0             |
| Other Expenditures              |           | 0             |
| <b>Total</b>                    | <b>\$</b> | <b>10,989</b> |
| Witness expenses                | \$        | 2,929         |

Your Committee notes that witness expenses are not paid out of the budgets of individual committees.

Your Committee received 3 orders of reference from the Senate during the session in question. It held 18 meetings during this period, receiving evidence from 56 witnesses over more than 33 hours, and submitted 4 reports to the Senate dealing with its work.

Respectfully submitted,

Thursday, November 18, 2004.

The Standing Senate Committee on Transport and Communications has the honour to present its

**SECOND REPORT**

Your Committee, which was authorized by the Senate on Tuesday, October 19, 2004 to examine and report on the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto, respectfully requests that it be empowered to engage the services of such counsel and technical, clerical and other personnel as may be necessary, and to adjourn from place to place within Canada for the purpose of its study.

**RAPPORTS DU COMITÉ**

Le jeudi 7 octobre 2004

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications a l'honneur de déposer son

**PREMIER RAPPORT**

Votre Comité, qui a été autorisé par le Sénat à engager des dépenses aux fins d'examiner les mesures législatives et autres questions qui lui ont été déferées, dépose, conformément à l'article 104 du Règlement, le relevé suivant des dépenses encourues à cette fin par le Comité au cours de la troisième session de la trente-septième législature :

## 1. Relatif à son étude des mesures législatives :

|                                   |               |
|-----------------------------------|---------------|
| Services professionnels et autres | 715 \$        |
| Transports et communications      | 0             |
| Autres dépenses                   | 0             |
| <b>Total</b>                      | <b>715 \$</b> |
| Dépenses des témoins              | 897 \$        |

## 2. Relatif à son étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes :

|                                   |                  |
|-----------------------------------|------------------|
| Services professionnels et autres | 10 989 \$        |
| Transports et communications      | 0                |
| Autres dépenses                   | 0                |
| <b>Total</b>                      | <b>10 989 \$</b> |
| Dépenses des témoins              | 2 929 \$         |

Votre Comité fait remarquer que les dépenses des témoins ne sont pas chargées aux budgets des comités individuels.

Votre Comité a reçu 3 ordres de renvoi émanant du Sénat durant la session en question. Au cours de cette période, il a tenu 18 réunions, consacré plus de 33 heures à entendre 56 témoins, et déposé 4 rapports au Sénat relatifs à son travail.

Respectueusement soumis,

Le jeudi 18 novembre 2004

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications a l'honneur de présenter son

**DEUXIÈME RAPPORT**

Votre Comité, autorisé par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, à examiner, pour en faire rapport, l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries, demande respectueusement qu'il soit autorisé à retenir les services d'avocats, de conseillers techniques et de tout autre personnel jugé nécessaire, et à s'ajourner d'un lieu à l'autre au Canada.

Pursuant to Chapter 3:06, section 2(1)(c) of the *Senate Administrative Rules*, the budget submitted to the Standing Committee on Internal Economy, Budgets and Administration and the report thereon of that Committee are appended to this report.

Respectfully submitted,

Conformément au Chapitre 3:06, section 2(1)(c) du *Règlement administratif du Sénat*, le budget présenté au Comité permanent de la régie interne, des budgets et de l'administration ainsi que le rapport s'y rapportant, sont annexés au présent rapport.

Respectueusement soumis,

*La présidente,*

JOAN FRASER

*Chair*

## APPENDIX (A) TO THE REPORT

STANDING SENATE COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS  
STUDY OF THE CANADIAN NEWS MEDIA  
APPLICATION FOR BUDGET AUTHORIZATION  
FOR THE FISCAL YEAR ENDING  
MARCH 31, 2005

Extract from the *Journals of the Senate* of Tuesday, October 19, 2004:

The Honourable Senator Tkachuk for the Honourable Senator Fraser moved, seconded by the Honourable Senator LeBreton:

That the Standing Senate Committee on Transport and Communications be authorized to examine and report on the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto;

That the committee submit its final report to the Senate no later than Friday, June 17, 2005; and

That the papers and evidence received and taken on the subject and the work accomplished during the First and Second Sessions of the Thirty-seventh Parliament be referred to the Committee.

The question being put on the motion, it was adopted.

*Le greffier du Sénat,*

Paul Bélisle

*Clerk of the Senate*

## ANNEXE (A) AU RAPPORT

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS  
ÉTUDE DES MÉDIAS CANADIENS D'ACTUALITÉS  
DEMANDE D'AUTORISATION DE BUDGET POUR  
L'EXERCICE FINANCIER SE TERMINANT  
LE 31 MARS 2005

Extrait des *Journaux du Sénat* du mardi 19 octobre 2004 :

L'honorable sénateur Tkachuk, au nom de l'honorable sénateur Fraser, propose, appuyé par l'honorable sénateur LeBreton,

Que le Comité sénatorial permanent des transports et des communications soit autorisé à examiner, pour en faire rapport, l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries;

Que le Comité fasse rapport au Sénat au plus tard le vendredi 17 juin 2005; et

Que les mémoires reçus et les témoignages entendus sur la question par le Comité au cours des première et deuxième sessions de la trente-septième législature soient déférés au Comité.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

**SUMMARY OF EXPENDITURES**

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Professional and Other Services   | \$ 215,800        |
| Transportation and Communications | 235,089           |
| All Other Expenditures            | <u>19,060</u>     |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>\$ 469,949</b> |

The above budget was approved by the Standing Senate Committee on Transport and Communications on Wednesday, November 3, 2004.

The undersigned or an alternate will be in attendance on the date that this budget is considered.

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
The Honourable Joan Fraser  
Chair, Standing Senate Committee on  
Transport and Communications

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
The Honourable George Furey  
Chair, Standing Committee on Internal  
Economy, Budgets, and Administration

**SOMMAIRE DES DÉPENSES**

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Services professionnels et autres | 215 800 \$        |
| Transports et communications      | 235 089           |
| Autres dépenses                   | <u>19 060</u>     |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>469 949 \$</b> |

Le budget ci-dessus a été approuvé par le Comité sénatorial permanent des transports et des communications le mercredi 3 novembre 2004.

Le soussigné ou son remplaçant assistera à la séance au cours de laquelle le présent budget sera étudié.

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
L'honorable Joan Fraser  
Président du Comité sénatorial permanent  
des transports et des communications

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
L'honorable George Furey  
Présidente du Comité permanent de la régie  
interne, des budgets et de l'administration

**FOR INFORMATION ONLY****Past Expenditures**

|                        | 2002-2003 | 2003-2004  | 2004-2005<br>(to May 23,<br>2004) |
|------------------------|-----------|------------|-----------------------------------|
| <b>Funds Requested</b> | \$ 4,400  | \$ 462,050 | \$ 439,030                        |
| <b>Funds Released</b>  | \$4,400   | \$ 224,650 | \$ 4,000                          |
| <b>Expenditures</b>    | \$ 530    | \$ 32,804  | \$ 374                            |

**NOTE D'INFORMATION****Historique des dépenses**

|                        | 2002-2003 | 2003-2004  | 2004-2005<br>(jusqu'au 23<br>mai 2004) |
|------------------------|-----------|------------|--|
| <b>Fonds demandés</b>  | 4 400 \$  | 462 050 \$ | 439 030 \$                             |
| <b>Fonds autorisés</b> | 4 400 \$  | 224 650 \$ | 4 000 \$                               |
| <b>Dépenses</b>        | 530 \$    | 32 804 \$  | 374 \$                                 |

**STANDING COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS  
STUDY OF THE CANADIAN NEWS MEDIA**

**EXPLANATION OF BUDGET ITEMS  
APPLICATION FOR BUDGET AUTHORIZATION  
FOR THE FISCAL YEAR ENDING MARCH 31, 2005**

**PROFESSIONAL AND OTHER SERVICES**

**1. Research**

|   |               |
|---|---------------|
| a) Special Adviser (David Black, 75 days x \$600)                 | \$ 45,000     |
| b) Survey of Canadians' usage of and confidence in the news media | 70,000        |
| c) Research Studies   | <u>25,000</u> |

**Sub-Total, Research** \$ 140,000

**2. Communications Consultant** (10 days x \$800) 8,000

**3. Working Meals** (25 meals x \$500) 12,500

**4. Translation and Interpretation Services**  
(translation and recording equipment for activities outside Ottawa) 30,000  
(12 days x \$2,500)

**5. Reporting**  
(both languages for hearings outside Ottawa) (9 days x \$2,700) 24,300

**6. Hospitality** 1,000

**Sub-Total — Professional and Other Services** **\$ 215,800**

**TRANSPORTATION AND COMMUNICATIONS**

**1. Travel Expenses**

For public hearings in Canada: 12 Senators, 1 Clerk, 1 Committee staff,  
2 Researchers, 1 Stenographer, and 3 Interpreters (20 Individuals)  
For travel outside Canada: 12 Senators, 1 Clerk, 2 Researchers (15 Individuals)

**(A) Travel to Ontario and Quebec for public hearings (December 2004)**

(May also include a few hours of on-site visits)

|   |              |
|---|--------------|
| i) Air Transport (from and to Ottawa)             |              |
| a) 12 x \$1,600                                   | \$ 19,200    |
| b) 8 x \$1,410                                    | 11,280       |
| ii) Ground Transport (6 taxis x 20 x \$25)        | 3,000        |
| iii) Hotel Accommodations (3 nights x 20 x \$200) | 12,000       |
| iv) <i>Per diems</i> (4 days x 20 x \$73.10)      | 5,848        |
| v) Contingencies (4 days x \$500)                 | <u>2,000</u> |

**Sub-Total, Travel to Ontario and Quebec** \$ 53,328

**(B) Travel to Western Canada for public hearings (February 2005)**

(May also include a few hours of on-site visits)

|   |              |
|---|--------------|
| i) Air Transport (from and to Ottawa)             |              |
| a) 12 x \$4,562                                   | \$ 54,744    |
| b) 8 x \$3,912                                    | 31,296       |
| ii) Ground Transport (12 taxis x 20 x \$25)       | 6,000        |
| iii) Hotel Accommodations (6 nights x 20 x \$200) | 24,000       |
| iv) <i>Per diems</i> (7 days x 20 x \$73.10)      | 10,234       |
| v) Contingencies (7 days x \$500)                 | <u>3,500</u> |

**Sub-Total, Travel to Western Canada** \$ 129,774

**(C) Travel to Washington, D.C. (March 2005)**

|  |  |              |                   |
|--|--|--------------|-------------------|
| i) Air Transport (from and to Ottawa)                                      |  |              |                   |
| a) 12 x \$1,784  |  | \$ 21,408    |                   |
| b) 3 x \$1,784   |  | 5,352        |                   |
| ii) Ground Transport   |  |              |                   |
| a) 4 taxis x 15 x \$40   |  | 2,400        |                   |
| b) Buses (3 days x US\$1,000 at C\$1.30)                                   |  | 3,900        |                   |
| iii) Hotel Accommodations (2 nights x 15 x US\$300 at C\$1.30)             |  | 11,700       |                   |
| iv) <i>Per diems</i> (3 days x 15 x US\$73.10 at C\$1.30)                  |  | 4,277        |                   |
| v) Contingencies (3 days x US\$500 at C\$1.30)                             |  | <u>1,950</u> |                   |
| <b>Sub-Total, Travel to Washington, D.C.</b>                               |  |              | \$ 50,987         |
| <b>2. Courier Services</b>   |  |              | <u>1,000</u>      |
| <b>Sub-Total — Transport and Communications</b>                            |  |              | <b>\$ 235,089</b> |
| <b>ALL OTHER EXPENDITURES</b>  |  |              |                   |
| <b>1. Rental</b>   |  |              |                   |
| a) Meeting rooms for public hearings (9 days x \$1,000)                    |  | \$ 9,000     |                   |
| b) Meeting rooms for use in Washington, D.C. (3 days x US\$400 at C\$1.30) |  | 1,560        |                   |
| c) Equipment for public hearings (9 days x \$500)                          |  | <u>4,500</u> |                   |
| <b>Sub-Total, Rental</b>   |  |              | \$ 15,060         |
| <b>2. Books, newspapers, and magazines</b>                                 |  |              | 2,000             |
| <b>3. Miscellaneous</b>  |  |              | <u>2,000</u>      |
| <b>Sub-Total — All Other Expenditures</b>                                  |  |              | <b>\$ 19,060</b>  |
| <b>TOTAL</b>   |  |              | <b>\$ 469,949</b> |

The Senate administration has reviewed this budget application.

\_\_\_\_\_  
Heather Lank, Principal Clerk, Committees Directorate

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
Hélène Lavoie, Director of Finance

\_\_\_\_\_  
Date

**COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS  
ÉTUDE DES MÉDIAS CANADIENS D'ACTUALITÉS  
EXPLICATION DES ITEMS BUDGÉTAIRES  
DEMANDE D'AUTORISATION DE BUDGET POUR  
L'EXERCICE FINANCIER SE TERMINANT LE 31 MARS 2005**

**SERVICES PROFESSIONNELS ET AUTRES**

**1. Recherche**

|  |               |
|--|---------------|
| a) Conseiller spécial (David Black, 75 jours x 600 \$)   | 45 000 \$     |
| b) Sondage de l'usage des médias d'information par les canadiens et de la confiance qu'ils ont en ces médias | 70 000        |
| c) Études  | <u>25 000</u> |

**Sous-total de la recherche** 140 000 \$

**2. Consultant en communications** (10 jours x 800 \$) 8 000

**3. Repas de travail** (25 repas x 500 \$) 12 500

**4. Services de traduction et d'interprétation**

(équipements pour la traduction et services d'enregistrement pour les activités à l'extérieur d'Ottawa) (12 jours x 2 500 \$) 30 000

**5. Transcriptions**

(les deux langues pour les audiences à l'extérieur d'Ottawa) (9 jours x 2 700 \$) 24 300

**6. Hospitalité**

1 000

**Sous-total — Services professionnels et autres**

**215 800 \$**

**TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS**

**1. Frais de déplacement**

Pour les réunions publiques au Canada: 12 sénateurs, 1 greffier, 1 personnel du Comité, 2 recherchistes, 1 sténographe, 3 interprètes (20 personnes)

Pour les voyages à l'extérieur du Canada: 12 sénateurs, 1 greffier, 2 recherchistes (15 personnes)

**(A) Déplacement en Ontario et au Québec pour les audiences publiques**

**(Décembre 2004)**

(Pourrait également impliquer quelques heures de visites sur place)

i) Transport aérien (de et vers Ottawa)

a) 12 x 1 600 \$ 19 200 \$

b) 8 x 1 410 \$ 11 280

ii) Transport terrestre (6 taxis x 20 x 25 \$) 3 000

iii) Hôtels (3 nuits x 20 x 200 \$) 12 000

iv) Allocations journalières (4 jours x 20 x 73,10 \$) 5 848

v) Contingences (4 jours x 500 \$) 2 000

**Sous-total, déplacement en Ontario et au Québec**

53 328 \$

**(B) Déplacement dans l'Ouest canadien pour les audiences publiques (février 2005)**

(Pourrait également impliquer quelques heures de visites sur place)

i) Transport aérien (de et vers Ottawa)

a) 12 x 4 562 \$ 54 744 \$

b) 8 x 3 912 \$ 31 296

ii) Transport terrestre (12 taxis x 20 x 25\$) 6 000

iii) Hôtels (6 nuits x 20 x 200 \$) 24 000

iv) Allocations journalières (7 jours x 20 x 73,10 \$) 10 234

v) Contingences (7 jours x 500 \$) 3 500

**Sous-total, déplacement dans l'Ouest canadien**

129 774 \$

**(C) Déplacement à Washington, D.C. (Mars 2005)**

## i) Transport aérien (de et vers Ottawa)

a) 12 x 1 784 \$

21 408 \$

b) 3 x 1 784 \$

5 352

## ii) Transport terrestre

a) 4 taxis x 15 x 40 \$

2 400

b) Autocar (3 jours x 1 000 US\$ à 1,30 C\$)

3 900

## iii) Hôtels (2 nuits x 15 x 300 US\$ à 1,30 C\$)

11 700

## iv) Allocations journalières (3 jours x 15 x 73,10 US\$ à 1,30 C\$)

4 277

## v) Contingences (3 jours x 500 US\$ à 1,30 C\$)

1 950**Sous-total, déplacement à Washington, D.C.**

50 987 \$

**2. Courrier**1 000**Sous-total — transports et communications****235 089 \$****AUTRES DÉPENSES****1. Location**

a) Salles de réunion pour les audiences publiques (9 jours x 1 000 \$)

9 000 \$

b) Salles de réunion à Washington, D.C. (3 jours x 400 US\$ à 1,30 C\$)

1 560

c) Équipements pour les audiences publiques (9 jours x 500\$)

4 500**Sous-total, location**

15 060 \$

**2. Achat de livres et de périodiques**

2 000

**3. Divers**2 000**Sous-total — Autres dépenses****19 060 \$****TOTAL****469 949 \$**

L'administration du Sénat a examiné la présente demande d'autorisation budgétaire.

\_\_\_\_\_  
Heather Lank, greffière principale, Direction des comités\_\_\_\_\_  
Date\_\_\_\_\_  
Hélène Lavoie, directrice des Finances\_\_\_\_\_  
Date

**APPENDIX (B) TO THE REPORT**

Thursday, November 18, 2004

The Standing Committee on Internal Economy, Budgets and Administration has examined the budget presented to it by the Standing Senate Committee on Transport and Communications for the proposed expenditures of the said Committee for the fiscal year ending March 31, 2005 for the purpose of its Special Study on the Canadian News Media, as authorized by the Senate on Tuesday, October 19, 2004. The approved budget is as follows:

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Professional and Other Services   | \$ 39,672         |
| Transportation and Communications | \$ 53,328         |
| Other Expenditures                | <u>\$ 7,000</u>   |
| <b>Total</b>                      | <b>\$ 100,000</b> |

(includes funds for public hearings and fact-finding)

Respectfully submitted,

**ANNEXE (B) AU RAPPORT**

Le jeudi 18 novembre 2004

Le Comité permanent de la régie interne, des budgets et de l'administration a examiné le budget qui lui a été présenté par le Comité sénatorial permanent des transports et des communications concernant les dépenses projetées dudit Comité pour l'exercice se terminant le 31 mars 2005 aux fins de leur Étude spéciale des médias canadiens d'actualités, tel qu'autorisé par le Sénat le mardi 19 octobre 2004. Le budget approuvé se lit comme suit :

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Services professionnels et autres | 39 672 \$         |
| Transports et communications      | 53 328 \$         |
| Autres dépenses                   | <u>7 000 \$</u>   |
| <b>Total</b>                      | <b>100 000 \$</b> |

(y compris des fonds pour audiences publiques et voyage d'étude)

Respectueusement soumis,

*Le président,***GEORGE FUREY***Chair*

**EVIDENCE**

OTTAWA, Thursday, October 7, 2004

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:34 a.m., pursuant to rule 88 of the *Rules of the Senate*, to organize the activities of the committee.

[English]

**Mr. Till Heyde, Clerk of the Committee:** Honourable senators, a quorum of the committee is present.

As clerk of the committee, it is my duty to preside over the election of the chair.

Would there be a motion on this item of business?

**Senator Tkachuk:** I move the nomination of Senator Fraser.

**Mr. Heyde:** Are there any other nominations?

The question is on the motion of the Honourable Senator Tkachuk that the Honourable Senator Fraser do take the chair of the committee.

Is it your pleasure, honourable senators, to adopt the motion?

**Hon. Senators:** Agreed.

**Senator Joan Fraser (Chairman)** in the chair.

**The Chairman:** Thank you all very much indeed. This is a lovely committee, one that is a great privilege to be part of. Thank you to the clerk.

The next item of business would, therefore, be the election of a deputy chair. Do I have a nomination for deputy chair?

**Senator Phalen:** I nominate Senator Tkachuk.

**The Chairman:** It is moved by Senator Phalen that Senator Tkachuk be elected deputy chair. Are there any other nominations?

Is it then agreed that the deputy chair be Senator Tkachuk?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried and congratulations. That is terrific.

Agenda Item No. 3, therefore, would be for the Subcommittee on Agenda and Procedure.

I would now ask a motion that the subcommittee be composed of the chair, the deputy chair and one other member of the committee to be designated after the usual consultation, and that the subcommittee be empowered to make decisions on behalf of the committee with respect to its agenda, to invite witnesses and to schedule hearings.

**Senator Tkachuk:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, jeudi le 7 octobre 2004

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 34 en conformité de l'article 88 du *Règlement du Sénat* pour organiser ses activités.

[Traduction]

**M. Till Heyde, greffier du comité :** Honorables sénateurs, je constate que nous avons le quorum.

En tant que greffier du comité, j'ai le devoir de présider à l'élection du président.

Quelqu'un peut-il présenter une motion à ce sujet?

**Le sénateur Tkachuk :** Je propose la nomination du sénateur Fraser.

**M. Heyde :** Y a-t-il d'autres mises en candidature?

Le vote porte sur la motion de l'honorable sénateur Tkachuk qui propose de nommer l'honorable sénateur Fraser présidente du comité.

Plaît-il aux honorables sénateurs d'adopter la motion?

**Des voix :** D'accord.

**Le sénateur Joan Fraser (présidente)** occupe le fauteuil.

**La présidente :** Je vous remercie tous beaucoup. Le Comité des transports et des communications est un comité des plus agréables et c'est un grand privilège d'en faire partie. Je remercie le greffier.

Logiquement, le prochain point à l'ordre du jour est l'élection d'un vice-président ou d'une vice-présidente. Y a-t-il des mises en candidature pour le poste?

**Le sénateur Phalen :** Je propose le sénateur Tkachuk.

**La présidente :** Le sénateur Phalen propose que le sénateur Tkachuk soit élu vice-président. Y a-t-il d'autres mises en candidature?

Dans ce cas, plaît-il au comité de nommer le sénateur Tkachuk vice-président?

**Des voix :** D'accord.

**Le président :** Motion adoptée. C'est formidable.

Le point n° 3 de l'ordre du jour concerne le Sous-comité du programme et de la procédure.

J'aimerais maintenant recevoir une motion portant que le sous-comité soit composé du président, du vice-président et d'un autre membre du comité désigné après les consultations d'usage; et que le sous-comité soit autorisé à prendre des décisions au nom du comité relativement au programme, à inviter des témoins et à établir l'horaire des audiences.

**Le sénateur Tkachuk :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Motion adoptée.

Item No. 4 is a motion to print the committee's proceedings and that the chair be authorized to set the number to meet demand.

**Senator Trenholme Counsell:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Item No. 5 is an authorization to hold meetings and to print evidence when quorum is not present, provided that a member of the committee from both the government and opposition is present. Is there a motion to that effect?

**Senator Phalen:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Does everybody have a copy of the financial report?

**Mr. Heyde:** It was distributed.

**The Chairman:** Fine. Can we have, therefore, a motion that we adopt the draft first report, which has been prepared in accordance with rule 104? This is about our expenses in the last session of Parliament, the third session of the 37th Parliament.

Senator Merchant has so moved. Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Item No. 7, research staff. Can we have a motion that we ask the Library of Parliament to assign research analysts to the committee?

**Senator Tkachuk:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Item No. 8, authority to commit funds and certify accounts. You have that motion in front of you. Would somebody care to move it?

**Senator Merchant:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Item No. 9, travel. Again you have the motion in front of you. Would somebody care to move it?

**Senator Tkachuk:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Le point n° 4 concerne l'impression des délibérations du comité et autorisant la présidence à fixer la quantité en fonction des besoins.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Motion adoptée.

Le point n° 5 concerne une autorisation à tenir des réunions et à imprimer des témoignages en l'absence de quorum, pourvu qu'un membre du comité du gouvernement et de l'opposition soit présent. Y a-t-il une motion à cet effet?

**Le sénateur Phalen :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Motion adoptée.

Avez-vous tous un exemplaire du rapport financier?

**M. Heyde :** Il a été distribué.

**La présidente :** Très bien. Dans ce cas, quelqu'un peut-il présenter une motion visant l'adoption de l'ébauche du premier rapport préparé conformément à l'article 104 du *Règlement*? Ce rapport concerne nos dépenses de la dernière session, soit la troisième session de la 37<sup>e</sup> législature.

Le sénateur Merchant en fait la proposition. Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Motion adoptée.

Le point n° 7 concerne le personnel de recherche. Puis-je recevoir une motion demandant à la Bibliothèque du Parlement d'affecter du personnel de recherche auprès du comité?

**Le sénateur Tkachuk :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Motion adoptée.

Le point n° 8, Autorisation d'engager des fonds et d'approuver les comptes à payer. Vous avez cette motion devant vous. Quelqu'un peut-il la proposer?

**Le sénateur Merchant :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Motion adoptée.

Le point n° 9, Voyages. Encore là, vous avez la motion devant vous. Quelqu'un peut-il la proposer?

**Le sénateur Tkachuk :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Motion adoptée.

Item No. 10, designation of members travelling on committee business. Would somebody care to move this motion?

**Senator Phalen:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Item No. 11, travelling and living expenses of witnesses. These are all standard motions.

**Senator LeBreton:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

Item No. 12, electronic media coverage of public meetings. Would somebody care to move that motion?

**Senator Gill:** I so move.

**The Chairman:** Is it agreed?

**Hon. Senators:** Agreed.

**The Chairman:** Carried.

The time slot for regular meetings.

I think all senators — certainly I know Liberal senators and possibly opposition senators as well — received a notice suggesting that our regular time slot would actually be late Wednesday afternoon. The whips apparently had agreed that our time slots would be as they were in the last Parliament, which is to say Tuesday at 9:30 a.m. and Thursday at 10:45 a.m. If that is agreeable to the members of the committee, and we do not have conflicts with other committees, it worked quite well the last time. However, since at least on our side of the chamber a misleading notice was sent out, I just wanted to be sure that this would be agreeable to all.

**Senator Gill:** It will be very difficult for me to be here.

**The Chairman:** On Tuesday mornings?

**Senator Gill:** All the time, because of my flight. I have to leave —

**The Chairman:** Senators, I will ask to go in camera in a minute for a quick discussion of future business, but Senator Tkachuk?

**Senator Tkachuk:** On the time slot for Thursday morning, I have a Banking Committee at 11 o'clock. Was that the agreed upon time?

**The Chairman:** That time has not changed in many years, so far as I know.

**Senator Tkachuk:** The Thursday morning, 10:45.

**The Chairman:** What I will suggest to honourable senators is that we take this subject under advisement, that with the assistance of the clerk we consult everybody and then I can

Le point n° 10, Désignation des membres qui voyagent pour les affaires du comité. Quelqu'un peut-il présenter cette motion?

**Le sénateur Phalen :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Adoptée.

Le point n° 11, Frais de déplacement des témoins. Ce sont toutes des motions normalisées.

**Le sénateur LeBreton :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Adoptée.

Point n° 12, Diffusion des délibérations publiques par les médias d'information électronique. Quelqu'un veut-il proposer cette motion?

**Le sénateur Gill :** J'en fais la proposition.

**La présidente :** Est-ce d'accord?

**Des voix :** D'accord.

**La présidente :** Adoptée.

Horaire des séances régulières.

Je pense que tous les sénateurs — les sénateurs libéraux pour sûr, et possiblement les sénateurs de l'opposition également — ont reçu un avis selon lequel nos heures de séances régulières seraient tard le mercredi après-midi. À ce qu'il semble, les whips se sont entendus pour que nous conservions le même créneau horaire qu'au cours de la dernière législature, c'est-à-dire le mardi à 9 h 30 et le jeudi à 10 h 45, si cela convient aux membres du comité et si nous n'avons pas de conflit avec d'autres comités. Cela a très bien fonctionné la dernière fois. Cependant, comme un avis qui a semé la confusion a été envoyé de notre côté de la Chambre, je voulais simplement m'assurer que cet horaire conviendrait à tous.

**Le sénateur Gill :** Il me sera très difficile d'être présent.

**La présidente :** Les mardis matin?

**Le sénateur Gill :** En tout temps, en raison de mon vol. Je dois partir...

**La présidente :** Sénateurs, dans un instant, je demanderai au comité de passer à huis clos pour discuter des travaux futurs. Sénateur Tkachuk?

**Le sénateur Tkachuk :** Pour ce qui est de la plage horaire du jeudi matin, je dois siéger au comité des banques à 11 heures. Quelle est l'heure convenue?

**La présidente :** À ma connaissance, la plage horaire n'a pas changé depuis plusieurs années.

**Le sénateur Tkachuk :** Le jeudi matin, à 10 h 45.

**La présidente :** Je propose aux honorables sénateurs que nous réfléchissions à la question et qu'avec l'aide du greffier, nous consultions tout le monde. Ensuite, nous pourrions au besoin

have, if necessary, chats with the whips to see how this will all work out to the best advantage of all senators. We will get back to you on that. It often happens in the Senate that there are conflicts, but obviously we like to minimize them if we possibly can.

**Senator Gill:** I think energy is also at 9 o'clock or something like that.

**The Chairman:** We will prepare a chart of who has to be where and when and then see how it all works out.

Senators, with your approval I should like now for this meeting to go in camera for a very brief discussion of future business.

**Hon. Senators:** Agreed.

The committee continued in camera.

---

OTTAWA, Tuesday, November 16, 2004

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:32 a.m. to consider the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser (Chairman)** presiding.

[Translation]

**The Chairman:** Honourable senators, welcome to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications.

[English]

We are resuming, as you know, our public hearings in our inquiry into the state of Canadian news media. I would like to greet, as well as you, honourable senators, our witnesses and members of the public who are here and who are sharing this experience with us through television across the country.

[Translation]

The committee is resuming its hearings on the State's role in helping media remain strong, independent and diversified in an environment marked by upheaval in recent years, specifically by globalization, technological change, convergence and concentration of ownership. The committee launched its study into this matter in April 2003. Since then, it has heard from 74 witnesses, with many more yet to appear. We also hope to travel to various locations across the country to hear from Canadians.

discuter avec les whips pour voir comment tout cela pourrait s'arranger, à la convenance de tous les sénateurs. Nous vous reviendrons à ce sujet. Il est courant qu'il y ait des conflits au Sénat, mais il va de soi que nous souhaitons les minimiser le plus possible.

**Le sénateur Gill :** Le comité de l'énergie siège également à 9 heures, si je ne m'abuse.

**La présidente :** Nous préparerons un tableau pour voir qui doit être où et quand et à ce moment-là, nous aurons une meilleure idée de la façon dont les choses se présentent.

Sénateurs, avec votre approbation, j'aimerais maintenant que la séance se poursuive à huis clos pour que nous ayons une brève discussion au sujet de nos travaux futurs.

**Des voix :** D'accord.

Le comité poursuit ses travaux à huis clos.

---

OTTAWA, le mardi 16 novembre 2004

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 32 pour étudier l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser (présidente)** occupe le fauteuil.

[Français]

**La présidente :** Honorables sénateurs, bienvenue à cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications.

[Traduction]

Comme vous le savez, nous reprenons nos audiences publiques dans le cadre de notre étude sur l'état des médias canadiens. J'aimerais souhaiter la bienvenue aux honorables sénateurs, à nos témoins et aux membres du public qui sont ici pour prendre part avec nous à cette séance télévisée dans tout le pays.

[Français]

Le comité recommence son étude du rôle que l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualités à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés, dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété. Le comité a commencé son travail sur ce sujet au mois d'avril 2003. Depuis lors, nous avons entendu 74 témoins, mais il nous en reste plusieurs autres à entendre. Nous espérons aussi voyager pour rencontrer des Canadiens chez eux.

[English]

Today we resume our hearings with representatives of the National Ethnic Press and Media Council of Canada. The Council's roots go back to the 1950s and it has two major objectives: first, to build the capacity of its members by empowering them through technical assistance, training, obtaining postal concessions and other financial and allied help; and, second, to integrate the ethnic media into the mainstream media, thereby making the former a powerful tool to shape the tone and texture of Canadian public policy.

Those are mighty objectives, gentlemen.

The council is represented today by Mr. Thomas S. Saras, its president, and Mr. Mashadi Massood, its vice-president, press.

Welcome to the committee. Thank you for coming to meet with us.

I think you have had our normal format explained to you. We ask you for an opening statement of about 10 minutes, and then we shall go to questions. The whole proceeding will last about an hour. I would remind committee members that after that we go into an in camera session to discuss the future agenda and future business of the committee.

**Mr. Thomas S. Saras, President, National Ethnic Press and Media Council of Canada:** I will start.

First, I would like to thank you, Madam Chair, and honourable senators, for this honour. I will make my opening statement referring back to one of the Prime Ministers of this country. I do not want to offend anyone politically. We just loved this person and still we love him.

Writers and poets have always had fears for the Canadian identity. Almost instinctively, Canadians have tended to say that they are French Canadians or English Canadians, or Ukrainian-Canadians or whatever, or simply new Canadians, but what is Canada itself? With the Charter in place, we can now say that Canada is a society where all people are equal and where they share fundamental values based upon freedom: Pierre Elliott Trudeau.

Classical democratic theory always views democracy as a set of institutions that both promote and depend upon the full national development of the individual. For the political observer of Canadian society, it is clear that we are a nation of many nationalities, many races and many religions, bound together by a single ideal: the ideal of freedom and equality.

An estimated 40 per cent of Canada's population today — perhaps even more — stems from a culture other than French or British. Most of the new arrivals are fluent in only one language — the language of their country of origin. They arrive daily in Canada,

[Traduction]

Nous reprenons aujourd'hui nos audiences avec les représentants du Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada. Le conseil remonte aux années 50 et poursuit deux grands objectifs : premièrement, accroître le pouvoir de ses membres en leur offrant de l'aide technique, de la formation, des concessions postales et d'autres formes d'aide, financière ou autres; deuxièmement, intégrer les médias ethniques aux médias grand public, afin de permettre à ceux-ci de devenir un puissant outil qui façonnera l'allure générale de la politique publique au Canada.

Ce sont des objectifs impressionnants, messieurs.

Le conseil est représenté aujourd'hui par M. Thomas S. Saras, son président, et par M. Mashadi Massood, son vice-président, presse.

Bienvenue au comité et merci d'être là.

Je pense que l'on vous a expliqué notre façon normale de procéder. Nous vous demandons de faire une déclaration liminaire de près de dix minutes, avant de passer à une période de questions; le tout devrait durer près d'une heure. J'aimerais rappeler aux membres du comité que nous aurons ensuite une séance à huis clos pour discuter du programme et des travaux futurs du comité.

**M. Thomas S. Saras, président, Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada :** Je vais commencer.

J'aimerais tout d'abord vous remercier, madame la présidente, et honorables sénateurs, pour l'honneur que vous nous accordez. Ma déclaration liminaire renvoie à l'un des premiers ministres de notre pays. Je ne veux pas offenser qui que ce soit au plan politique, nous avons simplement aimé cette personne et l'aimons toujours.

Les écrivains et les poètes ont toujours été à la recherche de l'identité canadienne; de façon quasi-instinctive, les Canadiens se définissent comme des Canadiens français, des Canadiens anglais, des Canadiens ukrainiens, peu importe, ou simplement comme de nouveaux Canadiens. Mais qu'est le Canada au juste? Maintenant que la Charte a été adoptée, on peut dire que le Canada est une société où tous les gens sont égaux, où l'on partage des valeurs fondamentales qui reposent sur la liberté : Pierre Elliott Trudeau.

Les tenants de la théorie démocratique classique ont toujours perçu la démocratie comme un ensemble d'institutions vouées à la promotion et à la défense du développement rationnel complet de l'individu. Pour l'observateur politique de la société canadienne, il ne fait aucun doute que nous sommes une nation constituée de nationalités, de races et de religions diverses liées par un seul idéal : la liberté et l'égalité.

Aujourd'hui, quelque 40 p. 100 des Canadiens — peut-être encore plus — sont issus d'une culture autre que la culture française ou britannique. La plupart des nouveaux immigrants ne connaissent qu'une langue, celle de leur pays d'origine. Ils arrivent

some for prospects of a new and better life and others to escape oppression from the country of their origin, fully equipped to take an equal place in our society.

Their knowledge of Canada, in most cases, is non-existent. Our way of life is totally strange to them. Our cultural heritage is totally different from theirs. For many of them who made the journey in only a few hours, the transition and integration will take many years. For some of them, it will probably take a full generation.

In order to overcome the language barriers they face in the new country, they turn to the press or mass media of their own community in Canada to seek important information and valuable assistance.

In this context, the ethnic press and media become a vital source of information for newcomers and help them adjust to their new society by bringing news to them on current events. They also communicate their concerns to the various levels of the Canadian governments. It is apparent, therefore, that the ethnic press in Canada performs a unique function within the mainstream media. Generally, its purpose is to inform its leaders in a language more readily understood than one of Canada's founding languages of French and English.

As we are entering the new millennium, it has become more important than ever that the place of every minority group in our democracy not be obscured by ignorance or prejudice. It is also a basic principle of modern democracies, and very important for their functioning, that members of every minority group have the ability to discuss and consider together their special problems so that the solution might benefit the broader society, and in this way we avoid having a crisis.

Furthermore, it is common knowledge that people's participation in public affairs is the underpinning of our political system. However, in order for a democracy to work effectively and efficiently, it requires a knowledgeable population, well-informed of the affairs of the nation. It is in the ethnic press, therefore, where our new citizens fully understand, in their own language, the answers to those many questions.

The small, sometimes poorly printed newspaper that is delivered to these communities every week attains significance in their lives that only a few of us have experienced. The ethnic newspaper must therefore provide a service that is not expected of the mainstream language press. To a degree, it becomes a social textbook for the reader.

Every time government legislation is enacted, it is translated and published in every language of publication and editorial comments explain the provisions of the new legislation in a familiar manner. This work takes on special importance when we

tous les jours au Canada, certains à la recherche d'une vie meilleure et nouvelle, d'autres pour échapper à l'oppression de leur pays d'origine, disposant de très peu de moyens pour prendre leur place dans notre société.

Dans bien des cas, ils ne connaissent nullement le Canada. Notre mode de vie leur est totalement étranger, notre patrimoine culturel totalement différent du leur. Pour nombre d'entre eux, le voyage vers leur nouveau pays n'aura duré que quelques heures, mais leur transition et leur intégration s'étaleront sur de nombreuses années. Certains d'entre eux y mettront probablement toute une génération.

Soucieux de surmonter les barrières linguistiques qui se dressent devant eux dans leur nouveau pays, ils se tournent vers la presse et les médias de masse de leur propre communauté au Canada à la recherche de renseignements importants et d'une aide fort utile.

Dans ce contexte, la presse et les médias ethniques deviennent la source d'information des nouveaux arrivants au Canada et les aident à s'adapter à leur nouvelle société en leur transmettant de l'information au sujet des événements d'actualité pour, en retour, transmettre leurs préoccupations aux services respectifs des divers niveaux de gouvernement. On comprendra donc que la presse ethnique au Canada joue un rôle unique au sein des médias grand public. En général, son but est d'informer ses lecteurs, dans une langue plus facilement comprise que les langues des peuples fondateurs du Canada qui sont le français et l'anglais.

En outre, au moment où nous entrons dans le nouveau millénaire, il est important que l'ignorance et les préjugés ne portent pas ombrage à la place que chaque groupe minoritaire occupe dans notre démocratie. Principe de base des démocraties modernes, et éléments très importants de leur fonctionnement : Les membres de chaque groupe minoritaire doivent pouvoir discuter et examiner ensemble leurs problèmes particuliers pour qu'ensuite la société dans son ensemble puisse profiter des solutions qu'on y aura trouvées, de manière à éviter toute crise.

En outre, tous s'entendent pour dire que la participation des gens aux affaires publiques est à la base de notre système politique. Cependant, si l'on veut que la démocratie soit efficace et efficiente, elle doit compter sur une population bien informée au sujet des affaires du pays. Il est donc important que dans un journal publié dans la langue de ses citoyens, ceux-ci puissent trouver des réponses à nombre de leurs questions.

Le petit journal, parfois mal imprimé, qui est livré dans la communauté chaque semaine, revêt une importance que seulement quelques-uns d'entre nous ont déjà connue. Par conséquent, le journal ethnique doit offrir un service que l'on n'attend pas de la presse de langue française ou anglaise. Dans une certaine mesure, il devient un cahier de société pour les lecteurs.

Chaque fois que le gouvernement adopte une loi, elle est traduite et imprimée dans toutes les publications. Le rédacteur en chef de la publication fait ensuite ses commentaires et en explique en détail les dispositions. Ce travail revêt un intérêt particulier

deal with immigration, pensions, welfare, housing, quarantine, income and minimum wages, where a more complicated explanation is necessary.

Frequently, ethnic leaders bring their legal problems to the attention of the editors. In some cases, we must arrange legal aid to them in order to take the matters to the court, and in others we must get them in touch with the proper authorities. Often, the biggest part of the editorial content of the ethnic press is devoted to defining political parties and their philosophy, the structure of a government institution, the Canadian political culture, social customs, labour laws, bargaining rights, health and hospital coverage and similar matters.

These are but a few of the reasons that make the role of the dual service of the ethnic press important. Unfortunately, this role is often not appreciated by the political establishment of our great country.

Who else serves better public opinion, educates and prepares new citizens among our ethnic communities but the ethnic press? Although most ethnic readers are intelligent persons, capable of arriving at a decision on their own once they know the facts, the facts in an ethnic press are varied and they take the form of tutoring. For this reason, the ethnic press potentially becomes far more effective in influencing its readership than is possible with the English or French press.

Regrettably, however, there are a number of publications circulating in Canada that are attempting to manipulate the opinion of their readership. Most of them are from other countries and most of them have their head office in other countries. As I will explain later, they are republishing in Canada and circulating here.

This runs contrary to what has been happening during the last 100 years. The ethnic press of Canada has performed not only the task of helping with the integration of newcomers, but it has, foremost, been seriously interested in the development of Canadian citizenship in a spirit of unity as Canadians who also preserve their heritage.

**The Chairman:** Mr. Saras, I will interrupt you briefly to remind you that the members of the committee have copies of your statement and we do want to have enough time to ask you questions.

If you can bear that in mind as you deliver your remarks, it would probably help the proceedings.

**Mr. Saras:** Thank you. I will ask my vice-president to continue with one more page and then turn it over to questions.

**Mr. Mashadi Massood, National Ethnic Press and Media Council of Canada:** Let us go through the main objectives of our organization, namely, unite to present, serve and negotiate on behalf of members of the ethnic press and electronic media of Canada; to promote and integrate the economic, social and cultural interests of ethnic press, as well as multicultural

lorsqu'on traite d'immigration, de pensions, de bien-être social, de logements, de mise en quarantaine, de revenu et de salaire minimum, où des explications plus exhaustives s'avèrent nécessaires.

Souvent, les lecteurs ethniques vont porter leurs problèmes d'ordre juridique à l'attention du rédacteur en chef. Dans certains cas, nous devons trouver de l'aide juridique pour eux afin qu'ils puissent amener leurs causes devant les tribunaux alors que dans d'autres cas, nous devons les mettre en contact avec les autorités compétentes. Souvent, l'élément le plus important du travail éditorial de la presse ethnique consiste à définir les partis politiques, leur philosophie, la structure d'une institution gouvernementale, la culture politique canadienne, les coutumes sociales, les lois sur le travail, les droits de négociation, la santé, la couverture de soins hospitaliers et autres questions du genre.

Voilà seulement quelques-unes des raisons qui définissent l'importance du double service que rend la presse ethnique. Malheureusement, ce rôle n'est pas souvent compris par la classe politique de notre grand pays.

Qui d'autre sert mieux l'opinion publique, éduque et prépare les nouveaux citoyens de nos collectivités ethniques que la presse ethnique? Bien que la plupart des lecteurs ethniques soient des personnes intelligentes, capables d'arriver à une décision personnelle une fois qu'elles connaissent les faits, les informations présentées dans la presse ethnique sont variées et permettent d'assurer un certain tutorat. C'est pour cette raison que la presse ethnique peut davantage influencer le lectorat que la presse francophone ou anglophone.

Malheureusement toutefois, plusieurs publications au Canada tentent de manipuler l'opinion de leurs lecteurs. La plupart d'entre elles viennent d'autres pays où se trouve leur siège social. Comme je vais l'expliquer un peu plus tard, elles sont publiées une nouvelle fois au Canada pour y être distribuées.

Cela va à l'encontre de ce qui se passe depuis 100 ans. La presse ethnique du Canada s'est employée non seulement à faciliter l'intégration des nouveaux arrivants, mais s'est aussi très sérieusement intéressée au développement de la citoyenneté canadienne dans un esprit d'unité; nous parlons ici de Canadiens qui préservent également leur patrimoine.

**La présidente :** Monsieur Saras, permettez-moi de vous interrompre brièvement pour vous rappeler que les membres du comité ont la copie de votre déclaration; nous voulons avoir suffisamment de temps pour vous poser des questions.

Je vous demande donc de bien vouloir en tenir compte afin de faciliter les débats.

**M. Saras :** Merci. Je vais maintenant demander à mon vice-président de lire une autre page avant de passer aux questions.

**M. Mashadi Massood, Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada :** Passons en revue les principaux objectifs de notre organisation, soit unifier les diverses parties, faire valoir leurs intérêts, les servir et négocier au nom des membres de la presse et des médias électroniques ethniques au Canada; promouvoir et intégrer les intérêts économiques, sociaux

communities of Canada, into mainstream Canadian society; to encourage unity among its members and ethnic communities in promoting their social, cultural and political involvement, activities and political participation in the democratic process of Canada; to promote excellence in journalism among members of ethnic press and help them integrate fully into mainstream society; to serve as a forum for study and discussion of various issues faced by ethnic groups and ethnic press; to gather and disseminate information that will lead to better understanding and cooperation among the various ethnic groups in Canada and mainstream society; to promote the economic and social status of members of ethnic press as well as multicultural communities of Canada; to study and to interpret Canada's role in international affairs and its position in relation to all nations dedicated to upholding the ideal of freedom and democracy; to defend the Canadian Constitution and Charter of Rights and Freedoms and to promote the unity of Canada; to promote the basic principle of human rights as presented in the International Declaration of Human Rights of 1948 by the United Nations; and to promote multiculturalism and defend the freedom of all Canadians.

**Mr. Saras:** Madam Chair, I believe that it is clear what, exactly, we are advocating and what, exactly, we are doing. We tried to unite the industry and we want to know that the members of this industry, which employs about 1,500 Canadians — and most of those operations are family oriented but they also have a number of people that they employ — will be given status so that their input is recognized by our political establishment.

For example, I have been in this business for 32 years. My publication goes all over Canada. The Honourable Senator Merchant probably knows that her community is receiving every copy of my publication. We are facing expenses and many difficulties and we do not have help from any level of the Canadian government, or very little. As I explained in my own report, from the government budget of \$160 million for 1999, we received \$1.2 million. That is, the whole industry, not just the press but the media and the press. From \$120 million two years ago, the whole industry received \$1.2 million. For this year, there is a budget of \$67 million and my members and the industry did not receive more than \$400,000, due to the fact that government advertising was on hold for a great period of time. In turn, this has affected our industry and many publications went bankrupt. They ceased operations. They are unable to continue.

In addition, after working for 32 to 35 years we are reaching an age where we are not young any more. The government blessed every Canadian at a certain age with the ability to retire and enjoy life, the few remaining years. When you are a new immigrant, life in this country is not easy. Believe me: it is very hard to put yourself on the map. You feel tired at a certain point. When we reach the age of 65, we find ourselves having to look at the

et culturels et de la presse ethnique et des collectivités multiculturelles du Canada pour les intégrer à la société canadienne; favoriser l'unité parmi ses membres et les collectivités ethniques pour les inciter à participer à des activités sociales, culturelles et politiques et faciliter leur participation au processus démocratique du Canada; promouvoir l'excellence du journalisme chez les membres de la presse ethnique et les aider à s'intégrer pleinement à la société générale; servir de forum d'étude et de discussion des obstacles auxquels font face les groupes ethniques et la presse ethnique; recueillir et diffuser de l'information qui permettra une meilleure compréhension et une plus grande collaboration entre les divers groupes ethniques présents au Canada et la société canadienne dans son ensemble; promouvoir le statut économique et social des membres de la presse ethnique de même que des collectivités multiculturelles du Canada; étudier et interpréter le rôle du Canada dans les affaires internationales et sa position en regard de tous les pays qui se portent à la défense des idéaux de liberté et de démocratie; défendre juridiquement la Constitution canadienne et la Charte des droits et libertés et promouvoir l'unité du Canada; favoriser les principes de base des droits de la personne qui figurent dans la Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations Unies adoptée en 1948; promouvoir le multiculturalisme et défendre la liberté de tous les Canadiens.

**M. Saras :** Madame la présidente, je pense que ce que nous préconisons et ce que nous faisons exactement est très clair. Nous avons cherché à unifier l'industrie et nous voulons que les membres de cette industrie, qui emploient près de 1 500 Canadiens — la plupart de ces opérations sont familiales, mais comptent également plusieurs employés — se voient accorder un statut pour que notre classe politique reconnaisse leur apport.

Par exemple, je travaille dans ce domaine depuis 32 ans et ma publication se retrouve dans l'ensemble du Canada. L'honorable sénateur Merchant sait probablement que sa collectivité reçoit ma publication. Nous sommes confrontés à des dépenses et à de nombreuses difficultés et nous ne recevons aucune aide de quelque niveau de gouvernement que ce soit, voire très peu. Comme je l'ai expliqué dans mon propre rapport, nous avons reçu 1,2 million de dollars sur les 160 millions de dollars du budget du gouvernement pour 1999. Il s'agit de l'industrie dans son ensemble, non pas seulement de la presse, mais des médias et de la presse. Sur les 120 millions de dollars d'il y a deux ans, l'industrie dans son ensemble en a reçu 1,2 million. Cette année, le budget est de 67 millions de dollars et les membres de mon conseil ainsi que l'industrie n'ont pas reçu plus que 400 000 \$, étant donné que la publicité gouvernementale a été mise en veilleuse pendant longtemps. Par voie de conséquence, notre industrie en a été touchée et beaucoup de publications ont fait faillite, ont cessé leurs opérations et ne sont pas en mesure de continuer.

En outre, au bout de 32 à 35 années de travail, nous ne sommes plus très jeunes. Le gouvernement offre généreusement la possibilité à chaque Canadien qui atteint un certain âge de prendre sa retraite, de profiter de la vie au cours de ses dernières années. Lorsque vous êtes un nouvel arrivant dans ce pays, la vie n'est pas facile. Croyez-moi, il est très difficile de se faire reconnaître et l'on ressent une certaine fatigue à un moment

government and the support it will provide to a person who never worked in his life. Let us say, for whatever reason, he was homeless or whatever you call it. We get exactly the same benefits as that person. I believe that this is not fair, either for me and my colleagues or for everyone in the industry who supports, in his lifetime, this nation and believes in the fundamentals of this nation.

He believes he is a Canadian and as a Canadian he should get something. Last year we had a mini-conference with about 60 members from all over the country. We asked the government to accept and support the industry by giving them some benefits. Among those benefits we do not ask for privileges. Let me explain one thing. We ask that whatever goes to the mainstream media be distributed equally to us. I do not consider my publication to be a Greek publication. I publish in Greek and English because my main readership is Greek; however, mine is a Canadian publication. I am proud to say that my publication is the only one outside Greece that is well known everywhere in the world.

On the subject of benefits, last year the Minister of Canadian Heritage, after we approached her, promised that an amount of \$8 million from the funds for the mainstream media would be set aside to be used by the members of the ethnic press. When we went to see how to get those benefits, we found that because of the rules and regulations of the department, there was no way we could get even a penny. Those rules and regulations state, for example, that 50 per cent of the copies of a publication should be sent to subscribers. We are sending out our publications and distributing them for free. We do not sell them. No ethnic publication is sold for even a penny; they are distributed free of charge. That was a big problem. We approached the department and said, "Listen, let's try to see the reality." We were promised that eventually they would take care of this matter. A year later I do not believe anything has been done.

At the end of the fiscal year, because we did not have the ability to access this money to help ourselves, the money went back to the main account and has been distributed to the mainstream media.

Another thing we asked the government is that GST should be eliminated. My main question is: If Canadian magazines are exempt from the GST, why should ethnic magazines not receive the same treatment? We brought this motion to the table and discussed it. We were told it is a very difficult thing. It must go through the various levels of government and they do not expect that this can be done. I do not say anything else.

If I mail a single copy through Canada Post, I have to pay \$3.80. If I mail 1,000 copies, that will cost me a fortune. The Canadian magazine will cost only 10 cents to mail out because there is the subsidy from Canadian Heritage. I do not have this ability because I do not meet the 50-per-cent requirements in the regulations.

donné. Arrivé à l'âge de 65 ans, on doit se tourner vers le gouvernement et obtenir l'appui prévu pour ceux qui n'ont jamais travaillé de leur vie. Disons qu'il s'agit de sans-abri, ou autre chose. Nous recevons exactement les mêmes avantages que si nous n'avions pas travaillé et je crois que ce n'est pas juste, ni pour moi ni pour mes collègues ni pour quiconque dans l'industrie qui appuie, tout au long de sa vie, ce pays et croit dans les valeurs fondamentales du Canada.

Nous considérons que nous sommes canadiens et qu'à ce titre, nous devrions recevoir quelque chose. L'année dernière, nous avons eu une mini-conférence à laquelle ont participé près de 60 membres provenant de tout le pays. Nous avons demandé au gouvernement d'accepter et d'appuyer l'industrie en lui donnant quelques avantages. Nous ne demandons pas de privilèges. Permettez-moi d'expliquer un point. Nous demandons que ce qui revient aux médias grand public soit distribué également entre nous. Je ne considère pas ma publication comme une publication grecque. Je publie en grec et en anglais parce que mes principaux lecteurs sont des Grecs; toutefois, ma publication est canadienne. Je suis fier de dire que ma publication est la seule à l'extérieur de la Grèce qui soit bien connue ailleurs dans le monde.

Pour revenir à la question des avantages, l'année dernière, à l'issue d'une rencontre avec nous, la ministre de Patrimoine canadien, a promis qu'un montant de 8 millions de dollars des fonds affectés aux médias grand public seraient mis de côté pour les membres de la presse ethnique. Lorsque nous nous sommes renseignés sur la façon d'obtenir ces fonds, nous avons découvert qu'à cause des règles et règlements du ministère, il était impossible d'obtenir le moindre sou. En vertu de ces règles et règlements, par exemple, 50 p. 100 des exemplaires d'une publication doivent être envoyés à des abonnés. Nos publications sont distribuées gratuitement, nous ne les vendons pas. Il n'existe aucune publication ethnique qui soit vendue; toutes sont distribuées gratuitement. C'était un gros problème. Nous avons demandé au ministère d'essayer de voir la réalité telle qu'elle est. On nous a promis qu'éventuellement le problème serait réglé. Un an plus tard, je ne pense pas que quoi que ce soit ait été fait.

À la fin de l'exercice, ces fonds auxquels nous n'avons pas pu avoir accès sont réaffectés et distribués aux médias grand public.

Nous avons par ailleurs demandé au gouvernement d'éliminer la TPS. La principale question que je veux poser est la suivante : si les magazines canadiens sont exonérés de la TPS, pourquoi les magazines ethniques ne recevraient-ils pas le même traitement? Nous avons présenté cette motion à la table et en avons discuté. On nous a dit que ce serait très difficile à faire, puisqu'il faudrait passer par les divers niveaux de gouvernement, ce qui ne semble pas possible. Je n'ai pas besoin d'ajouter quoi que ce soit d'autre.

Si j'envoie un seul exemplaire de ma publication par Postes Canada, je dois payer 3.80 \$. Si j'en envoie 1 000 exemplaires, cela va me coûter une fortune. L'envoi postal des magazines canadiens ne coûte que de 10 cents en raison de la subvention de Patrimoine canadien. Je ne peux pas m'en prévaloir, car je ne réponds pas aux exigences des 50 p. 100 prévus par le règlement.

The government's advertising budget is less than 1 per cent, paid to 400 publications and another 65 electronic media producers in radio and television. We ask for that figure to be at least 10 per cent. If they have a budget of \$160 million, they should consider giving 10 per cent, or \$16 million, to us in order to sustain this segment.

We would also ask for something similar to what happens with the United States government. For every company that receives a government contract to promote a contract or business, there is a requirement in the United States that a portion of the advertising budget go to help the ethnic publications. We do not have that here in Canada. We have asked the government time and again to please consider that. That money is not millions, but at least we will know that we are part of the industry and it will help us. Those are the main objectives.

Another thing that I want to bring to your attention is the subject of so-called volunteers in the industry. Electronic media in Canada are concentrated in a few hands. Part of the ethnic media comes from the same owners of the mainstream media. One of them is a very big firm with operations all over Canada. It is using a smart way to make money. It goes to the ethnic communities and asks the young members of the communities to volunteer. They often work 20, 30 or 40 hours a week covering various events. They do not get a penny because they are volunteers. Others may get \$80 per week but spend more than that in transportation costs. By appealing to the aspirations of young people, they are creating a type of modern-day slavery.

Why should people who work with television, radio or the press not have the same regulations as any other industry? Minimum wage is \$7 per hour. The owners should know that they must pay that per hour.

**Senator Phalen:** You mention in your brief that there are a number of publications from outside the country that are reprinted in Canada and that you believe are trying to manipulate the opinion of the readers. Would you elaborate on that, please?

**Mr. Saras:** I gave a list of them to Mr. Heyde.

**The Chairman:** The clerk has that material and it will be circulated to senators.

**Mr. Saras:** For example, at this time, there are four publications that come from Mainland China. They are the daily editions of the Chinese newspapers.

They are arriving in Toronto, Vancouver and Montreal via satellite. They are printed on four pages with local news and pictures and are republished and circulated. Whatever news is going there is coming here.

One of them, called, I believe, the *Chinese Canadian Post*, is doing another job, which is much smarter. The outside part of the newspaper reads "Chinese Canadian Post." When you open the outside page, inside it is the *People's Liberation Army Daily*. It is

Le budget de publicité du gouvernement est moins qu'un pour cent, versé à 400 publications et à 65 producteurs de médias électroniques de la radio et de la télévision. Nous demandons que ce pourcentage monte à 10 p. 100 au moins. Si son budget est de 160 millions de dollars, il devrait envisager de nous donner 10 p. 100 de cette somme, soit 16 millions de dollars pour assurer la viabilité de ce segment de l'industrie.

Nous aimerions une mesure semblable à celle utilisée par le gouvernement des États-Unis. Dans ce pays, pour chaque société qui reçoit un contrat du gouvernement visant à promouvoir un contrat ou une affaire, une partie du budget de publicité doit être affectée aux publications ethniques. Ce n'est pas prévu au Canada; nous ne cessons de demander au gouvernement de l'envisager. Il ne s'agit pas de millions de dollars, mais, à tout le moins, nous saurions que nous faisons partie de l'industrie, ce qui nous aiderait. Tels sont nos principaux objectifs.

J'aimerais également apporter à votre attention le sujet des soi-disant bénévoles de l'industrie. Les médias électroniques au Canada sont concentrés et appartiennent à très peu de sociétés, tandis que les médias ethniques appartiennent en partie aux mêmes propriétaires que les médias grand public. L'un d'entre eux qui est très important, est présent dans l'ensemble du Canada et a une façon astucieuse de faire de l'argent. Il se rend dans les collectivités ethniques pour demander aux jeunes de faire du bénévolat. Souvent, ceux-ci travaillent 20, 30 ou 40 heures par semaine pour couvrir divers événements. Ils ne sont absolument pas payés puisque ce sont des bénévoles. D'autres peuvent gagner 80 \$ par semaine mais en dépensent plus en frais de transport. Tout en profitant des aspirations des jeunes, cette société crée un type d'esclavage moderne.

Pourquoi ceux qui travaillent à la télévision, à la radio ou dans la presse ne sont-ils pas assujettis aux mêmes règlements que n'importe quelle autre industrie? Le salaire minimum est de 7 \$ de l'heure et les propriétaires devraient savoir que c'est cette somme qu'ils doivent payer.

**Le sénateur Phalen :** Vous dites dans votre mémoire que plusieurs publications de l'étranger sont réimprimées au Canada et, selon vous, tentent de manipuler l'opinion des lecteurs. Pourriez-vous préciser?

**M. Saras :** J'en ai donné la liste à M. Heyde.

**La présidente :** Le greffier dispose de cette liste et va la distribuer aux sénateurs.

**M. Saras :** Par exemple, à l'heure actuelle, quatre publications proviennent de la Chine continentale; il s'agit d'éditions de quotidiens chinois.

Ces publications sont distribuées par satellite à Toronto, Vancouver et Montréal; elles sont imprimées sur quatre pages avec des nouvelles et des photos locales pour être publiées et redistribuées. Les nouvelles qui paraissent en Chine arrivent ici.

Une de ces publications appelée je crois le *Chinese Canadian Post*, fait un autre travail, beaucoup plus intelligent. On peut lire sur la première page du journal « Chinese Canadian Post ». Lorsqu'on ouvre le journal, on s'aperçoit qu'il s'agit du *People's*

the publication of the military of China that arrives in Canada and is distributed through the channels to those who want this publication. I do not think that those publications, senator, are helping to create the Canadian identity.

**Senator Phalen:** You also mentioned that there is a decline in the number of ethnic publications from 600 to 337. Would that just be the result of market forces?

**Mr. Saras:** It is the result of ethnic publications being totally neglected by all governments. As you remember, a few years ago, we had those terrible cuts because the government was facing a difficult economic situation. The first industry affected by them was our industry. In previous years, I can assure you my publication was receiving at least \$20,000 to \$25,000 every year from government advertisements, and another \$8,000 from the provincial government. We have a very limited market. You cannot go to a Chinese person and ask him to advertise in a Greek newspaper. You have to go to the Greek market. Anyhow, we had an industry and we had a publication that was coming out. Now, when the cuts started, during the years of Mr. Mulroney, I believe, who cut absolutely the ethnic publications, half of our industry died automatically because we cannot pay. The expenses remain the same. The production goes up every time, paper costs go up every six months, and, of course, your revenues are going down because the government suddenly says it cannot continue supporting publications.

My question is how is it the government can support a Canadian publication with a full page advertisement, for which it pays \$36,000, and cannot support 5, 10 or 15 ethnic publications in Canada, which will cost them \$1,000 for a full page?

**Senator Munson:** Thank you for appearing before the committee. I was curious about your views on the CRTC. In recent days, we have heard about the CRTC saying no to RAI and placing conditions on Al-Jazeera. What are your views on the CRTC and its role? Is it playing a relevant role in what Canadians should or should not hear from outside or inside the country?

**Mr. Saras:** Senator, you come from our field, and you are a distinguished member of the industry. If we believe in the future, in the culture we are creating and the identity of this country, I do not believe that it is necessary for every medium from outside to come into this country. First of all, they do not have anything of the so-called Canadian element. They just take whatever comes through the satellite and they put it onto the airwaves. They charge every Canadian citizen \$30 or \$40 per month. They are making easy money, and I do not think that they are offering anything positive to Canadian society itself.

We brought this matter to the attention of the CRTC time and again. We also told them about the situation with the volunteers and the young Canadians who try to make a career there and how they are using them. I believe it was to Mr. Cardoza, during his

*Liberation Army Daily*, qui est la publication des militaires chinois qui arrive ainsi au Canada et qui est distribuée à ceux qui le souhaitent. Je ne pense pas que ces publications, sénateur, permettent de construire l'identité canadienne.

**Le sénateur Phalen :** Vous avez également indiqué que le nombre de publications ethniques est passé de 600 à 337. Est-ce uniquement à cause des forces du marché?

**M. Saras :** C'est parce que les publications ethniques ont été carrément laissées de côté, et ce, par tous les gouvernements. Si vous vous souvenez bien, il y a quelques années, le gouvernement a réduit ses dépenses de façon radicale parce qu'il était confronté à une conjoncture économique difficile. Notre industrie a été la première à être touchée. Dans le passé, les publicités gouvernementales nous rapportaient, tous les ans, entre 20 000 et 25 000 \$; celles du gouvernement provincial nous rapportaient 8 000 \$. Notre marché est très limité. Nous ne pouvons pas demander à un Chinois de passer une annonce dans un journal grec. Nous devons nous adresser à la communauté grecque. Quoi qu'il en soit, nous avons une industrie, et nous avons aussi un journal qui était publié. Quand les réductions sont entrées en vigueur, et c'était durant les années où M. Mulroney était au pouvoir, la moitié des publications ont cessé leurs activités, faute d'argent. Les dépenses sont toujours les mêmes. Les coûts de production ne cessent de croître. Le coût du papier, lui, augmente tous les six mois et, bien entendu, vos recettes diminuent parce que le gouvernement décide, tout à coup, qu'il ne peut continuer de fournir un soutien financier aux publications.

Or, comment le gouvernement peut-il, d'une part, appuyer une publication canadienne en y faisant paraître des annonces pleine page qui coûtent 36 000 \$, et, d'autre part, affirmer qu'il n'est pas en mesure d'aider cinq, dix ou quinze publications ethniques au Canada au moyen d'annonces pleine page qui, elles, ne vont lui coûter que 1 000 \$?

**Le sénateur Munson :** Merci d'être venus nous rencontrer. J'aimerais savoir ce que vous pensez du CRTC. Au cours des derniers jours, nous avons entendu parler du fait que le CRTC avait refusé la demande de la RAI et imposé des conditions à Al-Jazeera. Que pensez-vous du CRTC, du rôle qu'il joue? Est-ce qu'il prend des décisions judiciaires au sujet de ce que les Canadiens doivent, ou non, entendre depuis l'extérieur ou l'intérieur du pays?

**M. Saras :** Sénateur, vous connaissez notre milieu. Vous êtes un membre distingué de l'industrie. Si nous croyons à l'avenir, à notre culture, à notre identité, il n'est pas nécessaire de permettre à tous les médias de l'étranger de diffuser au Canada. D'abord, leur programmation ne contient pas d'éléments canadiens. Ils captent ce qui passe via satellite et le mettent en ondes. Ils facturent les Canadiens 30 ou 40 \$ par mois. Ils font de l'argent, mais ils n'apportent rien de positif à la société canadienne.

Nous avons porté la question à l'attention du CRTC à maintes et maintes reprises. Nous lui avons également parlé des bénévoles et des jeunes Canadiens qui essaient de poursuivre une carrière dans l'industrie et qui se font exploiter. Nous avons rencontré

term, that we spoke time and again. He told me he would do his best. I do not think that he did anything, at least until the day he left the commission.

There are a few things in this field that have been going bad for many decades. They need to be re-examined and new rules should be set. This is the global village. We no longer have the ability to stay here and say that we are just Canadian. We know that if we do not give them the ability to come to Canada through the usual channels, someone will put a production on a U.S. satellite and everyone who buys the disk can get it. Why do we have to give to the Russian state a television line just to broadcast daily whatever happens in Russia, or the Greek state a Greek television line that is going to broadcast daily and so on?

**The Chairman:** Mr. Saras, I will ask you to tighten up your answers a little.

**Mr. Saras:** This is a very serious matter, and I believe that it is in the hands of the government to take action.

**Senator Munson:** What is the ethnic press looking for from the federal government? You talk about money. Is it looking for money for advertising? If so, would not you be beholden to the government that gives you the money to advertise? In other words, do you not become conflicted?

**Mr. Saras:** We discussed this matter. I do not think that we are going directly to the government to ask it to hand out cheques or money to our members. All we are asking the government is that if it has a budget of X dollars, please give us X minus 90. We will be happy because, senator, we are also in the Canadian market. We are part of the Canadian industry. Why are the anglophone and the francophone publications getting something with no conflict, but when it comes to the ethnic press, there is a conflict? I cannot see the distinction. If standards apply to one part of the industry, the same standards should apply to the other part of the industry. I cannot see any conflict in this. We do not ask for privileges or direct cash.

I know that until March 31, the end of the fiscal year, there is a budget of \$67 million within the Government of Canada for advertising to promote the programs of the government. Now, from that \$67 million, I should not say it is too bad if we ask that at least \$6 million be given to the ethnic press and \$61 million to the rest of the industry. A budget has been set aside for this job.

**Mr. Massood:** I would like to bring up an example. Last year we had the SARS crisis, which affected everyone in Canada and there was a lot of advertising in the mainstream media. However, the mother tongue of 50 per cent of the population of Toronto is another language. When this crisis occurred many people did not know what was really happening. They heard that something very bad is happening, but not the details of what to do or what not to do and so on. They did not get all the information.

M. Cardoza à plusieurs reprises durant son mandat. Il m'a dit qu'il allait faire tout son possible pour nous aider. Selon moi, il n'a rien fait, du moins jusqu'à son départ du Conseil.

Certains changements s'imposent, et ce, depuis de nombreuses décennies. Il faut réexaminer la situation, établir de nouvelles règles. Le monde est devenu un village planétaire. Nous ne pouvons plus nous isoler des autres, dire que nous sommes tout simplement des Canadiens. Nous savons que si nous ne leur permettons pas de diffuser au Canada par les voies habituelles, ils vont avoir recours à un satellite américain et les gens vont acheter une antenne parabolique pour avoir accès à la programmation. Pourquoi doit-on donner à la Russie ou à la Grèce une chaîne distribuée par câble qui leur permettra de décire, tous les jours, ce qui se passe dans leur pays?

**Le président :** Monsieur Saras, je vais vous demander d'abrèger vos réponses.

**M. Saras :** C'est une question très importante, et il revient au gouvernement de prendre des mesures.

**Le sénateur Munson :** Qu'attend la presse ethnique du gouvernement fédéral? Vous parlez d'argent. Est-ce qu'elle veut de l'argent pour les publicités qu'elle diffuse? Si oui, ne seriez-vous pas redevable au gouvernement, qui finance les publicités? Autrement dit, n'y aurait-il pas conflit d'intérêts?

**M. Saras :** Nous avons discuté de la question. Nous ne demandons pas au gouvernement de distribuer des chèques ou de donner de l'argent à nos membres. Tout ce que nous lui demandons, c'est d'avoir droit à X dollars, moins 90, du budget qu'il consacre à la publicité. Nous serions fort heureux de recevoir ce montant, car nous desservons nous aussi, sénateur, le marché canadien. Nous faisons partie de l'industrie canadienne. Pourquoi la question des conflits d'intérêt ne se pose-t-elle pas dans le cas des publications de langues anglaise et française, mais dans celui de la presse ethnique, oui? Pour moi, il n'y a aucune différence entre les deux. Les normes qui régissent un segment de l'industrie devraient également s'appliquer à l'autre. Nous ne réclamons pas de privilèges ou de soutien financier direct.

Je sais que, pour l'exercice se terminant le 31 mars, le gouvernement du Canada dispose d'un budget de 67 millions de dollars pour faire la promotion des programmes qu'il offre. Je ne vois pas pourquoi il n'accorderait pas au moins six millions de ce montant à la presse ethnique, et les 61 millions qui restent, aux autres membres de l'industrie. Un budget a été prévu pour la publicité.

**M. Massood :** Permettez-moi de vous donner un exemple. L'an dernier, nous avons été confronté à la crise du SRAS, une crise qui a touché tous les Canadiens. Il y avait beaucoup de publicité à ce sujet dans les médias grand public. Toutefois, 50 p. 100 de la population de Toronto a, comme langue maternelle, une langue autre que l'anglais ou le français. Il y avait de nombreuses personnes qui ne savaient pas vraiment ce qui se passait. Elles étaient conscientes du fait qu'un événement grave s'était produit, sauf qu'elles n'avaient aucune idée de ce qu'il fallait faire, ou ne pas faire, ainsi de suite. Elles n'avaient pas accès à toute l'information.

Unlike the mainstream papers like *The Toronto Star*, *The Globe and Mail* or the *Ottawa Citizen*, where there is a sports section, an entertainment section or a financial section, the ethnic press has only one section and most people read it from cover to cover. The readership is a lot higher than for the mainstream publications. If there had been advertisements in the ethnic press, other people would have been reached who could not be reached through the mainstream media.

**Senator Merchant:** Gentlemen, I would like to welcome you. I am a Greek immigrant and I came to this country not speaking any English or French. I believe I have some understanding, therefore, of the importance of being able to read a paper in a language that is understood, at least in the beginning, until one becomes accustomed and learns the English language. As a matter of fact, my parents used to pay us 10 cents to speak English. When we first came to Canada, every word we said in English would be rewarded with a dime in order to encourage us to learn English. No one really wants to stay separate. When people come to this country they want to become part of the Canadian fabric.

I think what you are trying to tell us, gentlemen, is that you have a very special function in this society, in that you are trying to fill the vacuum that exists for a large segment of our population who are not able, as you said, Mr. Massood, to get information that is important to Canadians. Therefore, you translate what is going on in this country, politically and socially, so that individuals become productive members of this society. I congratulate you for putting up with all the impediments in order to publish your newspapers.

Are you finding that the young people in the Greek community are reading your newspapers?

**Mr. Saras:** Just for that reason, 20 years ago we were all publishing only in the main language of the publication. Either it was Greek, Italian, Persian, or whatever. Today, 90 per cent of all the publications are published in the first language of the publication, plus English or French. I know most of my colleagues in Quebec are now publishing in French and the other language, and the same thing is true in Toronto. There are some communities, 10 or 12 per cent, which are the so-called new communities, the Afghans, for example. They are the first generation of immigrants, as our generation was 40 years ago, and they prefer to read in the Afghani language. I know that the Persian publications are mostly produced in the Persian language, but they also have segments in English.

Trying to encourage a community to integrate into the mainstream community is not an easy thing. People who come to this country from some newly established democracy, if they are established, think the same way they were thinking back in their homeland. They keep a distance from the government because in their experience they have never been exposed to an open society where the government was a friend, rather than something that could destroy their lives.

Contrairement aux médias grand public comme le *Toronto Star*, le *Globe and Mail* ou le *Ottawa Citizen*, qui comptent une section sports, divertissements ou finances, la presse ethnique n'a qu'une seule section et la plupart des gens la lisent de la première page à la dernière. L'effectif-lecteurs est plus beaucoup élevé que dans le cas des publications de grande diffusion. Si des annonces avaient été publiées dans la presse ethnique, il aurait été possible de renseigner d'autres personnes, celles qui ne lisent pas les grands journaux.

**Le sénateur Merchant :** Messieurs, je vous souhaite la bienvenue. Je suis un immigrant d'origine grecque. Quand je suis arrivé au Canada, je ne parlais ni l'anglais ni le français. Je sais donc à quel point il est important de pouvoir lire un journal qui est publié dans une langue que l'on comprend, du moins au début, jusqu'à ce qu'on arrive à acquérir une bonne maîtrise de l'anglais. En fait, mes parents avaient l'habitude de nous donner dix sous quand on s'exprimait en anglais. Au début, c'est-à-dire à notre arrivée au Canada, on recevait dix sous chaque fois qu'on prononçait un mot en anglais, pour nous encourager à apprendre la langue. Personne ne veut vraiment rester à l'écart. Les gens qui viennent s'installer ici veulent faire partie du tissu social canadien.

À mon avis, ce que vous essayez de nous dire, messieurs, c'est que vous jouez un rôle spécial au sein de la société, en ce sens que vous essayez de combler un vide chez ce grand segment de la population canadienne qui, comme vous l'avez dit, monsieur Massood, n'a pas accès à des renseignements jugés importants pour les Canadiens. Vous décrivez ce qui se passe au Canada, politiquement et socialement, pour que les gens deviennent des membres productifs de la société. Je vous félicite, car vous arrivez à publier vos journaux malgré tous les obstacles qui se dressent devant vous.

À votre avis, est-ce que les jeunes au sein de la communauté grecque lisent vos journaux?

**M. Saras :** Il y a vingt ans, les publications étaient toutes diffusées dans une seule langue, que ce soit le grec, l'italien, le persan ou autre. Aujourd'hui, 90 p. 100 des publications sont diffusées dans la langue première, plus l'anglais ou le français. Je sais que la plupart de mes collègues au Québec publient maintenant en français et dans l'autre langue. Ils font la même chose à Toronto. Il y a certains groupes, 10 ou 12 p. 100, qui font partie des communautés dites nouvelles. Mentionnons, par exemple, les Afghans. Il s'agit de la première génération d'immigrants, comme la nôtre l'était il y a 40 ans, et elle préfère lire les journaux qui sont rédigés en afghan. Je sais que les journaux persans sont surtout produits dans la langue perse, mais il y a également des segments en anglais.

Il n'est pas facile d'encourager une communauté à s'intégrer à la société en général. Les personnes qui proviennent de démocraties nouvellement établies et qui s'installent au Canada pensent de la même façon qu'elles le faisaient dans leurs pays d'origine. Elles se tiennent loin du gouvernement, parce qu'elles n'ont jamais été exposées à une société ouverte où le gouvernement est perçu comme ami, et non comme un ennemi.

The ethnic press is approaching them to say that here the government is a friend, be part of this country, integrate and forget whatever your priest, your politicians, your leaders are trying to tell you, to remain apart. We want you to be and you must be part of this society.

**Senator Tkachuk:** I do not quite understand something, and maybe you can help me. When you talk about the 30-per-cent to 35-per-cent fee charged by certain agencies on federal government contracts, how does that work exactly?

**Mr. Saras:** I do have it here. I would appreciate it if the clerk can make copies and pass them to you. Over the years, a practice developed within the system whereby some private offices have been established and out of which came agents who represent the ethnic press. In fact, they sent a letter to Mr. Massood and told him that if he wanted to get advertisements from the Government of Canada he would have to sign an application and with that they could come forward as his agent. In return, they would make sure he received the amount but they would deduct 30 per cent.

That means if the government pays \$1,000, they would take \$300, and if the payment is required within a month, 35 per cent would be deducted and they would pay the \$650. I brought this matter to the attention of the then Prime Minister, Brian Mulroney, again with Mr. Turner, again with Mr. Chrétien, and again and again, and also with the Leader of the Opposition last year. We met and I talked to him again. It seems that everyone wants to help but no one is doing anything.

As a matter of fact, last month there was a campaign going on for Health Canada. I do not know how much it cost, half a million, a million, who knows? That campaign was extended to the ethnic publications. All those who received this ad were subscribing with those agents to pay 30 per cent.

**The Chairman:** Mr. Saras, it is a little difficult to understand exactly what you are talking about. Are you trying to suggest that there are improper relationships, or are you just saying that there are people in the private sector who have, so to speak, become the prime intermediaries because they know where to go? What are we talking about here?

**Mr. Saras:** It is my personal experience that there are some people who probably are getting some benefits out of this. I cannot accuse anyone. I do not have anything to document my allegations or accusations.

**Senator Tkachuk:** How much money flows from these agencies? Is your total \$1 million, \$2 million, \$3 million?

**Mr. Saras:** If it is a \$1-million campaign, it is \$300,000, and that goes to two or three individual agencies. I do not think that those agencies can do this job.

**Senator Tkachuk:** Are they advertising agencies or sales agencies?

**Mr. Saras:** No.

**Senator Tkachuk:** They are straight middle people or middlemen?

La presse ethnique les sensibilise au fait que le gouvernement, au Canada, est un ami. Elle les encourage à se tailler une place, à s'intégrer, à faire fi de ce que peuvent dire le prêtre, leurs politiciens, leurs dirigeants, c'est-à-dire de rester à l'écart. Elle les incite à faire partie de la société.

**Le sénateur Tkachuk :** Il y a quelque chose que je ne comprends pas. Vous dites que certaines agences exigent une commission de 30 à 35 p. 100 du montant des des publicités du gouvernement. Pouvez-vous me donner des précisions?

**M. Saras :** J'ai ces renseignements avec moi. Le greffier pourrait en faire des copies et les distribuer. Il y a une pratique qui s'est développée au fil des ans : certaines agences privées ont vu le jour et ont décidé qu'elles allaient représenter la presse ethnique. En fait, elles ont envoyé à M. Massood une lettre qui disait que s'il voulait obtenir des publicités gouvernementales, il devait signer un formulaire qui autorisait l'agence à agir en son nom. En retour, elles s'engageaient à faire en sorte qu'il reçoive le montant demandé, montant duquel elles percevraient une commission de 30 p. 100.

Donc, sur un montant de 1 000 \$ versé par le gouvernement, elles en prendraient 300. Si le paiement était requis dans un délai d'un mois, elles exigeaient une commission de 35 p. 100, ce qui veut dire qu'il ne restait plus que 650 dollars. J'ai porté la question à l'attention du premier ministre de l'époque, M. Brian Mulroney, et j'en ai ensuite parlé avec M. Turner, M. Chrétien, à maintes et maintes reprises, et aussi avec le chef de l'opposition, l'an dernier. J'ai eu l'occasion de le rencontrer. Tout le monde semble vouloir nous aider, mais personne ne fait rien.

Santé Canada a lancé une campagne, le mois dernier. Je ne sais pas combien elle a coûté, un demi million, un million, qui sait? Cette campagne englobait les publications ethniques. Toutes celles qui ont reçu l'annonce ont versé une commission de 30 p. 100 aux agences.

**Le président :** Monsieur Saras, j'ai du mal à comprendre ce que vous essayez de dire. Êtes-vous en train de laisser entendre que des actes irréguliers sont commis? Ou encore, tout simplement, qu'il y a des gens dans le secteur privé qui sont devenus des intermédiaires, parce qu'ils savent à qui s'adresser? Où voulez-vous en venir?

**M. Saras :** D'après mon expérience personnelle, il y a certaines personnes qui tirent probablement avantage de la situation. Je ne peux pas accuser qui que ce soit, car je ne peux étayer mes allégations ou accusations.

**Le sénateur Tkachuk :** À combien s'élèvent les montants qui passent par ces agences? Un million, deux millions, trois millions?

**M. Saras :** Dans le cas d'une campagne de un million de dollars, la commission est de 300 000 \$ , et elle est versée à deux ou trois agences. À mon avis, elles ne sont pas en mesure de faire le travail.

**Le sénateur Tkachuk :** S'agit-il d'agences de publicité ou d'agences commerciales?

**M. Saras :** Non.

**Le sénateur Tkachuk :** S'agit-il d'intermédiaires?

**Mr. Saras:** Yes.

**Senator Tkachuk:** Over a year, what would be the total gross sales?

**Mr. Saras:** I do not know. That depends. As I told you, it is 30 per cent on whatever amount. From this campaign only, I would expect it to be \$200,000 or \$300,000. I met with the civil servants and we had a very heated discussion on this matter. They were trying to tell me that it happens. This campaign went only to the members who were organized with those agencies, but one of the agencies sent out a letter that said if you want to get Government of Canada advertisements, you have to sign an agreement that I will represent you and receive 30 per cent. Who gave him the right to approach these people? Mr. Massood got this letter. I received a phone call from Montreal and I told them that as the president of the industry, even if I know that my publication will die tomorrow without a penny, I will not sign. This is manipulation and I will not accept "godfathers" in this industry. As a result, I did not receive the ad.

**The Chairman:** Mr. Saras, for clarification purposes, you said this was the Government of Ontario?

**Mr. Saras:** No, Government of Canada.

**The Chairman:** I am sorry, but I still do not understand what you are saying. I do not know whether you are talking about people in the government or people in private industry. People everywhere in the world charge fat fees for government relations, not only in Canada, because government is a labyrinth and finding your way around it is difficult, and the private sector is also a labyrinth and finding your way around it can be difficult.

I do not know whether you are talking about a number of individuals or a number of agencies who are doing what middlemen do, or whether you are talking about something more serious. You give us no names; you give us no specifics. This is an extremely difficult situation for us to try to understand.

**Mr. Saras:** Yes, but also it is not my position, senator, to come here and give you names. If someone would like to entertain those facts, they will find out what is going on. We asked some members of Parliament to intervene on our behalf. We asked the department to give us a list of the publications that received this ad without subscribing to the agencies and how many within the agencies. We have not received an answer as yet.

In early September, when I received the phone call about giving them 30 per cent for a full-page advertisement, if I had said yes, I would have got two or three full pages. The way I answered him was, if I do not get a penny and I die, I still will not do it. It is a matter of ethics; it is a matter of principles. I am the president and I cannot accept this practice.

**The Chairman:** We cannot do anything with what you have said unless you tell us who made the call. What are we talking about?

**M. Saras :** Oui.

**Le sénateur Tkachuk :** Sur un an, quel serait le chiffre d'affaires brut?

**M. Saras :** Je ne le sais pas. Cela dépend. Comme je l'ai mentionné, elles touchent 30 p. 100 du montant. Pour cette campagne, je m'attends à ce qu'elles touchent 200 000 \$ ou 300 000 \$. J'ai rencontré les représentants du ministère, et nous avons eu une discussion plutôt animée. Ils ont essayé de me dire que c'était le genre de chose qui arrivait. Le contrat n'a été accordé qu'à ceux qui étaient représentés par ces agences. Or, une de celles-ci a envoyé une lettre qui disait que si on voulait des contrats de publicité du gouvernement du Canada, il fallait signer une entente avec elle et lui verser une commission de 30 p. 100. Qui lui a donné le droit de faire une telle chose? M. Massood a reçu la lettre. J'ai reçu un appel de Montréal. J'ai dit qu'en tant que président de l'industrie, même si je savais que ma publication finirait ses jours dans la déche, je ne signerais pas. C'est de la manipulation. Je n'accepte pas qu'il y ait des « parrains » dans l'industrie. Par conséquent, je n'ai pas reçu l'annonce.

**Le président :** Monsieur Saras, vous avez bien dit qu'il s'agissait du gouvernement de l'Ontario?

**M. Saras :** Non, du gouvernement du Canada.

**Le président :** Je m'excuse, mais je ne comprends toujours pas ce que vous essayez de dire. Je ne sais pas si vous faites allusion au gouvernement ou au secteur privé. Tous ceux qui s'occupent de relations gouvernementales, que ce soit au Canada ou ailleurs dans le monde, exigent des commissions généreuses, parce que l'appareil gouvernemental est un véritable labyrinthe et qu'il peut être difficile de s'y retrouver. Il en va de même pour le secteur privé.

Je ne sais pas si vous faites allusion à un groupe de personnes ou d'agences qui agissent comme intermédiaires, ou si vous faites allusion à quelque chose de beaucoup plus grave. Vous n'avez pas fourni de noms, de détails. Il est très difficile pour nous d'avoir une idée claire de la situation.

**M. Saras :** C'est vrai, mais ce n'est pas à moi, sénateur, de vous donner des noms. Si quelqu'un veut prendre le temps de vérifier ces faits, il va se rendre compte de ce qui se passe. Nous avons demandé à certains députés d'intervenir en notre nom. Nous avons demandé au ministère de nous donner une liste des publications qui ont reçu l'annonce sans passer par les agences, et combien l'ont reçue en passant par les agences. Nous n'avons pas reçu de réponse.

Au début de septembre, quand on m'a appelé pour me dire qu'il fallait que je verse une commission de 30 p. 100 en échange de l'annonce pleine page, si j'avais dit oui, j'aurais eu droit à deux ou trois pages de publicité. J'ai dit que je n'accepterais pas de signer, même si je devais mourir dans la déche. C'est une question d'éthique, de principe. Je suis le président d'une association, et je ne peux accepter une telle pratique.

**Le président :** Nous ne pouvons rien faire si nous ne savons pas qui a communiqué avec vous. De quoi s'agit-il au juste?

**Mr. Saras:** If you want more information, I believe that I will have to find out. I am not the one who makes the rules. I am the one who lives by the rules.

**The Chairman:** Perhaps when you have a proper file created you could forward it to the committee and it will be circulated to the members.

**Mr. Saras:** Yes, please. I will do that.

**The Chairman:** Thank you.

**Mr. Saras:** I can probably send you more information.

**Senator Tkachuk:** I was on the list for asking questions. I thought what he said was interesting and I want to follow this up.

**The Chairman:** It is, but —

**Senator Tkachuk:** I do understand what he is saying, I think, but I would like to get the names. My office would be most pleased to have them.

These are not advertising agencies. These are simply sales agencies, just so I have that clear?

**Mr. Saras:** Yes.

**Senator Tkachuk:** They say they are the sales agent on behalf of the government. This is not unusual, although I find the percentage that they take rather unusual.

**Mr. Saras:** Yes, I agree 100 per cent. If we had 20 publications, with 10 publications from the agent and 10 publications outside the agency receiving the ads, it would be normal.

**Senator Tkachuk:** Let us say I advertise Mercedes Benz, or I am Health Canada, it does not really matter, is there an agency I can go to that is representative of the ethnic press and say I would like to place a number of advertisements in the following ethnic press and they would handle that for me, much like the weekly newspapers association does? Do you have that?

**Mr. Saras:** The only agency that I am dealing with is the so-called agency of record. This is the company that receives the contract from the government and acts on behalf of the government in the distribution of the advertisement.

To my understanding, as a publisher, I am dealing directly with this agency, and this agency, at one point, was deducting 15 per cent. This is very understandable. However, along with the agency of record, there are now individuals. In fact, there is only one company in Montreal and one in Toronto that are approaching people and promising them that they will receive a lot of government advertisements if they give the company 30 per cent. The people, of course, think that instead of getting nothing, \$600 makes a difference, and they subscribe to this.

Public Works Canada came to me and said if there is someone to blame, it is my own people, because they cannot believe that journalists are signing such contracts. I said to them, if the

**M. Saras :** Si vous voulez plus d'informations, je vais devoir me renseigner. Je n'établis pas les règles, je les applique.

**Le président :** Vous pourriez peut-être envoyer votre dossier au comité, une fois qu'il sera prêt. Nous le distribuerons aux membres.

**M. Saras :** Oui, je vous en prie. Je vais le faire.

**Le président :** Merci.

**M. Saras :** Je peux probablement vous envoyer plus d'information.

**Le sénateur Tkachuk :** J'étais sur la liste des questionneurs. Ce qu'il a dit me paraissait intéressant et j'aimerais poursuivre dans ce sens.

**La présidente :** C'est juste, mais...

**Le sénateur Tkachuk :** Je comprends ce qu'il dit, je crois, mais j'aimerais avoir les noms. Mon bureau serait ravi de les avoir.

Ce ne sont pas des agences de publicité. Ce sont de simples agences commerciales, si j'ai bien compris?

**M. Saras :** Oui.

**Le sénateur Tkachuk :** Elles disent qu'elles sont les agences commerciales du gouvernement. Ce n'est pas inhabituel, mais je trouve que le pourcentage qu'elles demandent est plutôt inusité.

**M. Saras :** Oui, je suis tout à fait d'accord avec vous. Si nous avons 20 publications, soit 10 publications de l'agence et 10 autres de l'extérieur de l'agence qui reçoit la publicité, ce serait normal.

**Le sénateur Tkachuk :** Disons que je fais de la publicité pour Mercedes Benz ou que je suis Santé Canada, peu importe. Y a-t-il une agence qui représente la presse ethnique à qui je pourrais demander de placer un certain nombre de publicités dans certains médias ethniques et qui s'occuperait de ce placement pour moi, comme le fait la Weekly Newspapers Association? Pareille agence existe-t-elle?

**M. Saras :** La seule agence avec laquelle je traite est la soi-disant agence de coordination. Il s'agit de l'entreprise qui obtient le contrat du gouvernement et qui distribue la publicité en son nom.

Si j'ai bien compris, en tant qu'éditeur, je traite directement avec cette agence qui, à un certain moment, retenait 15 p. 100, ce qui est très compréhensible. Toutefois, parallèlement à l'agence de coordination, il y a maintenant des personnes. En fait, il n'y a qu'une seule entreprise à Montréal et une entreprise à Toronto qui font des démarches et qui promettent aux gens qu'ils recevront beaucoup de publicité du gouvernement s'ils donnent 30 p. 100 à l'entreprise. Comme il vaut mieux obtenir 600 \$ plutôt que rien du tout, alors les gens acceptent, évidemment.

Des représentants de Travaux publics Canada m'ont dit que s'il fallait blâmer quelqu'un, c'était ma propre organisation, parce qu'ils ne peuvent pas croire que des journalistes signent pareils

president of this powerful organization has been excluded because he is not subscribing to an agency, then you are cooperating with someone, and I do not know if this is legal or illegal.

**Senator Tkachuk:** You mentioned newspapers that are published in other countries and circulated here. In your brief you say that they are from a publication of Chinese origin. Are there other publications being published, outside of the Chinese newspapers, in this fashion?

**Mr. Saras:** Yes, there are other communities.

**Senator Tkachuk:** Could you tell me what they might be? Are there others?

**Mr. Saras:** I know that the *Weekly Gleaner* is published in Jamaica and is circulated in Canada. Yet, the Jamaicans are much smarter than the Chinese because they have not created a company. The same company that publishes in Jamaica publishes in Canada. They do not have a Canadian company.

This is not the case with the Chinese. The Chinese created companies in Toronto, Vancouver and Montreal. I believe they have three different offices and three different companies: The Western Canada Sing Tao, the Central Canada Sing Tao and the Quebec Sing Tao.

**Senator Tkachuk:** Do they receive government advertising?

**Mr. Saras:** To be honest with you, I do not know. I am not aware of that, but I believe that they do, because they are Canadian. The requirement to get a Canadian advertisement is to be a Canadian company. That means that if you have your company here in Canada, you are part of the Canadian industry.

I do not believe that anyone from the Government of Canada is going over to find out what exactly the message is, et cetera.

**Senator Tkachuk:** What are you saying, though?

**Mr. Saras:** We have about 15 Chinese publications in Canada, published by individuals. They die on a daily basis. They cannot sustain themselves. I do not believe that they will continue for long. No one is helping them, but yet we are financially helping publications that come from outside Canada. This is not the present government. Do not take it that this is a practice of the present government.

**Senator Tkachuk:** I did not say it was.

**Mr. Saras:** It has been the same for centuries now. There are no rules. There never were any rules. It continues with no rules.

Madam Chair, you said before that that happens with the federal government only, the Government of Canada, and I say that this is happening with every government, whether municipal, provincial or federal. Can you imagine how much money is ending up in the hands of these people for doing nothing?

**Senator Tkachuk:** Just to go back to that ethnic press issue, so that I am clear, publications that are published outside of Canada are then distributed as Canadian publications.

contrats. Je leur ai dit, si le président de cette puissante organisation a été exclu parce qu'il ne souscrit pas à une agence, alors vous coopérez avec quelqu'un, et je ne sais pas si c'est légal ou illégal.

**Le sénateur Tkachuk :** Vous avez parlé de journaux qui sont publiés dans d'autres pays et distribués ici. Dans votre exposé, vous dites qu'ils sont d'origine chinoise. À part les journaux chinois, y a-t-il d'autres publications qui sont publiées de cette façon?

**M. Saras :** Oui, il y a d'autres communautés.

**Le sénateur Tkachuk :** Pouvez-vous nous dire lesquelles? Y en a-t-il d'autres?

**M. Saras :** Je sais que le *Weekly Gleaner* est publié en Jamaïque et distribué au Canada. Or, les Jamaïcains sont beaucoup plus futés que les Chinois, parce qu'ils n'ont pas créé d'entreprise. L'entreprise qui publie en Jamaïque est la même qui publie au Canada. Il n'y a pas d'entreprise canadienne.

C'est différent dans le cas des Chinois. Ces derniers ont mis sur pied des entreprises à Toronto, à Vancouver et à Montréal. Je crois qu'ils ont trois bureaux différents et trois entreprises différentes : le Sing Tao de l'Ouest canadien, le Sing Tao du Canada central et le Sing Tao du Québec.

**Le sénateur Tkachuk :** Reçoivent-elles de la publicité du gouvernement?

**M. Saras :** À dire vrai, je ne sais pas. Je ne suis pas au courant de cela, mais je crois que oui, parce que ce sont des entreprises canadiennes. C'est l'exigence qu'il faut satisfaire pour obtenir une publicité canadienne. Cela signifie que si vous avez une entreprise ici au Canada, vous faites partie de l'industrie canadienne.

Je ne crois pas que quelqu'un du gouvernement canadien parcourt les journaux pour savoir quel message est véhiculé, et cetera.

**Le sénateur Tkachuk :** Que dites-vous?

**M. Saras :** Il y a environ 15 publications chinoises au Canada, qui sont publiées par des particuliers. On les voit disparaître tous les jours. Elles ne peuvent s'autofinancer. Je ne crois pas qu'elles vont tenir le coup encore longtemps. Personne ne les aide, mais on accorde une aide financière aux publications qui viennent de l'étranger. Ce n'est pas à cause du gouvernement actuel. Il ne faut pas croire qu'il s'agit d'une pratique du gouvernement actuel.

**Le sénateur Tkachuk :** Je n'ai pas dit cela.

**M. Saras :** C'est comme ça depuis toujours. Il n'y a pas de règles. Il n'y en a jamais eu et il n'y en a toujours pas.

Madame la présidente, vous avez dit auparavant que cette pratique se voit seulement au sein du gouvernement fédéral, du gouvernement du Canada, mais je dis que la chose est répandue dans tous les gouvernements, que ce soit au palier municipal, provincial ou fédéral. Pouvez-vous imaginer combien d'argent ces gens reçoivent à ne rien faire?

**Le sénateur Tkachuk :** Pour revenir à la question de la presse ethnique, pour que la chose soit claire, des publications qui sont publiées à l'extérieur du Canada sont ensuite distribuées comme des publications canadiennes.

**Mr. Saras:** Yes. They put four pages on the front.

**Senator Tkachuk:** Like *Time* magazine.

**Mr. Saras:** That is right.

**Senator Tkachuk:** Is there anything wrong with that? What is the problem with that?

**Mr. Saras:** It is the culture we create.

**Senator Tkachuk:** Is there a difference between Al-Jazeera being available on TV and one of these publications?

**Mr. Saras:** No. The message is almost the same.

**The Chairman:** Senators, we are running late. I still have Senator Trenholme Counsell and Senator Chaput on the list. I will ask both the questioners and the respondents to be succinct, please.

**Senator Trenholme Counsell:** Thank you for a very illuminating and important presentation this morning. I think I understand most of it. However, I have three questions to put, after which you can answer them individually.

First, I am still not sure whether individual papers or groups of papers — let us say one person owns several papers, which I expect is the case — have been refused in terms of going directly to government, Health Canada or whatever it might be, for advertising, or whether you have become beholden through, maybe, very insidious ways to the middle people you have described.

Second, I know that when new Canadians come to our country, in many places there are seminars, conferences, one-on-one sessions, all kinds of orientation programs available. I am wondering if this same assistance has been offered to the small ethnic papers in terms of advice regarding publications, budgets and advertising. My impression from listening to you is that you are not really availing yourself sufficiently of advertising dollars in your community from people who could well afford to advertise and should advertise in your papers.

Third, could you indicate three things that we might be able to think about and, perhaps, come up with answers? What would your three priorities be in terms of your presentation to us this morning?

**Mr. Saras:** With regard to the editorial of the publication, there are provisions in Canadian Heritage for the small magazines, Canadian magazines, to get direct financial help for editorials, to retain editorial writers. Those provisions do not apply to us. We went down there and asked them. *Maclean's* receives probably \$7 million or \$8 million every year to sustain operations.

**Senator Trenholme Counsell:** I am talking about newspapers now.

**Mr. Saras:** But it is the same thing.

**Senator Trenholme Counsell:** Yes and no.

**M. Saras :** Oui. On met quatre pages sur le dessus.

**Le sénateur Tkachuk :** Comme le magazine *Time*.

**M. Saras :** Exactement.

**Le sénateur Tkachuk :** Qu'y a-t-il de mal à cela? Quel est le problème?

**M. Saras :** C'est la culture que nous créons.

**Le sénateur Tkachuk :** Y a-t-il une différence entre la diffusion d'Al-Jazira et une de ces publications?

**M. Saras :** Non. Le message est pratiquement le même.

**La présidente :** Mesdames et messieurs les sénateurs, il se fait tard. J'ai encore le sénateur Trenholme Counsell et le sénateur Chaput sur ma liste. Je demanderais aux questionneurs et aux répondants d'être brefs.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Merci de nous avoir présenté cet exposé très éclairant et important ce matin. Je crois que je comprends presque tout. Toutefois, j'ai trois questions à poser, auxquelles vous pourrez répondre par la suite.

D'abord, je ne suis pas encore certaine si on a empêché les journaux individuels ou les groupes de journaux — disons qu'une personne est propriétaire de plusieurs journaux, ce qui est probablement le cas — d'accéder directement au gouvernement, à Santé Canada, ou peu importe, pour obtenir de la publicité, ou si vous êtes devenus, peut-être par des moyens très insidieux, à la merci des intermédiaires que vous avez décrits.

Deuxièmement, lorsque de nouveaux Canadiens arrivent au pays, je sais que des colloques, des conférences, des rencontres individuelles et toutes sortes de programmes d'orientation leur sont offerts à de nombreux endroits. Je me demande si une aide semblable est offerte aux petits journaux ethniques pour qu'ils puissent bénéficier de conseils concernant les publications, les budgets et la publicité. En vous écoutant parler, j'ai l'impression que vous n'utilisez pas vraiment l'argent qui se trouve dans votre communauté, l'argent des personnes qui pourraient bien se permettre de s'annoncer et qui devraient s'annoncer dans vos journaux.

Troisièmement, pouvez-vous nous indiquer trois aspects sur lesquels nous pourrions réfléchir et, peut-être, trouver des solutions? Quelles seraient les trois priorités qui ressortent de votre exposé de ce matin?

**M. Saras :** Concernant l'éditorial, Patrimoine canadien a prévu des dispositions pour les petits magazines, les magazines canadiens, afin qu'ils obtiennent une aide financière directe pour les éditoriaux, pour conserver des éditorialistes. Ces dispositions ne s'appliquent pas à nous. Nous avons posé des questions aux responsables. *Maclean's* reçoit probablement 7 ou 8 millions de dollars chaque année pour soutenir ses opérations.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Je parle des journaux maintenant.

**M. Saras :** Mais c'est la même chose.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Oui et non.

**Mr. Saras:** Most of us are weekly papers. I do not believe that we have dailies. There are very few dailies. To be a daily, you have to be sustained financially from some other source, either Al-Jazeera or someone else.

My problem is that a Canadian magazine such as *Maclean's* is receiving \$7 million to \$8 million every year in direct help. I am not getting one penny because we do not comply directly with the rules. What are the rules? In order to be considered a magazine, you have to have the whole front page taken up with a picture and not an editorial. We are publishing with pictures, and we start editorials from there and we move back. That was rejected. It is a technicality that kills the publication.

**Senator Trenholme Counsell:** Put the picture there.

**Mr. Saras:** The other technicality, of course, is the fact that you do not have 50 per cent of your circulation via subscriptions. I am circulating all over Canada, here and in Toronto and Montreal — 45,000 copies. How can I send out 22,000 subscriptions for \$3 per copy? There are a few things, technicalities, of course, that keep you out. This is the main problem.

I forgot, to be honest with you, the first part of your question, senator.

**Senator Trenholme Counsell:** Whether individual papers, weeklies, have tried on their own to access advertising dollars from places such as Health Canada and have been refused.

**Mr. Saras:** When I saw the advertisements, I myself called the agency and asked them why I and some other papers had been excluded. They told me it was because the new agency of record did not receive information from the old agency of record, which was the one in Montreal. I asked the Prime Minister's Office. I even went there, and I told them that this is unacceptable. They said, "Okay, go to speak with them or whatever." I spent one day there. I came from Toronto. To be honest with you, senator, I am sick. I recently had a heart operation with four bypasses. According to my doctors, I should not leave my house, but I travelled five hours to come here and five hours to go home, risking my life, because that was an important matter. I spent one day there. We decided that they would give me the questionnaire, I would send the questionnaire to my members, and then I would send the information back to them. Five hours later, when I got back to Toronto, they had changed their minds. They said, "No, no, you submit the list, and we will send the questionnaire." I do not know.

**Senator Trenholme Counsell:** My last question was very pointed, but perhaps it is the way I think. Do you have a list of priorities, very briefly?

**Mr. Saras:** Yes.

**Senator Trenholme Counsell:** What are the top three?

**M. Saras :** Nous sommes, pour la plupart, des journaux hebdomadaires. Je ne crois pas que nous avons des quotidiens. Il y en a très peu. Pour pouvoir publier tous les jours, vous devez recevoir une aide financière d'une autre source, que ce soit Al-Jazira ou quelqu'un d'autre.

Ce que je déplore, c'est qu'un magazine canadien comme *Maclean's* reçoit une aide directe de 7 à 8 millions de dollars par année. Nous ne recevons pas un sou, parce que nous ne sommes pas tout à fait conformes aux règles. Quelles sont les règles? Pour être considéré comme un magazine, il faut qu'une image, et non un éditorial, occupe toute la page couverture. Nous publions des images et nos éditoriaux commencent à cet endroit et se poursuivent plus loin. Cette idée a été rejetée. C'est un détail technique qui tue la publication.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Placez l'image à cet endroit.

**M. Saras :** Autre détail technique, vous ne vendez pas la moitié de votre tirage par abonnement. Je distribue partout au Canada, ici, à Toronto et à Montréal — 45 000 copies. Comment pourrais-je envoyer 22 000 publications à des abonnés, à 3 \$ la copie? Il y a certaines choses, des détails techniques, évidemment, qui vous paralysent. C'est là le principal problème.

Pour vous dire franchement, j'ai oublié la première partie de votre question, madame le sénateur.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Si des journaux individuels, des hebdomadaires, ont tenté par eux-mêmes d'obtenir de la publicité auprès de certains organismes, comme Santé Canada, et se sont vu refuser cet accès.

**M. Saras :** Lorsque j'ai vu les annonces, j'ai appelé l'agence moi-même pour savoir pourquoi moi et d'autres journaux avaient été exclus. On m'a répondu que la nouvelle agence de coordination n'avait pas reçu l'information de l'ancienne agence, qui se trouvait à Montréal. Je me suis adressé au Bureau du premier ministre. J'y suis même allé pour dire que c'est inacceptable. On m'a dit « D'accord, allez leur en parler. » J'ai passé toute une journée là-bas. Je viens de Toronto. Je dois vous dire, madame le sénateur, que je suis malade. J'ai subi récemment un quadruple pontage coronarien. Selon mes médecins, je devrais rester à la maison, mais j'ai voyagé pendant cinq heures pour venir ici et cinq heures encore pour retourner chez moi; j'ai mis ma vie en danger, parce que c'était une question importante. J'ai passé une journée à cet endroit. Nous avons convenu que je recevrais le questionnaire, que j'enverrais le questionnaire à mes membres et que je retournerais l'information. Cinq heures plus tard, lorsque je suis revenu à Toronto, ces gens avaient changé d'idée. Ils m'ont dit « Non, vous nous soumettez la liste et nous enverrons le questionnaire. » Je n'y comprends rien.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Ma dernière question était très pointue, mais c'est peut-être la façon dont je pense. Avez-vous une liste de priorités, très brièvement?

**M. Saras :** Oui.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Quelles sont vos trois premières priorités?

**Mr. Saras:** This is something we want to ask this committee to help us with.

First — and this must be done — is the elimination of GST. The GST is killing us. We do not receive GST. If I tell one of my advertisers from private industry that I must charge him 7 per cent, he will be very upset. We do not receive GST, but we pay GST.

As a matter of fact, we do not pay PST. The Province of Ontario does not charge us PST. We have been excluded from the PST. We want the same thing from the federal government. It is not a large amount of money for the government. It will not be losing millions of dollars, but it would help us to eliminate the paperwork. I do not think that we are talking about more than a few hundred dollars or a few thousand dollars every year.

**Senator Trenholme Counsell:** What is the second point?

**Mr. Saras:** The other thing is that we want — and this is a must — to get help for the members of the industry. We will pay \$200 or \$300 every year to a special account that you will create, and, as it does with the rest of industry, the government will match this amount equally or whatever, so that when we reach the age of 65 we will get something, a penny, and be proud before our children and our grandchildren, in that we have done something in our lives that has been recognized. Every member of every industry pays \$200 to \$300 per year and gets a retirement pension. By the time I get out, I will probably have to accept the minimum of \$600 or whatever. Why? I have spent all my life at this.

**Senator Trenholme Counsell:** What is your number three?

**Mr. Saras:** The third one is that we want the government to step in to eliminate every agency so that we can deal directly with the government advertisement agency.

If you will allow me a fourth one, at least 10 per cent of the yearly budget of the government for advertising government programs should be given to the ethnic press.

**The Chairman:** You did make that point in your earlier testimony.

[*Translation*]

**Senator Chaput:** The situation that you describe is comparable to the one that regional minority francophone community newspapers are currently experiencing. We are both members of minority communities. I am a francophone from Western Canada. I well acquainted with the situation you have described, such as the funding shortfall that ensued when the government stopped buying advertising. You claim to represent small publications. However, did you know that there is in fact a Canadian association that represents small francophone newspapers?

**M. Saras :** C'est à ce chapitre que nous demandons l'aide du comité.

D'abord, il faut éliminer la TPS, et cette mesure est essentielle. La TPS nous tue. Nous ne percevons pas de TPS. Si je disais à un de mes annonceurs du secteur privé que je dois percevoir une taxe de 7 p. 100, il serait bien embêté. Nous ne percevons pas de TPS, mais nous devons la payer.

En fait, nous ne payons pas de TVP. La province de l'Ontario nous a exclu de la TVP et nous n'avons pas à la payer. Nous voulons que le gouvernement fédéral fasse de même. Ce n'est pas une somme d'argent importante pour le gouvernement. Cette mesure ne lui fera pas perdre des millions de dollars, mais nous aiderait à éliminer la paperasse. Nous parlons de quelques centaines ou quelques milliers de dollars par année.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Quelle est votre deuxième priorité?

**M. Saras :** Nous voulons — et c'est essentiel — obtenir de l'aide pour les membres de l'industrie. Nous verserons 200 ou 300 \$ chaque année dans un compte spécial que vous allez créer, comme on le fait ailleurs dans l'industrie; le gouvernement y versera une somme égale ou autre, si bien qu'à 65 ans, nous recevrons quelque chose, un sou, et nous pourrons dire avec fierté à nos enfants et à nos petits-enfants que nous avons fait quelque chose dans nos vies qui a été reconnue. Chaque membre de chaque secteur verse de 200 à 300 \$ par année et reçoit une rente de retraite. Lorsque je prendrai ma retraite, je devrai probablement accepter la somme minimale de 600 \$ ou peu importe. Pourquoi? J'ai passé toute ma vie dans ce métier.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Quelle est votre priorité numéro trois?

**M. Saras :** Troisièmement, nous voulons que le gouvernement élimine toutes les agences pour que nous puissions traiter directement avec l'agence de publicité du gouvernement.

Si vous me permettez une quatrième priorité, je dirais qu'au moins 10 p. 100 du budget annuel que le gouvernement consacre à ses programmes de publicité devraient être donnés à la presse ethnique.

**La présidente :** Vous avez fait valoir ce point dans votre témoignage.

[*Français*]

**Le sénateur Chaput :** La situation que vous nous décrivez se compare à celle que vivent les journaux régionaux des communautés francophones minoritaires. Vous et moi faisons partie de communautés minoritaires; je suis une francophone de l'Ouest du Canada. Je connais bien la situation que vous décrivez, tel le manque d'appuis financiers lorsque le gouvernement a cessé d'acheter des pages publicitaires. Vous dites représenter de petites publications, mais savez-vous qu'il existe une association canadienne qui représente les petits journaux francophones?

Since small English and French media find themselves in a comparable situation today, have you made any effort to voice your concerns and make recommendations to this association? Have you ever worked together in the past?

[English]

**Mr. Saras:** Senator, we have some members of the francophone media in Toronto, such as Dominique Leval, who represents *Le Métropolitain* magazine. She is one of our vice-presidents and the French-speaking member of the board. We also have other publications.

Let me tell you that there exists another association of francophone publications outside Quebec. We have good relations with them.

Our main concern is the fact that we call ourselves ethnic media. If we were to include a francophone publication, then the main question is: how, given the linguistic duality, can one of them be considered ethnic media? They are part of the Canadian mainstream media. This is the main thing, but we try, within the parameters of our ability, to cover those things. I can assure you that we are working together very well.

**The Chairman:** Thank you so much, gentlemen.

I will ask you to send us a number of things. Take notes, please. We would like a list of your members and of your officers, your board of directors; any data that you have about the readership and circulation of ethnic media; and if we are talking about circulation, obviously we need to specify — this is the classic categorization — paid or freely distributed circulation; anything you have on that. I am not asking you to pay money for special studies for us, but any material you have would be extremely useful to us.

**Mr. Saras:** We have that information. It is easy to provide.

**The Chairman:** Next, we would like a list of the criteria that you said you had been given for qualifying for government advertising. Next, we would like a sample of the standard contract. I assume there is such a thing for government advertisements.

**Mr. Saras:** Yes, there is. We do not have that. I will ask the agency of record to send me a copy.

**The Chairman:** You can send directly to us the name of the agency of record. You said there was a letter that Mr. Massood received. We would like a copy of that.

We would like documentation about the person or persons with whom you spoke on the telephone in connection with the commission. We would like a written explanation of your understanding of what that person said to you.

Puisque la situation actuelle que vivent les petits médias anglais et français se compare, avez-vous tenté de partager vos inquiétudes et vos recommandations avec cette association? Avez-vous déjà travaillé ensemble?

[Traduction]

**M. Saras :** Madame le sénateur, nous avons quelques membres des médias francophones à Toronto, dont Dominique Leval, qui représente le magazine *Le Métropolitain*. Elle est l'une de nos vice-présidentes et le membre francophone du conseil d'administration. Nous avons aussi d'autres publications.

Permettez-moi de vous dire qu'il existe une autre association de publications francophones à l'extérieur du Québec, avec laquelle nous entretenons de bonnes relations.

Ce qui nous préoccupe le plus, c'est que nous disons nous-mêmes que nous sommes des médias ethniques. Si nous devons inclure une publication francophone, il faudrait alors se poser la question suivante : compte tenu de la dualité linguistique, comment une publication francophone peut-elle être considérée comme un média ethnique? Ces publications font partie des médias canadiens grand public. Voilà le principal problème, mais nous tentons, dans les limites de notre capacité, de voir à ces choses. Je peux vous assurer que nous travaillons en très bonne collaboration.

**La présidente :** Merci beaucoup, messieurs.

Je vous demanderais de nous envoyer un certain nombre de documents. Je vous prie d'en prendre note. Nous aimerions obtenir une liste de vos membres et de vos dirigeants, des membres de votre conseil d'administration; toutes les données dont vous disposez sur le lectorat et la distribution des médias ethniques; et si nous parlons de distribution, il faut évidemment spécifier — c'est la catégorisation classique — s'il s'agit de publications payantes ou gratuites; tout ce que vous avez à ce sujet. Je ne vous demande pas de dépenser pour mener des études spéciales pour nous, mais il nous serait extrêmement utile d'avoir toutes les données dont vous disposez.

**M. Saras :** Nous avons cette information. Ce sera facile de vous la fournir.

**La présidente :** Par ailleurs, nous aimerions obtenir la liste des critères d'admissibilité à la publicité du gouvernement, qu'on vous aurait remise. Ensuite, nous aimerions avoir un modèle du contrat standard. Je présume que pareil modèle existe pour la publicité du gouvernement.

**M. Saras :** Oui, effectivement. Nous n'en avons pas. Je demanderai à l'agence de coordination de m'en envoyer une copie.

**La présidente :** Vous pouvez nous envoyer directement le nom de l'agence de coordination. Vous avez aussi parlé d'une lettre qu'a reçue M. Massood. Nous aimerions en obtenir une copie.

Nous aimerions obtenir de la documentation concernant la personne ou les personnes avec lesquelles vous vous êtes entretenu au téléphone au sujet de la commission. Nous aimerions que vous nous expliquiez par écrit ce que cette personne vous a dit.

Please provide all of that, obviously, as soon as possible, gentlemen.

**Mr. Saras:** I will do that.

**The Chairman:** You are journalists. You understand deadlines.

**Mr. Saras:** We will go to Toronto. In two days you will have all that information.

I want to make myself clear. In that conversation with Public Works Canada, present was a member of the Privy Council Office, of the Prime Minister's Office.

**The Chairman:** We need you to write down your account of what happened. We will then be able to consider it and we will be grateful to you for having provided it.

**Mr. Saras:** Thank you. I will do that. You have my promise.

**The Chairman:** Thank you very much, Mr. Saras and Mr. Massood. We are grateful to you for having come to us this morning.

We shall now go into an in camera session, which means that members of the public will be asked to leave the room. Only senators and staff will remain.

**Mr. Saras:** I thank all the members of the Senate, and offer my apologies; I did not mean to create any political problems here.

**The Chairman:** To use an old political word, it is specificity that is helpful.

Thank you. We will suspend the meeting for a few moments, senators.

The committee continued in camera.

---

OTTAWA, Wednesday, November 17, 2004

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 6:22 p.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** Welcome to this session of the Standing Senate Committee on Transport and Communications and the public hearings on the state of the Canadian news media. Our first witnesses this evening are from the Canadian Federation of University Women, which was established in 1919 and represents approximately 10,000 women in Canada.

Ms. Russell, please proceed.

Nous vous prions de nous fournir tous ces documents, évidemment, le plus tôt possible, messieurs.

**M. Saras :** Je le ferai.

**La présidente :** Vous êtes des journalistes. Vous savez ce que sont les délais.

**M. Saras :** Nous irons à Toronto. Dans deux jours, vous aurez toute cette information.

Je veux qu'on me comprenne bien. Un membre du Bureau du Conseil privé, du Bureau du premier ministre assistait à cet entretien avec Travaux publics Canada.

**La présidente :** Nous avons besoin d'un compte rendu écrit de ce qui s'est passé. Nous serons alors en mesure d'examiner tout cela et nous vous serons reconnaissants de nous avoir fourni cette information.

**M. Saras :** Merci. Je le ferai. Je vous le promets.

**La présidente :** Merci beaucoup, monsieur Saras et monsieur Massood. Nous vous sommes reconnaissants d'être venus nous rencontrer ce matin.

Nous devons maintenant poursuivre notre réunion à huis clos, ce qui signifie que les membres du public devront quitter la salle. Seuls les sénateurs et le personnel resteront.

**M. Saras :** Je remercie tous les sénateurs et je vous présente mes excuses; je ne voulais pas créer de problèmes politiques ici.

**La présidente :** Pour utiliser un vieux terme politique, c'est la spécificité qui est utile.

Merci. Nous allons suspendre nos travaux pour quelques instants, mesdames et messieurs les sénateurs.

Le comité poursuit sa réunion à huis clos.

---

OTTAWA, le mercredi 17 novembre 2004

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 22, afin d'examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente :** Bienvenue à cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications, et aux audiences publiques sur l'état des médias d'information au Canada. Nos premiers témoins à comparaître ce matin font partie de la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités, qui a été établie en 1919 et qui représente environ 10 000 femmes au Canada.

Madame Russell, allez-y.

**Ms. Susan Russell, Executive Director, Canadian Federation of University Women:** It is a pleasure to be here. Thank you for the opportunity to appear before the committee to submit this report in respect of the current state of the Canadian media industries. The Canadian Federation of University Women, CFUW, is the largest of 78 national affiliates of the International Federation of University Women. The CFUW is a women's equality-seeking group that represents approximately 10,000 women university graduates from all disciplines in Canada. Members are active in public affairs, working to raise the social, economic and legal status of women; to seek improved education and environment; and for peace, justice and human rights. CFUW monitors legislation and current issues, takes action on issues of national concern and promotes awareness of existing policies. It is a non-governmental, non-partisan, non-profit, self-funded organization with special consultative status with the United Nations Commission on the Status of Women. As a member of the International Federation of University Women, CFUW has links to other UN agencies and is represented at UNESCO at the committee on education at the Canadian sub-commission to UNESCO. Members of the CFUW address concerns through consideration of resolutions that are extensively researched and debated by members across the country and that become policy when passed at annual general meetings. This presentation will address media rights and responsibilities as they are described in CFUW policy.

**Ms. Sheila Clarke, Director of Legislation, Canadian Federation of University Women:** It is a privilege to be here and to live in a country where groups from across the country can come and speak with government. It means a great deal to us to be here. Senators have our background brief. Allow me to clarify that my presentation this evening was written by the president of the CFUW. The background brief is research for your information.

The CFUW believes that the Canadian identity may be threatened by current trends toward media monopolies; by possible growing foreign ownership of Canadian media; by cuts to publicly funded media, namely the CBC; and by insufficient protection of copyright for authors, photographers and journalists in Canada. The CFUW is concerned as well about increasing pressures on the Canadian publishing industry. I will address these issues, as stated in the CFUW policies.

We have been following the transcripts of the committee and its interim report for a long time. I was most interested to note that we are one of the few groups who have come without direct connection to the industry. The current concentration on issues of media rights and responsibilities is intense at government levels.

**Mme Susan Russell, directrice générale, Fédération canadienne des femmes diplômées des universités :** Il me fait plaisir d'être ici aujourd'hui. Nous vous remercions de nous permettre de comparaître et de présenter ce rapport sur la situation actuelle des industries canadiennes et des médias. La Fédération canadienne des femmes diplômées des universités, la FCFDU, est la plus importante des 78 organisations qui composent la Fédération internationale des femmes diplômées des universités. La FCFDU est un groupement visant l'égalité des femmes qui représente environ 10 000 femmes diplômées des universités au Canada, qui proviennent de toutes les disciplines. Les membres participent activement aux affaires publiques, notamment dans le but d'améliorer la situation socioéconomique et juridique des femmes et de faire progresser les dossiers liés à l'éducation, l'environnement, la paix, la justice et les droits de la personne. La FCFDU surveille la législation et les questions actuelles, intervient sur les questions internationales et travaille à faire connaître ses politiques. Il s'agit d'une organisation non gouvernementale, non partisane, sans but lucratif, qui s'autofinance et qui est doté d'un statut consultatif spécial auprès de la Commission de la condition de la femme de l'Organisation des Nations Unies. À titre de membre de la Fédération internationale des femmes diplômées des universités, la FCFDU a des liens avec d'autres organisations des Nations Unies et est représentée à l'UNESCO, au Comité sur l'éducation et au Sous-comité canadien de l'UNESCO. Les membres de la FCFDU cherchent à réagir aux préoccupations en présentant des résolutions qui font l'objet de recherches et de discussions intensives dans tout le pays et qui deviennent des politiques lorsqu'elles sont adoptées lors de l'assemblée générale annuelle. Cette présentation traite donc des droits et des responsabilités des médias, tels qu'ils sont définis par la politique de la FCFDU.

**Mme Sheila Clarke, directrice, législation, Fédération canadienne des femmes diplômées des universités :** Je suis privilégiée d'être ici et de vivre dans un pays où les groupes de partout au pays peuvent venir s'adresser au gouvernement. Cela est très important pour nous d'être ici. Les sénateurs ont en main nos documents de référence. Permettez-moi de préciser que la présentation que je fais ce soir a été rédigée par la présidente de la FCFDU. Le document de référence contient tous les renseignements nécessaires.

La FCFDU croit que l'identité canadienne pourrait être menacée par les tendances actuelles à la monopolisation des médias, par l'éventualité grandissante de la propriété étrangère dans les médias canadiens, qui menacent les médias publics, par exemple Radio-Canada, et par l'insuffisance de la protection accordée aux droits d'auteur des écrivains, des radiodiffuseurs, des photographes et des journalistes au Canada. La FCFDU s'inquiète des pressions accrues sur l'industrie de la publicité canadienne. Je traiterai de ces questions telles qu'elles sont décrites dans les politiques de la FCFDU.

Nous avons consulté les transcriptions du comité et son rapport intérimaire depuis un certain moment. J'ai été surprise du fait que nous étions l'un des rares groupes sans liens directs avec l'industrie à avoir présenté un témoignage. Les questions relatives aux droits des médias et leurs responsabilités sont importantes

You are the third committee to address it in a recent time period. This clearly indicates an important area of debate that will inform the very definition of our country.

The real question is: What path do Canadians wish to follow in preserving their cultural identity? Issues of Canadian ownership of communication sources, including Canadian publishing, have been well covered by the Heritage Canada report; by "Ownership by Canadians," a discussion paper; and by the report from Industry Canada. The first two of those tended to address media rights and responsibilities in terms of Canadian culture and identity. The third one tended to address it in terms of economic development. We hope that they are not completely divergent.

I will begin with the effect of monopolies. I would like to refer to our use of the word "monopolies" in our policy. The current lingo is to use the term "convergence." I would call senators' attention to an article by Dr. Rich Gordon from Northwestern University in Illinois, a journalism professor. He wrote a detailed and excellent review of the word "convergence" and what it means. It has become widely used with a multiplicity of meanings.

**The Chairman:** Ms. Clarke, could you give that specific reference to the clerk of the committee before you leave?

**Ms. Clarke:** I will do that. Media technology is one area where that term is used in convergence of modes. We are familiar with that in terms of convergence of email, Internet, television, broadcast, cable, et cetera.

The other use, in terms of media organizations, is with regard to ownership, to tactical marketing, revenue enhancement, information gathering and presentation. In this sense, the term tends to be mean monopolies and this is the sense of the term we will use primarily.

I will read our resolutions as I go, to integrate them into our background information. With regard to monopolies:

Resolved, That the Canadian Federation of University Women (CFUW) urge the Government of Canada to amend the Competition Act with regard to media industry business practices in Canada, in particular, Section 79 (1) (a) of the Act, where, by changing the word "may" to "shall" the Act would prohibit monopolies:

Resolved, That the Canadian Federation of University Women study the effects of concentration of ownership in the mass media and take further action, if necessary, to safeguard diversity and freedom of expression in the Canadian press.

pour les gouvernements. Vous êtes le troisième comité à s'être penché sur cette question dernièrement. Cela indique clairement que c'est un dossier important qui aura des effets directs sur la définition de notre pays.

La vraie question est la suivante : quelle voie les Canadiens désirent-ils emprunter tout en préservant leur identité culturelle? Les questions de la propriété canadienne des sources de communication, y compris l'édition au Canada, ont été bien débattues dans le rapport de Patrimoine Canada; dans le document de travail intitulé « Ownership by Canadians »; et dans le rapport d'Industrie Canada. Les deux premiers documents visaient surtout les droits et les responsabilités des médias par rapport à la culture et à l'identité canadienne. Le dernier document abordait le sujet par rapport au développement économique. Nous espérons que ces deux éléments ne seront pas complètement séparés.

Je vais commencer par parler de l'effet des monopoles. J'aimerais préciser quelque chose au sujet du terme « monopole » qui est utilisé dans notre politique. La mode actuelle est d'utiliser le terme « convergence ». J'aimerais attirer l'attention des sénateurs sur un article rédigé par Rich Gordon, un professeur de journalisme de la Northwestern University, en Illinois. Il a fait un article détaillé et excellent au sujet du mot « convergence » et sa signification. Ce terme est devenu très utilisé et possède divers sens.

**La présidente :** Madame Clarke, pourriez-vous donner au greffier la référence précise avant de quitter?

**Mme Clarke :** D'accord. La technologie des médias est un domaine où l'on utilise ce terme pour parler de convergence de modes. Nous connaissons bien la signification du terme convergence lorsqu'il s'applique au courriel, à l'Internet, à la télévision, à la radiodiffusion, à la câblodistribution, etc.

L'autre utilisation du terme, qui relève l'organisation des médias, se rapporte à la propriété, au marketing tactique, à l'accroissement des recettes ainsi qu'à la collecte et la présentation de l'information. Dans ce sens, le terme signifie plutôt monopole, et c'est ce sens que nous utilisons.

Je vais lire nos résolutions au fur et à mesure afin de les intégrer à notre présentation. Sur la question des monopoles :

Il est décidé que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités insiste auprès du gouvernement du Canada pour qu'il modifie les dispositions de la Loi sur la concurrence régissant les pratiques commerciales de l'industrie de la presse écrite et électronique au Canada, en particulier celles figurant à l'alinéa 79(1)a) de la loi, en remplaçant le mot « peut » par le mot « devrait ». Ce faisant, la loi interdirait la constitution de monopoles;

Il est décidé que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités étudie les répercussions de la fusion des entreprises dans le domaine des médias de masse et prenne des mesures additionnelles, s'il le faut, pour préserver la diversité des opinions et la liberté d'expression au sein de la presse canadienne.

I would note that we are drawing on policy from 1997 and applying it because at that time we watched the growing tendency toward media amalgamation with concern. Our concern has not diminished. As media corporations have amassed newspapers, magazines, radio stations and television networks, economies of centralized operations, staffing efficiency, decreased delivery costs and improved advertising coverage have taken place, all of which in today's lexicon are considered to be sound business principles. Dr. Dwayne Winseck of Carleton University writes that:

As a result of these changes Canadians now have one of the most consolidated media systems in the developed world and an unrivalled scale of cross-media ownership. In an amazingly short period of time, cross-media ownership has gone from being the exception to the norm.

When media businesses seek these financial opportunities, it is important to consider how these actions may affect independence of thought, protect copyright of Canadian contributors and preserve Canadian culture and values in the media.

CFUW questions the value of unprecedented amalgamation of companies to the people of Canada, who desire a free, independent and diverse press as guaranteed by the Charter of Rights and Freedoms. Also, this relates to questions of foreign ownership that have been posed by some as an answer to the current concentration of ownership. CFUW notes that the Broadcasting Act states that:

the Canadian broadcasting system shall be effectively owned and controlled by Canadians...no broadcasting licence maybe be issued, and no amendments or renewals thereof may be granted, to an applicant that is non-Canadian.

The broadcast licence owner, also in terms of foreign ownership, is limited to 20 per cent.

CFUW concurs with the Peter Murdoch quote that "he who owns the messenger controls the message." More extensive foreign ownership of the broadcast section raises the question of whose news Canadians will hear. Surely we must ask ourselves: Will it be our news and our interpretation?

We further question whether companies in other countries who might come to gain control of our media would themselves be immune to forces of convergence or of monopoly development.

Another policy of CFUW relates to the issues of Canadian ownership of the publishing industry in Canada and support of Canadian publishers. One might note with regard to this that this is a committee concentrating on media and that previous work has been done on book publishing. However, it has become

Je précise que nous utilisons une politique de 1997, car à cette époque, nous avons été témoins de la tendance grandissante de la concentration des médias, ce qui nous préoccupait. Nos préoccupations n'ont pas diminué. À mesure que les entreprises de médias ont acquis des journaux, des revues, des réseaux de radio et de télédiffusion, elles ont réalisé des économies d'exploitation grâce à la centralisation, amélioré l'efficacité du personnel, abaissé les coûts de livraison et amélioré la couverture publicitaire, bref, elles ont mis en œuvre tout ce qui est aujourd'hui considéré comme de saines pratiques commerciales. M. Dwayne Winseck, de l'Université Carleton, a écrit ceci :

En raison de ces changements, les Canadiens possèdent maintenant l'un des réseaux médiatiques les plus intégrés dans les pays développés et un éventail sans pareil de propriétés multimédias. Dans un laps de temps étonnamment court, la propriété multimédia est devenu la norme au lieu de l'exception.

Comme les entreprises de radiodiffusion cherchent à profiter des occasions de développement économique, il importe de considérer comment ces activités peuvent affecter la liberté de pensée, afin de protéger le droit des auteurs et des autres contributeurs canadiens et de préserver la culture et les valeurs canadiennes dans les médias.

La FCFDU met en doute la valeur de la multiplication sans précédent des fusions d'entreprises pour les Canadiens qui désirent une presse libre, indépendante et diversifiée, comme le garantit la Charte des droits et libertés. Cela pose aussi la question de la propriété étrangère, qui est considérée par certains comme une réponse à la concentration de propriété. La FCFDU souligne le passage suivant de la Loi sur la radiodiffusion :

Le système canadien de radiodiffusion doit être, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle... et il est ordonné au conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes de ne pas délivrer de licence de radiodiffusion ni d'accorder de modifications ou de renouvellement de telles licences aux demandeurs qui ne sont pas Canadiens.

Le détenteur d'une licence de radiodiffusion, en ce qui a trait à la propriété étrangère, est limité à 20 p. 100.

La FCFDU croit, tout comme Peter Murdoch, que « ceux qui possèdent les médiums sont ceux qui contrôlent le message ». La propriété étrangère accrue en matière de radiodiffusion a soulevé la question suivante : De quels pays les Canadiens entendront-ils les nouvelles? Bien sûr, nous devons nous demander si nous aurons nos nouvelles et si elles seront interprétées de notre manière.

Nous nous demandons également si des sociétés d'autres pays qui viendraient contrôler nos médias seraient immunisées contre les forces de la convergence ou du monopole.

Une autre politique de la FCFDU traite de la question de la propriété canadienne de l'industrie de l'édition au Canada et de l'appui aux éditeurs canadiens. On pourrait dire, par rapport à cette question, que le comité se penche sur les médias et que des travaux ont été effectués au sujet de l'édition des livres. Nous

academic to frame our discussion in separate compartments of newspapers, broadcast media, telecommunications and publishing. We are talking about questions of voice, the Canadian voice in Canadian media.

A further and recent example in April was the first use of a Creative Commons licence where an author had one chapter at a time of his work read by people who volunteered to do so and put on the net for brief periods of time for free. This is a definite crossover between publishing and the questions of media responsibility.

CFUW policy states that it:

Resolved, That the Canadian Federation of University Women (CFUW) urge the Government of Canada to strengthen the infrastructure of Canadian owned and controlled publishing industry by ensuring the continued funding of programs that assist Canadian publishers to publish and distribute books by Canadian authors: and

Resolved, That CFUW urge the Government of Canada to strengthen the Investment Canada Act to ensure that Canadian owned or controlled publishing firms offered for sale remain in the hands of Canadians, or landed immigrants.

As noted by the Standing Committee on Canadian Heritage, government grants have been critical in enabling the industry to meet the important cultural goal of having Canadian authors published and celebrated in Canada and indeed around the world. However, the establishment of a financially stable and sustainable industry has remained an elusive goal.

With regard to issues of amalgamation and monopoly, among the major changes taking place in the Canadian book-publishing industry are the following: The consolidation of retail outlets into mega-stores controlled by a small number of companies; the introduction of electronic markets through the Internet; and a reduction in institutional purchasing of the books. Internet distribution and consolidation of retail distribution are putting more pressure on publishers to offer greater discounts to the distributors. In addition, there have been real questions around the practices associated with returns, in contracts with major retailers such as Indigo. CFUW urges continued support of the Canadian publishing industry through these challenges.

With regard to copyright issues across media, CFUW has the following policy:

Resolved, That the Canadian Federation of University Women (CFUW) urge the Government of Canada to assign the appropriate ministry or regulatory body (such as the CRTC) the responsibility to monitor and regulate the business practices of Canada's print and electronic media,

avons été habitués de faire une différence dans les catégories de média, soit les journaux, la radio, les télécommunications et l'édition. Mais il s'agit ici de voix, des voix des Canadiens dans les médias canadiens.

Un exemple de cela s'est produit avril, et c'était la première fois qu'une licence commune créative était utilisée et qu'un auteur faisait lire son livre, un chapitre à la fois, par des personnes qui le faisaient de manière bénévole et qu'il l'a affiché gratuitement sur l'Internet pour de courtes périodes. Ceci est définitivement un croisement entre l'édition et la question de la responsabilité des médias.

La politique de la FCFDU précise ce qui suit :

Il est résolu que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités incite le gouvernement du Canada à renforcer l'infrastructure de l'industrie de l'édition que possèdent et contrôlent des intérêts canadiens en assurant le financement continu des programmes qui aident les éditeurs canadiens à publier et à distribuer des œuvres écrites par des Canadiens.

Il est résolu que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités presse le gouvernement du Canada de renforcer la Loi sur l'investissement Canada de manière à faire en sorte que, lorsqu'elles sont mises en vente, les maisons d'édition possédées et contrôlées par des Canadiens restent entre les mains de Canadiens ou d'immigrants reçus.

Comme l'a précisé le Comité permanent du patrimoine canadien, les subventions gouvernementales ont permis à l'industrie d'atteindre des objectifs culturels importants, soit publier des auteurs canadiens et les faire connaître au Canada et partout dans le monde. Cependant, l'établissement d'une industrie financièrement stable et durable est demeuré un objectif lointain.

En ce qui concerne la question du regroupement d'entreprises et des monopoles, voici quelques-uns des principaux changements qui se font dans l'industrie de l'édition du livre canadienne : le regroupement des points de vente sous la forme de magasins à grande surface contrôlés par un petit nombre de sociétés; l'introduction des marchés électroniques dans Internet; et une diminution de l'achat institutionnel de livres. La distribution sur Internet et le regroupement de la distribution de détail mettent une pression accrue sur les éditeurs, les incitant à offrir des prix plus bas aux distributeurs. De plus, il y a eu des problèmes réels en ce qui concerne les pratiques des retours, dans les contrats avec les détaillants principaux comme Indigo. La FCFDU presse le gouvernement d'offrir un appui continu à l'industrie de l'édition canadienne par rapport à ces défis.

Sur la question des droits d'auteurs des médias, la FCFDU déclare ce qui suit :

Il est décidé que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités insiste auprès du gouvernement du Canada pour qu'il confie au ministère ou à l'organisme de réglementation compétent (comme le CRTC) la responsabilité de surveiller et de réglementer les pratiques

especially when these practices violate the Canadian Copyright Act and the ownership of copyright by freelance contributors to print an electronic media:

CFUW supports all efforts to enforce Canadian copyright law to protect the intellectual property of journalists, photographers and artists.

A case in point is that of Ontario writer Ms. Heather Robertson, who had been a long time contributor to Thomson Newspapers. She found an extensive body of her work for sale on Thomson's database, Infomart. She launched a 1996 suit of *Robertson v. Thompson Corporation*, which had evolved into a landmark class-action lawsuit. A recent ruling established that an electronic use of a writer's work was indeed a separate use and should be compensated further. There have been seven long years of litigation and \$20,000 in expenses for Ms. Robertson to pay. The case is expected to take another three years and be challenged in the Supreme Court of Canada at the cost of another \$20,000. There has been a recent settlement in that case. On October 7, 2004, the Ontario Court of Appeal upheld the lower court ruling in that copyright or freelance work belongs to the creator. The work is available to the media company for use in the contract as described and may not be reused without permission or payment.

However, directly following that, there is a release from the Periodical Writers Association of Canada on November 3. I do not know if you are aware of this but CanWest Global has released a new contract for their content providers. That contract includes the following paragraph:

Creators will give CanWest Global the right to exclusive use and exploit the Content in any manner and in any and all media, whether now known or hereafter devised, throughout the universe, in perpetuity.

You cannot get a much more global contract than that. As the decision in favour of Robertson's case went forward, this CanWest contract is another step in another direction entirely.

Canadian laws of copyright and competition should protect Canadian diversity, the Canadian voice and Canadian image as provided by thousands of artists in Canadian publishing. CFUW also supports a strong independent national public broadcasting system.

Resolved, That the Canadian Federation of University Women (CFUW) urges the Government of Canada and the provincial and territorial governments to recognize the unique value and importance of a strong independent national public broadcasting system which provides Canadians with a knowledge and understanding of one another and a vital sense of our Canadian identity and culture;

commerciales de la presse écrite et électronique au Canada, en particulier lorsque ces pratiques violent la Loi sur le droit d'auteur du Canada et les droits d'auteur des journalistes pigistes;

La FCFDU appuie tous les efforts déployés en vertu de la Loi canadienne sur le droit d'auteur afin de protéger la propriété intellectuelle des journalistes, des photographes et des artistes.

Une affaire qui illustre ce point est celle de Heather Robertson. Mme Robertson, une écrivaine ontarienne qui collaborait depuis longtemps avec Thomson Newspapers, a découvert qu'une partie très importante de son œuvre était offerte en vente sans sa permission et sans rémunération, sur la base de données de Thomson, Infomart. Elle a intenté en 1996 une poursuite, Robertson contre Thomson, qui donné lieu à un recours collectif clé. Une décision récente a établi que l'utilisation électronique des œuvres d'un auteur constitue effectivement une utilisation distincte et qu'elle doit être rémunérée à part. La cause a duré sept longues années et a déjà coûté 20 000 \$ à Mme Robertson. On s'attend à ce l'affaire dure encore trois ans et soit portée devant la Cour suprême du Canada. On estime qu'elle coûtera encore 20 000 \$. Mais il y a eu récemment un règlement. Le 7 octobre 2004, la Cour d'appel de l'Ontario a accueilli la décision du tribunal inférieur selon laquelle les droits d'auteur ou les travaux d'un pigiste appartiennent à l'auteur. Les travaux sont disponibles pour les sociétés de médias, qui peuvent les utiliser conformément au contrat et ne peuvent les réutiliser sans permission ni rémunération.

Cependant, tout de suite après cela, il y a eu un communiqué de l'Association des éditeurs de revues du Canada, le 3 novembre. Je ne sais pas si vous êtes au courant de cela, mais CanWest Global a fait un nouveau contrat pour ses fournisseurs de contenu. Ce contrat contient le paragraphe suivant :

Les créateurs donneront à CanWest Global le droit exclusif de l'utilisation et de l'exploitation du contenu, quel qu'en soit le mode d'utilisation et le média utilisé, connu ou non, partout dans l'univers et de façon permanente.

Il ne peut y avoir de contrat plus global que celui-là. Alors que la décision en faveur de l'affaire *Robertson* a été rendue, ce contrat de CanWest annule toute la chose.

Les lois canadiennes relatives au droit d'auteur et à la concurrence devraient protéger la diversité canadienne, l'expression et le choix canadien et l'image canadienne qui sont exprimés par les milliers d'écrivains, photographes et artistes pigistes dans l'édition canadienne. La FCFDU appuie également un système national public indépendant fort :

Il est décidé que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités incitera le gouvernement du Canada et les gouvernements des provinces et des territoires à reconnaître la valeur et l'importance incomparables d'un réseau public national de radiotélévision qui soit fort et indépendant, et qui permette aux Canadiens et aux Canadiennes de mieux se connaître et se comprendre, et qui soit le véhicule par excellent de l'identité et de la culture canadienne;

Resolved, That the CFUW urge the Government of Canada to protect, support and strengthen the effectiveness of national public broadcasting by restoring sufficient, protected, stable, long-term funding to the Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada in order to allow it to:

Maintain a high quality of Canadian programming in all regions of Canada

Avoid excessive reliance on commercial sponsorship and control

Safeguard its editorial freedom.

CFUW questions where residents of Canada will find community and national Canadian news by Canadian journalists if there is no strong, publicly funded public broadcasting system that allows for free expression unrestricted by corporate influence. CFUW has concerns about the continued reduction in funding to the Canadian Broadcasting Corporation for the future of a strong independent media in Canada.

In the Ispos-Reid survey of April 2004, which has been presented to you previously, we note that 85 per cent of Canadians wanted “to see CBC strengthened in my part of Canada,” and 80 per cent agreed with the statement, that “We should build a new CBC capable of providing high quality Canadian programming with strong regional content throughout Canada,” which is a reverse of their present direction.

In summary, CFUW strongly supports increased funding for the CBC and the recommendations of the House of Commons Heritage Committee on the issue of foreign ownership of media and communications. The committee has recommended that the existing foreign-ownership limits for broadcasting and telecommunications be maintained at current levels.

CFUW opposes easing of restrictions of foreign ownership in Canadian publishing on electronic media, and we urge support for authors, photographers and journalists, who are now described as the content providers to enable the continued existence of their voice. CFUW calls on the Government of Canada to provide full support for the CBC.

The committee also asked for input on the current or potential role of media literacy in schools. We are pleased to note that we have policy just passed this summer that relates directly to that. CFUW policy on school libraries refers specifically to the importance of adequately funded and staffed school libraries to enable concentrated attention to information literacy:

Resolved, That the Canadian Federation of University Women urge the federal, provincial, territorial and local governments:

Il est décidé que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités priera instamment le gouvernement du Canada de protéger et d'appuyer un réseau public national de radiotélévision, et d'en renforcer l'efficacité, en accordant de nouveau à la Société Radio-Canada un financement suffisant, garanti, stable et à long terme. Le réseau public sera ainsi en mesure :

De maintenir une programmation au contenu canadien de qualité dans toutes les régions du Canada;

D'éviter de se trouver dans une relation de trop grande dépendance avec les commanditaires du secteur privé et de subir ainsi leur contrôle;

De préserver sa liberté d'information.

La FCFDU se demande où les résidents du Canada pourront trouver des nouvelles communautaires et nationales canadiennes produites par des journalistes canadiens sans un système de diffusion public fort qui assure une expression libre et non restreinte par l'influence des entreprises. La FCFDU s'inquiète de la réduction constante du financement de la Société Radio-Canada et de l'avenir pour les médias indépendants et forts au Canada.

Le sondage Ispos-Reid publié en avril 2004, qui vous a déjà été remis, a révélé que 85 p. 100 des Canadiens souhaitent « voir la société Radio-Canada renforcée dans leur partie du Canada » et que 80 p. 100 étaient d'accords avec l'énoncé suivant : « Nous devons construire une nouvelle SRC capable d'offrir une programmation canadienne de haute qualité avec un contenu régional fort partout au Canada », ce qui est à l'opposé de ce qui se produit actuellement.

En résumé, la FCFDU appuie fortement l'augmentation du financement de la SRC, ainsi que les recommandations du Comité du patrimoine canadien sur la question de la propriété étrangère des médias et des communications. Le comité a recommandé que soient maintenues au niveau actuel les restrictions actuelles sur la propriété étrangère relatives à la radiodiffuse et aux télécommunications.

La FCFDU s'oppose à l'assouplissement des restrictions concernant la propriété étrangère dans le domaine de l'édition et des médias électroniques au Canada. La FCFDU vous presse de soutenir les auteurs, les photographes et les journalistes, qui sont des sources de contenu, afin que leur voix puisse continuer d'être entendue. La FCFDU fait appel au gouvernement du Canada pour qu'il apporte son soutien entier à Radio-Canada.

Le comité a également demandé d'être informé sur le rôle potentiel ou actuel des médias dans les écoles. Nous sommes heureux d'annoncer que nous venons d'adopter une politique l'été dernier à ce sujet. La politique de la FCFDU sur les bibliothèques scolaires précise particulièrement l'importance d'un financement adéquat et d'une dotation en personnel adéquate dans les bibliothèques scolaires afin de permettre l'initiation à la culture informationnelle :

Il est décidé que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités priera instamment le gouvernement du Canada et les gouvernements des provinces et des territoires à :

To promote the importance of information literacy in today's society

To promote the fundamental role of school libraries at all grade levels in fostering and teaching information literacy skills; and

Resolved, That the Canadian Federation of University Women urge the provincial, territorial and local governments:

To fund, support and maintain school libraries at all grade levels, staffed by qualified teacher-librarians, and

To adopt policies and standards for school libraries and teacher-librarians by working with professional organizations such as the Canadian Association for School Libraries.

Our 21st century world is characterized by rapidly changing technology, instant messaging and instant news reporting. Information literacy must be an integral part of public education in Canada, and information literacy is best incorporated into public-, elementary- and secondary-school curricula when schools have well-stocked libraries with qualified teacher-librarians, who teach access skills and teach students to evaluate and apply information.

CFUW commends this committee for its consideration of the Canadian media industry and, in particular, the rights and responsibilities of those industries in Canada.

**The Chairman:** Thank you very much indeed. There is serious food for thought, and the first question will come from Senator Tkachuk.

**Senator Tkachuk:** If Mr. Turner was moving CNN from Atlanta to Toronto, should that be prevented?

**Ms. Clarke:** Would you expand on your question?

**Senator Tkachuk:** Well, if Canadians are the only ones who can own a television or radio station, and if Mr. Turner said, "I want to move CNN from Atlanta to Toronto and we will broadcast from there," should that be allowed?

**Ms. Clarke:** That is an interesting question, and perhaps a question that would refer to actual procedures and protocols that would be devised by the government in terms of regulations.

I think that we respect your question and we recognize what you are saying. I believe, in what we are saying, that we are not addressing procedures. We are addressing the concept of protection of the Canadian identity and culture. In that regard, we are challenging government to devise methods whereby there can be a balance between the needs of the media corporations to establish economic sustainability and, at the same time, protect Canadian culture and identity.

**Senator Tkachuk:** In other words, foreign ownership in its proper place is acceptable?

Promouvoir l'importance de la culture informationnelle dans la société d'aujourd'hui;

De promouvoir le rôle fondamental des bibliothèques scolaires à tous les niveaux scolaires et à enseigner les compétences en matière de culture informationnelle;

Il est résolu que la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités incitera le gouvernement du Canada et les gouvernements des provinces et des territoires à :

Financer, appuyer et entretenir les bibliothèques scolaires à tous les niveaux scolaires, et à les doter de libraires-enseignants qualifiés;

Adopter des politiques et des normes pour les bibliothèques scolaires et les libraires-enseignants en travaillant avec des organisations professionnelles comme l'association canadienne des librairies scolaires.

Le XXI<sup>e</sup> siècle est un caractérisé par les changements technologiques rapides, la messagerie instantanée et la publication instantanée de nouvelles. La connaissance de l'information doit être une partie intégrante de l'éducation du public au Canada, et elle est bien incorporée dans les programmes scolaires des écoles élémentaires et secondaires lorsque les écoles possèdent des bibliothèques bien garnies avec des libraires-enseignants qualifiés qui montrent aux étudiants les aptitudes permettant d'évaluer et d'appliquer l'information.

La FCFDU félicite le comité de s'intéresser à l'industrie canadienne des médias, et en particulier aux droits et aux responsabilités de cette industrie au Canada.

**La présidente :** Merci beaucoup. Voilà de quoi réfléchir sérieusement; la première question sera posée par le sénateur Tkachuk.

**Le sénateur Tkachuk :** Si M. Turner déménageait CNN d'Atlanta à Toronto, est-ce que l'on pourrait empêcher cela?

**Mme Clarke :** Est-ce possible de préciser votre question?

**Le sénateur Tkachuk :** Et bien, si les Canadiens sont les seuls qui peuvent posséder une station de télévision ou de radio, et si M. Turner disait « Je veux déménager CNN d'Atlanta à Toronto et nous allons diffuser à partir de là », est-ce qu'il le pourrait?

**Mme Clarke :** C'est une question intéressante, et qui fait peut-être référence aux procédures et au protocole dont devrait discuter le gouvernement en matière de réglementation.

Je pense que nous respectons votre question et que nous reconnaissons ce que vous dites. Mais je crois que nous ne parlons pas des procédures. Nous parlons du concept de la protection de l'identité et de la culture canadiennes. À ce sujet, nous demandons au gouvernement de discuter des méthodes qui permettraient d'obtenir un équilibre entre les besoins des entreprises de médias pour atteindre une durabilité économique et, en même temps, la protection de la culture et de l'identité canadiennes.

**Le sénateur Tkachuk :** Autrement dit, la propriété étrangère à la bonne place est acceptable?

**Ms. Clarke:** Do you mean in terms of complete control of a Canadian media company?

**Senator Tkachuk:** That is what it would be. Mr. Turner or the shareholders own it.

**Ms. Clarke:** We would suggest it is important to maintain control of Canadian companies.

**Senator Tkachuk:** It would have to be a Canadian company before it could be moved to Toronto.

**Ms. Russell:** On that subject, we believe that it would all depend on whether that would mean that you took away funding from CBC, because it would be naive to suppose that we do not in fact view American and foreign-owned broadcasting. We are supporting funding of Canadian-owned companies.

**Senator Tkachuk:** When you say funding of Canadian-owned companies, do you mean the public companies?

**Ms. Russell:** We support Canadian content.

**Senator Tkachuk:** That would be, for example, CBC Radio and CBC TV, and all the subsidies for television programming, movies, and so forth?

**Ms. Clarke:** It would be commercial companies as well.

**Senator Tkachuk:** You mentioned Mr. Dwayne Winseck of Carleton University said that, "Canadians now have one of the most consolidated media systems in the developed world and an unrivalled scale of cross-media ownership." Does your organization think that is a result of not enough competition? In other words, should there be easier access for you to enter the marketplace? Should we prevent television networks from buying newspapers and vice versa?

**Ms. Clarke:** That is an interesting question because, as this amalgamation has taken place, it is unprecedented and unusual in the developed countries. It appears to reflect that previous legislation in the Competition Act, for example, in respect of amalgamation or the formation of monopolies, has been waived, essentially. Where it initially described amalgamation in terms of ownership within a field, it became interpreted as a means whereby companies would be unrestricted in their ability to acquire other companies. The legislation has been applied in terms of: Has that legislation prevented a company from acquiring another company? In that direction, it is the economic development of the acquiring company that has been the primary concern, as opposed to the public that then bears the result of the acquisition.

I heard an interesting comment on the radio the other day. There was a discussion about the economy of Canada. The commentator said that companies had been holding back, or had been on hold for a short period, as they assessed the current market but the market was improving and the health of the economy was improving. Companies were now beginning to acquire again such that this goal of acquisition and mergers has become the lingua franca of our economy. We are not saying

**Mme Clarke :** Voulez-vous parler du contrôle complet d'une société de médias canadienne?

**Le sénateur Tkachuk :** Oui, c'est cela. M. Turner ou d'autres personnes qui la détiennent.

**Mme Clarke :** Nous dirions qu'il est important de conserver le contrôle des sociétés canadiennes.

**Le sénateur Tkachuk :** Alors, il faudrait qu'elle soit une société canadienne pour qu'elle puisse déménager à Toronto.

**Mme Russel :** À ce sujet, nous croyons que cela dépend si cela se traduirait par un arrêt du financement de la part de la SRC, car il faudrait être naïf pour supposer que nous ne regardons pas les émissions américaines et d'autres pays. Nous appuyons le financement de sociétés de propriété canadienne.

**Le sénateur Tkachuk :** Lorsque vous parlez du financement des sociétés de propriété canadienne, voulez-vous parler de sociétés publiques?

**Mme Russel :** Nous sommes en faveur du contenu canadien.

**Le sénateur Tkachuk :** Cela voudrait dire, par exemple, la radio et la télévision de Radio-Canada, et toutes les subventions de programmation de télévision, de cinéma, etc.?

**Mme Clarke :** Cela comprendrait les sociétés commerciales également.

**Le sénateur Tkachuk :** Vous avez cité M. Dwayne Winseck de l'Université Carleton : « ... Les Canadiens possèdent maintenant un des réseaux médiatiques les plus intégrés dans les pays développés et un éventail sans pareil de propriétés multimédias ». Croyez-vous que cette situation s'explique par un manque de concurrence? Autrement dit, selon vous, faudrait-il améliorer l'accès sur le marché? Devrions-nous empêcher les réseaux de télévision d'acheter des journaux, et inversement?

**Mme Clarke :** C'est une question intéressante, car ce regroupement de sociétés a eu lieu, pour la première fois, et c'est nouveau dans les pays développés. Cela semble être conforme à la Loi sur la concurrence, par exemple, en ce qui a trait au regroupement ou à la formation de monopoles. Là où la loi décrivait le regroupement en termes de propriété dans un domaine, c'est devenu comme un moyen utilisé par les entreprises pour acquérir d'autres sociétés. Cette loi a été appliquée en se demandant si elle avait empêché une société d'acquérir une autre société. En ce sens, la préoccupation primaire a été le développement économique de la société, et non l'intérêt du public qui subit les effets de ces acquisitions.

L'autre jour, j'ai entendu un commentaire intéressant à la radio. Il y avait une discussion au sujet de l'économie du Canada. Le commentateur a dit que les sociétés se retenaient ou se sont retenues pendant un certain moment pour évaluer le marché actuel, et le marché s'est amélioré, tout comme l'économie. Les sociétés recommencent à faire des acquisitions, et ce type d'acquisitions et de regroupements est devenu la norme dans notre économie. Nous ne disons pas que cela est une bonne ou

whether that is good or bad but we are saying that this has to be evaluated in terms of what it means to the media industries, in particular, and in terms of our Canadian identity.

**Senator Tkachuk:** Do we have more news sources in Canada today than we had 30 years ago?

**Ms. Clarke:** I cannot answer that question exactly. Can you tell me the answer?

**Senator Tkachuk:** Yes, I think I can, but I am not the witness. I ask the question because you mentioned the consolidation and the main focus of our study is to understand the news business of today. Although we have cross-ownership, do you think that we have more sources of news in Canada today? Canadians would seem to have more news sources today.

**Ms. Clarke:** I will guess at the answer. First, I have to acknowledge that I was new to Canada in 1968. I understand that prior to 1968 there were no national newspapers. I found that most interesting. Of course, now there are two. I sit down at the Internet every day and read three papers and there are more sources available. One example might be British Columbia where there are many sources available and most of them are owned by one company. Would the answer to your question be: yes, there are more sources available; or would the answer be: there are more opportunities to read media information coming from one source? That question of ownership voice is important.

**Senator Tkachuk:** The person in Vancouver can read all the news in Toronto too with just a click of the mouse.

**Ms. Clarke:** They can do that if they are so inclined and so able. For that response, I would draw your attention to our discussion of media literacy in the schools.

**Senator Munson:** Welcome to the committee. I rather liked the other version that you gave us before. It seemed to me that you were harder hitting in terms of media. You talked about the Canadian identity being gravely threatened in the other report. You used some extremely strong language, which I, as a former media person, enjoy.

Following other senators' questions, there may be many voices out there but they are concentrated in four or five areas of ownership. Is that good for democracy?

**Ms. Clarke:** I have just been handed another leading question. I will read a lovely quote from the Supreme Court of Florida:

The right of the public to know all sides of a controversy and from such information to be able to make an enlightened choice is being jeopardized by the growing

une mauvaise chose, mais nous disons qu'il faut évaluer les conséquences pour les industries de médias, particulièrement par rapport à notre identité canadienne.

**Le sénateur Tkachuk :** Avons-nous plus de sources de nouvelles au Canada aujourd'hui qu'il y a 30 ans?

**Mme Clarke :** Je ne peux répondre à cette question exactement. Pouvez-vous me donner la réponse?

**Le sénateur Tkachuk :** Oui, je pense que je le peux, mais je ne suis pas le témoin. Je pose la question parce que vous avez parlé de la consolidation et que l'objectif principal de notre étude est de comprendre l'industrie des nouvelles d'aujourd'hui. Bien qu'il y ait de la propriété multimédia, pensez-vous qu'aujourd'hui nous avons plus de sources de nouvelles au Canada? Il semblerait que les Canadiens ont plus de sources de nouvelles aujourd'hui.

**Mme Clarke :** Je vais essayer de deviner la réponse. Premièrement, je dois reconnaître que j'étais nouvelle au Canada en 1968. Je crois savoir qu'avant 1968, il n'y avait pas de journaux nationaux. J'ai trouvé cette situation des plus étranges. Évidemment, maintenant il y en a deux. Je m'installe devant l'ordinateur tous les jours et je lis trois journaux sur Internet et il y a plus de sources disponibles. Un exemple pourrait être la Colombie-Britannique où il y a de nombreuses sources disponibles et la plupart d'entre elles appartiennent à une même entreprise. Est-ce que la réponse à votre question serait : oui, il y a plus de sources disponibles. Ou est-ce que la réponse serait : il y a plus d'occasions de lire de l'information provenant d'une même source? Cette question de la voix du propriétaire est importante.

**Le sénateur Tkachuk :** La personne de Vancouver peut également lire toutes les nouvelles de Toronto par un simple clic de la souris.

**Mme Clarke :** Elle peut le faire si elle en a envie et si elle en a la capacité. Pour cette réponse, j'attirerais votre attention sur la discussion que nous avons eue sur la sensibilisation aux médias dans les écoles.

**Le sénateur Munson :** Bienvenue au comité. Je préfère l'autre version que vous nous avez donnée auparavant. Il me semblait que vous frappiez plus fort en ce qui concerne les médias. Vous avez parlé de l'identité canadienne qui était grandement menacée dans l'autre rapport. Vous avez utilisé un langage très ferme, ce qui ne manque pas de plaire à une personne comme moi qui a déjà œuvré dans les médias.

Pour faire suite aux questions d'autres sénateurs, il peut y avoir de nombreuses voix qui se font entendre dans notre société, mais elles sont concentrées dans quatre ou cinq groupes de propriétaires. Est-ce bon pour la démocratie?

**Mme Clarke :** On vient juste de me tendre une autre perche. Je vais vous lire une citation savoureuse de la Cour suprême de Floride :

Le droit du public de connaître tous les points de vue dans une controverse et d'être en mesure, de faire un choix éclairé à partir de cette information est en voie d'être

concentration of the ownership of the mass media into fewer and fewer hands, resulting ultimately in a form of private censorship.

I would suggest that democracy is defined by access to all information from many different sides. That is an extremely important part of democracy. I will return again to the concept of media literacy in adults as well as children. We are barraged with information, and as corporations continue to grow and to amalgamate. Those media companies that provide that information are profit-making organizations. Their use of their platforms has the potential to be coloured in one direction or another. We, as a people, must be able to interpret that information. I find that is an interesting focus of your later questions. How are Canadians able to understand and evaluate the information that they receive? On the one hand we can address the concepts of monopolies of convergence but on the other hand we must also address how we are helping Canadians to respond to the pressures in the media marketplace.

**Senator Munson:** In following that, not too many years ago you could pick up the *Ottawa Citizen* and have a different voice from the *National Post* or the *Montreal Gazette*. Yet, if you are being served by the media today, you are hearing the same voice in many newspapers. There are fewer voices today, although there may be a few more jobs, trying to understand an individual story on the Hill covering government. Do you agree?

**Ms. Clarke:** Yes.

**Senator Munson:** The same thing holds true for freelancers who seem to be a dying breed in this country and to be controlled by the media. When freelancers write something, even though there is copyright law in this country, their report can be sold and resold, thereby creating profits for these new and bigger companies.

**Ms. Clarke:** As we noted, the Heather Robertson class action suit has been settled in her favour by the Ontario Court of Appeal. It may yet go to the Supreme Court but the copyright authority has been returned by the courts to the creator.

**Senator Munson:** I was not aware of that story. Perhaps not too many wrote about it.

**Ms. Clarke:** This is interesting because the story was not covered in the media. I learned about it through an email from someone within our organization who specializes in media. She advised me of that information.

She also advised me of the new CanWest Global contract, which you may not have heard. I will just repeat that paragraph.

compromis par la concentration de plus en plus grande de la propriété des médias de masse entre des mains de moins en moins nombreuses, ce qui entraîne ultimement une forme de censure privée.

Je dirais que la démocratie se définit par l'accès à toute l'information en provenance de nombreux points de vue différents. Il s'agit d'un élément extrêmement important de la démocratie. Je reviendrai sur la notion de sensibilisation des adultes et des enfants aux médias. Nous sommes inondés d'information et ce, pendant que les entreprises continuent de croître et de s'intégrer. Les entreprises médiatiques qui fournissent cette information sont des organismes à but lucratif. L'utilisation qu'elles font de leurs plates-formes soulève la possibilité que l'information ne soit pas impartiale. En tant que personnes, nous devons être en mesure d'interpréter cette information. Je trouve qu'il s'agit d'un élément intéressant faisant l'objet de vos dernières questions. Comment les Canadiens sont-ils en mesure de comprendre et d'évaluer l'information qu'ils reçoivent? D'une part, nous pouvons traiter des notions de monopoles issus de la convergence, mais d'autre part, nous devons traiter de la façon dont nous aidons les Canadiens à réagir aux pressions qui s'exercent dans le marché des médias.

**Le sénateur Munson :** Dans la même veine, il n'y a pas si longtemps, vous pouviez lire le *Ottawa Citizen* et entendre une voix différente de celle du *National Post* ou de la *Gazette* de Montréal. Pourtant, si vous êtes desservis par les médias aujourd'hui, vous entendez la même voix dans de nombreux journaux. Il y a moins de voix aujourd'hui, bien qu'il puisse y avoir un nombre d'emplois un peu plus grand, pour essayer de comprendre une histoire particulière sur la colline, touchant le gouvernement. Êtes-vous d'accord?

**Mme Clarke :** Oui.

**Le sénateur Munson :** On peut dire la même chose des pigistes qui semblent une race en voie de disparition au pays et qui semblent contrôlés par les médias. Lorsque les pigistes écrivent quelque chose, même s'il y a une Loi sur le droit d'auteur au pays, leur reportage peut être vendu plusieurs fois, créant ainsi des profits pour ces nouvelles entreprises plus grosses.

**Mme Clarke :** Comme nous l'avons noté, le recours collectif de Heather Robertson a été tranché en sa faveur par la Cour d'appel de l'Ontario. La question peut encore se retrouver devant la Cour suprême, mais l'autorité en matière de droit d'auteur a été retournée au créateur par le tribunal.

**Le sénateur Munson :** J'ignorais tout de cette affaire. Peut-être qu'ils sont peu nombreux à la diffuser.

**Mme Clarke :** Il est intéressant que l'on n'ait pas parlé de cette affaire dans les médias. J'en ai entendu parler par un courriel que m'a adressé quelqu'un de notre organisme qui est spécialisée dans les médias. Elle m'a donné de cette information.

Elle m'a également informé du nouveau contrat de CanWest Global, ce dont vous n'avez peut-être pas entendu parler. Je vais juste répéter ce paragraphe.

**The Chairman:** The committee does have that contract, which has been submitted to us, and it will be circulated as soon as it has been translated. We translate documents.

**Senator Munson:** My final question deals with the CRTC. I asked the question the other day because part of our mandate here is to see where government regulation should go in the future. The CRTC seems to be making some controversial decisions; in terms of RAI Television, no, you cannot come in because you are competing against local Italian television in Toronto. Al-Jazeera, there are certain things they can say, or not say, in this country. I disagree with Fox Television but I would not mind seeing them in this country because I get a kick out of the way they report and interpret news. It is a seamless border now. What is your view on allowing everyone to come in and sending out information in this new universe?

**Ms. Clarke:** That is happening now. You can turn on your television, and depending on what kind of services you have, you can access just about any media in the world in some way or another. I, too, have found some of those decisions interesting, and perhaps a little controversial.

CFUW does not have a problem with access to different voices. The point that we are making is that within this opportunity, marketplace, and vast array of sources available to us, those that we create and monitor in Canada should reflect our identity. If we take the caps off foreign ownership and enable other countries to control our media, I am afraid I must suggest that it is a given that a monopoly in another country, controlling one of our media corporations, will not provide our voice. They might say that they will, initially, but if we consider that profit is the baseline, economic viability of a company, their goal is going to be to establish their voice.

When reading about Clear Channel in America, the media and radio company, and reading about how they have amalgamated in the United States, I suddenly have this vision, which I am sure you have addressed as a committee, that if we take the caps off foreign ownership and we are subsumed by other cultures and companies, what is to stop this process continuing throughout the world? You can move toward a ridiculous point where you may have four companies controlling the world media.

Each country has the right to respect, to retain and to monitor one's own identity and culture. We know that we are different. There is a vast array of studies to tell us that we have different sensitivities than some other countries. We are the product of what we are as people, but we are also the product of how we see ourselves reflected. As we read, as we watch television, as we go on the Internet, what we see tells us and helps us to describe who we are. That is one reason for paying close attention to media literacy. It is another reason for paying close attention to what is

**La présidente :** Le comité est déjà en possession de ce contrat; il nous a été transmis et sera mis en circulation dès qu'il aura été traduit. Nous traduisons les documents.

**Le sénateur Munson :** Ma dernière question porte sur le CRTC. J'ai posé la question l'autre jour parce qu'une partie de notre mandat consiste à voir quelle devrait être l'orientation de la réglementation gouvernementale dans l'avenir. Le CRTC semble prendre certaines décisions controversées. Il refuse la diffusion de RAI Television au Canada parce qu'elle ferait concurrence à la télévision italienne locale à Toronto. Dans le cas d'Al-Jazeera, il prévient qu'il y a des choses que l'on peut dire dans ce pays et d'autres que l'on ne peut pas dire. Je ne suis pas d'accord avec Fox Television, mais cela ne me ferait rien de voir cette station diffusée au pays, parce que j'ai beaucoup de plaisir à voir comment ces gens rapportent les nouvelles et les interprètent. Il s'agit d'une frontière transparente maintenant. Quel est votre point de vue sur la question de laisser tout le monde entrer et transmettre de l'information dans ce nouvel univers?

**Mme Clarke :** C'est déjà ce qui se passe à l'heure actuelle. Vous pouvez mettre votre téléviseur en marche et selon le type de service auquel vous êtes abonnés, vous pouvez avoir accès, d'une façon ou d'une autre, à presque n'importe quel média dans le monde. Moi aussi j'ai trouvé certaines de ces décisions intéressantes et peut-être un peu controversées.

La FCFDU n'a aucune objection à ce qu'on ait accès à différentes voix. Le point que nous voulons faire valoir, c'est que dans le contexte de cette approche, du marché actuel et de la grande diversité des sources qui sont accessibles, les voix que nous créons et que nous surveillons au Canada devraient refléter notre identité. Si nous autorisons la propriété étrangère et si nous permettons à d'autres pays de contrôler nos médias, j'ai bien peur qu'il est certain qu'un monopole dans un autre pays, qui contrôlerait une de nos entreprises médiatiques, n'exprimerait pas notre voix. Initialement, cette entreprise pourrait dire qu'elle le fera, mais si l'on considère que le but, c'est le profit et la viabilité économique de l'entreprise, l'objectif de l'entreprise sera de faire entendre sa propre voix.

Mes lectures sur Clear Channel aux États-Unis, l'entreprise de médias et de radio, et sur la façon dont elle a réalisé son intégration aux États-Unis, m'ont soudainement inspiré cette vision, dont le comité a parlé, j'en suis sûre, que si nous levons l'interdiction touchant la propriété étrangère et si nous nous laissons dominer par d'autres cultures et entreprises, qu'est-ce qui empêchera ce processus de se poursuivre à l'échelle mondiale? Nous pourrions en arriver à la situation absurde où quatre entreprises pourraient contrôler tous les médias dans le monde.

Chaque pays a le droit de respecter, de préserver et de surveiller sa propre identité et sa propre culture. Nous savons que nous sommes différents. Des études très variées montrent que nous avons une sensibilité différente de celle que l'on retrouve dans d'autres pays. Nous sommes le produit de ce que nous sommes en tant que peuple. Mais nous sommes également le produit de l'image que nous nous renvoyons à nous-mêmes. Lorsque nous lisons, lorsque nous regardons la télévision, lorsque nous allons sur Internet, ce que nous voyons nous dit et nous aide à définir

the message from those media companies. It is not one or the other. It is not saying that a media company cannot be economically stable. That is fine. At the same time, the challenge to you, as government, is to enable media stability with retention of our Canadian voice. We would also give you the challenge of addressing media literacy, information literacy, in our populace. This is an extremely important concept.

**The Chairman:** You make a very eloquent case for the preservation of healthy, diverse and Canadian sources of news, Canadian media and so, I am sure, would we all say. The question is, How do we get from here to there? If it became apparent that for genuine economic reasons one had to choose between allowing further concentration of ownership, and allowing foreign ownership, which would you choose?

**Ms. Clarke:** That would be the rock and the hard place, right?

**The Chairman:** Which rock would you hang your hat on?

**Ms. Clarke:** Again, I will return to the concept of principle versus process. Simply, I would not accept that definition, because we have the right, as a government, as a people, to determine our own destiny. We have the right to look at the Competition Act and to say, all right, we have gone in one direction, perhaps we should be looking at addressing this issue in terms of drawing back from permitting the intense amount of amalgamation that has happened. We have the right to say that we will continue to maintain our foreign ownership restrictions. In other words, we have the right to do both. We have permitted unrestricted amalgamation. That has been a fact in media.

There are many questions about that taking place right now. As I said, this is unprecedented. This is the third committee to look at the importance of media vis-à-vis culture and the economy of the media structure. This is a national debate of tremendous importance. I noticed that on your website, I think that is where I saw it, that you are considering going to the country next. I believe it was in your interim report. That is a wonderful idea, to get out there and find out what Canadians think about this concept, but be sure that you frame the concept as you have exactly, Madam Chair. As you have mentioned, do we want to have continued amalgamation such that the media fall into fewer and fewer hands? Do we want to have foreign ownership of our media? It is not an either/or. I am afraid I cannot answer that question because the answer is "neither".

qui nous sommes. C'est une raison pour s'intéresser de près à la question de la sensibilisation aux médias. C'est aussi une raison pour s'intéresser de près à la question de savoir quel est le message véhiculé par ces entreprises médiatiques. Ce n'est pas l'un ou l'autre. Cela ne veut pas dire qu'une entreprise médiatique ne peut être économiquement stable. C'est bien qu'elle le soit. Mais en même temps, le défi que vous avez, en tant que gouvernement, c'est de permettre la stabilité des médias tout en conservant notre voix canadienne. Nous vous confierions également le défi de résoudre la question de la sensibilisation aux médias, de la connaissance informationnelle, au sein de notre population. Il s'agit d'une notion extrêmement importante.

**La présidente :** Vous présentez un plaidoyer très éloquent en faveur de la préservation de sources de nouvelles saines, diversifiées et canadiennes, et des médias canadiens, et je suis certaine que nous en dirions autant. Mais la question, c'est comment faites-vous pour y arriver? S'il devenait évident que pour des raisons économiques réelles, il fallait choisir entre permettre une concentration encore plus grande de la propriété ou permettre la propriété étrangère, laquelle de ces possibilités choisiriez-vous?

**Mme Clarke :** Nous sommes pris entre l'arbre et l'écorce, n'est-ce pas?

**La présidente :** Laquelle choisiriez-vous?

**Mme Clarke :** Encore une fois, je vais revenir à la notion de principe par opposition au processus. Je n'accepterais tout simplement pas cette définition parce que nous avons le droit, en tant que gouvernement, en tant que peuple, de déterminer notre propre destiné. Nous avons le droit de regarder la Loi sur la concurrence et de dire, très bien, nous sommes allés dans une direction, peut-être devrions-nous envisager de régler ce problème en faisant marche arrière et en ne permettant pas une intégration aussi intense que celle que nous avons vécue. Nous avons le droit de dire que nous continuerons à imposer des restrictions sur la propriété étrangère. En d'autres mots, nous avons le droit de faire les deux. Nous avons permis l'intégration sans limite. C'est ce qui est arrivé dans les médias.

De nombreuses questions se posent sur le fait que cela se produit à l'heure actuelle. Comme je l'ai dit, c'est une situation sans précédent. Il s'agit du troisième comité qui se penche sur l'importance des médias vis-à-vis la culture et l'économie de la structure des médias. Il s'agit d'un débat national d'une importance capitale. J'ai remarqué dans votre site Web, je pense que c'est là que je l'ai vu, que vous envisagez de parcourir le pays. Je crois que c'était dans votre rapport provisoire. C'est une idée merveilleuse que d'aller rencontrer les Canadiens pour savoir ce qu'ils pensent de ce concept, mais soyez certaine, madame la présidente, de présenter le concept exactement comme vous l'avez fait. Comme vous l'avez dit, voulons-nous d'une intégration continue de manière que les médias se retrouvent concentrés entre des mains de moins en moins nombreuses? Voulons-nous avoir une propriété étrangère de nos médias? Ce n'est pas l'un ou l'autre. J'ai bien peur de ne pas pouvoir répondre à votre question, parce que la réponse, c'est « ni l'un ni l'autre ».

**The Chairman:** You cannot blame me for trying to pin you down on this because these are the kinds of issues that come before us on an extremely challenging basis.

**Senator Eyton:** When you began your remarks you spoke about two kinds of convergence, one being the one in the area of monopoly, the Criminal Code and all those nasty things, and the other being the convergence of the media. It seems to me that in making your remarks, you largely ignored the convergence of the media and talked about what I would call the traditional or old-fashioned varieties thereof; TV, radio, newspapers and perhaps books. We have seen numbers that demonstrate that readership, for example, by young Canadians is not terrific and it is declining. We all know from the children around us that their use of the alternatives is increasing markedly.

From my own point of view, I am an old guy. I have way too much diversity. I can hardly manage the information that is available to me, whether I am looking at a computer screen or a website or sitting in front of my television set and having a choice of satellite or other services on my TV. I have all of the channels that I can possibly manage, plus some. As we all know, there are applications before the CRTC right now for a different type of radio service in Canada.

**Ms. Clarke:** It is digital.

**Senator Eyton:** It seems to me that the convergence you are talking about is fine if you want to ignore everything that is happening right now. I would have thought, given trends and what is happening out there, you would have to recognize that there is diversity of every possible kind. The Canadian voice, whatever that may mean, has all sorts of opportunity of expressing itself. I can invent a website in a week. I can reach Saskatchewan wheat farmers who like snakes, and I can have a website and I will get everybody who is interested in that, so that there is plenty of opportunity for the Canadian voice to get out there.

In your presentation and the resolutions that you presented, did you take account of what is happening now in the way people are communicating with each other and passing on their voice or their information or their various forms of entertainment?

**Ms. Clarke:** In one regard, I must note that we are bound by policy. What you are suggesting is that, on the one hand, we address an area that we have not yet addressed in policy. However, we do have policy that refers to the difficulties expressed in copyright with multimedia use. We do have policy that refers to the concerns that we have with media monopolies. When we talk about media monopolies, we were initially talking about cross media ownership, basically. The vertical integration or the convergence of media within technology has been extreme. Our concerns are still with the effect of monopoly, and that does lend itself to the possibility of monopoly. If you have a company that controls cable, newspaper and an Internet service provider, you can have that vertical integration. You can reach a huge

**La présidente :** Ne me blâmez pas d'avoir essayé de vous acculer au pied du mur sur cette question, parce qu'il s'agit du genre de questions qui nous posent un défi extrêmement difficile.

**Le sénateur Eyton :** Lorsque vous avez débuté votre déclaration, vous avez parlé de deux sortes de convergence, l'une étant celle que l'on retrouve dans le domaine des monopoles, du Code criminel et ce genre de choses désagréables, l'autre étant la convergence dans les médias. Il me semble que dans vos observations, vous avez largement ignoré la convergence dans les médias pour parler de ce que j'appellerais les types traditionnels ou anciens de médias; télévision, radio, journaux et, peut-être, livres. Nous avons vu des chiffres qui démontrent que l'habitude de la lecture, par exemple, chez les jeunes Canadiens n'est pas terrible et qu'elle est en déclin. Nous savons tous en regardant les enfants qui nous entourent que leur utilisation des autres formes de médias augmente de manière prononcée.

À mon point de vue, je suis ancien. J'ai beaucoup trop de diversité. J'ai de la difficulté à gérer toute l'information qui m'est présentée, que je regarde mon écran d'ordinateur ou un site Web, que je regarde la télévision pour laquelle j'ai un choix de postes par satellite ou d'autres services. J'ai plus de canaux de télévision que je ne peux en gérer. Comme vous le savez tous, on présente actuellement des demandes au CRTC pour un type différent de services de radiodiffusion au Canada.

**Mme Clarke :** Le numérique.

**Le sénateur Eyton :** Il me semble que la convergence dont vous parlez est très bien, si vous voulez ignorer tout ce qui se passe à l'heure actuelle. J'aurais cru, étant donné les tendances actuelles et tout ce qui se passe en ce moment, que vous auriez été forcée de reconnaître qu'il y a une diversité incroyable. La voix canadienne, quel que soit le sens que vous donniez à cette expression, a toutes sortes de moyens de s'exprimer. Je peux créer un site Web en une semaine. Je peux rejoindre les producteurs de blé de la Saskatchewan qui aiment les serpents et je peux créer un site Web qui s'adressera à tous ceux que cette question intéresse; alors, il y a plein d'occasions pour que la voix canadienne se fasse entendre.

Dans votre déclaration et dans les résolutions que vous avez présentées, avez-vous tenu compte de ce qui se passe à l'heure actuelle dans la façon dont les gens communiquent entre eux, dans la façon dont ils expriment leur voix ou communiquent leur information ou leurs diverses formes de divertissement?

**Mme Clarke :** En un sens, je dois vous faire remarquer que nous sommes liés par la politique. Ce que vous suggérez, c'est que, d'un côté, nous traitons d'un domaine que nous n'avons pas encore encadré par une politique. Cependant, nous avons effectivement une politique qui traite des problèmes liés aux droits d'auteur dans les utilisations multimédias. Nous avons effectivement une politique qui traite des préoccupations que nous avons face aux monopoles dans les médias. Lorsque nous parlons des monopoles médiatiques, nous parlions initialement de la propriété multimédia, fondamentalement. L'intégration verticale ou la convergence de media au sein de la technologie a été extrême. Nos préoccupations portent toujours sur l'effet de monopole et la convergence soulève effectivement la possibilité de monopole. Si

number of people all from the same company voice, which is still our concern, and that is consolidation of ownership among companies.

It is true that there are many opportunities for independent expression of opinion. I know that. I could have a blog overnight. I could have and have had a website. At the same time, those do have a limited audience. A media giant has the opportunity to reach a great many people. We can look at examples we have seen. For example, the senator referred to Fox News. Fox News had a tremendous impact on events in the United States. Theirs was a voice to which many millions of Americans turned. That is far different from somebody's individual website; is it not? When we talk about the concern that we have with monopolies, that is our concern.

**Senator Eyton:** You can look at hits. I know there is an auction going on in Toronto on Monday. They posted it a week ago. They were running 100,000 hits a day.

**Ms. Clarke:** What are they auctioning?

**Senator Eyton:** It has a Canadian element to it. A website can be used for personal communication, but I think it has a much bigger audience than that.

I will go on a variation of that. I think that consumers out there, or all of us, have a great deal of choice today, and, from my point of view, it will get worse. There will be too many choices, and I have a great difficulty making selections.

In your remarks there is a premise that one owner has one point of view on all subjects, and he will footprint, publish or broadcast that. In a sense, we are kind of victims in that these messages come to us, we absorb them and that is the end of it.

I have been involved personally as a lawyer when I worked for a number of broadcasters over the years, long ago. I have not done it recently. I will give you specific examples: Standard Broadcasting, where I helped the Slaight family assemble their radio stations, Astro Communications where I helped with their broadcasting and filmmaking and four or five others. Their motivation was always to have the biggest possible audience. They did not have a message and then say, "The victims are out there, and I will promote this particular point of view." It was never that way. They were always trying to craft a product that would attract the largest possible audience.

I do not think there is one voice. I read *The Globe and Mail* every day. There are a variety of voices there, many with which I disagree. I read the *National Post* and there are a variety of voices

vous avez une entreprise qui contrôle le câble, les journaux et qui est un fournisseur de services Internet, vous avez une intégration verticale. Vous pouvez rejoindre un très grand nombre de personnes par le biais de la même entreprise, ce qui est toujours notre préoccupation et cela, c'est l'intégration de la propriété au sein des entreprises.

Il est vrai qu'il y a de nombreuses possibilités pour l'expression indépendante des opinions. Je le sais. Je peux avoir un journal en ligne demain matin. Je peux avoir un site Web, et j'en ai eu un. Mais ces derniers ont un auditoire limité. Un géant médiatique a la possibilité de rejoindre un très grand nombre de personnes. Nous pouvons examiner les exemples que nous avons parlé. Par exemple, le sénateur a fait allusion à Fox News. Or, Fox News exerce une influence extraordinaire sur les événements aux États-Unis. Des millions d'Américains se sont tournés vers cette voix. C'est quelque chose de bien différent du site Web d'un particulier; n'est-ce pas? Lorsque nous parlons des inquiétudes que nous avons face aux monopoles, voilà quelle est notre préoccupation.

**Le sénateur Eyton :** Vous pouvez voir le nombre de visiteurs sur un site. Je sais qu'un encan aura lieu à Toronto lundi. Les responsables ont mis cela sur Internet il y a une semaine et ils recevaient 100 000 visites par jour.

**Mme Clarke :** Qu'est-ce qu'on mettait à l'encan?

**Le sénateur Eyton :** Il y avait un élément canadien dans cette histoire. Un site Web peut être utilisé pour la communication personnelle, mais je pense qu'il a un auditoire beaucoup plus vaste que cela.

Je vais faire une variation sur ce thème. Je pense que les consommateurs, et nous tous, avons beaucoup de choix aujourd'hui et, à mon point de vue, cette situation ne fera que s'aggraver. Il y aura beaucoup trop de choix et j'ai beaucoup de difficulté à faire un choix.

Dans vos observations, il y a une prémisse selon laquelle un propriétaire a un point de vue sur tous les sujets et qu'il va l'imprimer, le publier ou le diffuser. En un sens, nous sommes une sorte de victime du fait que ces messages nous parviennent, nous les absorbons et cela s'arrête là.

J'ai été personnellement mêlé à cette question à titre d'avocat lorsque j'ai travaillé pour un certain nombre de radiodiffuseurs au cours des ans, il y a longtemps. Je ne l'ai pas fait récemment. Je vais vous donner des exemples précis : Standard Broadcasting, où j'ai aidé la famille Slaight à réunir ses stations de radio, Astro Communications que j'ai aidée du point de vue de la radiodiffusion et de la cinématographie, et quatre ou cinq autres entreprises. La motivation de ces gens a toujours été d'avoir l'auditoire le plus vaste possible. Ils n'avaient pas un message du genre : « Les victimes sont là et je vais promouvoir ce point de vue particulier ». Cela n'a jamais été le cas. Ils essayaient toujours de façonner un produit qui attirerait le plus vaste auditoire possible.

Je ne pense pas qu'il y a une voix. Je lis le *Globe and Mail* tous les jours. Il y a une diversité de voix dans ce journal et je suis en désaccord avec un bon nombre d'entre elles. Je lis le *National Post*

there. I do not see this kind of conspiracy to express one point of view on a variety of Canadian issues. I see diversity, and even when I do not see it, I do not think there is the kind of control you imagine, for two reasons: First, people are different and express themselves differently; second, if you want to attract the maximum number of consumers, you will try to pander to them. CBC does it, and they are immensely successful with CBC Radio, particularly in the morning hours with Andy Barrie and his friends. They are doing that because they are trying to reach the maximum audience.

I have great trouble understanding the concern for the voice of Canadians, given all of the diversity and what I think is the real motivation of owners, which is to try to reach consumers in the biggest possible numbers.

**Ms. Clarke:** Your arguments are salient and have been posed by many people. In answer to them, I would say only that our concern in CFUW is that the creation of a media monopoly creates the potential for a standard line. It also creates the potential for editorial biases, and there have been those cases. We know that. One of the possible answers to that is to restrict an owner or a publisher of a series of papers to an editorial position voiced in one of them — one out of four, for example.

However, if you have the continued development of monopolies of media companies, the very comment that you made can be on both sides of this scale. If the message or the mantra is to attract the largest number of viewers or the largest audience possible, the question becomes what they are addressing in terms of creating that audience. What are their goals? What are their economic foundations?

You do raise the potential for creating a company that panders to that which gets the largest number of viewers.

**Senator Eyton:** For example, the CBC?

**Ms. Clarke:** I was referring to Clear Channel. Rush Limbaugh is part of their stable because they get a lot of listeners. There are questions of how do we reflect our own identity.

**Senator Tkachuk:** What is wrong with Rush Limbaugh?

**Ms. Clarke:** I did not say anything was wrong with him.

**Senator Tkachuk:** What was the point of that?

**Ms. Clarke:** The point would be that it is a huge company and it carries a stable of announcers that bring the largest number of listeners, with one goal and that is to get the largest number of people listening to advertisers.

et il y a également une variété de voix dans ce journal. Je ne vois pas ce type de conspiration visant à exprimer un point de vue sur une variété de questions canadiennes. Je vois de la diversité et même lorsque je ne la vois pas, je ne pense pas qu'il s'agisse du genre de contrôle que vous imaginez, pour deux raisons : premièrement, les gens sont différents et s'expriment différemment; deuxièmement, si vous voulez attirer le plus grand nombre de consommateurs possibles, vous allez essayer de vous plier à leurs exigences. CBC le fait et connaît un immense succès à la radio, particulièrement au cours de l'émission matinale animée par Andy Barrie et ses amis. Ces gens font cela parce qu'ils cherchent à rejoindre le plus vaste auditoire possible.

J'ai beaucoup de difficulté à comprendre l'inquiétude qu'on se fait pour la voix des Canadiens, étant donné toute cette diversité et ce que je pense être la véritable motivation des propriétaires, à savoir accrocher le plus grand nombre possible de consommateurs.

**Mme Clarke :** Vos arguments sont très connus et ont été présentés par beaucoup de personnes. Pour y répondre, je vous dirais que la préoccupation de la FCFDU, c'est que la création d'un monopole médiatique entraîne la possibilité que l'on diffuse une information normalisée. Elle crée également la possibilité de partis pris dans les éditoriaux, et on a vu des cas de ce genre. Nous le savons. Une des réponses possibles à cela est de limiter un propriétaire ou l'éditeur d'une série de journaux à une position éditoriale exprimée dans un de ces derniers — un sur quatre, par exemple.

Cependant, si le développement des monopoles dans les entreprises médiatiques se poursuit, l'observation même que vous venez de faire peut jouer dans les deux sens. Si le message ou le mantra est d'attirer le plus grand nombre possible de téléspectateurs ou l'auditoire le plus vaste possible, la question devient que font ces entreprises pour créer cet auditoire. Quels sont leurs objectifs? Quels sont leurs fondements économiques?

Vous soulevez la possibilité de créer une entreprise qui se plie aux exigences de ce qui rapporte le plus grand nombre de téléspectateurs.

**Le sénateur Eyton :** Par exemple, Radio-Canada?

**Mme Clarke :** Je faisais allusion à Clear Channel. Rush Limbaugh fait partie de leur brochette d'animateurs parce qu'il attire beaucoup d'auditeurs. Il se pose des questions quant à savoir comment nous allons refléter notre propre identité.

**Le sénateur Tkachuk :** Qu'y a-t-il de mal chez Rush Limbaugh?

**Mme Clarke :** Je n'ai pas dit qu'il y avait quelque chose de mal chez lui.

**Le sénateur Tkachuk :** Quel est le point que vous vouliez faire ressortir?

**Mme Clarke :** Le point, c'est qu'il s'agit d'une entreprise énorme et qu'elle possède une brochette d'animateurs qui attirent le plus grand nombre possible d'auditeurs, dans un but, celui d'attirer le plus grand nombre possible de personnes pour écouter les publicités.

What is your end goal? Is your end goal to provide consumers for advertisers, or is your end goal to balance the economic needs of the companies with the identity and culture of your country?

**Senator Eyton:** What was the end goal of, say, the people who were in the Giller competition and write books?

**Ms. Clarke:** Extension of Canadian author voice.

**Senator Eyton:** Is that right?

**Ms. Clarke:** Yes.

**Senator Eyton:** I would have thought the writers were trying to write a successful book that would reach the maximum number of people in Canada or elsewhere.

**Ms. Clarke:** If you ask any author what was the main raison d'être for writing their book you would have many different voices saying different things, but I do not think that the common answer would be to make a buck.

**The Chairman:** If I may, Samuel Johnson said that none but a blockhead ever wrote except for money.

**Senator Trenholme Counsell:** I apologize for being late. I had to get here because you were going to be here. I have great respect for the Canadian Federation of University Women, having been a member; I am not right now.

**Ms. Clarke:** We will send you a membership application.

**Senator Trenholme Counsell:** I would have to join in Sackville, New Brunswick. I should join again.

I may have missed the initial points that people have made so I again apologize. I am so pleased to read what you say about the Canadian Broadcasting System. I hope that is where you will continue to use your voice very strongly both with television and radio. It is such a precious thing about our country. I ask you to do that.

I found myself agreeing with Senator Eyton when he spoke about what I would call the bombardment of information today. If you take the general population — and I am not talking about the minority of discriminating people that really choose carefully what they read — I think that people have an enormous number of choices. If you look at the television channels — between that and the morning radio and the radio maybe driving home at night where people get their news — there are so many choices, be it radio or be it television.

I think one of the challenges is to educate our young people to make choices. I know you are very strong in education. How would you respond to that?

**Ms. Clarke:** We would respond to that with a strong urging of the government to support the very careful and concentrated attention to information literacy in the schools.

Quel est votre but ultime? Fournir des consommateurs aux annonceurs ou établir un équilibre entre les besoins économiques des entreprises et l'identité et la culture de votre pays?

**Le sénateur Eyton :** Quel était l'objectif ultime, disons, des gens qui participent au concours Giller et qui écrivent des livres?

**Mme Clarke :** Le prolongement de la voix des auteurs canadiens.

**Le sénateur Eyton :** Vous ne me dites pas.

**Mme Clarke :** Oui.

**Le sénateur Eyton :** J'aurais cru que les écrivains essayaient d'écrire un livre à succès qui rejoindrait le plus grand nombre possible de gens au Canada ou ailleurs.

**Mme Clarke :** Si vous demandiez à n'importe quel auteur quelle a été la principale raison pour laquelle il a écrit son livre, vous auriez de nombreuses voix différentes qui diraient des choses différentes, mais je ne pense pas que la réponse commune serait que c'était pour faire de l'argent.

**La présidente :** Si vous le permettez, Samuel Johnson a dit que seul un imbécile n'écrit pas pour de l'argent.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Veuillez excuser mon retard. Je devais être ici parce que vous êtes ici. J'ai beaucoup de respect pour la Fédération canadienne des femmes diplômées des universités, puisque j'ai été membre. Je ne le suis pas maintenant.

**Mme Clarke :** Nous allons vous faire parvenir une demande d'adhésion.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Je devrai devenir membre à Sackville, Nouveau-Brunswick. Je devrais redevenir membre.

Il est possible que j'aie raté les premiers points qui ont été discutés, alors, encore une fois, veuillez m'en excuser. Je suis si heureuse de lire ce que vous dites au sujet du système canadien de radiodiffusion. J'espère que c'est là que vous allez continuer à utiliser votre voix d'une manière très forte, à la fois à la télévision et à la radio. Il s'agit d'une chose si précieuse dans notre pays. Je vous demande de le faire.

Je constate que je suis d'accord avec le sénateur Eyton lorsqu'il a parlé de ce que j'appellerais le bombardement d'information que nous subissons aujourd'hui. Si vous prenez la population en général — et je ne parle pas de la minorité des gens qui choisissent attentivement ce qu'ils lisent —, je pense que les gens ont un très grand choix. Si vous regardez les canaux de télévision — entre cela et la radio le matin et la radio le soir, au retour à la maison, où les gens prennent connaissance des nouvelles —, il y a tellement de choix, que ce soit à la radio ou à la télévision.

Je pense qu'un des défis à relever, c'est d'éduquer nos jeunes gens pour qu'ils puissent faire des choix. Je sais que vous comptez beaucoup sur l'éducation. Comment répondriez-vous à cette question?

**Mme Clarke :** J'y répondrais en incitant fortement le gouvernement à appuyer et à accorder une attention très spéciale à la connaissance informationnelle dans les écoles.

I would further address your earlier point and respond to the many choices that are available, the overwhelming choices. This is something that I would have said to Senator Eyton as well. You think you have many choices. One of the points that must be made goes back to the copyright discussion that we had earlier. As many very frustrated journalists will tell you, they provide a piece to a company and they hear it on the television news. They see it in the paper. They see it in a number of different sources that all belong to one company. While you may think that you are hearing a different story in a large number of settings, you are not necessarily doing so.

**Senator Trenholme Counsell:** If I may, I do not think that is true with our television channels in Canada. You do not see much of an overlap from one television channel to another. I am speaking largely from Atlantic Canada. They have their own reporters, one by one by one. If you are flicking your news from one channel to the next, which many of us do, you see different people. They may have the same story but they tell it differently. That is my impression as an Atlantic Canadian.

Some reporters feel strongly about this, but I would like to know whether you feel that the companies that buy up newspapers do it for business purposes or for control of the media. Which do you think is the predominant reason? Is it a business decision? Is it a control-of-information decision?

**Ms. Clarke:** I believe at this juncture it is a business decision. Amalgamation and acquisitions are considered strong business. The minute one company acquires another, the stock of the company rises. There can be questions with regard to that as well, but I am sure that it is a business decision.

**The Chairman:** Thank you very much, Ms. Clarke and Ms. Russell. It has been an extremely interesting session. As you can tell from the questions, you were pushing us to think hard.

**Ms. Clarke:** You pushed us back.

**The Chairman:** That is the best thing that witnesses can possibly do. We are grateful to you for being with us. You will provide a couple of references to the clerk with our grateful thanks for that.

Honourable senators, our next witness is Mr. Ken Alexander, who is publisher and editorial director of *The Walrus*, a comparatively new Canadian general interest magazine that is aimed at, according to the magazine, sophisticated readers. I think that is a fair description. This is actually an interesting opportunity to look at media start-up situations, audience targeting, Canadian content and all those things.

Thank you very much for being with us. I think you know our format. I will ask you to give an opening statement of maybe 10 minutes and then we will ask you some questions.

Je parlerais du point que vous avez fait valoir précédemment et répondrais aux nombreux choix qui sont disponibles, les choix inépuisables. C'est quelque chose que j'aurais dit au sénateur Eyton également. Vous pensez que vous avez de nombreux choix. Un des points que l'on doit faire valoir revient à la discussion sur le droit d'auteur que nous avons eue plus tôt. Comme vous le direz de très nombreux journalistes frustrés, ils rédigent un article pour une entreprise et peuvent l'entendre aux nouvelles à la télévision, peuvent le voir dans un journal, peuvent le voir dans un certain nombre de sources différentes qui appartiennent à une même entreprise. Bien que vous pensiez entendre des histoires différentes dans un grand nombre de médias, ce n'est pas nécessairement le cas.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Si vous le permettez, je ne pense pas que ce soit le cas avec nos canaux de télévision au Canada. Vous ne voyez pas beaucoup de chevauchement d'un canal à un autre. Je parle en grande partie pour le Canada atlantique. Chacun a son propre reporter. Si vous changez de canal pendant les nouvelles, ce que bon nombre d'entre nous faisons, vous voyez des personnes différentes. Elles peuvent parler de la même histoire, mais elles la racontent différemment. C'est l'impression que j'ai en tant que Canadienne de l'Atlantique.

Certains reporters ont une position bien tranchée sur cette question, mais j'aimerais savoir si vous pensez que les entreprises qui achètent les journaux le font à des fins commerciales ou à des fins de contrôle des médias. Quelle est à votre avis, la raison principale? S'agit-il d'une décision d'affaires? S'agit-il d'une décision dans le but de contrôler l'information?

**Mme Clarke :** Je pense qu'en ce moment, il s'agit d'une décision d'affaires. Les fusions et les acquisitions sont considérées comme une bonne chose au plan des affaires. Dès qu'une entreprise en acquiert une autre, le prix de ses actions grimpe. On pourrait se poser des questions à cet égard également, mais je suis certaine qu'il s'agit d'une décision d'affaires.

**La présidente :** Merci beaucoup, madame Clarke et madame Russell. Ce fut une séance extrêmement intéressante. Comme vous pouvez le voir par les questions, vous nous poussez à réfléchir sérieusement.

**Mme Clarke :** Vous nous avez poussées en retour.

**La présidente :** C'est la meilleure chose que les témoins puissent faire. Nous vous sommes reconnaissants d'avoir été avec nous et nous vous remercions de remettre quelques références à notre greffier.

Honourables sénateurs, notre prochain témoin est M. Ken Alexander, éditeur et directeur de la rédaction du nouveau magazine canadien d'intérêt général *The Walrus*, qui s'adresse à un lectorat avisé. Je pense qu'il s'agit d'une description assez juste. Il s'agit, en fait, d'une occasion très intéressante d'examiner une situation de démarrage dans le mode des médias, le ciblage de l'auditoire, le contenu canadien et toutes ces autres questions.

Merci beaucoup d'être présents parmi nous. Je pense que vous connaissez notre formule. Je vais vous demander de faire une déclaration liminaire d'environ 10 minutes et, ensuite, nous allons vous poser des questions.

**Mr. Ken Alexander, Publisher, *The Walrus*:** I will start with a story about my daughter, who is quite media savvy. We do not let her watch TV which is why I think she is media savvy. It was her seventh birthday recently and she came downstairs and announced to my wife and I that she wanted cupcakes. Sharyn said, "I am not really the kind of mother who bakes cupcakes but I can buy some for you." Claire responded with, "I am not really the kind of daughter who accepts store-bought cupcakes."

I tell that story because I become concerned when I hear people over-promoting the teaching — I am a former teacher — of media literacy in schools. Claire, I think, has certain acuity of mind because we have not talked to her a whole lot about media and instructed her in skill-based stuff. Rather, we have allowed her to react to the world and tried to ensure that she does a lot of reading.

The most important thing for children to develop in school is not to develop skills but to become curious and great readers and have terrific stories to tell. Those are the kids that in my experience hiring journalists out of journalism school and others, can tell when they are being lied to or when there is coded language being used, which are the touchstones of a media-literate mind.

I should say something about the whole topic of convergence. I would recommend to you Robert McChesney's *Rich Media, Poor Democracy*, which is a pretty good study that looks closely at the problems of owning both television stations and newspapers in the same jurisdiction and why there were laws in the United States, especially, to prevent such cross-ownership. It is a solid read that deals mostly with the situation in the States.

In Canada, the point about Vancouver is well taken, as well as the points made about Toronto. It is true that there are more than four newspapers in Toronto. There is *Now* magazine and *I* magazine and there are many other sources. You can hear and read a wide variety of views, including authoritative views, which is important. However, in Vancouver pretty well everything comes up CanWest Global. I do not know why I was invited to appear before this committee but it could be because of my somewhat smart aleck remark directed at Leonard Asper and his use of the word "pre-purposing." He said that he would like Murdoch Davis to write editorials from Winnipeg, not just for the editorial pages of newspapers right across the country but for all platforms — newspapers, radio, Internet, et cetera. That kind of thing most certainly puts a chill over newsrooms, whether they be radio or newspaper.

The issue of quality and authority is important. I do not place much truck in the argument that because the Internet exists everyone has access to whatever they want. The truth of the matter is that on the Internet, anyone can be a publisher. Fact-

**M. Ken Alexander, éditeur, *The Walrus* :** Je vais débiter par une histoire sur ma fille qui est assez connaissante en matière de média. Nous ne la laissons pas regarder la télévision ce qui explique pourquoi je pense qu'elle est connaissante en matière de média. C'était son septième anniversaire récemment et elle a nous à dit, à mon épouse et à moi-même, qu'elle voulait des petits gâteaux. Sharyn a répondu : « Je ne suis pas vraiment le genre de mère qui fait cuire des petits gâteaux, mais je peux en acheter pour toi. » Claire a répondu : « Je ne suis pas vraiment le genre de fille qui accepte des petits gâteaux achetés au magasin. »

Je raconte cette histoire parce que je m'inquiète lorsque j'entends les gens faire la promotion excessive — je suis un ancien enseignant — de la sensibilisation aux médias dans les écoles. Claire, je pense, possède une certaine perspicacité intellectuelle parce que nous ne lui avons pas beaucoup parlé des médias et fait son éducation dans les domaines fondés sur les compétences. Nous l'avons plutôt laissée réagir au monde et nous avons tenté de nous assurer qu'elle lisait beaucoup.

La chose la plus importante pour les enfants à l'école, ce n'est pas de développer des compétences, mais de développer leur curiosité, de devenir des lecteurs avides et d'avoir des histoires fantastiques à raconter. D'après mon expérience dans l'embauche de journalistes à la sortie des écoles de journalisme et d'autres, ce sont ces enfants qui savent reconnaître qu'on ment ou que l'on utilise un langage codé, les pierres de touche de l'esprit sensibilisé aux médias.

Je devrais dire quelque chose au sujet de toute la question de la convergence. Je vous recommanderais l'ouvrage de Robert McChesney, *Rich Media, Poor Democracy*, une assez bonne étude qui examine de près les problèmes qu'entraîne le fait d'être propriétaire de stations de télévision et de journaux dans une même entité administrative et pourquoi il existe des lois aux États-Unis, en particulier, interdisant la propriété multimédia. Il s'agit d'une lecture solide qui traite surtout de la situation aux États-Unis.

Au Canada, le point soulevé au sujet de Vancouver est valable, de même que les points soulevés dans le cas de Toronto. Il est vrai qu'il y a plus de quatre journaux à Toronto. Il y a le magazine *Now* et le magazine *I* et il y a de nombreuses autres sources. Vous pouvez entendre ou lire une grande variété de points de vue, y compris des points de vue faisant autorité, ce qui est important. Cependant, à Vancouver, presque toute l'information vient de CanWest Global. Je ne sais pas pourquoi on m'a invité à comparaître devant votre comité, mais cela pourrait être lié à ma remarque de fin finaud faite à l'intention de Leonard Asper et de son utilisation du mot « pre-purposing ». Il a dit qu'il aimerait que Murdoch Davis écrive, de Winnipeg, les éditoriaux non seulement pour les pages éditoriales des journaux partout au pays, mais également pour toutes les plateformes — journaux, radio, Internet, etc. Ce genre de propos donne certainement des frissons dans les salles de nouvelles, que ce soit à la radio ou dans la presse.

La question de la qualité et de l'autorité est importante. Je n'accorde pas beaucoup d'importance à l'argument voulant que, puisque Internet existe, tout le monde a accès à ce qu'il veut. La vérité, c'est que sur Internet, n'importe qui peut être un éditeur.

checking is not the order of the day and, as a result, the Internet tends not to have the same kind of authority in peoples' minds, rightly or wrongly, that a national newspaper has, for instance. Yes, you can create your own blog and suddenly you are a publisher and gain an audience. However, it does not have the same kind of authority that a national newspaper has.

We need to ensure quality of media and not worry so much about whether choice is being constricted or whether there is choice. There is a great deal of choice. I do not know what people's predispositions are to go after those choices but there are many.

**The Chairman:** What would you do to ensure quality?

**Mr. Alexander:** Well, I think you have to delve into the nuts and bolts of it. The *Atlantic Monthly*, *Harper's*, *Mother Jones*, the *Utne Reader* and many periodicals in the States simply would not exist without foundation support because they lose money every year. They are in this business not to make money but because they think it is important to have those voices heard. The charitable giving laws in the States are such that foundations can give money, for instance to *Harper's*, in order to continue publishing.

That is one way of ensuring that you have a multiplicity of voices that, I would argue, are of quality. The quality issue is of paramount importance and I would like to see that kind of development happen here in Canada.

**Senator Tkachuk:** Why is the name of your publication, *The Walrus*?

**Mr. Alexander:** I guess I have to credit Anne Michaels, Linda McQuaig and a few other strong-minded women for the name of the magazine. I was concerned that it sounded too "male." They argued it had guts and that if I did not stick with it they would withhold their support. Truth be known, it was the result of a fair number of late-night drinking sessions.

**Senator Tkachuk:** We have heard, and there has been much discussion, about subsidies for Canadian magazines in Canada. We heard witnesses from the ethnic press talking about this. My assumption is that they are talking about the postal subsidies.

**Mr. Alexander:** That is usually the case.

**Senator Tkachuk:** How do they work? Are they sufficient? Obviously, it is a good thing for you. Why is that necessary?

**Mr. Alexander:** I cannot really speak to the specific needs of niche magazines of the kind that you are describing. I can speak with a little more authority to the general interest magazine or what I would describe as the smart, general interest magazine or the magazine for the sophisticated reader. I can speak to the difference between controlled versus paid circulation and some of the problems that magazines face in this country, including why, in the general magazine category, it has moved by and large

La vérification des faits n'est pas à l'ordre du jour et, en conséquence, les gens n'ont pas tendance à accorder à l'Internet le même genre d'autorité, à tort ou à raison, qu'à un journal national, par exemple. Oui, vous pouvez créer votre propre chronique Internet et vous êtes soudainement un éditeur et vous avez un auditoire. Cependant, cette chronique n'a pas la même autorité qu'un journal national.

Nous devons assurer la qualité des médias et ne pas trop nous inquiéter de savoir si le choix est en voie de disparition ou s'il y a un choix. Il y a beaucoup de choix. Je ne sais pas quelles sont les prédispositions des gens pour s'orienter vers ces choix, mais ils sont nombreux.

**La présidente :** Que feriez-vous pour assurer la qualité?

**M. Alexander :** Eh bien, je pense que vous devez vous intéresser aux tenants et aboutissants. Des publications comme *Atlantic Monthly*, *Harper's*, *Mother Jones*, *Utne Reader* et de nombreux autres périodiques aux États-Unis n'existeraient tout simplement pas sans l'appui des fondations, parce qu'elles perdent de l'argent chaque année. Des gens font ce travail non pas pour faire de l'argent, mais parce qu'ils pensent qu'il est important que ces voix soient entendues. Les lois sur les dons de charité aux États-Unis sont telles que les fondations peuvent donner de l'argent, par exemple à *Harper's*, pour que la revue continue d'être publiée.

C'est là une façon de s'assurer qu'il y a des voix multiples qui, j'ajouterais, sont de qualité. La question de la qualité est d'une importance capitale et j'aimerais que ce genre de développement ait lieu ici au Canada.

**Le sénateur Tkachuk :** Pourquoi votre publication s'appelle-t-elle *The Walrus*?

**M. Alexander :** Je pense que je dois donner le crédit pour le nom du magazine à Anne Michaels, Linda McQuaig et quelques autres fortes têtes féminines. Je m'inquiétais de ce que ce titre soit trop « masculin ». Elles ont soutenu que ce titre avait du cran et que si je ne le gardais pas, elles me retireraient leur appui. Mais pour être franc, ce nom est le résultat de plusieurs longues soirées de discussion bien arrosées.

**Le sénateur Tkachuk :** Nous avons entendu parler des subventions aux magazines canadiens au Canada et cela a suscité beaucoup de discussions. Nous avons entendu les témoins de la presse ethnique en parler. Je suppose qu'ils parlaient de la subvention postale.

**M. Alexander :** C'est habituellement le cas.

**Le sénateur Tkachuk :** Comment fonctionne-t-elle? Est-elle suffisante? De toute évidence, c'est une bonne chose pour vous. Pourquoi est-elle nécessaire?

**M. Alexander :** Je ne peux pas vraiment parler des besoins spécifiques des magazines à créneaux comme ceux dont vous parlez. Je peux parler en meilleure connaissance de cause des magazines d'intérêt général ou de ce que je décrirais comme des magazines intelligents, d'intérêt général ou des magazines destinés à un lectorat avisé. Je peux vous parler de la différence entre le tirage réglementé et le tirage payé et certains des problèmes auxquels les magazines doivent faire face au Canada, y compris

toward controlled circulation — working very hard on a magazine and then giving it away for free, which sounds counterintuitive.

The industry response to our idea of launching a smart magazine in Canada was a nice idea but not in Canada. The reasons were fairly simple. It is a great big country with a population strung out along the border that is not that concentrated and is difficult to reach. As well, the American periodicals have cornered the market. For the first reasons — great big country with a population strung out, many magazines have opted for controlled circulation, which means throwing the magazine into a weekend newspaper and delivering it to hundreds of thousands of addresses for free. In so doing, they are satisfying the interests of certain advertisers who would like an immediate circulation of 200,000 or so; and they can earn advertising dollars by doing so.

My own belief about controlled circulation magazines is that they are many things but magazines they are not. They are more akin to flyers and usually end up in the recycling bin with the rest of the newspapers the next day. If it is a monthly magazine, it should have a shelf life of one month, at least. As well, if the interest is in the immediate attraction of advertising dollars, then content is not the primary concern but falls to probably the secondary or tertiary concern.

More importantly, it is impossible, in my view, through a controlled circulation magazine to develop a genuine contract with a reader. Someone who receives a magazine for free, in other words someone who does not take the trouble to go out and buy it, will not develop the same kind of relationship with that magazine as someone who actually buys it. That is really what I am interested in, the contract with the reader and the relationship with the reader.

**Senator Munson:** I am curious, before we get on other questions about your magazine, if you can tell us a bit about the struggles to start it and your circulation now. Are you optimistic about the future? There are those of us who are reading it, but there are a lot of friends who are not.

**Mr. Alexander:** I am pretty bullish about it and I am thrilled by the early response to it. The circulation now is 50,000 paid subscription and newsstand, which is quite extraordinary after a year. There is a lot of goodwill around the magazine. It suggests a genuine appetite for a Canadian product that does not have a parochial mandate.

There is nothing wrong with reflecting Canada back to Canadians; that is absolutely fine. However, I would argue that in this world, that can be a bit limiting for our contributors and a bit limited in terms of what we do. Canada needs to place itself in the world. I think our writers — fortunately, we are blessed with fantastic writers — can compete favourably with the very best in the world.

pourquoi, dans la catégorie des magazines d'intérêt général, on a eu tendance à s'orienter vers le tirage réglementé — travailler très fort sur un magazine pour ensuite le donner gratuitement, ce qui semble contre-intuitif.

La réponse de l'industrie à notre idée de lancer un magazine intelligent au Canada a été que c'était une bonne idée, mais pas au Canada. Les raisons sont assez simples. Le Canada est un grand pays dont la population n'est pas très concentrée, mais plutôt éparpillée le long de la frontière et, donc, difficile à rejoindre. De même, les périodiques américains ont accaparé le marché. Pour les premières raisons — grand pays dont la population est éparpillée, de nombreux magazines ont opté pour le tirage réglementé, ce qui veut dire inclure le magazine dans un journal de fin de semaine et le livrer à des centaines de milliers d'adresses gratuitement. Ce faisant, ils répondent aux besoins de certains annonceurs qui aimeraient avoir un tirage immédiat de 200 000 ou plus; et ils peuvent obtenir des revenus de publicité en même temps.

Mon idée sur les magazines à tirage réglementé, c'est qu'ils sont beaucoup de choses, sauf des magazines. Ils se rapprochent des dépliants publicitaires et aboutissent habituellement dans le bac de recyclage avec le reste des journaux dès le lendemain. S'il s'agit d'un magazine mensuel, il devrait avoir une durée de vie d'au moins un mois. De même, si le but est d'attirer des revenus de publicité immédiatement, alors le contenu n'est pas la préoccupation principale, mais vient probablement au deuxième ou au troisième rang.

Plus important encore, il est impossible, à mon point de vue, de développer un contrat authentique avec un lecteur par le biais d'un magazine à tirage réglementé. Quelqu'un qui reçoit un magazine gratuitement, en d'autres mots, quelqu'un qui ne prend pas la peine de faire la démarche de l'acheter, ne développera pas le même genre de relation avec ce magazine que quelqu'un qui l'achète. Ce qui m'intéresse vraiment, c'est le contrat avec le lecteur et la relation avec le lecteur.

**Le sénateur Munson :** Avant que nous abordions d'autres questions concernant votre magazine, je suis curieux, pouvez-vous nous parler un peu des luttes que vous avez dû livrer pour démarrer votre publication et nous dire quel est votre tirage. Êtes-vous optimiste face à l'avenir? Il y en a parmi nous qui la lisent, mais les amis qui ne la lisent pas sont nombreux.

**M. Alexander :** Je suis assez optimiste à son sujet et je suis enchanté par la réponse initiale que la publication a obtenue. Le tirage est maintenant de 50 000 exemplaires, par abonnement payé ou dans les kiosques à journaux, ce qui est assez extraordinaire après un an. Il y a beaucoup de bonne volonté autour du magazine. Cela indique qu'il existe une demande réelle pour un produit canadien qui n'a pas un mandat local.

Il n'y a rien de mal à renvoyer l'image du Canada aux Canadiens; c'est absolument correct. Cependant, je prétends que dans le monde actuel, cela peut être un peu limitatif pour nos contributeurs et un peu limité en termes de ce que nous faisons. Le Canada a besoin d'établir sa place dans le monde. Je pense que nos écrivains — et heureusement, nous avons la chance d'avoir des écrivains fantastiques — peuvent se mesurer favorablement aux meilleurs du monde.

I have been very lucky over the last four or five months, editing everyone from Richard Ford to Marci McDonald to Tariq Ali to Allan Gregg. It is very important for our writers to be in that kind of international Olympiad; they can compete there. Those are the exciting parts of the magazine.

The difficult parts are things like newsstand distribution, for instance. Paid circulation magazines, Canadian like ours, represent somewhere between 10 and 12 per cent of the display that you see on newsstands. As such, they are a bit of a nuisance to the newsstand distributors, and they might be inclined to just leave them on the pallet rather than deliver them.

That is another reason why certain titles have gone to controlled circulation. The newsstand distribution apparatus in this country is nowhere near as evolved as it is in Europe or even in the United States, and it is problematic for Canadian titles as a result.

**Senator Munson:** What happened along the way to *Saturday Night*? For a long time, some people looked forward to buying it. Then it became one of the ones you describe as a controlled magazine, thrown in the middle and there it is; and you are right, it did not seem to have the same appeal.

**Mr. Alexander:** I think it made a strategic mistake. I do not know, nor does anyone know, the exact history. There are so many legends around it. To boost circulation and increase ad revenue, they decided to go to controlled circulation. As soon as you give the magazine away for free, you diminish its value. Somehow it is a different beast.

They do not do controlled circulation in the United States with one exception, *The New York Times Magazine*, published by the same people. Most people buy *The Sunday Times* for the magazine rather than the newspaper. They do not do controlled circulation; and controlled circulation has certainly hurt the Canadian magazine industry.

I think that is because it cannot put quality first, to come back to my original point. The quality magazines, the *New Yorker*, the *Atlantic Monthly*, the *Guardian*, people buy. As such, they do not rely so totally on advertising revenue.

**Senator Munson:** We heard from previous witnesses about foreign media concentration. Do you have views on foreign ownership of Canadian magazines?

**Mr. Alexander:** Not really. Conrad Black did a fantastic thing with the *National Post* in its early days, and it was terrific. I believe him when he said, "Look, I wanted to buy a newspaper because I believe in newspapers." He demanded editorial quality; there was real integrity there.

I would not mind a foreign owner of a Canadian product coming in and doing a bang-up job. It would not bother me in the least, and I think that Canadians are quite capable of doing the same elsewhere. You have to understand that I got into it because I believe that magazines occupy a special realm in the public discourse between broadsheets and books. For instance, think of yourself as a non-fiction book publisher that is not interested in

J'ai été très chanceux ces quatre ou cinq derniers mois, j'ai fait le travail éditorial pour des rédacteurs tels que Richard Ford, Marci McDonald, Tariq Ali et Allan Gregg. Il est très important pour un rédacteur d'avoir ce genre d'olympiade internationale; il peut se mesurer aux autres rédacteurs et cela fait partie de ce qui est excitant dans ce travail.

Les choses comme la livraison au kiosque à journaux, par exemple, comptent parmi les difficultés. Les magazines canadiens à tirage payé, comme le nôtre, représentent entre 10 et 12 p. 100 de ce qui est à l'étalage des kiosques. Pour cette raison, c'est un désagrément pour les distributeurs qui seraient plus enclins à les laisser sur la palette plutôt qu'à les livrer.

C'est aussi pour cela que certains magazines sont passés au tirage vérifié. Pour le plus grand mal de nos magazines, le secteur canadien de la distribution aux kiosques est loin d'être aussi performant qu'en Europe ou même aux États-unis.

**Le sénateur Munson :** Qu'est-il arrivé à *Saturday Night*? Il était populaire pendant longtemps. Puis il est passé, à ce que vous appelez, le tirage vérifié et vous avez bien raison, il ne semblait pas avoir le même succès.

**M. Alexander :** Je pense qu'ils ont commis une erreur stratégique. Je ne sais pas, personne ne sait, ce qui s'est vraiment passé. Il y a tellement de rumeurs. Pour augmenter le tirage et les recettes publicitaires, ils avaient décidé de passer au tirage vérifié. Dès qu'un magazine est gratuit, sa valeur diminue. Son image change en quelque sorte.

Il n'y a pas de tirage vérifié, aux États-unis, à l'exception du *New York Times Magazine* publié par le même groupe. La majorité des gens achètent *The Sunday Times* plus pour le magazine que pour le journal. Ils n'ont pas de tirage vérifié. Le tirage vérifié a certainement causé beaucoup de tort au secteur canadien des magazines.

Je crois que c'est parce que la qualité est reléguée au deuxième plan, pour revenir à ce que je disais tout à l'heure. Les gens achètent les magazines de qualité comme *New Yorker*, *Atlantic Monthly* et *Guardian*. La qualité de ces magazines leur permet de ne pas dépendre entièrement sur les recettes publicitaires.

**Le sénateur Munson :** Des témoins nous ont parlé de la concentration des médias étrangers. Que pensez-vous d'intérêts étrangers dans des magazines canadiens?

**M. Alexander :** Pas grand-chose. Conrad Black a réussi un coup fabuleux avec le *National Post* à ses débuts, c'était formidable. Je le crois quand il disait vouloir acheter un journal parce qu'il y croyait. Il exigeait de la qualité, ce qui est une preuve de son intégrité.

Un étranger propriétaire d'un produit canadien ne me gêne pas tant qu'il fait du bon travail. Cela ne me dérange pas du tout et je crois que les Canadiens tout aussi capables de faire la même chose dans les autres pays. Comprenez bien que je travaille dans ce secteur parce que je crois que le magazine occupe une place particulière dans le discours public entre les journaux grand format et les livres. Imaginez, par exemple, que vous êtes éditeur

just doing biographies. Where do you go for primer stories if you do not have magazines that are committed to serious long-form journalism? That is where they go. In the absence of those vehicles here in Canada, you have a downgrade of the non-fiction book publishing industry, I would argue. There are all sorts of things but — I forget my initial point now.

**Senator Munson:** Foreign ownership.

**Mr. Alexander:** Yes, back to my point. The difficulty is that — this is sort of germane — the absence of real vehicles will send our talent elsewhere. If you look at the folks down in New York and the number of Canadians working regularly at the *New Yorker*, it is extraordinary. They are there, sure, because it is the States and the money and the glamour and all that, but also because of the absence of vehicles here.

I can tell you I was speaking with David Rakoff just the other week who confirmed for me that it is hard to find a dinner party in New York these days without disgruntled Democrats suggesting they are going to move to Canada. My point to him was that we really need people to populate the place above the 60th parallel, so if they come up with SUVs, we need some folks up there.

If a foreign owner was committed to quality, then I would not have much difficulty with it.

**Senator Eyton:** As it turned out, to my regret, I published a newsletter for a number of years and I was not successful. You touched briefly on a couple of factors that should be of interest to this committee. You started a new publication, and I would be interested in hearing how you set about selling subscriptions and getting 50,000; that is a tremendous number for a magazine here in Canada. Can you touch on the distribution of that magazine, and some of the costs that are inherent in there that you think might or could be relieved?

**Mr. Alexander:** There is a tremendous amount of front-end loading; initially, as you are finding your audience, your subscriptions actually cost you money. It is when they renew —

**Senator Eyton:** How do you sell them in the first place? How do they get to know about your magazine? How do you get the order?

**Mr. Alexander:** PR, direct mail, all sorts of methods, me out there talking about the magazine. When it first came out, there was a tremendous amount of buzz about it and there was a tremendous amount of interest. I think that spoke to a pent-up appetite for something real, and for something that had big ideas and big aspirations. As one person put it to me, “something unCanadian,” not that I agree with that person. Then you can come out with some sizzle, but ultimately you have to provide the steak.

You have to keep putting out a magazine that is better and better with each issue, otherwise you die. That is what drives us.

de livres non romanesques, mais que vous n'êtes pas seulement intéressés par des biographies. Où allez-vous trouver des histoires élémentaires si vous n'avez pas de magazines offrant du journalisme sérieux? C'est ce genre de magazines qu'ils recherchent. Je crois que le manque de ces moyens au Canada affaiblit le secteur canadien de l'édition des livres non romanesques. Il y a des tas de facteurs, mais j'ai perdu le fil, de quoi parlions-nous?

**Le sénateur Munson :** Des intérêts étrangers.

**M. Alexander :** Oui, j'y reviens. Le problème, c'est que — c'est lié en quelque sorte — à cause du manque de vrais moyens, nos talents quitteront le pays. Le nombre de Canadiens qui travaillent régulièrement au *New Yorker* est incroyable. Évidemment, ils y sont parce que c'est les États-Unis, il y a l'attrait de l'argent et la fascination, mais aussi à cause du manque de moyens au Canada.

Vous savez, David Rakoff que j'ai rencontré récemment me disait qu'il était difficile à un dîner à New York de ne pas entendre les démocrates mécontents dire qu'ils allaient venir habiter au Canada. Je lui ai dit que nous avions besoin de gens au-dessus du 60<sup>e</sup> parallèle, donc s'ils arrivent dans leur VLT, qu'ils les remplissent de gens.

Que des étrangers achètent des magazines canadiens ne me dérange nullement tant qu'ils exigent de la qualité.

**Le sénateur Eyton :** Il se trouve que, pendant quelques années, je publiais un bulletin et, à mon grand regret, ça n'a pas marché. Vous avez brièvement mentionné deux facteurs qui pourraient intéresser le comité. Vous avez lancé un nouveau magazine, pourriez-vous nous dire comment vous vous êtes pris pour vendre des abonnements et en vendre 50 000, c'est énorme pour un magazine au Canada. Dites-nous un mot sur la distribution de ce magazine et sur les coûts inhérents qui, à votre avis, pourraient ou devraient être diminués.

**M. Alexander :** Il y a énormément de dépenses au départ, quand on cherche son lectorat; en fait, les abonnements sont coûteux. C'est lorsqu'ils renouvellent...

**Le sénateur Eyton :** Comment les vendez-vous au début? Comment entendent-ils parler de votre magazine? Comment recevez-vous les commandes?

**M. Alexander :** Par les relations publiques, par messages publiés, de plusieurs façons et même moi qui en parle publiquement. Le magazine a fait beaucoup parler de lui à sa sortie et il a suscité beaucoup d'intérêt. Je pense que cela prouve qu'il existait une demande de quelque chose d'authentique, de grandes idées et de grandes aspirations. Comme quelqu'un me l'a dit « quelque chose de non canadien, » non pas que je sois de cet avis. On peut ensuite jeter de la poudre aux yeux, mais tôt ou tard il faut fournir de la qualité.

Il faut publier un magazine qui s'améliore au fil des numéros, sinon c'est l'échec. C'est cela qui nous motive.

Do you do it because you are sane? No, you do it because you think it is important to have out there in the media landscape.

**Senator Eyton:** Can you touch on distribution?

**Mr. Alexander:** Sure. I will start with the news stand.

**Senator Eyton:** How do you get on the news stand?

**Mr. Alexander:** Everything in the middle between the reader and the publisher takes their cut. There are national news stand distributors, who engage with wholesalers, who get the magazines at centralized locations from the printer and distribute them right across the country. It costs money and it takes time. We are printed at Transcontinental Inc. in Winnipeg and there were major problems with deliveries on three of the first seven issues. They were not on the stands when they should have been. There are those kinds of hurdles to overcome.

**Senator Eyton:** Is there enough competition in that area?

**Mr. Alexander:** I would argue, no. It is really difficult for paid circulation magazines to get terrific service from the in-the-middle providers, be they fulfillment houses, be they newsstand distributors, or be they wholesale distributors. All of those businesses could improve their services dramatically. I do not like to make general statements, so I will try a specific example. The corner store around from the office sells out the magazine every time they get it. They have never returned a single copy and they have always received around eight copies. The last issue they sold their eight copies within 10 days. You would think if the service providers were working for you, they might get 10 or 12 copies of the next issue, but instead they got four. There was a store on the Danforth that received 131. They said it is a great magazine but it is not that great and they returned 50 the next day and they ended up selling 77 or 78 of the 81 copies they had left. For the next issue, you would think they would get 90 copies, but instead they got 150. There is a store in Calgary that got two issues of the magazine at the same time. They said, "I love October. What will I do with September?"

There are those kinds of problems. They are endemic and costly and there are similar problems on the subscription fulfillment side.

**Senator Eyton:** How about distribution by mail?

**Mr. Alexander:** Yes. You do not get the postal subsidy in the first year. It would be great to get the postal subsidy right away. We should be doing everything we can to help start-up magazines.

**Senator Eyton:** Quantity and the cost?

Avons-nous choisi cette profession parce que nous sommes sains d'esprit, pas du tout, c'est parce que nous croyons qu'il est important d'être présents dans les médias.

**Le sénateur Eyton :** Pouvez-vous parler de la distribution?

**M. Alexander :** Bien sûr. Je commence par les kiosques à journaux.

**Le sénateur Eyton :** Comment se fait la livraison aux kiosques?

**M. Alexander :** Tous ceux qui se situent entre le lectorat et l'éditeur de journal reçoivent quelque chose. Il y a des distributeurs nationaux de journaux aux kiosques travaillant avec des grossistes qui recueillent les magazines dans des endroits centralisés de l'imprimeur et les distribuent dans tout le pays. C'est coûteux en temps et en argent. Transcontinental Inc., située à Winnipeg, imprime notre magazine. Nous avons de gros problèmes au niveau de la livraison dont trois des sept premiers points. Le magazine n'était pas livré aux kiosques dans les délais. C'est le genre d'obstacles que nous devons surmonter.

**Le sénateur Eyton :** Y a-t-il suffisamment de concurrence dans le secteur?

**M. Alexander :** Je dirais que non. Il est très difficile d'obtenir un excellent service de la part des intermédiaires, qu'il s'agisse des maisons d'exécution, des distributeurs aux kiosques ou des distributeurs en gros. Tous ces secteurs pourraient améliorer considérablement les services qu'ils offrent. Puisque je n'aime pas parler en général, je prendrais un exemple particulier. Le dépanneur à proximité de notre bureau vend notre magazine chaque fois qu'il en reçoit des exemplaires. Ils n'ont jamais retourné d'exemplaire; environ huit exemplaires leur sont régulièrement livrés. Les huit exemplaires du dernier numéro ont été vendus en dix jours. On peut supposer que 10 ou 12 exemplaires du numéro suivant leur auront été livrés, mais seulement quatre ont été livrés, à croire que les fournisseurs ne sont pas de notre côté. Un magasin de Danforth a reçu 131 exemplaires. Ils ont trouvé le magazine bon, mais pas plus. Ils ont donc retourné 50 exemplaires le lendemain. Des 81 exemplaires qu'il restait, ils en ont quand même vendu 77 ou 78. On aurait pu imaginer qu'ils recevraient 90 exemplaires du prochain numéro mais non, on leur a livré 150. Deux numéros ont été livrés en même temps à un magasin de Calgary. Leur réaction : « On aime bien le numéro du mois d'octobre, mais qu'allons-nous faire de celui du mois de septembre? »

Voilà le genre de problèmes. Ils sont endémiques et coûteux; nous avons des problèmes semblables avec les abonnements.

**Le sénateur Eyton :** Qu'en est-il des magazines expédiés par la poste?

**M. Alexander :** La subvention postale n'est pas accordée au cours de la première année. Ce serait formidable si elle était versée dès le départ. On devrait faire le maximum pour aider les nouveaux magazines.

**Le sénateur Eyton :** Quelle est la quantité et quels sont les coûts?

**Mr. Alexander:** I forget the numbers but the magazines, once they have gone through a full production cycle, meaning a full year, in the second year they can get a postal subsidy, which means it is cheaper to ship the magazines to all the individual subscribers.

**Senator Tkachuk:** Is there a reason for a year later?

**Mr. Alexander:** You have to demonstrate your viability. I think that is the principle. Magazines require a tremendous amount of front-end loading. You have to give them a chance. It cannot be so tight that they make one mistake and they die. For instance, our fifth issue was a disaster. It was a crummy issue, ill conceived and the cover was terrible. It almost killed us. It just should not be that tight. I am all with the program of, "look you have to make it better and better," but it should not be that tight.

**The Chairman:** Going back to your reference to the *National Post*, which really was like a jolt of electricity to the whole journalistic landscape in Canada. It is still losing buckets of money, maybe not as many as in the first year, but on the last reports I saw, you have to have really deep pockets to carry an enterprise like that. Am I out of line to ask: Is your magazine is not profitable?

**Mr. Alexander:** It is nowhere near profitable.

**The Chairman:** When would you expect it to become at least break even, if all goes according to plan?

**Mr. Alexander:** The way *Harper's* is run is a bit irresponsible. I do not know that it comes down to this but Lewis Lapham, editor of *Harper's*, can go across the hall and say "It was a good year but not great year," and Rick McArthur, the publisher, will give him a cheque. The approach David Remnick is taking with *The New Yorker* is more responsible; it is to try and make the thing break even. Magazines in our category will not make money. They are just not built to make money. However, they should try to break even, and I think they can. Our business plan calls for us to break even at the end of 2007. If you want to call that a launch period, then it is a long launch period and it does mean a significant investment. It can be extremely difficult, if not impossible, to find private investors because the question is asked: What are they investing in? The Walrus Magazine Incorporated is a no-share-capital, not-for-profit company because it is not a profit-making enterprise. You get into something like this because you deem it important, not because you intend on making any money. Yes, that is five years and probably \$3 million to \$5 million.

**The Chairman:** This is a lot of money. I am assuming your goal here is not to go personally bankrupt before you get there. How is your ad lineage going? What kind of reception do you get when you try to sell ads?

**Mr. Alexander:** It is really picking up. Many will argue that you will not get any in the first year and you can get yourself into the situation where you are desperate and start giving away ad space. That sets a dangerous precedent. We have not had to do that. Due to the nature of our reader, I think companies are

**M. Alexander :** Je n'ai plus les chiffres en tête, mais la subvention postale est versée après la première année, ce qui réduit les coûts d'expédition des magazines aux abonnés.

**Le sénateur Tkachuk :** Pourquoi après la première année?

**M. Alexander :** Je crois qu'il faut prouver que le magazine est viable. Les magazines exigent au départ de fortes dépenses. Il faut les aider financièrement pour éviter la faillite à cause d'une seule erreur. Par exemple, notre cinquième numéro était nul, mal conçu et en plus la page de couverture était terriblement mauvaise. On a failli y passer du fait que notre budget était serré. Je suis tout à fait d'accord pour améliorer de façon permanente le contenu, mais on devrait disposer de plus de fonds.

**La présidente :** Pour revenir à ce que vous disiez au sujet du *National Post*, en fait c'était un vrai choc électrique dans le milieu journalistique canadien. Ils perdent encore énormément d'argent, peut-être pas autant que durant la première année, mais d'après ce que j'ai appris dernièrement, il faut vraiment avoir beaucoup de finances pour exploiter une telle entreprise. Serait-ce déplacé de ma part de vous demander si votre magazine est rentable?

**M. Alexander :** Il n'est pas du tout rentable.

**La présidente :** Quand espérez-vous, au moins, atteindre le seuil de rentabilité, si tout se passe comme prévu?

**M. Alexander :** La gestion de *Harper's* est faite de manière un peu irresponsable. Je ne sais pas si tel est vraiment le cas, mais Lewis Lapham, rédacteur en chef de *Harper's* n'a qu'à dire « Notre année a été bonne, mais pas excellente » et Rick McArthur, l'éditeur du magazine lui donnera un chèque. David Remnick du *New Yorker* a une approche plus responsable, il essaie d'atteindre le seuil de rentabilité. Les magazines comme le nôtre ne sont pas rentables. Ils ne sont pas conçus pour cela. Cependant, ils devraient essayer d'atteindre le seuil de rentabilité et je crois qu'ils peuvent y arriver. Notre plan d'affaires prévoit que nous atteindrons le seuil de rentabilité à la fin de 2007. Si vous voulez appelez cela une période de lancement, elle est plutôt longue et exige un investissement considérable. Il peut être extrêmement difficile, sinon impossible, de trouver des investisseurs privés car ils veulent savoir où va leur argent. Walrus Magazine Incorporated est une société sans capital-actions, sans but lucratif car elle ne cherche pas à réaliser des profits. On s'implique dans ce genre d'entreprise parce qu'on juge que c'est important, pas parce qu'on veut gagner de l'argent. Donc, on espère que ce sera dans cinq ans et peut-être entre 3 et 5 millions de dollars.

**La présidente :** C'est beaucoup d'argent. Je suppose que vous n'avez pas l'intention de faire faillite avant la fin de cette période. Qu'en est-il de votre lignage publicitaire? Quelle est la réaction à vos tentatives de vente d'annonces publicitaires?

**M. Alexander :** Très bonne. On pense souvent qu'il n'y en aura pas au cours de la première année, on risque donc de se sentir obligé d'offrir de l'espace publicitaire. C'est un précédent dangereux. Nous n'avons pas eu besoin de le faire. Étant donné la nature de notre lectorat, je crois que les entreprises commencent

starting to take notice. Allan Gregg did a survey for us and found our readers are us. They are university educated, smart, and demanding. They have some disposable income, and high expectations. They like to travel, a good bottle of wine and a good read. They read *The New York Review of Books*, *The Sunday Times*, and *The New Yorker*. They appreciate the fact that someone got off the couch and is doing it here in Canada. Those are our readers. Because they pay for the magazine and in so doing demonstrate that they want it, they are much more attractive to advertisers, once the advertisers learn about the product, than a controlled-circulation magazine where people are not asking for it.

**Senator Chaput:** You have launched your magazine in 2003?

**Mr. Alexander:** That is right.

**Senator Chaput:** Looking back during the first year of the magazine that was a success, is there anything that you would do differently now that you are experienced than you did when you began?

**Mr. Alexander:** That would be practically everything.

**Senator Chaput:** Could you tell us in what ways?

**Mr. Alexander:** I do not know how much you know. Most recently, it looks like "60 Minutes" will feature one of our stories. It is interesting that all the requests from foreign media are always about content. For example, they say, "That is a really interesting piece. Where did you get it? We would like to get in touch with the writer."

Regarding copyright and ownership, because it came up before, ownership of the pieces reverts back to our writers as soon as the magazine goes off sale. In other words, we own it for 30 days in most cases.

Many of the queries from Canadian media have been about what goes on in the office. If you ever read the history of *The New Yorker*, the reason they did not publish a masthead was not because they were modest. They did it because they never knew who was going to be working there from week to week.

We have had a fair amount of turnover. I would argue that some of that has to do with people being schooled in controlled-circulation environments and not understanding that content in this product is king and must always be king. That requires a certain editorial rigour that is the hallmark, I think, of our magazine.

Getting back to the quality issue, one of the problems with many of the dailies these days is not just that they are paying freelancers 30 cents a word, but that they are not fact-checking either. We fact-check our letters, absolutely everything. We make mistakes here and there, but even the letters to the editor get fact checks. There is a commitment to quality in the magazine that we are hell-bent and determined to keep up.

à s'en rendre compte. Une étude faite, à notre demande, par Allan Gregg a révélé que nos lecteurs étaient à notre image, des universitaires instruits, intelligents et exigeants. Ils ont des revenus disponibles et de grandes attentes. Ils aiment voyager, apprécient le bon vin et les bonnes lectures. Ils lisent *The New York Review of Books*, *The Sunday Times* et *The New Yorker*. Ils apprécient le fait que quelqu'un au Canada ait décidé de publier un magazine. Ce sont nos lecteurs. Puisqu'ils achètent le magazine, c'est donc qu'ils veulent le lire alors les publicitaires, quand ils apprennent cela, le trouve beaucoup plus intéressant qu'un magazine à tirage vérifié que les gens n'achètent pas.

**Le sénateur Chaput :** Vous avez lancé votre magazine en 2003, n'est-ce pas?

**M. Alexander :** C'est exact.

**Le sénateur Chaput :** En considérant la première année et les résultats positifs, feriez-vous fait quelque chose différemment si vous deviez recommencer?

**M. Alexander :** Pratiquement tout.

**Le sénateur Chaput :** Pouvez-vous nous décrire de quelle façon?

**M. Alexander :** Je ne sais pas ce que vous savez exactement. Tout récemment, il semble qu'une de nos histoires va faire l'objet d'un segment dans « 60 minutes ». Il est intéressant de noter que toutes les demandes des médias étrangères concernent toujours le contenu. Par exemple, elles diront : « Cet article est vraiment intéressant. Où l'avez-vous obtenu? Nous voudrions contacter l'auteur. »

En ce qui concerne les droits d'auteurs et de propriétés, puisque ce point a été soulevé, la propriété des articles revient à nos rédacteurs dès que le magazine n'est plus vendu. Autrement dit, dans la majorité de cas nous sommes propriétaires des articles pendant 30 jours.

Bon nombre des questions posées par les médias canadiens s'articulent autour de ce qui se passe au bureau. Si vous connaissez l'histoire du *New Yorker*, ce n'est pas par modestie qu'ils n'ont pas publié de bloc-générique mais parce qu'ils ignorent qui va collaborer au prochain numéro.

Notre coefficient de rotation est assez élevé. À mon avis, c'est parce que les gens ont évolué dans un milieu à tirage vérifié et qu'ils ne comprennent pas que le contenu d'un magazine est roi et qu'il doit toujours l'être. Cela exige une certaine rigueur au niveau de la rédaction. Je crois que notre magazine peut s'enorgueillir.

Pour revenir à la question de la qualité, l'un des problèmes auxquels font face aujourd'hui beaucoup de quotidiens, c'est que non seulement ils paient les pigistes 30 cents le mot, mais en plus ils ne vérifient rien. Nous vérifions nos lettres, absolument tout. Nous commettons des erreurs de temps en temps, mais nous vérifions même les lettres adressées au rédacteur en chef. Nous nous sommes engagés à offrir de la qualité et nous sommes déterminés à continuer à le faire.

To your point, I would have done much more study and research and would have been much more circumspect about the views of the many consultants in the magazine industry, most of whose opinions have proven wrong. Consultants are like people a long way from home with a soft briefcase and a ponytail who can attend a meeting, get up and leave, and there will not be any consequences to what they said. The thing about our magazine is you have to have stakeholders. That is what I have learned.

**Senator Trenholme Counsell:** I have not read the magazine, but I am going to buy one. I was sitting here thinking this is a good Christmas gift.

**Mr. Alexander:** It is a fabulous Christmas gift.

**Senator Trenholme Counsell:** I said in the Senate the other day that I would make the suggestion to as many people who will listen to me that I wanted to give a book and a skipping rope to children this Christmas, so I will go through my list and see who would enjoy *The Walrus*.

**Mr. Alexander:** I love it.

**Senator Trenholme Counsell:** If you were not the publisher of this magazine, are you more concerned about the quality and content of our magazine industry or our newspaper industry? Which are you more concerned about in this country?

**Mr. Alexander:** I do not want to equivocate, but I would say both. We do have a situation where foreign bureaus are closing down, for instance. We have a situation where newspapers are buying more and more wire copy. Content is expensive. Right now, I have been dealing with a journalist that we sent chasing three young Afghans who spent some time at Guantanamo Bay, and she is doing a piece on what it is like for them back home in Afghanistan. We have sent her over there. Those kinds of things are tremendously expensive. Content is expensive. If the print industry gets itself into the position where it starts clawing back dramatically on the amount of money and resources spent on content-providing, then it is in trouble. Then both magazines and newspapers are in trouble.

I am concerned for both. I am more concerned about magazines because, as some people put it, the Canadian magazine industry does not exist. It needs to exist in a big way.

**Senator Trenholme Counsell:** It is easy to say "both."

**Mr. Alexander:** I am more concerned about magazines.

**Senator Trenholme Counsell:** I forced you.

**Mr. Alexander:** I live in Toronto. In Toronto, we are lucky. We have four regular dailies, and we have many other newspapers that are struggling financially but still providing a multiplicity of voices, opinion and points of view, et cetera.

**Senator Trenholme Counsell:** I would be interested in how you are targeting your advertising. I am so disgusted with most of the magazines I pick up, not only Canadian but certainly American, with the advertising. I keep thinking if I see one more

Pour revenir à votre point. J'aurais étudié et fait plus de recherche et j'aurais fait preuve de beaucoup plus de prudence à l'égard des opinions, en majorité incorrectes, d'un grand nombre de consultants du secteur des magazines. Les consultants sont comme ces gens qui sont loin de chez eux avec leur mallette et leur queue de cheval, ils assistent à des réunions, se lèvent et partent sans que leurs propos aient une incidence quelconque. La caractéristique de notre magazine, c'est qu'il faut avoir des intervenants. Voilà ce que j'ai appris.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Je n'ai pas lu le magazine, mais je vais en acheter un. J'étais en train de me demander si ce serait un beau cadeau de Noël.

**M. Alexander :** C'est un excellent cadeau de Noël.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** L'autre jour au Sénat, j'ai déclaré que je dirais au plus grand nombre possible de gens qui voudraient bien m'écouter que j'offrirais un livre et une corde à sauter aux enfants pour Noël. Je vais donc étudier la liste des personnes auxquelles je vais offrir des cadeaux pour voir lesquelles apprécieraient *The Walrus*.

**M. Alexander :** Bravo.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Si vous n'étiez pas éditeur, seriez-vous plus préoccupé par la qualité et le contenu de nos magazines ou par ceux de nos journaux? Qu'est-ce qui vous préoccupe le plus, les magazines ou les journaux canadiens?

**M. Alexander :** Sans vouloir user de faux fuyants, je dirais les deux. La situation est telle que des bureaux à l'étranger ferment leurs portes. Le contenu d'un magazine coûte de l'argent. J'ai envoyé une journaliste à la recherche de trois jeunes Afghans qui ont été détenus à la base de Guantanamo. Elle prépare un article sur leur retour en Afghanistan. Nous l'y avons envoyée. Cela est très coûteux. Si l'industrie d'imprimerie commence à grignoter l'argent et les ressources consacrées à la préparation des articles, cela signifie qu'elle est en difficulté. Par conséquent, les magazines et les journaux sont en difficulté.

Je reste inquiet pour les magazines et pour les journaux, mais plus pour les magazines car, comme le diraient certains, l'industrie des magazines n'existe pas au Canada. Il faut qu'elle existe et qu'elle occupe une grande place.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Il est facile de dire « les deux. »

**M. Alexander :** Je suis plus inquiet pour les magazines.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Je vous ai forcé la main.

**M. Alexander :** J'habite à Toronto. À Toronto, nous avons de la chance. Il y a quatre quotidiens et un grand nombre d'autres journaux qui ont des problèmes financiers, mais qui fournissent encore une diversité d'opinions, de points de vue, etc.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Je voudrais savoir comment vous ciblez votre publicité. Je suis dégoûté par la publicité dans la plupart des magazines que je lis non seulement ceux du Canada, mais certainement des États-Unis. Je ne cesse de me promettre

advertisement about anti-wrinkle agents and the like, I will just tear it up. Is it extremely difficult, in a case like yours, where you are being discriminating to get quality, to give some quality or character to the advertisements? I am not in the media, so I do not know.

**Mr. Alexander:** We have an additional problem. There is a China wall between editorial and advertising. Advertising can have no impact on our editorial. We are completely independent. Many advertisers will ask, "Could you do a column on such-and-such? Then we will consider putting an advertisement in the magazine." Many magazines are there not for the content, but for the advertisers. They are essentially advertising vehicles.

Our magazine is completely content-driven. An advertiser will want to be in our magazine because the advertiser is then associating itself with a quality product that is speaking to a sophisticated audience. That is all we can offer.

**Senator Trenholme Counsell:** Are you advertising Volvos?

**Mr. Alexander:** Volvos? Not yet.

**The Chairman:** That goes to the point he was trying to make earlier about persuading advertising agencies that what they really want is the audience that your magazine is providing.

**Mr. Alexander:** Yes.

**Senator Tkachuk:** When your writers are at a cocktail party or you are having a meeting with your writers, do they talk about convergence? Is it a big top-of-mind subject? Their articles are being written for a newspaper but do they worry that they are also being used on the Internet or on television?

**Mr. Alexander:** Absolutely. We have a contract. We get special permission, for instance. We do not put everything on our website because it is a magazine first and foremost. If you want to read the features in the magazine, you have to buy the magazine. Even with a small piece like Wayne Johnston's, for instance, we ask him, "Can we put it on our website?" He has the right to say no. Essentially, he owns it. He has the right to say, "Okay, but I want another couple hundred dollars." They do talk about that.

**Senator Tkachuk:** They talk about it only because they do not think they get paid enough for it; is that right?

**Mr. Alexander:** Writers in this country make an average of \$11,000 a year. There are very few freelance writers in this country who make a living freelance writing. They must have some other gig in most cases. We pay more than the industry standard — not because we want to indulge writers but so that we can demand more.

I can tell you this: Writers in this country write differently for Canadian periodicals, or got into the habit of writing differently for Canadian periodicals, than they did when they were engaged with American periodicals because they knew that the editing

que la prochaine fois que je tombe sur une autre publicité d'une crème antirides ou quelque chose de ce genre, je déchirerai le magazine. Est-il extrêmement difficile, dans une situation telle que la vôtre, où l'on exige de vous de la qualité, d'offrir des publicités de qualité ou qui ont du cachet? Je l'ignore car je ne travaille pas dans les médias.

**M. Alexander :** Nous avons un problème supplémentaire. La rédaction et la publicité sont séparées par une muraille de Chine. La publicité n'a aucun effet sur notre rédaction. Nous sommes complètement autonomes. Beaucoup de publicitaires nous demanderont de faire une colonne sur un sujet particulier en nous promettant d'envisagerons par la suite de placer une annonce publicitaire dans le magazine. » Beaucoup de magazines existent pas pour le contenu, mais pour la publicité. Ils servent essentiellement de supports publicitaires.

Notre magazine est complètement fondé sur contenu. Un publicitaire voudra placer des annonces dans notre magazine afin d'associer son image à celle d'un produit de qualité ciblant des lecteurs avertis. C'est tout ce que nous pouvons offrir.

**Le sénateur Trenholme Counsell :** Faites-vous de la publicité pour Volvo?

**M. Alexander :** Volvo? Pas encore.

**La présidente :** Cela rejoint ce qu'il essayait de dire tout à l'heure quand il parlait de convaincre les agences publicitaires que le public qu'elles veulent vraiment cibler est celui qui lit votre magazine.

**M. Alexandre :** Oui.

**Le sénateur Tkachuk :** Lorsque vos rédacteurs se rendent à une réception ou qu'ils ont en réunion avec vous, parlent-ils de la convergence? Est-ce un sujet qui retient beaucoup d'attention? Ils écrivent leurs articles pour un journal, mais ne craignent-ils pas que ces articles soient aussi utilisés sur Internet ou à la télévision?

**M. Alexander :** Absolument. Nous avons conclu un contrat. Nous avons une autorisation spéciale. Nous ne mettons pas tout dans notre site Web, car c'est avant tout un magazine. Si vous voulez lire les articles, il faut acheter le magazine. Même, par exemple, pour un petit article comme celui de Wayne Johnston, nous lui demanderons la permission de l'afficher dans notre site Web? » Il a le droit de refuser. En fait, il en est propriétaire. Il a le droit de dire « D'accord, mais je veux 200 ou 300 \$ de plus. » Ils en parlent de la convergence.

**Le sénateur Tkachuk :** En parlent-ils uniquement parce qu'ils estiment ne pas être suffisamment payés?

**M. Alexander :** Les rédacteurs canadiens gagnent en moyenne 11 000 \$ par an. Très peu de rédacteurs-pigistes canadiens peuvent gagner leur vie en travaillant à la pige. La plupart d'entre eux doivent avoir un autre travail. Nous payons plus que la moyenne dans l'industrie — pas par complaisance, mais parce que nous pouvons leur demander de travailler plus.

Je peux vous dire que les rédacteurs canadiens utilisent un style d'écriture différent ou ont pris l'habitude d'utiliser un style d'écriture différent pour les périodiques publiés au Canada comparativement au style qu'ils utilisaient pour les périodiques

would be much more rigorous south of the border, that there would be many more backs and forth, and that it was a different standard. One of the things I am attempting to do is to bring that standard north of the border.

There are many people who have submitted stuff to us who have never been fact checked and who did not realize that this submission represents a first draft and there may be six drafts.

**Senator Tkachuk:** Somehow I find that really easy to believe.

**Mr. Alexander:** This is one of the reasons why having a vital magazine sector is important.

**Senator Munson:** I started at \$32 a week at Radio CJLS in Yarmouth in 1965. It is a tough business.

**The Chairman:** I was earning \$50 that year. I was ahead of you.

**Senator Munson:** There was a lot of control there, too.

Our mandate is about investigating what government's role is in all of this business. I am curious to know from you if government should be doing more in terms of regulation or deregulation, not only with magazines but also with newspapers, television and that sort of thing. What is the role of government? Should they just be somewhere on the side and let the free market work?

**Mr. Alexander:** I have thought about this question over and over again. I think owning a radio station, a TV station and a newspaper in the same jurisdiction is problematic. I think that the laws in the States that prevented such kinds of ownership were progressive and smart. To come back to Leonard Asper's use of the word "pre-purposing," they are attempting to create content that can be used on multiple platforms. This is the language. You have to be really careful, I think, when you are talking, that you do not start using words that you cannot put in your wheelbarrow and take home with you, for example, vertical integration and these kinds of things. You have to break it down into what they actually mean. Government should step in to prevent the kind of situation that now exists in Vancouver. It is not healthy. It is not good enough to say that people can use the Internet. The Internet does not have the kind of authority that a newspaper in a box on the street has or a television show has or television news has. It does not have that kind of authority.

The government should regulate to that degree. I also think that we need to have a healthy number of completely independent media outlets. They do this in the States with National Public Radio, NPR, and the Public Broadcasting System, PBS, through subscriptions. They get corporate money that is unattached; it is not directed. Independent media needs to be out there in some way or another. If it is not there or not available or not being published through crazy people like me, then the government should create the terrain so that it is and support it. In other words, the government should support the CBC, I think.

américains, car ils savaient que les Américains sont plus rigoureux au niveau de la rédaction, que les articles leur seraient renvoyés plusieurs fois et que les normes seraient différentes. C'est ce que j'essaie d'établir ici, des normes plus rigoureuses.

Beaucoup de gens qui nous ont envoyé des articles et qui n'avaient jamais été vérifiés, ignoraient que cette soumission était une première ébauche et qu'il y en aurait peut-être six.

**Le sénateur Tkachuk :** Je n'ai pas de mal à le croire.

**M. Alexander :** C'est l'une des raisons pour lesquelles il est important que le secteur des magazines soit vital.

**Le sénateur Munson :** En 1965, j'ai commencé avec un salaire de 32 \$ par semaine à Radio CJLS à Yarmouth. C'est un rude métier.

**La présidente :** Cette même année, je gagnais 50 \$. Je gagnais plus que vous.

**Le sénateur Munson :** À cette époque, il y avait aussi beaucoup de contrôle.

Notre mandat est de déterminer le rôle que peut jouer le gouvernement dans tout cela. À votre avis, que devrait faire le gouvernement au plan de la réglementation ou de la déréglementation non seulement pour les magazines, mais aussi pour les journaux, la télévision, etc. Quel est le rôle du gouvernement? Devrait-il rester en dehors de cela et laisser le marché libre fonctionner?

**M. Alexander :** J'y ai pensé maintes et maintes fois. Je pense qu'être propriétaire d'une station radio, d'une station de télévision et d'un journal dans la même juridiction pose un problème. Je pense que les lois adoptées aux États-Unis pour empêcher ce genre de propriété étaient progressistes et intelligentes. Pour revenir au mot « réorientation » utilisé par Leonard Asper, il y a une tentative visant à créer un contenu pouvant être utilisé sur plusieurs plates-formes. C'est la terminologie employée. Il faut, à mon avis, être très prudent dans le discours afin de ne pas utiliser des mots dont le sens et la signification demeurent vagues, par exemple, intégration verticale et ce genre d'expressions. Il faut les examiner en fonction de leur réelle signification. Le gouvernement devrait intervenir pour empêcher ce genre de situation qui existe aujourd'hui à Vancouver. C'est malsain. Il ne suffit pas de dire que les gens peuvent utiliser Internet. Internet n'a pas la même autorité qu'un journal dans une boîte dans la rue, qu'une émission de télévision ou qu'un journal télévisé.

Le gouvernement devrait élaborer une réglementation dans ce domaine. Je pense aussi que nous devons avoir un nombre raisonnable de médias complètement indépendants. C'est le cas aux États-Unis avec la National Public Radio (NPR) et Public Broadcasting System (PBS) au moyen d'abonnements. Elles reçoivent de l'argent des sociétés qui est disponible, il n'est pas attribué. Les médias indépendants doivent exister d'une façon ou d'une autre. Si elles n'existent pas, ne sont pas disponibles ou ne sont pas publiées par des fous comme moi, le gouvernement devrait alors créer l'espace qui permettrait à ces médias d'exister. Autrement dit, je pense que le gouvernement devrait soutenir la SRC.

There is a role, because capital will trend towards monopoly always. It always has; it always will. There is a role for the government. How activist it wants to be in this arena is an open question.

**Senator Munson:** That would beg the question about freedom of the press and freedom to operate. Would you not have cries from a magazine like yourself that would say that you cannot do that in a democratic society?

**Mr. Alexander:** I think that is the strongest argument. Here you are saying that we have corporate media and then what you are suggesting is government media. That is the strongest argument. That is why it must be handled delicately. It also must be handled through progressive grants and helping start-ups — not to sound self-serving — and those kinds of strategies.

**The Chairman:** Along that line, where did you get your start-up money?

**Mr. Alexander:** Right now, it is my money. It is private. I think this is an interesting case. If *Harper's* magazine, which is published by the Harper's Magazine Foundation, is allowed to distribute in Canada, — which it does — is Canada giving *Harper's* magazine an unfair advantage over someone like myself with *The Walrus*, who does not have the benefit of foundation funding?

**The Chairman:** Wow, we have heavy-duty philosophical arguments there. Short of engaging immediately in that subject, and coming back to more tangible Canadian policy, you mentioned the possibility of aid for start-up ventures. What kind of public policy would help?

**Mr. Alexander:** This is a public-policy area. Right now in Canada, there are not magazines that are qualified charitable donees. Foundations in Canada cannot give them money to start up.

**The Chairman:** If you are talking about excluding a foreign magazine, that is a whole other argument on whatever ground.

**Mr. Alexander:** If the government, through its tax laws, prevents private foundations from supporting such ventures, should it not support them to the degree —

**The Chairman:** Does our law prevent private foundations from investing in magazines?

**Mr. Alexander:** Absolutely, and getting a charitable receipt. If that dynamic is occurring in the States — and has been for 150 years — to come back to my point, are those magazines in a continental environment being given an unfair advantage? If it wants to maintain its policy, should the government not respond by saying, “All right, we are going to support this sector with maximum dollars.”

**The Chairman:** With maximum direct government dollars or with shifts in the tax law or charitable laws?

Il y a un rôle à jouer pour le gouvernement, car le capital a toujours tendance à aller vers le monopole. Cela a toujours été le cas, ce le sera toujours. Il y a un rôle à jouer pour le gouvernement. Il reste à savoir à quel point il veut être actif dans ce domaine.

**Le sénateur Munson :** Cela pose la question de la liberté de la presse et de la liberté de manœuvre. Un magazine tel que le vôtre ne déclarerait-il pas que cela ne peut pas se faire dans une société démocratique?

**M. Alexander :** Je pense que c'est l'argument de poids. Vous dites que nous avons les médias des entreprises puis vous suggérez les médias du gouvernement. C'est l'argument de poids. C'est pour cela qu'il faut être prudent et le faire au moyen de subventions progressives, d'aide financière aux entreprises qui débutent — sans vouloir paraître intéressé — et ce genre de stratégies.

**La présidente :** À ce propos, d'où proviennent vos fonds de démarrage?

**M. Alexander :** Pour le moment, c'est mon argent. Je pense que c'est un cas intéressant. Si le magazine *Harper's* qui est publié par Harper's Magazine Foundation, est autorisé à être distribué au Canada — et il est autorisé — cela voudrait-il dire que le Canada donne au magazine *Harper's* un avantage commercial indu comparativement à quelqu'un comme moi avec *The Walrus* qui n'est financé par aucune fondation?

**La présidente :** Oh! Voilà une discussion philosophique bien sérieuse. Afin de ne pas nous engager immédiatement dans ce sujet et pour revenir à une politique canadienne plus tangible, vous avez mentionné la possibilité d'aider les entreprises qui débutent. Quel genre de politique gouvernementale pourrait aider?

**M. Alexander :** Cela entre dans le domaine de la politique gouvernementale. Aujourd'hui au Canada, aucun magazine ne reçoit des dons de bienfaisance. Les fondations canadiennes ne leur donnent pas de l'argent pour démarrer.

**La présidente :** Si vous parlez d'exclure un magazine étranger, c'est tout un autre argument et sous quel motif.

**M. Alexander :** Si le gouvernement empêche, par ses lois fiscales, les fondations privées d'aider financièrement de telles entreprises, ne devrait-il pas les aider...

**La présidente :** Est-ce que notre loi empêche des fondations privées d'investir dans des magazines?

**M. Alexander :** Absolument et obtenir un reçu aux fins de l'impôt pour dons de bienfaisance. Si cela existe aux États-Unis — depuis 150 ans — pour revenir à ce que je voulais dire, est-ce que ces magazines n'ont pas un avantage commercial indu à l'échelle du continent? Si le gouvernement voulait maintenir sa politique, ne devrait-il pas répondre en annonçant qu'il aidera ce secteur avec le maximum de fonds.

**La présidente :** Avec un financement maximum du gouvernement ou par des changements dans le droit fiscal ou par des lois régissant les dons de bienfaisance?

**Mr. Alexander:** You could bring the tax and charitable laws in line with the American tax and charitable laws in this area.

**The Chairman:** Are there any other thoughts about what we might contemplate to help start-up ventures?

**Mr. Alexander:** That would be a big one, although a most interesting area. I would like you to buy my argument about the difference between paid- and controlled-circulation magazines. They are diametrically opposed, in my view. I would ask you to look at the paid-circulation magazines as real magazines that probably need about as much help as you can give them.

**The Chairman:** Are you suggesting differential tax breaks on advertising in those magazines. Is that what you are talking about?

**Mr. Alexander:** No, I think that a magazine's start-up phase is not two or three issues or two or three months. Rather, it is three, four or five years. Magazines should be given that amount of time to make a mistake here and there and to breathe, to know whether they can truly thrive. In the absence of charitable dollars and private investors, there is a real role for government support.

**Senator Chaput:** I do not know much about this program. Do you know anything about cultural industries in respect of the film and video industry? At the end of the year they have access to funds depending on the number of people they have hired. They are able to request a refund of a portion of the income tax dollars that they have paid at the end of the full year. That money can then be used the following year. Do you know anything about that?

**Mr. Alexander:** Is it related to Telefilm Canada? I am not sure.

**Senator Chaput:** I am not sure but it pertains to the film and video industries.

**Mr. Alexander:** I do not know of anything comparable in the magazine sector. Something like that would certainly be most helpful.

**Senator Chaput:** It helps the small industries with their start-up costs and to get on their feet. Some small industries with access to such funding are able to build as they go along.

**Mr. Alexander:** I could make an extraordinary case, if we are looking at the provision of employment and keeping talent at home, which is important.

**Senator Chaput:** That happens in those industries that have such funding — exactly those two points. We will have to get information on that.

**Mr. Alexander:** Our staff — everyone included — is about 20 people. That is not including the contributors who are the writers and artists.

**The Chairman:** That is a significant number for a small, start-up venture. You are really trying to do it properly.

**M. Alexander :** Vous pourriez aligner le droit fiscal et les lois régissant les dons de bienfaisance sur le droit fiscal et les lois régissant les dons de bienfaisance des États-Unis.

**La présidente :** Avez-vous d'autres suggestions concernant l'aide aux entreprises qui débutent?

**M. Alexander :** L'aide aux jeunes entreprises est un domaine très large et très intéressant. Je voudrais que vous acceptiez mon point de vue sur la différence entre les magazines à tirage payé et les magazines à tirage vérifié. Je pense qu'ils sont diamétralement opposés. Je vous demanderais de considérer que les magazines à tirage payé sont de vrais magazines qui ont probablement besoin de toute l'aide que vous pouvez leur donner.

**La présidente :** Suggérez-vous des allègements fiscaux différentiels pour la publicité dans ces magazines. Est-ce cela que vous voulez dire?

**M. Alexander :** Non, j'estime que la phase de démarrage d'un magazine n'est pas deux ou trois numéros publiés ou deux ou trois mois. C'est plutôt trois, quatre ou cinq ans. C'est ce temps dont ont besoin les magazines pour commettre une erreur ici et là et pour survivre, pour savoir s'ils peuvent vraiment réussir. En l'absence de dons de bienfaisance et d'investissements privés, il y a vraiment un grand besoin d'aide du gouvernement.

**Le sénateur Chaput :** Je ne connais pas très bien ce programme. Savez-vous quelque chose au sujet des industries culturelles par rapport à l'industrie cinématographique? À la fin de l'année, elles reçoivent des fonds en fonction du nombre de personnes qu'elles ont embauchées. Elles peuvent demander un refinancement d'une partie du revenu qu'elles ont payé à la fin d'une année complète. Cet argent peut donc être utilisé pour l'année suivante. Avez-vous des informations à ce sujet?

**M. Alexander :** Est-ce lié à Téléfilm Canada? Je ne suis pas sûr.

**Le sénateur Chaput :** Je ne suis pas sûr, mais c'est lié à l'industrie cinématographique.

**M. Alexander :** Je ne connais rien de comparable dans le secteur des magazines. Ce genre de chose peut être certainement très utile.

**Le sénateur Chaput :** Le programme aide les petites industries dans leurs coûts de démarrage. Certaines de ces petites industries qui bénéficient de ce genre de financement se consolident au fur et à mesure.

**M. Alexander :** Je pourrais présenter un argument de poids, si nous considérons les possibilités d'emploi et le maintien des talents au Canada, ce qui est important.

**Le sénateur Chaput :** C'est exactement ce qui se passe avec les industries qui reçoivent de tels fonds. Nous devrions obtenir des renseignements à ce sujet.

**M. Alexander :** Tout notre personnel compte environ 20 personnes. Les rédacteurs et les artistes ne sont pas inclus.

**La présidente :** C'est beaucoup pour une petite entreprise qui démarre. Vous essayez vraiment de faire les choses comme il faut.

**Mr. Alexander:** That includes editorial interns. If you are committed to fact-checking, et cetera, you need to have the staff.

**The Chairman:** This has truly been a fascinating session, Mr. Alexander.

**Mr. Alexander:** Thank you.

**The Chairman:** For purposes of clarifying the transcript I would like to go over one thing. You mentioned earlier that foreign bureaus were closing. I believe you were referring to foreign bureaus of Canadian news enterprises.

**Mr. Alexander:** That's right.

**The Chairman:** You were not referring to bureaus in Canada of foreign enterprises.

**Mr. Alexander:** That is right.

**The Chairman:** It was Canadian bureaus abroad.

**Mr. Alexander:** Yes.

**The Chairman:** Thank you.

The committee adjourned.

**M. Alexander :** Cela comprend les stagiaires-rédacteurs. Si vous voulez vérifier les faits, etc., il faut avoir les ressources.

**La présidente :** Cette séance a été vraiment intéressante, monsieur Alexander.

**M. Alexander :** Merci.

**La présidente :** Afin d'éviter toute confusion dans la transcription, j'aimerais revenir sur une chose. Tout à l'heure, vous avez mentionné la fermeture de bureaux étrangers. Je suppose que vous parliez des bureaux étrangers d'agences de presse canadiennes.

**M. Alexander :** C'est exact.

**La présidente :** Vous ne faisiez pas allusion aux bureaux d'agences de presse étrangères implantées au Canada.

**M. Alexander :** C'est exact.

**La présidente :** C'était les bureaux canadiens à l'étranger.

**M. Alexander :** Oui.

**La présidente :** Merci.

La séance est levée.



*If undelivered, return COVER ONLY to:*

Public Works and Government Services Canada –  
Publishing and Depository Services  
Ottawa, Ontario K1A 0S5

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –  
Les Éditions et Services de dépôt  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

---

WITNESSES

**Tuesday, November 16, 2004:**

*National Ethnic Press and Media Council of Canada:*

Thomas S. Saras, President;

Mashadi Massood, Vice-President, Press.

**Wednesday, November 17, 2004:**

*Canadian Federation of University Women:*

Susan Russell, Executive Director;

Sheila Clarke, Director of Legislation.

*“The Walrus”:*

Ken Alexander, Publisher.

TÉMOINS

**Le mardi 16 novembre 2004 :**

*Conseil national de la presse et des médias ethniques du Canada :*

Thomas S. Saras, président;

Mashadi Massood, vice-président, presse.

**Le mercredi 17 novembre 2004 :**

*Fédération canadienne des femmes diplômées des universités :*

Susan Russell, directrice générale;

Sheila Clarke, directrice, Législation.

« *The Walrus* » :

Ken Alexander, éditeur.