



First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

SENATE OF CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

Transport and Communications

Chair:
The Honourable JOAN FRASER

Wednesday, February 2, 2005

Issue No. 7

Twentieth meeting on:
The current state of Canadian media industries

WITNESSES:
(*See back cover*)

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SÉNAT DU CANADA

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transports et des communications

Présidente :
L'honorable JOAN FRASER

Le mercredi 2 février 2005

Fascicule n° 7

Vingtième réunion concernant :
L'état actuel des industries de médias canadiennes

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.
(or Rompkey, P.C.)
Baker, P.C.
Carney, P.C.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(or Stratton)
Merchant
Munson
Phalen
Trenholme Counsell

*Ex Officio Members

(Quorum 4)

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.
(ou Rompkey, C.P.)
Baker, C.P.
Carney, C.P.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(ou Stratton)
Merchant
Munson
Phalen
Trenholme Counsell

*Membres d'office

(Quorum 4)

MINUTES OF PROCEEDINGS

CALGARY, Wednesday, February 2, 2005
(21)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:08 a.m., in the Alberta Ballroom, The Fairmont Palliser Hotel, 133 9th Avenue S.W., Calgary, Alberta, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Chaput, Eyton, Fraser, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (9).

In attendance: Joseph Jackson, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

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. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESSES:*Alberta Press Council:*

Bruce Hogle, Chair;
Colleen Wilson, Vice-Chair;
Robert Ardiel, Executive Secretary-Treasurer.

Alberta Weekly Newspapers Association:

Dennis Merrell, Executive Director;
Roger Holmes, President, AWWNA and Publisher, *Wainwright Star Chronicle*.

Access Media Group:

Ross Mayot, Vice-President, Administration and Business Affairs.

As individuals:

Rebecca Aizenman;
Oscar Fech.

Mr. Hogle made a statement and, with Mr. Ardiel and Ms. Wilson, answered questions.

At 10:55 a.m., the committee suspended.

At 11:02 a.m., the committee resumed.

Messrs. Merrell and Holmes made a statement and answered questions.

Mr. Mayot made a statement and answered questions.

At 12:52 p.m., the committee suspended.

At 1:04 p.m., the committee resumed.

PROCÈS-VERBAL

CALGARY, le mercredi 2 février 2005
(21)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 8, dans la salle de bal Alberta de l'hôtel Fairmont Palliser, 133, 9^e Avenue Sud-Ouest, Calgary, Alberta, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Chaput, Eyton, Fraser, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (9).

Également présents : Joseph Jackson, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement, et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

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. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité, daté du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :*Alberta Press Council :*

Bruce Hogle, président;
Colleen Wilson, vice-présidente;
Robert Ardiel, secrétaire-trésorier exécutif.

Alberta Weekly Newspapers Association :

Dennis Merrell, directeur exécutif;
Rober Holmes, président, AWWNA, et éditeur du *Wainwright Star Chronicle*.

Access Media Group :

Ross Mayot, vice-président, Administration et affaires commerciales.

À titre personnel :

Rebecca Aizenman;
Oscar Fech.

M. Hogle fait une déclaration puis, aidé de M. Ardiel et de Mme Wilson, répond aux questions.

À 10 h 55, le comité suspend la séance.

À 11 h 2, le comité reprend la séance.

MM. Merrell et Holmes font une déclaration et répondent aux questions.

M. Mayot fait une déclaration puis répond aux questions.

À 12 h 52, la séance est interrompue.

À 13 h 4, la séance reprend.

Ms. Aizenman made a statement and answered questions.

Mr. Fech made a statement and answered questions.

At 1:31 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Mme Aizenman fait une déclaration et répond aux questions.

M. Fech fait une déclaration puis répond aux questions.

À 13 h 31, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

EVIDENCE

CALGARY, Wednesday, February 2, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:08 a.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 there to.

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

[*Translation*]

The Chairman: Honorable senators, welcome to Calgary. We are continuing our study of Canada's news media with a view to determining the role the government should play in helping the news media remain healthy, independent and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in recent years — namely globalization, technological changes, convergence and concentration. We are continuing our tour of the Western provinces. We started a week in Vancouver.

[*English*]

We are delighted to be in Calgary, Alberta. Our first witnesses are from the Alberta Press Council. We are joined by Mr. Bruce Hogle, Ms. Colleen Wilson and Mr. Robert Ardiel. Welcome to you all.

Mr. Bruce Hogle, Chair, Alberta Press Council: Senators, welcome to Alberta. Thank you for allowing us to be with you this morning.

One of the main recommendations of the last Senate Committee studying the mass media, was the formation of press councils in Canada. Alberta was the first province to conform with that recommendation on a voluntary basis. Our mandate is threefold: to defend freedom of the press, naturally; to mediate complaints against printed media members; and to speak out in certain circumstances against limitations on access to information.

Seven of the nine Alberta daily papers are members, as well as all 111 weekly newspapers. We have a modest budget of \$70,000. We have only one staff member, our Executive Secretary-Treasurer, Mr. Robert Ardiel.

The council sponsors a scholarship for a graduating Alberta high school student. Throughout the province of Alberta, we had some 140 applications last year on the extremely interesting topic: What limits should be placed on free speech when it comes to comments that may encourage discrimination?

TÉMOIGNAGES

CALGARY, le mercredi 2 février 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 8 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; et 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 Calgary. Nous poursuivons notre étude des médias canadiens d'information dans le but d'évaluer le rôle que l'État devrait jouer pour les aider à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché le domaine des médias au cours des dernières années — notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété. Notre visite se poursuit dans les provinces de l'Ouest canadien. Nous avons commencé à Vancouver au début de la semaine.

[*Traduction*]

Nous sommes très heureux d'être à Calgary, en Alberta. Nos premiers témoins, qui représentent l'Alberta Press Council, sont M. Bruce Hogle, Mme Colleen Wilson et M. Robert Ardiel. Bienvenue à tous.

M. Bruce Hogle, président, Alberta Press Council : Mesdames et messieurs les sénateurs, bienvenue en Alberta. Nous vous remercions de nous avoir invités à participer à vos travaux ce matin.

Le comité du Sénat qui s'est penché sur les communications de masse avait recommandé entre autres choses la formation de conseils de presse au Canada. L'Alberta est la première province à créer de son propre chef un conseil de presse. Nous assumons un mandat à trois volets : nous défendons les libertés établies de la presse, évidemment; nous faisons office de médiateur dans le cas de plaintes déposées par les membres de la presse écrite et nous nous élevons lorsque des barrières sont érigées pour limiter l'accès à l'information.

Sept des neuf quotidiens de l'Alberta sont membres du conseil et il en va de même des 111 hebdomadaires de la province. Le conseil dispose d'un modeste budget de 70 000 \$. Le conseil n'a qu'un employé, notre secrétaire-trésorier exécutif, M. Robert Ardiel.

Le conseil commandite une bourse pour un élève albertain de dernière année du secondaire. Quelque 140 demandes ont été présentées de tous les coins de l'Alberta l'année dernière; les candidats devaient présenter une dissertation sur une question fort intéressante : quelles limites devrait-on imposer à la liberté d'expression dans le cas de commentaires qui pourraient inciter à la discrimination?

I certainly do not have to remind any of you of the tremendous changes that have taken place over the years since our first newspaper in 1752 in Halifax, nor of the tumultuous times in which we live and the number of courageous journalists who have given their lives simply to tell the truth. I find it somewhat ironic that we now need a committee to protect journalists. That committee reports that 337 journalists around the world were killed in the last decade, 57 losing their lives in the last year, 2004. Other than the military and the police, there no more dangerous profession.

Canada is not immune from such violence. In Vancouver, Tara Singh Hayer, the publisher of the *Indo-Canadian Times* was murdered in 1988 as he sat in his wheelchair in his garage at home. Ten years prior to that, he had been shot and crippled by the same people who killed him. His daughter continues publishing in Vancouver, despite the ferocious threats to her and her family. In the year 2000, veteran Montreal journalist Michel Auger survived three bullet wounds. He was shot because of his articles exposing underworld activities.

More recently, reporters have been pressured and harassed to divulge their sources and have bravely resisted. The RCMP and the courts seem to be gaining ground in forcing journalists to divulge sources of leaked stories.

It is easy for Canadians and people living in the Western world to take a free press for granted. We have never done that in Alberta. It was October 1, 1937, when the Alberta Social Credit Government introduced the Accurate News and Information Act. That law would have controlled press freedom by rigidly insisting that all newspapers, daily and weekly, had to print government information, government releases as given to them. Naturally, courageous publishers of the day successfully fought that law. As such, the Alberta Lieutenant Governor refused to proclaim that act, and it was later struck down by both the Supreme Court of Canada and the British Privy Council.

For their gallant stand, in 1938, the Columbia University School of Journalism presented Alberta weekly and daily newspapers with a special Pulitzer Prize — the first such prize ever presented outside the United States.

Alberta publishers of today have never forgotten that near travesty.

Freedom of the press and the responsibility that goes with it is one of the major mandates of the Alberta Press Council. Accordingly, knowing that many of you have a media background, we would applaud a strong statement from this particular Senate Committee which reinforces the long-established and cherished freedom of the press and the rights of

Je n'ai sans doute pas besoin de vous remémorer les changements phénoménaux qui se sont produits depuis la fondation du premier journal canadien à Halifax, en 1752, ni les périodes difficiles que nous traversons ainsi que le nombre de journalistes courageux, hommes et femmes, qui ont perdu la vie simplement parce qu'ils essayaient de dire la vérité. Il est un peu ironique que nous ayons maintenant besoin d'un comité pour protéger les journalistes. Selon ce comité, 337 journalistes sont morts dans l'exercice de leur profession au cours des dix dernières années; 57 d'entre eux ont été tués en 2004 seulement. Les carrières militaires et policières mises à part, aucune autre profession ne comporte autant de danger.

Le Canada n'est pas à l'abri de cette violence. Tara Singh Hayer, rédacteur en chef du *Indo-Canadian Times* de Vancouver a été assassiné en 1988 alors qu'il était assis dans sa chaise roulante dans son garage. Dix ans plus tôt, il avait été blessé par balle et rendu infirme par ceux qui l'ont plus tard assassiné. Sa fille a pris sa succession à Vancouver malgré des menaces incessantes faites à sa personne et à sa famille. En l'an 2000, le journaliste montréalais d'expérience Michel Auger a survécu à trois balles. Il avait été victime d'une tentative d'assassinat liée à ses articles révélateurs sur le monde criminel.

Plus récemment, des journalistes ont fait l'objet de pressions et de harcèlement pour qu'ils révèlent leurs sources, mais ils ont résisté courageusement. Il semble que la GRC et les tribunaux gagnent du terrain pour ce qui est de forcer les journalistes à divulguer les sources d'information qui font l'objet de fuites.

Les Canadiens et les habitants de l'Occident ont tendance à tenir trop facilement pour acquis la presse libre. En Alberta, nous nous en sommes toujours gardés. Le 1^{er} octobre 1937, le gouvernement Crédit social de l'Alberta déposait la loi Accurate News and Information Act (Loi sur l'exactitude des nouvelles et de l'information). Cette loi aurait entraîné la limitation et le contrôle de la liberté de la presse en exigeant des quotidiens et des hebdomadaires de cette province qu'ils publient les déclarations gouvernementales selon les instructions, sans y apporter aucun changement. Naturellement, les courageux éditeurs albertains se sont opposés vigoureusement à ce projet de loi. Le lieutenant-gouverneur de la province refusa donc de proclamer la loi, laquelle fut par la suite invalidée et par la Cour suprême du Canada et par le Conseil privé britannique.

L'année suivante, soit en 1938, l'école de journalisme de la Columbia University présenta aux journaux quotidiens et hebdomadaires de l'Alberta un prix Pulitzer spécial pour le brave combat qu'ils livrèrent avec succès. Ce fut le premier Pulitzer accordé à l'extérieur des États-Unis.

Les éditeurs albertains d'aujourd'hui n'oublient pas ce triste épisode.

La liberté de la presse et les responsabilités qui en découlent constituent l'un des principaux mandats de l'Alberta Press Council. En conséquence, sachant que nombre d'entre vous avez œuvré dans le secteur des médias, nous applaudirions de votre comité sénatorial une solide déclaration renforçant la liberté de la presse, établie de longue date et si chèrement défendue, et

journalists to freely gather and report the news. It is imperative that vital news sources be protected and those involved not be coerced to reveal or name their sources.

Our second and equally important mandate is our assurance to the public that we will handle complaints objectively, consistently and expediently. In simple terms and design, the Alberta Press Council is the print media equivalent of an ombudsman, mediator and conciliator. Our code of practice is attached, and you will note that it states that unethical conduct by any of our members jeopardises the objectives of defending freedom of the press.

It is important to note that decisions of the council are made without the influence of publishers. When we do hear a complaint involving a particular newspaper, that particular press member is asked to leave the room so we can have open discussions.

Since its inception, the Alberta Press Council has received about 300 complaints. The majority were satisfactorily resolved by our complaint process. Approximately 50 complaints were adjudicated, with fault being found against 15 of the weekly and daily newspapers. In all cases, our decisions must be published in a prominent spot in the particular newspaper involved. As well, Canadian Press disseminates that information across Canada.

I would assure members of this Senate Committee that the Alberta Press Council has dealt with extremely tough issues in the past, sometimes with the threat of being sued.

Understandably the press council confines itself to complaints within the province. We do have provision within our bylaws to handle complaints outside of our borders. In fact, our last complaint against a daily newspaper in this province was the result of a complaint lodged by an Aboriginal lady in Ontario. This particular lady had picked up on the internet a series of five columns by one of our daily members. She contacted us and launched a complaint. She was represented by the Mayor of Brooks. We ruled in her favour, and the newspaper in question did indeed publish our results, as it was expected to do. None of the offending newspapers has ever refused to publish any of our findings.

Appreciating that some might wish to arbitrarily oppose a national organization to oversee complaints against newspapers in those provinces without press councils, we feel strongly this would be a regressive step. Rather, we would encourage this Senate committee to reiterate its support of voluntarily organized press councils in every province. Urging all newspapers to join would be welcomed and supported by us. Hopefully this could become a reality by the end of 2006.

We would point out to the senators assembled here this morning that Canada is vastly ahead of the United States, where there are only three media advisory counsels; the states of Washington, Minnesota and Hawaii. However, they do not have the power or the wherewithal to handle complaints, as do the

appuyant les hommes et les femmes qui se chargent de recueillir l'information et de la diffuser sans contrainte. Il est impérieux que les sources d'information cruciales soient protégées et que ceux et celles qui les recueillent ne soient pas forcés de révéler leurs sources.

Notre deuxième grand mandat est lié à la nécessité de traiter les plaintes objectivement, uniformément et promptement. En fait, l'Alberta Press Council fait office, dans le monde des médias écrits, d'un ombudsman, d'un médiateur et d'un conciliateur. Vous trouverez dans notre documentation un exemplaire de notre code d'éthique et vous constaterez qu'il dicte sans détour qu'un comportement contraire à l'éthique, de n'importe lequel de nos membres, met en danger les objectifs de la liberté de la presse.

Il importe de souligner que le conseil prend ses décisions en franchise totale de l'influence des éditeurs. Lorsqu'une décision est prise au sujet d'un journal membre, le membre du conseil qui provient de ce journal n'assiste pas aux discussions relatives à la plainte pour que celles-ci se déroulent en toute liberté.

Depuis sa création, l'Alberta Press Council a reçu environ 300 plaintes. Notre processus d'instruction a permis de trouver une solution satisfaisante à la majorité des plaintes. Une cinquantaine de plaintes ont fait l'objet d'une décision et un blâme a été jeté à des journaux dans 15 cas. Dans tous les cas, les journaux ont publié nos conclusions en un endroit très en vue de leur édition et les conclusions ont été diffusées par la presse canadienne.

Je me permets de garantir au comité que l'Alberta Press Council s'est attaqué à des dossiers extrêmement difficiles par le passé, parfois sous la menace d'être poursuivi en justice.

Naturellement, l'Alberta Press Council s'occupe des plaintes émanant de la province. Cependant, son règlement l'autorise à se saisir des plaintes provenant de l'extérieur des limites de la province. De fait, nous avons exercé ce pouvoir lors de notre dernière décision à l'encontre d'un quotidien membre, à la suite d'une plainte déposée par une Autochtone de l'Ontario qui avait lu une série de chroniques publiées sur Internet. Elle était représentée dans sa démarche par le maire de Brooks. Nous lui avons donné gain de cause et le journal intimé a publié notre décision, comme il était censé le faire. Jamais un journal blâmé n'a refusé de publier nos conclusions.

Nous pouvons comprendre les visées de certaines instances qui souhaitent imposer arbitrairement une organisation nationale qui serait chargée de traiter les plaintes contre les journaux dans les provinces qui ne sont pas dotées d'un conseil de presse. À notre avis, cela constituerait un grand pas en arrière. Nous encourageons plutôt le comité à réitérer son appui aux conseils de presse locaux de chaque province et à inviter les journaux à y adhérer. Nous osons croire que cela deviendra réalité d'ici la fin de 2006.

Nous tenons à souligner aux sénateurs ici assemblés ce matin que le Canada a une longue avance sur les États-Unis, qui ne comptent que trois conseils consultatifs des médias dans les États de Washington, du Minnesota et d'Hawaï. Il faut savoir en plus qu'aucun de ces États n'a le pouvoir de répondre aux plaintes

existing five press councils across Canada, all of whom keep in touch with one another on almost a daily basis. We also meet every two years and conduct meaningful seminars.

The Alberta Press Council is now in the process of becoming much more proactive in reaching out to the community. We have contacted the presidents of both the Grant MacEwan College in Edmonton and the Red Deer Community College, in Red Deer. On the weekend I talked with the heads of the journalism departments at SAIT in Calgary and Mount Royal College in Calgary, with an idea to setting up a series of seminars to find out what our young people feel about the media. I want to leave an additional document for you in that regard, although it is from the United States.

As a matter of fact, just before I left, we had reached an agreement with Grant MacEwan journalism students, and when I return we will be holding our first seminar in the first week of March. We are very excited about that.

We also encourage our press council members to keep abreast of what is going on and to inform the public through speeches, appearing on open line programs, or doing interviews, whatever the case might be. As chair, I am particularly proud of the high calibre and significant contributions of the volunteer time that all members spend on press council, especially Ms. Wilson and Mr. Ardiel.

In concluding, senators, I have two extremely interesting articles which I would be delighted to leave with you. One is from the Radio Television News Directors Association in which they have just announced the launch of a comprehensive multi-year national diversity project to help the news media better reflect Canada's cultural diversity. It is a two-year undertaking, and we support this 100 per cent. There are three main objectives, one of which is to improve the reflection of the diversity of Canada in news programming. Another is to help news managers with hiring a more diversified workforce. We think that is wonderful.

The other article — and I just received this from my son who is in the news — is an 11-page document from the January-February issue of the *Columbia Journalism Review*. It is based on the Associated Press Managing Editors Conference in Louisville, Kentucky, last fall. I think you would find it a great edification. I appreciate that it does not apply to Canada per se. The heading is, "Let's blame the readers." Is it possible to do great journalism if the public does not care?"

I am not trying to force these articles upon you. However, if there is interest, I do have copies. I will leave them with committee clerk.

There are different examples and what was done in this particular instance. People from all over the United States were flown in to express their views at this conference in order to try to understand why young people are breaking away. Thirty years ago in the U.S., 6 per cent of all grade 6 students had television sets in their own rooms. Today that figure is 70 per cent.

comme le font les cinq conseils de presse du Canada, qui communiquent entre eux quasi quotidiennement et qui se réunissent tous les deux ans pour tenir des discussions fructueuses.

L'Aberta Press Council s'apprête à communiquer avec la collectivité de manière beaucoup plus proactive. Par exemple, nous avons présenté aux directeurs du Red Deer College et du Grant MacEwan College d'Edmonton ainsi que, le week end dernier, aux directeurs des départements de journalisme du SAIT et du Mount Royal College, à Calgary, une proposition en vue d'offrir ce qui deviendra une série de séminaires destinés à mesurer le sentiment des jeunes à l'endroit des médias. Je vais vous laisser un document supplémentaire sur ce sujet, même s'il provient des États-Unis.

De fait, juste avant de partir, je me suis entendu avec les étudiants en journalisme de Grant McEwan et à mon retour, début mars, nous allons tenir notre premier séminaire. Cela nous enthousiasme beaucoup.

Nous encourageons également les membres de notre conseil de presse à se tenir au courant et à informer la population au moyen de discours, de participations à des tribunes téléphoniques ou à des interviews, selon le cas. Comme président, je suis particulièrement fier du calibre élevé et de l'apport considérable du temps que consacrent bénévolement tous les membres du conseil de presse, en particulier Mme Wilson et M. Ardiel.

Pour conclure, mesdames et messieurs les sénateurs, c'est avec plaisir que je vais vous laisser deux articles fort intéressants. Le premier vient de l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision, qui vient d'annoncer le lancement d'un projet national pluriannuel détaillé destiné à aider les médias à mieux refléter la diversité culturelle du pays. C'est un projet de deux ans que nous appuyons à fond. Il compte trois grands objectifs, l'un étant d'améliorer l'illustration de la diversité au pays dans les émissions d'information et un autre, d'aider les directeurs de l'information à recruter un effectif plus diversifié. Nous trouvons cela magnifique.

L'autre article — que je viens de recevoir de mon fils qui lui aussi travaille dans l'information — est un document de onze pages du numéro de janvier et février de la *Columbia Journalism Review*. Il s'inspire de l'Associated Press Managing Editors Conference qui s'est tenue à Louisville, au Kentucky, l'automne dernier. Je pense que vous le trouverez fort instructif. Je sais qu'il ne s'applique pas à la situation au Canada. Le titre est « Let's blame the readers ». Peut-on faire du journalisme de qualité si le public s'en moque?

Je ne vous impose pas ces articles. S'ils vous intéressent, par contre, j'en ai des exemplaires. Je vais les laisser au greffier du comité.

Vous trouverez des exemples de ce qui a été fait dans certains cas. Des gens de partout aux États-Unis sont venus exprimer leurs vues à cette conférence pour essayer de comprendre les causes du désintérêt des jeunes. Il y a 30 ans, 6 p. 100 des élèves de la 6^e année avaient un téléviseur dans leur chambre; aujourd'hui, le chiffre est de 70 p. 100.

We will leave the articles from the *Columbia Journalism Review* and the Radio Television News Directors Association with the clerk.

We would welcome any questions you might have.

Senator Tkachuk: You say that seven of the nine Alberta dailies belong to the press council. Which two do not?

Mr. Hogle: The *Calgary Sun* and *The Edmonton Sun*. I have ongoing talks with them. I pointed out to them that, in the province of Ontario, one of the “Sun” papers there does belong and the other does not. I am an optimist. The glass is always half full. In my discussions last Monday with the publisher of *The Edmonton Sun* and in a telephone conversation on Friday with the publisher of the *Calgary Sun* — who, incidentally, is away this week and we were going to meet with him to extol the virtues of belonging to the press council — they have expressed the view that they can handle it on their own and they do not know what benefits would be gained by joining. I have told them that it would be extremely economical. I have told them that I think there is much to be said for having somebody outside of their own particular newspaper handle matters rather than having their own ombudsman. By way of an analogy, we have the Edmonton Police Commission and the Edmonton Police Force, and if there are complaints, they hire outside people to look into them. So far I have not been successful but, having said that, I am not pessimistic.

Senator Tkachuk: How many media outlets do you have in the city? You have CBC, CTV and Global. Is there an independent station here and in Edmonton?

Mr. Hogle: There was, senator. We had the A Channel both in Edmonton and in Calgary, owned by the Craig family from Portage-la-Prairie and Brandon. However, their Toronto operation ran into difficulties and money from their successful Alberta operations had to keep that Toronto station afloat. As a result, they had to sell the entire chain to the CHUM organization. That was agreed to by the CRTC, but they have not yet formally taken over or renamed the particular stations. To answer your question, senator, no, at this stage, there is not.

Senator Tkachuk: You still have four operating; is that right?

Mr. Hogle: Yes.

Senator Tkachuk: Do you believe that Alberta residents are being well served by the news media here in the province?

Mr. Hogle: As a former journalist, I know that journalists are never satisfied that they have done enough. They live by that creed or mandate. It is a passion. However, we do have excellent multilingual stations. We have French stations, both radio and television. The CRTC has been discreet in approving that.

Je vais remettre au greffier les articles de la *Columbia Journalism Review* et de l'Association canadienne des directeurs de l'information radio-télévision.

Je répondrai avec plaisir à vos questions.

Le sénateur Tkachuk : Vous dites que sept des neuf quotidiens albertains siègent au conseil de la presse. Quels sont les deux autres qui n'en font pas partie?

M. Hogle : Le *Calgary Sun* et l'*Edmonton Sun*. Je suis en communication constante avec eux. Je leur ai rappelé qu'en Ontario un des journaux *Sun* en fait partie et l'autre pas. Je suis un optimiste. Pour moi, le verre est toujours à moitié plein. J'ai discuté lundi dernier avec l'éditeur de l'*Edmonton Sun* et j'ai parlé au téléphone vendredi avec l'éditeur du *Calgary Sun* — qui, soit dit en passant, est absent cette semaine et que je devais rencontrer pour lui vanter les mérites d'appartenir au conseil de la presse. Les deux se disent en mesure de se débrouiller tout seuls et ne voient pas l'avantage leur apporterait leur adhésion. Je leur ai dit que ce serait très économique; qu'il y a de gros avantages à avoir quelqu'un de l'extérieur du journal pour s'occuper de ces questions au lieu d'avoir son propre médiateur. L'analogie que je donne, c'est le cas de la Commission de police d'Edmonton et du Service de police d'Edmonton : s'ils font l'objet d'une plainte, ils embauchent quelqu'un de l'extérieur pour faire enquête. Jusqu'à présent, je n'ai pas eu de succès, mais je ne perds pas espoir.

Le sénateur Tkachuk : Combien d'organes de presse y a-t-il dans la ville? Il y a CBC, CTV et Global. Y a-t-il une station indépendante ici et à Edmonton?

M. Hogle : Il y en a déjà eu. Il y a eu le A Channel à Edmonton et à Calgary, qui appartenait à la famille Craig de Portage-la-Prairie et de Brandon. Leur filiale de Toronto a eu des difficultés et ils ont dû utiliser les profits de leurs activités lucratives en Alberta pour poursuivre leurs activités à Toronto. En fin de compte, la famille a dû vendre toute la chaîne au groupe CHUM. Le CRTC a approuvé la transaction, mais le groupe n'a pas encore officiellement repris ou renommé les stations. En réponse à votre question, sénateur, non : actuellement il n'y en a pas.

Le sénateur Tkachuk : Il y en a encore quatre en service, n'est-ce pas?

M. Hogle : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Pensez-vous que les habitants de l'Alberta sont bien servis par les médias d'information ici dans la province?

M. Hogle : Comme ancien journaliste, je sais que les journalistes ne sont jamais convaincus d'en faire assez. C'est leur conviction profonde. C'est une passion. En revanche, nous avons d'excellentes stations multilingues. Nous avons des stations de langue française, aussi bien de radio que de télévision. Le CRTC a été discret lorsqu'il les a approuvées.

When the CHUM operation starts, it will provide more and stronger competition. When that happens, everyone benefits. With good competitors, the other stations must improve in order to maintain their listeners and viewers.

Yes, I do believe that Alberta residents are being well served.

Senator Carney: Mr. Hogle, yours is the first press council we have heard from, certainly on the western tour, so we appreciate your brief in which you state that, of the Alberta Weekly Newspapers Association, 109 are members of your council, as well as seven of the nine Alberta daily newspapers.

Mr. Hogle: Yes.

Senator Carney: Do your members include radio stations and television stations?

Mr. Hogle: No, they are not.

I would point out that the number is 111. It was changed on the weekend when I did a seminar for weekly newspaper editors in Calgary on Sunday.

The Quebec Press Council does include those, but we do not. We feel that with the CRTC and other organizations such as the Canadian Association of Broadcasters and the Western Association of Broadcasters, there is no need to include them.

We started 32 years ago. The mandate at that time was to look at the printed media — the weekly and daily media. Ironically, those from the Northwest Territories also belong to the AWNA, Alberta Weekly Newspapers Association. However, we do not handle complaints from there. In fact, we have not received any complaints about those particular papers.

Senator Carney: You are limited by your mandate to the media.

Mr. Hogle: Yes.

Senator Carney: When you say that you have eight press members and that you are geographically representative. Are any representatives from the major newspapers on your council?

Mr. Hogle: Yes.

Senator Carney: Do they include the *Edmonton Journal* and the *Calgary Herald*?

Mr. Hogle: Yes, the *Calgary Herald*, the *Edmonton Journal*, *Medicine Hat News*, the *Lethbridge Herald*, the *Red Deer Advocate*, *Fort McMurray Today* and the *Grande Prairie Daily Herald-Tribune*.

Senator Carney: You cannot get better coverage than that.

Mr. Hogle: Yes, I agree, senator.

Quand le groupe CHUM entrera en activité, il accentuera et renforcera la concurrence. Cela profitera à tout le monde. Avec une concurrence de qualité, les autres stations doivent s'améliorer pour conserver leur auditoire.

Oui, je suis convaincu que les habitants de l'Alberta sont bien servis.

Le sénateur Carney : Monsieur Hogle, vous êtes le premier conseil de presse que nous entendons, dans notre visite dans l'Ouest en tout cas, et nous sommes heureux d'entendre comme vous le dites dans votre mémoire que 109 membres de l'Alberta Weekly Newspaper Association sont membres du conseil de presse et que sept des neuf quotidiens de l'Alberta le sont également.

M. Hogle : Oui.

Le sénateur Carney : Comptez-vous parmi vos membres des stations de radio et des stations de télévision?

M. Hogle : Non.

Permettez-moi de vous corriger : ce chiffre est dorénavant de 111. Il a changé dimanche dernier, où j'ai fait un séminaire pour les rédacteurs en chef des hebdomadaires de Calgary.

Le Conseil de presse du Québec les inclut, mais pas nous. Comme il y a le CRTC et d'autres regroupements comme l'Association canadienne des radiodiffuseurs et la Western Association of Broadcasters, il n'y a pas lieu de les inclure, à notre avis.

Nous avons vu le jour il y a 32 ans. À l'époque, notre mandat était de nous occuper des imprimés : hebdomadaires et quotidiens. Chose curieuse, ceux des Territoires du Nord-Ouest appartiennent aussi à l'Alberta Weekly Newspapers Association. Par contre, nous ne nous occupons pas des plaintes qui viennent de là. De fait, nous n'avons jamais reçu de plaintes concernant ces journaux.

Le sénateur Carney : Votre mandat se limite à ces médias.

M. Hogle : Oui.

Le sénateur Carney : Vous dites compter huit membres de la presse et être représentatifs sur le plan géographique. Des représentants des grands journaux siègent-ils à votre conseil?

M. Hogle : Oui.

Le sénateur Carney : Comprennent-ils l'*Edmonton Journal* et le *Calgary Herald*?

M. Hogle : Oui, le *Calgary Herald*, l'*Edmonton Journal*, le *Medicine Hat News*, le *Lethbridge Herald*, le *Red Deer Advocate*, le *Fort McMurray Today*, et le *Grande Prairie Daily Herald-Tribune*.

Le sénateur Carney : Vous pouvez difficilement être plus représentatifs.

M. Hogle : En effet, sénateur.

Senator Carney: I want to explore two areas with you. One of our witnesses in Vancouver, Dr. Murray from Simon Fraser, suggested that press councils should be beefed up and that they should include members of the general public or “stakeholders”, as she called them. What is your view on that?

Mr. Hogle: We are already at that stage, senator. The *Medicine Hat News* is represented by a press member, and Ms. Wilson is our public member from Medicine Hat. In every particular case where there is a newspaper member, we also have a public member. As well, the chair must be a public member. If we were to add the *Calgary Sun* and the *Edmonton Sun* they too would have a press member from each paper, and we would add an additional public member from each city. They are strongly represented.

The calibre of our people is outstanding. For example, Claire Carefoot from Drayton Valley, who is one of our public members, was a member of the National Parole Board for 12 years. Ms. Wilson has just taken over as executive director of the Medicine Hat Food Bank. We have high profile, extremely dedicated people. We do not pay them. We do provide an honorarium, understandably — and so we should — and expenses while they are conducting hearings and so on.

We also keep in touch. We have at least two meetings per year and we can have up to four meetings per year. We also keep in touch through regular telephone conversations because our people are spread out from Medicine Hat to Fort McMurray, Grande Prairie and points in between. It works well.

Senator Carney: The committee would like to have information on the other public members.

The Chairman: There is a list in the 2003 annual report. Has the membership changed?

Mr. Hogle: I will have Mr. Ardiel check that now.

Senator Carney: My next question is about the nature of the complaints. You have been in business for 33 years and you have had about 300 complaints in 33 years. That is less than 10 a year. You must have an very acquiescent, passive public in Alberta, and very responsible journalists. That is a relatively small number of complaints. What is the nature of the complaints that you have heard over the years? What are people most concerned about?

Mr. Hogle: I would not say that they are passive.

Senator Carney: I am joking.

Mr. Hogle: There is the fact that the publishers, by their own creed, have mandated to publish the results. We also have strong powers to do it. Let me tell you about the last two adjudications, and you will understand the seriousness of it.

A columnist wrote five articles on Aboriginal women across Canada. That series went out on the internet and the lady from Ontario saw it. Canadian Press carried the full article. I have a copy of it, if anyone wants to see it later on. The complaint was

Le sénateur Carney : J'aimerais aborder deux questions avec vous. Un de nos témoins à Vancouver, Mme Murray de l'Université Simon Fraser, a déclaré que le conseil de presse devrait être renforcé et comprendre des représentants du grand public, ceux qu'elle appelle les « parties intéressées ». Qu'en pensez-vous?

M. Hogle : C'est déjà fait, sénateur. Le *Medicine Hat News* est représenté par un membre de la presse et Mme Wilson est la représentante de la population de Medicine Hat. Pour chaque membre appartenant à un journal, il y a un membre de la population générale. Le président doit d'ailleurs lui aussi représenter la population. Si le *Calgary Sun* et l'*Edmonton Sun* se joignaient à nous, chacun d'eux aurait un représentant et nous ajouterions un représentant du grand public pour chaque ville. La population est bien représentée.

Le calibre de nos membres est exceptionnel. Par exemple, Claire Carefoot de Drayton Valley, qui représente le grand public, a fait partie de la Commission nationale des libérations conditionnelles pendant 12 ans. Elle vient d'être nommée directrice administrative de la banque alimentaire de Medicine Hat. Nous comptons des gens extrêmement dévoués et bien en vue. Nous ne les rémunérons pas; en revanche, et c'est normal, nous leur versons des honoraires et remboursons leurs dépenses pour les audiences auxquelles ils participent.

Nous restons aussi en contact. Nous tenons au moins deux assemblées par année et pouvons en tenir jusqu'à quatre. Nous restons aussi en contact régulier par téléphone parce qu'ils sont éparpillés entre Medicine Hat, Fort McMurray et Grande Prairie. Cela marche bien.

Le sénateur Carney : Les membres du comité aimeraient avoir de l'information sur les autres membres représentant le public.

La présidente : Il y a une liste dans le rapport annuel de 2003. Est-ce que les membres ont changé?

M. Hogle : Je vais demander à M. Ardiel de vérifier tout de suite.

Le sénateur Carney : J'aimerais maintenant qu'on parle des plaintes. Votre conseil existe depuis maintenant 33 ans, et en 33 ans, vous avez reçu environ 300 plaintes. Ça fait moins de 10 plaintes par année. En Alberta, le public doit être très passif et prêt à avaler ce qu'on lui sert, et les journalistes très responsables. Vous ne recevez pas beaucoup de plaintes. De quoi les gens se plaignaient-ils auparavant et de quoi se plaignent-ils maintenant? Qu'est-ce qui les préoccupe le plus?

M. Hogle : Je ne dirais pas que le public est passif.

Le sénateur Carney : Je le disais pour rigoler.

M. Hogle : Ce sont les éditeurs qui, de leur propre chef, ont décidé de publier les résultats. Nous avons de forts pouvoirs en ce sens. Je vais vous parler des deux dernières décisions. Vous pourrez ainsi comprendre le sérieux du processus.

Il y a un journaliste qui a écrit cinq articles sur les femmes autochtones à l'échelle du Canada. Ces articles ont été affichés sur Internet et c'est là que la femme ontarienne les a vus. La Canadian Press a publié l'article au complet. J'en ai moi-même un

about discriminatory remarks. The editor of the paper in question admitted that they should have done some sharp editing, and that that did not happen.

In another example, the publisher of a weekly newspaper also happened to be head of the chamber of commerce committee attempting to bring in a bulk farm operation, and there was opposition to this. It was huge, with Japanese money involved. The lady who opposed the article likened it to the Taliban. As a newspaper publisher, if you are in public office or have a responsible position, you must go out of your way to ensure that those opposing any particular interest you have, get equal treatment and probably far more than equal treatment.

They know that we do not fool around. We respect the media. We uphold freedom of the press. However, if a member of the public is offended, and the newspaper cannot rectify it on its own, we will to step in and we will take tough measures.

Senator Carney: Politicians, as you know, are easily offended. However, I will wait for a second round before I put my questions on that subject, Madam Chair.

Senator Munson: You mentioned in your statement that, in all cases, the newspapers published your findings in a prominent spot within their papers. You say that there are, five or six other press councils across the country.

Mr. Hogle: I would say there are four.

Senator Munson: Are they treated in the same fashion? Is there consistency across the country? A complaint from many people is that those complaints are buried and not made public.

Mr. Hogle: That is a good question, senator, but, unfortunately, I cannot answer it. In our particular case the matter is normally dealt with on page 2. We do not insist on that, but it must be a prominent spot. We do not want it buried, as you say. I cannot speak for the other press councils.

Senator Munson: In your meetings with other councils, do you suggest that it should be a consistent exercise that should take part across the country?

Mr. Hogle: Our next meeting will be in Quebec next year. Ms. Wilson will be the chair. The old guy has to step down. Mr. Ardiel will be there. I will ask that that particular matter be brought up. I think that would make for a valid discussion.

Senator Munson: You are not an old guy. You are a seasoned veteran. I have profound respect for your work. The *Calgary Herald* and *The Edmonton Sun* are good newspapers. They make lots of money, don't they?

exemplaire, que je pourrais vous montrer si cela vous intéresse. Dans ce cas-là, la plainte portait sur la nature discriminatoire des remarques. L'éditeur du journal en question a reconnu que l'article aurait dû être fortement révisé, mais que ce n'avait pas été fait.

Je vais vous donner un deuxième exemple. Celui du rédacteur en chef d'un hebdomadaire qui était également président d'un comité de la chambre de commerce qui tentait d'avaliser le projet d'implantation d'une usine de produits agricoles en vrac. Le projet en question suscitait un mouvement d'opposition. Ce n'était pas un petit projet, il y avait même des investissements japonais. La femme qui s'est opposée à l'article a comparé le projet à celui des talibans. Quand on est rédacteur en chef d'un journal et qu'on est élu ou qu'on a un poste de responsabilité, on doit faire tout son possible pour s'assurer que ceux qui s'opposent aux intérêts qu'on a ont voix au chapitre, au même titre que les autres, voire plus.

Nous mettons cartes sur table, et cela se sait. Nous respectons les médias. Nous respectons la liberté de la presse. Par contre, si quelqu'un est offusqué et le journal en question ne peut pas rectifier la situation, alors nous intervenons et nous prenons des mesures sévères.

Le sénateur Carney : Comme vous le savez, il est très facile d'offusquer les politiciens. Mais je vais patienter avant de poser le reste de mes questions sur ce sujet, madame la présidente.

Le sénateur Munson : Dans vos remarques, vous avez indiqué que dans tous les cas, vos conclusions ont été publiées bien en vue dans tous les journaux. Vous dites qu'il y a cinq ou six autres conseils de presse à l'échelle du pays.

M. Hogle : Je dirais qu'il y en a quatre.

Le sénateur Munson : Est-ce qu'ils fonctionnent tous de la même façon? Y a-t-il une certaine uniformité à l'échelle du pays? On se plaint justement du fait que les plaintes sont cachées et qu'elles ne sont pas rendues publiques.

M. Hogle : Votre question est pertinente, monsieur le sénateur, mais je ne peux pas y répondre, malheureusement. Dans notre cas, le résultat de la plainte est généralement publié à la page 2, bien que ce ne soit pas obligatoire, tant qu'il est bien en vue. Nous ne voulons pas que les plaintes soient cachées, comme vous l'avez dit. Mais je ne pourrais pas parler au nom des autres conseils de presse.

Le sénateur Munson : Lorsque vous rencontrez les représentants des autres conseils, soulevez-vous l'importance de l'uniformité à l'échelle du pays?

M. Hogle : Notre prochaine réunion aura lieu à Québec l'année prochaine. C'est Mme Wilson qui sera la présidente. Il faut bien que le vieux cède sa place. M. Ardiel sera également là. Je demanderai qu'on soulève cette question, qui me semble pertinente.

Le sénateur Munson : Vous n'êtes pas vieux, vous êtes un ancien. J'ai le plus grand respect pour votre travail. Les *Calgary Herald* et *The Edmonton Sun* sont de bons journaux. D'ailleurs, ils rapportent gros, n'est-ce pas?

Mr. Hogle: Yes, they do.

Senator Munson: Yet, in 2005, they do not have a reporter in Ottawa, although they used to. I know that the writers for the *National Post*, many of whom are friends of mine, are in Ottawa giving Albertans their views, but not one of them has a sense of Alberta in that they do not come from Alberta. In our study, we are asking about the impact of the cutbacks. Is this good for democracy? Is it good for Alberta?

Mr. Hogle: That is a fair question, but that is not within our mandate.

I do think that local coverage would warrant a local voice. There may be budgetary reasons for that. However, in an ideal world, yes, that would be possible and Alberta would be better served.

Senator Munson: These cutbacks are consistent. Their impact can be felt everywhere. I find it remarkable that the only individual daily out west, the *Winnipeg Free Press*, has a reporter and is independent.

Mr. Hogle: Yes. Senator, I would just add, though, that I think the cutbacks are more prevalent in the radio part of the industry than in, say, television or newspapers. That applies not only to Alberta but also across Canada.

Senator Munson: Do you think the cuts have changed the quality of news and information available to Canadians?

Mr. Hogle: Absolutely. I find, however, that in some radio stations where there have been changes, they have only one reporter covering the news for, say, four different stations. Unfortunately, many readers are reverting to what we call the "rip and the read operation," relying on broadcast news: Canadian Press, newspapers, United Press, and maybe voice reports from broadcast news.

I do not think that serves the purpose. When I was heading up a radio station in Regina, we had six reporters and we were all kept extremely busy. Even at the *Trail Daily Times* we had five reporters, including myself.

I come back to the job being a passion. Sometimes it is easy to make cuts in the news. I question that, but that is because I have a journalistic heart. I did argue with bean counters about that. I think you must spend the time to research in-depth stories. Many documentaries and even editorials are no longer heard of or seen on radio or television.

Senator Munson: Do changes in concentration affect diversity in the news media? Would further concentration likely do so?

Mr. Hogle: It could, senator. That is a fair question. At the same time, competition might increase it. I would think, for example, with CHUM coming into Toronto and Edmonton, it will enhance the news operation. I think CHUM will give both CTV stations in Edmonton and Calgary and Global a strong race

M. Hogle : Effectivement.

Le sénateur Munson : Pourtant, en 2005, ils n'ont pas de journalistes à Ottawa, alors qu'ils en ont déjà eus. Les journalistes du *National Post*, dont un grand nombre sont mes amis, donnent leurs points de vue aux Albertains à partir d'Ottawa, mais il n'y en a pas un qui comprenne véritablement l'Alberta parce qu'ils ne sont pas nés en Alberta. Dans le cadre de notre étude, nous nous intéressons aux impacts des compressions. Est-ce positif pour la démocratie? Et pour l'Alberta?

M. Hogle : C'est une question pertinente, mais elle ne s'inscrit pas dans notre mandat.

C'est vrai qu'on aurait besoin d'un journaliste local pour couvrir les dossiers locaux. Ce sont sans doute les contraintes budgétaires qui expliquent la situation. Par contre, idéalement, ce serait possible et on répondrait mieux aux besoins des Albertains.

Le sénateur Munson : Il y a eu des compressions budgétaires partout et des incidences se font ressentir partout. Il est remarquable que le seul quotidien à part de l'Ouest, à savoir le *Winnipeg Free Press*, ait un reporter et soit indépendant.

M. Hogle : Oui. Je voudrais tout de même nuancer vos propos, monsieur le sénateur, en disant que les compressions se font fait plus ressentir dans le secteur de la radio et moins, par exemple, dans les milieux de la télévision et des journaux. C'est ainsi non seulement en Alberta, mais partout au Canada.

Le sénateur Munson : Est-ce que vous pensez que la qualité des journaux télévisés et des informations diffusées au Canada ont souffert des compressions?

M. Hogle : Tout à fait. Je remarque que dans certaines stations de radio touchées, il n'y a qu'un journaliste responsable du bulletin de nouvelles pour, disons, quatre stations différentes. Malheureusement, bien des lecteurs retrouvent l'habitude de ce qu'on appelle « déchire et lit » se limitant à certaines sources : la Canadian Press, les journaux, la United Press et peut-être quelques bulletins télévisés.

Je ne pense pas que ce soit satisfaisant. À l'époque où j'étais responsable d'une station de radio à Regina, il y avait six journalistes et nous étions tous très occupés. Même au *Trail Daily Times*, il y avait cinq reporters, dont moi.

Je répète que le journalisme, c'est une histoire de passion. Parfois, il est facile de réduire les nouvelles. Moi je n'y crois pas trop, mais c'est parce que j'ai un cœur de journaliste. Sur ce point, je n'étais pas d'accord avec les comptables. À mon avis, un reportage, ça demande des recherches approfondies. Il y a beaucoup de documentaires et d'éditoriaux dont on ne parle même plus à la radio ou à la télévision.

Le sénateur Munson : Est-ce que la concentration a une incidence sur la diversité des bulletins de nouvelles? Une concentration accrue en aurait-elle une?

M. Hogle : C'est possible, sénateur. C'est une question que vous faites bien de poser. D'un autre côté, la compétition pourrait accroître la diversité. Je pense qu'avec la venue de CHUM à Toronto et à Edmonton, les nouvelles seront améliorées. Je pense que CHUM va donner du fil à retordre aux chaînes CTV à

for the money. I think increased competition will enhance diversity. NewCap now has over 60 radio stations across Canada, 22 in Alberta alone. In the last couple of weeks, NewCap, Corus and Astral in Montreal, have all been changing stations around trying to find out what works best.

A few years ago I did some little research for CTV, working on CHUM and CTV, switching three stations in Ontario for three stations in the Maritimes. They were not trying to financially improve themselves, but they felt, in the case of CTV, that they could serve the country better by having three stations in the Maritimes, which they did not have up to a particular time. I think there are pros and cons on that.

It also comes back to what the owner wants or expects. Newsmen are very demanding. You also have to be demanding of yourself, and how you run a newsroom. Too often you would have certain reporters covering, let's say, the Alberta legislature ad infinitum where you develop a love-hate relationship, and I do not think that is healthy. You would probably agree, senator, that you should regularly change your reporters to keep on top of that. I have digressed. My apologies.

The Chairman: All of us former newsmen would agree with you, Mr. Hogle. Forgive me. I could not resist.

Mr. Hogle: I know.

Senator Merchant: I know you are going to send us a list of the members of the press council, but could you put a face to those names for us because sometimes names do not mean much. Do you have people from minorities, say, First Nations, appropriately represented on the press council?

Mr. Hogle: If we do not, senator, it is only because they have not applied. When we have an opening, let's say, in Grande Prairie or Medicine Hat, which we will have in the spring, we put a large ad in the newspaper in question, the *Medicine Hat News* or the *Grande Prairie Daily Herald-Tribune*, soliciting applications. Then we will conduct interviews. One of our press members, Sonny Rajoo, is a Black person from South Africa. He owns a paper. He used to be in Brooks, but now he is in Two Hills, Alberta. He represents the Alberta Weekly Newspapers Association as their press member.

Let me go back to our applications. One of the applicants for the position of executive secretary-treasurer was an Aboriginal lady. She was not hired for any other particular reason. We had three finalists in that particular competition and we interviewed all three. Ms. Wilson, myself and another individual dealt with those. We interviewed three people over a full day and we could not make up our minds.

Edmonton et à Calgary ainsi qu'à Global pour obtenir des fonds. J'estime que plus il y a de la concurrence, plus il y a de la diversité. NewCap regroupe maintenant 60 stations de radio à l'échelle du Canada, dont 22 sont en Alberta. Au cours des dernières semaines, NewCap, Corus et Astral, à Montréal, ont tous modifié leur façon de faire dans le but de trouver la meilleure façon de procéder.

Il y a quelques années j'ai fait des petites recherches pour CTV, j'ai travaillé sur CHUM et CTV. Trois chaînes ont disparu en Ontario et trois ont fait leur apparition dans les provinces maritimes. Les chaînes n'essayaient pas d'améliorer leur situation financière, mais estimaient, du moins dans le cas de CTV, qu'on répondrait mieux aux besoins de la population canadienne en implantant trois chaînes dans les provinces maritimes, qui en étaient dépourvues jusque-là. Il y a des avantages et des inconvénients à cela.

Tout dépend aussi de ce que recherche le propriétaire. Les propriétaires sont très exigeants. Il faut dire qu'il faut également être exigeant envers soi-même et gérer avec soin la salle de presse. Trop souvent, ce sont les mêmes reporters qui sont responsables de l'Assemblée législative de l'Alberta, par exemple, pendant une éternité. Or ils se lassent de toujours couvrir le même dossier, même en étant passionnés, et ce n'est pas sain. Vous me direz sans doute, monsieur le sénateur, qu'il faut mettre en place une rotation pour éviter ce problème. Mais je m'écarte, j'en suis désolé.

La présidente : Tous ceux d'entre nous qui ont fait du journalisme seront d'accord avec vous, monsieur Hogle. Pardonnez-moi. Je n'ai pu résister

M. Hogle : Je sais.

Le sénateur Merchant : Je sais que vous allez nous envoyer une liste des membres du conseil de presse, mais pourriez-vous mettre un visage à côté de ces noms parce que parfois, les noms ne veulent pas dire grand-chose. Avez-vous des membres de minorités comme les Premières nations au conseil de presse?

M. Hogle : Si nous n'en avons pas, sénateur, c'est seulement parce qu'ils n'en ont pas fait la demande. Quand il y aura un poste vacant à Grande Prairie ou à Medicine Hat, par exemple, ce qui sera le cas au printemps, nous allons mettre une grande annonce dans le journal en question, le *Medicine Hat News* ou le *Grande Prairie Daily Herald-Tribune*, pour demander des candidats. Nous procéderons ensuite à des interviews. Un des membres du conseil, Sonny Rajoo, est un Noir d'Afrique du Sud. Il possède son propre journal. Avant, il était à Brooks, mais aujourd'hui il est à Two Hills, en Alberta. Il est le représentant de la presse de l'Alberta Weekly Newspapers Association.

Permettez-moi de revenir aux candidatures. L'une des candidates au poste de secrétaire-trésorier exécutif était une Autochtone. Elle n'a pas été recrutée pour une autre raison. Il y avait trois finalistes dans ce concours et nous les avons interviewés tous les trois. Mme Wilson, moi-même et une autre personne nous en sommes occupés. Nous avons interviewé trois personnes pendant une journée entière et nous n'arrivions pas à nous décider.

We certainly believe in multi-cultural diversity. When I ran the news department in CFRN TV that we were trying to achieve that. It is very important, and we encourage it.

When I was Chairman of the Grant MacEwan School of Journalism and on the board of the University of Regina we worked closely with Aboriginal people.

One problem I find with young graduating students of journalism today, regardless of their ethnic background, is in many cases they do not want to pay their dues in the small shop. They do not want to go to Spirit River in Northern Alberta or Bow Island in Southern Alberta, or to work in a radio station in Edson or in Lloydminster. They want to start off in Edmonton or Calgary. As we know, life is just not like that. You have to pay your dues.

We are extremely cognisant of that, senator. That is an excellent question, and it is ever mindful with us.

Senator Merchant: Sometimes we have to make things happen. When you interview people you have to make it possible for minorities or for young Aboriginals to have an entry point, even if they are not the top candidate, because they bring their own sensitivity, sensibility to the process.

Who heard complaints, for instance, in Vancouver from the Muslim community, that certain newspapers were not representing the Muslims in the proper light. If you have people of that background in the press council, then they bring some background knowledge, some sensitivity to the issue that the rest of us cannot understand.

Ms. Colleen Wilson, Vice-Chair, Alberta Press Council: Madam Chair, may I add a few comments to this response. I appreciate your concern and your question.

To carry on with what Mr. Hogle was saying about this particular candidate, when a position did come open in her community, we made sure she knew about it by letter so that, if she was still interested — and she was interested in the press council when she applied — she could apply for that opening for a public member. She chose not to apply.

We will be working on that. As Chair of the Policies and Procedures Committee for the last four years, that certainly has been the subject of discussion. We will be going out of our way to seek out those people.

Mr. Hogle: I would add, on a personal note, that I have two grandsons who are both 20. One is at the University of Alberta. I have lunch once a month with him, one of his Muslim friends, one of his Black friends and one of his Jewish friends. It is great to discuss different subjects. They know our discussions are in confidence. We go into the schools to find out the concerns of young people. It is an excellent topic, one of which we must be even more cognisant of than ever before.

Il est certain que nous croyons en la diversité multiculturelle. Quand je dirigeais le service de l'information de CFRN TV, c'était l'un de nos objectifs. C'est très important et nous l'encourageons.

Quand j'étais président de la faculté de journalisme de Grant MacEwan et que je siégeais au conseil d'administration de l'Université de Regina, nous travaillions étroitement avec les populations autochtones.

Un des problèmes fréquent que je constate chez les jeunes diplômés en journalisme aujourd'hui, quelle que soit leur origine ethnique, c'est qu'ils ne veulent pas apprendre leur métier dans une petite boîte. Ils ne veulent pas aller à Spirit River, dans le Nord de l'Alberta, ni à Bow Island, dans le Sud de la province, ni travailler dans une station de radio à Edson ou à Lloydminster. Ils veulent commencer tout de suite à Edmonton ou à Calgary. Comme nous le savons, ce n'est pas comme ça la vie. Il faut faire son apprentissage.

Nous en sommes très conscients, sénateur. C'est une excellente question et elle nous occupe l'esprit constamment.

Le sénateur Merchant :Parfois, il faut faire bouger les choses. Quand vous interviewez les gens, il faut ouvrir la porte aux minorités ou aux jeunes Autochtones, même s'ils ne sont pas le candidat idéal, parce qu'ils apportent leur propre sensibilité au processus.

Par exemple, à Vancouver, qui a entendu les plaintes de la communauté musulmane qui reprochait à certains journaux de ne pas les dépeindre fidèlement. S'il y a des gens d'origine musulmane au conseil de presse, ils y apportent des connaissances de base, une certaine sensibilité à la question qui nous échappe à nous.

Mme Colleen Wilson, vice-présidente, Alberta Press Council : Madame la présidente, j'aimerais compléter cette réponse. Je comprends vos inquiétudes ainsi que votre question.

Pour ajouter à ce que M. Hogle disait à propos de cette candidate, lorsqu'un poste s'est ouvert dans sa ville, nous lui avons envoyé une lettre pour nous assurer qu'elle était au courant pour qu'elle puisse, si cela l'intéressait — et elle l'était lorsqu'elle a postulé — briguer le poste de représentante de la population. Elle a décidé de ne pas se présenter.

Nous allons nous occuper de la question. En tant que présidente du Comité des politiques et des procédures depuis quatre ans, je peux vous assurer que cela fait l'objet de discussions. Nous allons nous démener pour trouver de gens appartenant à ces groupes.

M. Hogle : Sur une note plus personnelle, j'ajouterai que j'ai deux petits-fils qui sont dans la vingtaine. L'un d'eux est à l'Université de l'Alberta. Une fois par mois, je déjeune avec lui, un de ses amis musulmans, un de ses amis noirs et un de ses amis juifs. Je trouve magnifique de pouvoir discuter de différents sujets avec eux. Ils savent que nos discussions restent entre nous. Nous allons dans les écoles pour savoir ce qui préoccupe les jeunes. C'est un sujet excellent, auquel nous devons être plus sensibles que jamais.

Senator Merchant: I come from Saskatchewan. Do we have a press council in Saskatchewan?

Mr. Hogle: No, you do not. I worked in both Regina and Saskatoon. I have been fortunate to have worked in five provinces. I love and have visited all of them. We would certainly like to see a press council in Saskatchewan. Since I will be retiring as chair this year, I would certainly offer my services at no charge whatsoever, other than expenses, to help set that up, because I feel so strongly about this. It is a great catalyst for the public, and I think it is a preferable option rather than setting up a government committee or a government press council to look after, say, Saskatchewan, Newfoundland and the Maritimes. That is why I was suggesting, without being presumptuous, that a statement from this particular committee, possibly, reiterating the formation of press councils on a voluntary basis, is vastly superior to arbitrarily doing that or controlling the media in any way, shape or form. Yes, I think Saskatchewan should have a press council.

Senator Eyton: Did I hear you say in your opening remarks that your annual budget was \$70,000?

Mr. Hogle: Yes, sir.

Senator Eyton: I also heard that you have in your membership seven dailies and something over 100 weeklies.

Mr. Hogle: Yes, 111.

Senator Eyton: You described your role as defending the industry, the business and dealing with complaints and speaking out on important issues such as access. That seems to me to be a very tall order, and \$70,000 seems like a paltry sum. It is difficult to imagine you doing all that you have claimed with that kind of budget unless you have a mass of well organized volunteers.

Is there a case for increasing that budget? If you had an increased budget what do you think you could do to better serve the public?

Mr. Hogle: Yes, there is a need to increase the budget. Over the last few years we have sort of been in the Dark Ages — and I am not being derogatory at all. At one time when we did an adjudication we were threatened with a \$1.5-million lawsuit. This was at the time when we had no liability insurance whatsoever. We treaded water until we got liability insurance. I have been sued in the past. I was involved in a lawsuit that went on for five years, so I know what that is all about.

That insurance is now in place. We now have bylaws in place.

We do, indeed, need to increase our funding. If that happened, we would like to increase our scholarship program. Currently it is only \$1,000 a year. We can get 140 applications with brilliantly written essays. The last committee that handled those was left with 11 finalists. It would have been wonderful if we could have given everybody \$1,000. We would love to have the money to do that.

Le sénateur Merchant : Je viens de la Saskatchewan. Y a-t-il un conseil de presse dans cette province?

M. Hogle : Non. J'ai travaillé à Regina et à Saskatoon. J'ai eu la chance de travailler dans cinq provinces. Je les ai toutes aimées et visitées. Il est certain que nous aimerions voir un conseil de presse en Saskatchewan. Comme je vais quitter la présidence cette année, je suis tout disposé à offrir mes services gratuitement — sauf le remboursement de mes dépenses — pour aider à en créer un parce que c'est quelque chose à quoi je tiens. C'est un catalyseur magnifique pour la population et je pense que cela vaut mieux que de créer un comité ou un conseil de presse du gouvernement qui s'occuperait, par exemple, de la Saskatchewan, de Terre-Neuve et des Maritimes. C'est pourquoi je proposais, sans vouloir être présomptueux, que le comité fasse une déclaration qui rappellerait que la formation sur une base volontaire de conseils de presse est largement préférable à la création arbitraire de tels conseils ou à l'exercice d'une autorité arbitraire quelconque sur les médias. Oui, je pense que la Saskatchewan devrait avoir un conseil de presse.

Le sénateur Eyton : Vous ai-je entendu dire dans votre déclaration que votre budget annuel était de 70 000 \$?

M. Hogle : Oui.

Le sénateur Eyton : Je vous ai aussi entendu dire que vos membres comptent sept quotidiens et une centaine d'hebdomadaires.

M. Hogle : Oui, 111.

Le sénateur Eyton : Vous dites que votre mandat est de défendre le secteur, d'instruire les plaintes et de vous faire entendre sur les grandes questions comme celle de l'accès. Pour moi, c'est beaucoup pour une somme aussi dérisoire que 70 000 \$. J'ai du mal à imaginer que vous faites tout ce que vous avez affirmé avec un budget comme celui-là, à moins de disposer d'une armée de bénévoles bien organisés.

Y aurait-il lieu d'augmenter votre budget? S'il était plus important, que pourriez-vous faire de plus pour mieux servir la population?

M. Hogle : Oui, il y aurait lieu d'augmenter notre budget. Ces dernières années, cela a plutôt été l'âge des ténèbres — et je ne dis pas cela de manière désobligeante du tout. Il est arrivé qu'après une décision, on nous ait menacés d'une poursuite en justice de 1,5 million. À l'époque, nous n'avions pas la moindre assurance. Nous avons fait du surplace jusqu'à ce que nous puissions obtenir une assurance responsabilité. J'ai déjà fait l'objet d'une poursuite. J'ai été mêlé à une affaire qui a duré cinq ans, je sais donc de quoi je parle.

Nous avons maintenant une police. Nous avons aussi des règlements.

Oui, nous avons besoin de plus de fonds. Cela nous permettrait d'améliorer notre programme de bourse. Actuellement, nous ne décernons que 1 000 \$ par année. Il nous arrive de recevoir 140 demandes accompagnées de dissertations brillantes. Le dernier jury s'est retrouvé avec onze finalistes. Il aurait été magnifique de décerner 1 000 \$ à chacun. Nous serions au comble de la joie d'avoir autant d'argent.

We would also increase the number of seminars we hold. We will be hosting the one after Quebec. The next meeting in Edmonton of the national press councils will be in three years time.

We would hope to do two things: help Saskatchewan form a council and also help Atlantic Canada do the same. We would put the money to good avail.

Let me talk about our volunteers. People do not generally walk into a meeting of the Alberta Press Council once or twice a year without us noticing. If you express an interest, we will come after you. Ms. Wilson looked after our policies and procedures. She made long-distance calls all across the country. Mr. Ardiel coordinated our new bylaws. We went to a lawyer we knew, and she knew that we were looking for a handout. I told her that we had \$500 left. She accepted that as payment

I think we are keeping in step with the times. I want to get both *Sun* papers on board. We would love to see a press council in Saskatchewan because we believe it is essential, and we know it works. Atlantic Canada should have a viable press council. They did have a half-assed one in the past. Excuse my language, but that is what it was. It has fallen by the wayside.

The Chairman: You are on the public record here, sir. That may come back and bite you.

Senator Munson: You are not from the Maritimes.

Mr. Hogle: I am sorry, Senator Munson, but I am right. Senator Munson might want to speak about the reasons for that happening in that particular area.

We can do more in education. We could perhaps go into Muslim schools to talk about the media. I think there is some suspicion about the media. There is a lot going on in this world today. There are more pressures on our people and they must be better educated, and we would encourage that too.

To answer your question, yes, we do need more money. We are working towards that. We will certainly put it to good use.

Senator Eyton: I am about to tread on sensitive ground. Is there a case for changing the press council to a kind of media council? You alluded to the broadcasting industry. I say that partly because the press, the printed media, creates much of the news. I am sure they were working very hard yesterday. The newspapers come out in the morning, and the contents are the subject matter of most of what we hear on radio or see on television. In a sense, we are all dealing with the same sources and dealing with some of the same facts.

Mr. Hogle: Yes.

Cela nous permettrait aussi d'augmenter le nombre de séminaires que nous organisons. Nous serons les hôtes du séminaire qui suivra celui du Québec. Dans trois ans se tiendra la prochaine réunion des conseils de presse nationaux à Edmonton.

Nous aimerions faire deux choses. Aider la Saskatchewan à créer un conseil et aider la région de l'Atlantique à en faire autant. L'argent serait employé à bon escient.

Laissez-moi maintenant vous parler de nos bénévoles. Les gens ne peuvent pas se présenter à brûle-pourpoint aux réunions annuelles ou semestrielles du conseil de presse de l'Alberta sans que nous les remarquions. Si vous manifestez votre intérêt, nous allons aller à votre rencontre. Mme Wilson s'est occupée de nos politiques et de nos procédures. Elle a fait des interurbains partout au pays. M. Ardiel, lui, a coordonné l'élaboration de nos nouveaux règlements. Nous avons consulté une avocate de nos connaissances, et elle savait que nous lui demandions la charité. Je lui ai dit qu'il nous restait 500 \$. C'est ce qu'elle a accepté comme honoraires.

Je pense que nous sommes au diapason de notre époque. Je veux voir les deux *Sun* se rallier à nos côtés. Nous serions ravis qu'il y ait un conseil de presse en Saskatchewan, parce que nous pensons que c'est essentiel et que nous savons que c'est efficace. Il faudrait que la région de l'Atlantique ait un conseil de presse viable. Il y a bien eu un conseil à la noix par le passé. Excusez ma façon de parler, mais c'est bien ce dont qu'il s'agissait. C'est tombé à l'eau.

La présidente : Vos propos sont enregistrés, monsieur. Ils pourraient revenir vous hanter.

Le sénateur Munson : Vous n'êtes pas des Maritimes.

M. Hogle : Pardonnez-moi, sénateur Munson, mais j'ai raison. Le sénateur Munson voudra peut-être vous parler des raisons pour lesquelles cela s'est produit dans cette région.

Nous pouvons faire davantage en matière d'éducation. Nous pourrions peut-être aller dans les écoles musulmanes pour parler des médias. Je pense que les médias suscitent une certaine méfiance. Il se passe tant de choses dans le monde d'aujourd'hui. Nos gens subissent davantage de pression, ils doivent être mieux éduqués, et nous encourageons cela aussi.

En réponse à votre question, oui, nous avons besoin de plus d'argent. Nous y voyons. Nous allons certainement en faire bon usage.

Le sénateur Eyton : Je vais aborder un sujet délicat. Y aurait-il lieu de faire du conseil de presse une sorte de conseil des médias? Vous avez mentionné l'industrie de la radiodiffusion. Je dis cela en partie parce que la presse, les médias imprimés, créent pour beaucoup les nouvelles. J'ai la certitude qu'ils ont travaillé très fort hier. Les journaux sortent le matin, et leur contenu forme la substance de presque tout ce que nous entendons à la radio ou voyons à la télévision. Dans un sens, ce sont toujours les mêmes sources et presque toujours les mêmes faits.

M. Hogle : Oui.

Senator Eyton: Is there a case for having the broadcasters as members of your press council?

Mr. Hogle: Would the print media and broadcast media want to get together on that particular scenario? In the case of the Global operation which is both print and electronic, they might be interested. Suncor might also be interested in that. With our current mandate, I question whether or not that would work. I do not know what workload would be created. I would certainly see many complaints coming in about, for example, an open line program on radio or television; about an editorialist on television in Edmonton. I can see the budget having to triple or quadruple. I am not saying it is impossible, but I do not know how feasible it would be, senator.

Senator Eyton: Yesterday we were at the journalism school at the University of British Columbia where Professor Logan spoke of a research consortium that included three partners: The University of British Columbia, of course, York University in Toronto, and Laval University in Quebec City, and they are the beneficiaries of significant funding. The total funding was, I think, \$3.5 million, and they are drawing it down in instalments. I think they have at least four years to go.

Professor Logan tabled with us a report on the media that had been professionally and well done across the country. I believe there were over 3,000 respondents. The questions were about the media and about accuracy, bias, ownership, satisfaction and professionalism. There were many precise questions. It was well put together. That report, if I can characterize it, gave a failing grade to the Canadian media.

The survey was released some months ago and almost no attention was paid by the media to a report that was most critical of them. The grade I would have given, just scanning through it, would have been something like 40 per cent, 40 points out of 100.

I am sort of a laissez-faire sort of person. In general, we have laws covering libel and slander, and we have criminal laws; and then we exhort the best kind of professional standards.

Had this research consortium report been about any other industry I know of, it would have been front page news, and coverage would have gone on for a long time. It seems to me that the Canadian media have elected to ignore it.

My question is a long-winded one. Is there a role for the press councils to shine a light on some of the failures of the Canadian media, and in that way encourage better performance and a better media for Canadians?

Mr. Hogle: That is a good question. I am surprised, considering the amount of money involved by these three prestigious universities, that they would not have seen fit to directly send each of the press councils a copy of that. This is the first time that I have heard about such a report. There is no question that it exists. I am surprised that they, themselves, did not say, "If we are not getting across to the media, why don't we work through the press councils?" If you can give me the name of a contact afterwards, I will phone, because I do want to have a copy of that particular scenario.

Le sénateur Eyton : Y aurait-il lieu d'admettre des radiodiffuseurs à votre conseil de presse?

M. Hogle : Est-ce que les médias imprimés et électroniques voudraient faire cause commune? La société Global, qui est dans l'imprimé aussi bien que dans l'électronique, pourrait être intéressée. Suncor aussi pourrait s'intéresser à cela. Avec le mandat que nous avons, je me demande si cela marcherait. J'ignore quelle charge de travail cela créerait. J'imagine que nous recevrons un grand nombre de plaintes, par exemple, en ce qui concerne les lignes ouvertes à la radio ou à la télévision; à propos d'un éditorialiste à la télévision d'Edmonton. Le budget pourrait tripler ou quadrupler. Je ne dis pas que c'est impossible, mais j'ignore comment on pourrait le faire, monsieur le sénateur.

Le sénateur Eyton : Nous étions hier à l'école de journalisme de l'Université de la Colombie-Britannique où le professeur Logan a parlé d'un consortium de recherche qui réunit trois partenaires : l'Université de la Colombie-Britannique, bien sûr, l'Université York à Toronto et l'Université Laval de Québec, et ils reçoivent un financement important. Le financement total était, je crois, de 3,5 millions de dollars, qu'ils touchent par tranches. Je crois qu'il reste au moins quatre ans à ce projet.

Le professeur Logan nous a remis un rapport de facture professionnelle et bien fait sur les médias de tout le pays. Je crois qu'il y avait eu plus de 3 000 répondants. Les questions portaient sur les médias et l'exactitude, le parti pris, la propriété, la satisfaction et le professionnalisme. Les questions étaient nombreuses et précises. C'était bien fait. Ce rapport, si je peux l'appeler ainsi, donnait une mauvaise note aux médias canadiens.

Ce sondage a été rendu public il y a quelques mois de cela, et les médias n'ont accordé presque aucune attention à ce rapport fort critique à leur endroit. Rien qu'en le lisant en diagonale, j'aurais donné une note proche de 40 p. 100, 40 sur 100.

J'incline pour ma part au laissez-faire. De manière générale, nous avons des lois sur la diffamation, ainsi que des lois pénales, et nous exigeons le respect de normes professionnelles élevées.

Si le rapport de ce consortium de recherche avait porté sur une autre industrie que je connais, il aurait fait la manchette, et la couverture se serait prolongée longtemps. On dirait que les médias canadiens ont décidé de faire comme s'il n'existait pas.

Après ce long préambule, voici ma question. Les conseils de presse ont-ils pour rôle de signaler certaines défaillances des médias canadiens, pour ainsi encourager un meilleur rendement et l'émergence de meilleurs médias pour les Canadiens?

M. Hogle : Bonne question. Considérant la somme d'argent qu'ont reçue ces trois universités prestigieuses, je suis surpris qu'on n'ait pas jugé bon d'envoyer directement copie de ce rapport à tous les conseils de presse. C'est la première fois que j'entends parler de ce rapport. Je ne met pas en doute le fait qu'il existe. Je suis surpris qu'eux-mêmes n'aient pas dit : « Si les médias ne parlent pas de nous, pourquoi ne pas nous adresser aux conseils de presse? » Si vous pouviez me donner le nom d'une personne contact plus tard, je vais téléphoner, parce que je tiens à avoir une copie de ce rapport.

The print media does have faults. I have been involved in that, so I know we all have faults. It is easy to pick on the media. I am not defending them in that particular case, because who is error free? However, usually a good newspaper will do that. I know that, when I did television editorials, if it was a provocative one, Friday night was always the feedback editorial.

Newspapers are usually pretty good about dealing with criticism. As part of our mandate, our daily and weekly newspapers must put advertise, at least once a week, and many of them do it every day, the fact that they belong to the Alberta Press Council. They give the email address, the phone number, and the address. They let their readers know how to get a hold of us. We do not shy from that. We go out of our way to tell people who we are and what we do. You cannot resolve it that particular way.

Some journalists may leave much to be desired. That also probably applies to publishers as it does equally to politicians, judges, lawyers, doctors, Indian chiefs, et cetera. In other words, I would not want to tar all media with one brush, because I some do outstanding jobs.

This week and two weeks ago on the opinion page of the *Edmonton Journal* — and I have never seen this before in any newspaper in North America — they had absolutely no editorial. I thought, “Am I missing something?” There is a controversy in Edmonton dealing with the police commission, the police force, et cetera. They had printed a response from a constable, but there was no editorial whatsoever. I am wondering if they are experimenting and trying to assess if their readers are tired of editorials. They may want to find out if the public misses the editorials.

Global did experiment at one time with doing national editorials for their newspapers across Canada. They curtailed that. They no longer do that. They used to emanate from Winnipeg, as the case might be.

Some papers are probably better run than others. That comment also applies to radio and TV stations. Obviously Sears is better run than Eatons or Woodwards. Obviously, Air Canada, thanks to the government, is doing a better job than Canadian used to do. I hope that will answer your question, senator.

Senator Eyton: I do not want to speak for Air Canada.

Senator Trenholme Counsell: We have heard a lot of public cynicism across Canada. Yesterday, for example, people representing their interests told us that certain chains of newspapers were not treating their issues fairly. Other groups are very cynical. As well, journalists have told us that they do not have opportunities they used to have, and that, if they write certain things, they will be out of a job tomorrow.

Les médias imprimés ont leurs défauts. J'ai été dans ce milieu, donc je sais que nous avons tous des défauts. Il est facile de s'en prendre aux médias. Je ne les défends pas dans ce cas particulier, car qui ne commet pas d'erreur? Toutefois, normalement, un bon journal va publier ce genre de chose. Je sais qu'à l'époque où je faisais des éditoriaux à la télévision, si je me montrais provoquant, l'éditorial de rétroaction paraissait toujours le vendredi soir.

Les journaux n'ont normalement pas de mal à admettre la critique. Selon notre mandat, nos quotidiens et hebdomadaires membres doivent mentionner au moins une fois semaine, et beaucoup le font tous les jours, le fait qu'ils appartiennent à l'Alberta Press Council. Ils en publient l'adresse électronique, le numéro de téléphone et l'adresse postale. Ils font savoir à leurs lecteurs comment nous rejoindre. Nous n'hésitons pas à le faire. Nous nous donnons du mal pour dire aux gens qui nous sommes et ce que nous faisons. On ne peut pas résoudre le problème de cette façon-la.

Il se peut que certains journalistes soient très incompetents. Cela s'applique probablement aussi aux rédacteurs en chef ainsi qu'aux politiciens, aux juges, aux avocats, aux médecins, aux chefs indiens, etc. Autrement dit, je ne veux pas mettre tous les médias dans le même panier parce que certains d'entre eux font un travail exceptionnel.

Cette semaine et la semaine précédente, dans la page réservée aux opinions du *Edmonton Journal* — et je n'ai jamais vu cela auparavant dans aucun journal en Amérique du Nord — il n'y avait absolument aucun éditorial. J'ai pensé : « Il y a peut-être quelque chose que je n'ai pas compris. » Il y a toute une controverse à Edmonton qui concerne la commission de police, le service de police, etc. Le journal avait publié la réponse d'un agent de police, mais il n'y avait aucun éditorial. Je me suis demandé s'il s'agissait d'une expérimentation, si le journal voulait voir si ses lecteurs en avaient assez de lire des éditoriaux. Le journal veut peut-être savoir si le public regrette les éditoriaux.

À une certaine époque, l'entreprise Global imposait des éditoriaux nationaux à ses journaux du Canada. Elle a mis fin à cette pratique. Cela ne se fait plus. Ses éditoriaux provenaient de Winnipeg.

Il y a des journaux qui sont probablement mieux gérés que d'autres. Ce commentaire s'applique aussi aux stations de radio et de télévision. Il est évident que Sears est mieux gérée que Eatons ou Woodwards. De toute évidence, Air Canada, grâce au gouvernement, nous sert mieux que Canadian autrefois. J'espère que cela répond à votre question, monsieur le sénateur.

Le sénateur Eyton : Je ne veux pas parler au nom d'Air Canada.

Le sénateur Trenholme Counsell : Nous avons vu que le cynisme public était élevé au Canada. Hier, par exemple, des gens représentant leurs propres intérêts nous ont dit que certaines chaînes de journaux ne traitaient pas leurs dossiers équitablement. D'autres groupes sont très cyniques. De même, des journalistes nous ont dit qu'ils n'ont plus la marge manœuvre qu'ils avaient et que s'ils écrivent certaines choses, ils vont se retrouver au chômage dès demain.

How would you react to this? On page 3 of your brief you talk about the freedom of the press and about the ability of those involved to freely gather and report the news. You say that you would applaud a strong statement from our committee in that regard.

On page 5, you make a strong statement that your council ensures that the public interest is looked after. That is a very strong statement. I like your optimism. I like how positive you are, but could you speak a little bit about the cynicism, the discouragement that we have felt across Canada from certain groups of the public, and certain journalists, and those representing those other journalists?

Mr. Hogle: "Cynicism" is a good word. However, I tend to think of the word "apathy." I think of apathy in all of our elections in Canada. One of our recent federal elections was the worst since the 1800s. Perhaps we should consider doing what Australia does, which is fine a person who is eligible to vote \$75 if he or she does not vote. In that way they have a 95 per cent turnout, including spoiled ballots. However, that is another subject for another time.

Given the proliferation of the media across Canada and the expansion in all facets of it, the number of cynics does increase. At the same time I think it is easy to throw marbles at the media collectively, and I think it may emanate with editorial viewpoints. A certain paper may have a viewpoint about one party and a different viewpoint for another. Any editorials dealing with the Middle East, in particular the situation in Iraq or Iran, will offend some people because of their ethnic background. In Vancouver particularly, the mother tongue of 51 per cent of the city's school population is not English. You may have witnessed that during your hearings on Monday and Tuesday.

The pressures on journalists today are even greater than before. There is no question that we need better educated journalists because of the amount of material they are expected to absorb and the stories they are expected to cover. A journalist could cover a heart transplant story at the Edmonton University Hospital on Monday and cover the Jim Keegstra trial in Red Deer the next day. Those are two diametrically different scenarios.

There is pressure on people in the media today, and probably the expansions are not what the media people would like. I can appreciate that. In fact, I would be front row, centre seat in saying: "I need another person in sports, news or public affairs."

We have a real responsibility, but we also have a deep respect for the press and the press members, knowing what they are doing. Equally important is our respect for members of the public and their concerns.

In the particular case where Mitsy Brown from Ontario complained about these five columns that were written in the daily newspaper in Alberta, I was very surprised, as were members of our committee, that there were no complaints from Alberta. There were a couple of very harsh statements in there

Qu'en pensez-vous? À la page 3 de votre mémoire, vous parlez de la liberté de la presse et de la capacité des intéressés de réunir et de publier librement les nouvelles. Vous dites que vous souhaitez voir notre comité prendre position fermement à cet égard.

À la page 5, vous affirmez avec force que votre conseil s'assure de protéger l'intérêt public. C'est très fort. J'aime votre optimisme. J'aime votre vision positive des choses. Mais pourriez-vous nous parler un peu du cynisme, du découragement dont nous avons été témoins de la part de certains groupes au Canada, de certains journalistes, et de ceux qui représentent ces autres journalistes?

M. Hogle : « Cynisme », c'est le bon mot. J'incline cependant plutôt à employer le mot « apathie ». Je songe à l'apathie dont on est témoin dans toutes les élections au Canada. L'une de nos récentes élections fédérales a été la pire depuis les années 1800. On devrait peut-être songer à faire ce que l'on fait en Australie, où toute personne habilitée à voter qui ne vote pas doit payer une amende de 75 \$. C'est pourquoi la participation y est de 95 p. 100, bulletins de vote annulés compris. C'est cependant une autre question dont on discutera une autre fois.

Étant donné la prolifération des médias au Canada et l'expansion de toutes leurs facettes, il est vrai que le nombre de cyniques augmente. Cela dit, je crois qu'il est facile de jeter la pierre aux médias collectivement. Et je crois que cela est attribuable aux points de vue éditoriaux. Un certain journal peut avoir un point de vue à propos d'un certain parti et un point de vue différent pour un autre. Tous les éditoriaux qui traitent du Moyen-Orient, particulièrement de la situation en Irak ou en Iran, vont offenser certaines personnes du fait de leur origine ethnique. À Vancouver particulièrement, la langue maternelle de 51 p. 100 des élèves de la ville n'est pas l'anglais. Vous en avez peut-être été témoins lors de vos audiences de lundi et de mardi.

Les journalistes d'aujourd'hui subissent des pressions plus fortes que jamais. Il ne fait aucun doute que nous devons mieux éduquer nos journalistes du fait de la somme de matière qu'ils doivent absorber et des nouvelles qu'ils doivent couvrir. Un journaliste peut parler d'une transplantation cardiaque à l'hôpital de l'Université d'Edmonton le lundi et couvrir le procès de Jim Keegstra à Red Deer le lendemain. Ce sont deux sujets totalement opposés.

Les gens des médias subissent des pressions aujourd'hui, ils ne sont probablement pas favorables aux expansions. Je peux le comprendre. En fait, je serais aux premières loges et je dirais : « J'ai besoin d'une autre personne aux sports, aux nouvelles ou aux affaires publiques. »

Nous avons une responsabilité réelle, mais nous respectons aussi profondément la presse et ses artisans, sachant ce qu'ils font. Tout aussi important est notre respect pour le public et ce qui le préoccupe.

Dans le cas particulier de Mitsy Brown de l'Ontario, qui s'est plainte de ces cinq chroniques parues dans un quotidien de l'Alberta, j'ai été très surpris, comme les autres membres de notre conseil, que nous n'ayons reçu aucune plainte de l'Alberta. Il s'agissait de quelques déclarations très dures à l'égard de ces

about mothers having children with different fathers and those sorts of things. We made a tough statement. It showed that we were not fooling around.

Good press councils work very hard. I was up at five o'clock this morning. I am not trying to impress anyone, but I believe in what I do, just as you believe in Canada. You bring something to the table. If we have problems, let's resolve them.

I do want to have a copy of the report you mentioned. I want to know who authored it.

We go into the schools and we want to start to hold seminars regularly. We go to Grant MacEwan College perhaps once a year. When I was chairman of the Grant MacEwan journalism board I taught in that school and we set up the first private scholarships with the radio and television news directors, specifically, Dick Rice, the former owner of CFRN TV. In the ultimate world, the Alberta Press Council may be leading the way when the budget is increased. We might come back to the Senate and be able to tell Senator Eyton that we have scholarships and that great people are going into journalism. It would be wonderful if we were able to expand our scholarships. We might even be able to put a young person through journalism school.

There is always concern about the media. There are questions out there that we have to address. I appreciate that reporters may question why they cannot have more people in, say, the business department or the sports section. They are all doing all the work. They are doing the play-by-play for the Calgary Hitmen. They may think that their news department has to expand. We have four stations in Calgary. We have four stations in Edmonton, and there is one company who does have that. We need more people to do that, to do it better than we are doing it.

I do not think there is any easy answer. People are definitely being better heard now than ever before. I commend this committee and the excellent work you have been doing for almost the last two years. It is very necessary. I do not for one moment say that the media is perfect. I do not for one moment say that the Alberta Press Council is perfect; far from it. We can always do more, and we should be doing more.

What I am saying, though, is that we are seeking support from you on voluntary press councils. I would love to see them in Saskatchewan, because I know the good they can do. I know the good the people can do in British Columbia and how hard they work. You will hear from the Manitoba people in Winnipeg on Friday. The Ontario people are equally good. We talked with them last year in Vancouver. You have also heard from the Quebec people. They are also very powerful.

You somewhat alluded to the question: Should we become more like the British Press Council? The British Press Council, first of all, has a huge budget and a huge staff. They go looking for stories that are offensive. In other words, we consider

mères qui ont des enfants de pères différents et ce genre de choses. Nous avons pris position fermement. Nous avons ainsi montré que nous prenions la chose au sérieux.

Les bons conseils de presse se donnent beaucoup de mal. J'étais debout à cinq heures ce matin. Je ne dis pas cela pour vous impressionner, mais je crois en ce que je fais, tout comme vous croyez au Canada. Votre contribution est importante. Si nous avons des problèmes, réglons-les.

Je tiens à avoir une copie du rapport que vous avez mentionné. Je veux savoir qui l'a écrit.

Nous allons dans les écoles et nous voulons commencer à organiser des séminaires régulièrement. Nous allons au Collège Grant MacEwan peut-être une fois par année. Lorsque je présidais le conseil du journalisme du Collège Grant MacEwan, j'enseignais à cette école et nous avons créé les premières bourses privées de concert avec les chefs de nouvelles de la radio et de la télévision, particulièrement Dick Rice, l'ancien propriétaire de CFRN TV. Dans un monde parfait, l'Alberta Press Council pourrait prendre le leadership quand on augmentera son budget. Nous pourrions revenir devant le Sénat et dire au sénateur Eyton que nous décernons des bourses et qu'il y a des gens formidables qui se lancent en journalisme. Ce serait merveilleux si nous pouvions faire augmenter le nombre de nos bourses. Nous pourrions peut-être même financer les études en journalisme d'un jeune.

On se préoccupe toujours des médias. Il subsiste des questions auxquelles nous devons donner réponse. Je comprends que des journalistes se demandent pourquoi ils n'ont pas plus de monde, par exemple, au cahier des affaires ou aux sports. Ils font tout le travail. Ils assurent même la couverture intégrale des Hitmen de Calgary. Ils croient peut-être que leur salle des nouvelles doit agrandir. Nous avons quatre stations à Calgary. Nous avons quatre stations à Edmonton, et il y a une entreprise qui a cette chance. Il nous faut plus de gens pour faire le travail, pour faire mieux que ce que nous faisons aujourd'hui.

Je ne crois pas qu'il existe de réponse facile. Il est sûr que les gens se font mieux entendre qu'auparavant. Je félicite votre comité pour l'excellent travail qu'il accomplit depuis presque deux ans. C'est très nécessaire. Je ne dirai jamais que les médias sont parfaits. Je ne dirai jamais non plus que le conseil de presse de l'Alberta est parfait, loin de là. Nous pouvons toujours faire davantage, et nous devrions faire davantage.

Mais ce que je dis, c'est que nous avons besoin de votre soutien pour les conseils de presse volontaires. J'adorerais en voir en Saskatchewan, parce que je sais le bien qu'ils peuvent faire. Je sais le bien que les gens peuvent faire en Colombie-Britannique et tout le mal qu'ils se donnent. Vendredi, vous allez entendre les gens du Manitoba à Winnipeg. Les gens de l'Ontario font de l'aussi bon travail. Nous avons parlé avec eux l'an dernier à Vancouver. Vous avez également entendu les gens du Québec. Ils sont eux aussi très forts.

Vous avez évoqué la question : devrions-nous ressembler davantage au conseil de presse britannique? Tout d'abord, le conseil de presse britannique dispose d'un budget et d'un personnel immenses. Il fait la chasse à ce qui est offensant.

ourselves ombudsmen, media conciliators, what have you. We do not have the wherewithal at this stage in the game to do what they do and, quite frankly, I do not know if we want to do that. I do not know if I want to read, say, the *Lethbridge Herald* and regularly point out that they should not have said something in, say, a classified ad. Is that our role? I do not know. I question that. The British will do that; and I am not being critical. I do not know if we want to go that route. I do not think we are mandated to go that route. I do not think we need to go that route.

I think our weeklies and dailies in Alberta are responsible. When we made that decision against a weekly newspaper, the publisher in question emailed all 110 papers at that time, saying, "Let's get Hogle off the press council. It's time to get rid of that guy. We do not need that sort of stuff." That is fine. I do not react to high pressure. I have thick skin. We all have thick skin, and that is how it should be.

I do not know if I covered the entire area, senator. I hope I have.

Mr. Robert Ardiel, Executive Secretary-Treasurer, Alberta Press Council: Perhaps I can just add that the mandate of the press council is to consider complaints about what is written. I have had some emails from individual readers of newspapers complaining that an event in which they were involved, and which they felt very strongly about, was not covered. You wish you could have encouraged the paper to have sent a reporter out to cover that, but we do not dictate to any newspapers, any of our members, what degree of coverage there should be, or what events should be covered by them.

As our chair alluded to, we are trying to become more proactive in setting up forums whereby members of the press and members of the public can talk to each other and ask questions of the press. Perhaps through that process we can generate some additional interest in the publishers and reporters in covering some events that are of interest to the groups that they are hearing from.

Senator Chaput: My question has to do with memberships. You have daily newspapers that are members, and weekly newspapers that are members through their association; is that correct?

Mr. Hogle: Yes.

Senator Chaput: Are any of those newspapers published in other languages, such as French or Chinese?

Mr. Hogle: No, not that I know of. I was thinking of the St. Paul area. No, they are not, senator.

Senator Chaput: Does the question of Canadian ownership versus some other ownership come into question at this time?

Mr. Hogle: No.

Autrement dit, nous nous considérons davantage comme des ombudsmans, des conciliateurs médiatiques, peu importe. Nous n'avons pas les moyens à ce stade-ci de faire ce qu'il fait et, très franchement, je ne sais pas si c'est bien ce que nous voulons faire. Je ne sais pas si veux lire le *Lethbridge Herald*, par exemple, et dénoncer régulièrement ce qu'il n'aurait pas dû publier dans telle ou telle annonce classée. Est-ce notre rôle? Je ne sais pas. Je me le demande. Les Britanniques font cela, et je ne le leur reproche pas. Je ne sais pas si c'est l'orientation que nous voulons prendre. Je ne crois pas que nous ayons le mandat de faire cela. Je ne crois pas que nous ayons besoin de faire cela.

Je pense que nos quotidiens et hebdomadaires en Alberta sont responsables. Lorsque nous avons rendu cette décision défavorable à un hebdomadaire, son éditeur a envoyé à 110 journaux un courriel qui disait : « Sortez Hogle du conseil de presse. L'heure est venue de se débarrasser de ce gars-là. On n'a pas besoin de ce genre de choses. » C'est bien. Je ne réagis pas aux pressions excessives. J'ai la peau dure. Nous avons tous la peau dure, et c'est comme ça que ça doit être.

Je ne sais pas si j'ai fait le tour de la question, monsieur le sénateur, mais j'espère que oui.

M. Robert Ardiel, secrétaire-trésorier exécutif, Alberta Press Council : Je peux peut-être ajouter que le mandat du conseil de presse se limite à l'étude des plaintes sur ce qui est écrit. J'ai reçu des courriels de lecteurs de journaux qui se plaignaient du fait que le journal n'avait pas parlé d'un événement auquel ils étaient mêlés et auquel ils accordaient la plus grande importance. On aurait aimé encourager le journal à envoyer un reporter pour couvrir cet événement, mais nous n'imposons pas nos volontés aux journaux, à nos membres; nous ne leur disons pas quel doit être le degré de couverture ou quels événements doivent être couverts par eux.

Comme l'a mentionné notre président, nous tâchons d'être plus proactifs dans la mesure où nous créons des forums où les gens de la presse et les simples citoyens peuvent se parler et se poser des questions. Nous pourrions ainsi peut-être susciter davantage d'intérêt de la part des éditeurs et des reporters pour la couverture d'événements qui intéressent les groupes qui se font entendre.

Le sénateur Chaput : Ma question porte sur vos membres. Vous avez des quotidiens qui sont membres, et des hebdomadaires qui sont membres par l'entremise de leur association. Est-ce exact?

M. Hogle : Oui.

Le sénateur Chaput : Est-ce que certains de ces journaux sont publiés dans d'autres langues, comme le français ou le chinois?

M. Hogle : Non, pas que je sache. Je songeais à la région de St. Paul. Non, aucun n'est publié dans une autre langue, madame le sénateur.

Le sénateur Chaput : La question de l'appartenance à des intérêts canadiens plutôt qu'à des intérêts étrangers entre-t-elle en ligne de compte?

M. Hogle : Non.

Senator Chaput: Are all of your newspaper members Canadian owned?

Mr. Hogle: Yes. I would add that if one of the ethnic papers or French papers in Alberta wished to join the Alberta Weekly Newspapers Association — and, of course, it would have to be approved — then, of course, it would be a member of the Alberta Press Council.

Senator Chaput: You would not go as far as to ask them who owns that newspaper. It is not your role to check that out, is it?

Mr. Hogle: No.

Senator Chaput: I understand.

Regarding the scholarships that you provide and the essays that you received in 2004, I would be interested in knowing what those students thought about the freedom of speech.

Mr. Hogle: Would you like us to provide you with a copy of that, senator?

Senator Chaput: I would like that, because I recognize that decisions we make today is what those young people will have to live with tomorrow.

Mr. Hogle: Senator, we will get you a complete copy. We always have lunch with the winning entry, and in this instance that was Erin. We want to ensure that our applicants go on to university and that the money will be used towards that. Erin is a delightful lady, and her essay is so well written. Our committee was hard-pressed to come up with a winner from among the top three this year. We will ensure that you get a copy of that along with a list of all the current members.

Senator Phalen: In my opinion, what we have heard about press councils, at least up to this point, has not been favourable. However, you have made it a very good argument and a strong presentation. Let me tell you some of the things that we have heard.

There is a perception, because you are funded by the owners, that you have a bias. How do you deal with that perceived bias?

Mr. Hogle: That is a good question, senator. I can see where a bias would develop. At the same time, with our bylaws and with our policies and procedures, which have all been approved, and with the fact that the publishers have agreed that if we do rule against them, they must publish that, there has never, ever been any argument. Yes, we are funded by the newspapers as is the British Columbia council. Others are funded by private enterprise or the government per se. If we were funded by government, I am sure there would also be prejudice expressed about that — taking a handout from government.

We do two things. First, we ensure that there are public members to offset the press member from each particular newspaper. Second, if there is a disagreement, senator — and

Le sénateur Chaput : Tous les journaux membres de votre association appartiennent-ils à des intérêts canadiens?

M. Hogle : Oui. J'ajouterais que si un des journaux ethniques ou francophones de l'Alberta souhaite devenir membre de l'Alberta Weekly Newspapers Association — bien sûr, il faudrait que ce soit approuvé —, il devrait aussi être membre du Alberta Press Council.

Le sénateur Chaput : Vous n'iriez pas jusqu'à leur demander qui est propriétaire de ce journal. Il ne vous appartient pas de vérifier cela, n'est-ce pas?

M. Hogle : Non.

Le sénateur Chaput : Je comprends.

En ce qui concerne les bourses que vous accordez et les essais que vous avez reçus en 2004, je trouverais intéressant de savoir ce que ces étudiants pensaient de la liberté d'expression.

M. Hogle : Voudriez-vous que nous vous en remettions des copies, madame le sénateur?

Le sénateur Chaput : J'aimerais bien cela, parce que je me rends compte que les décisions que nous prenons aujourd'hui sont celles avec lesquelles les jeunes vont devoir vivre demain.

M. Hogle : Sénateur, nous vous en procurerons une copie intégrale. Nous organisons toujours un déjeuner avec le candidat lauréat et, dans ce cas-ci, il s'agissait d'Erin. Nous tenons à nous assurer que nos candidats poursuivent leurs études universitaires et que l'argent sert à cette fin. Erin est une femme charmante, et sa dissertation est tellement bien rédigée. Notre comité a eu de la difficulté à choisir un gagnant parmi les trois finalistes de cette année. Nous vous ferons certainement parvenir une copie de ces textes ainsi qu'une liste de tous les membres actuels.

Le sénateur Phalen : Selon moi, ce que nous avons entendu au sujet des conseils de presse, du moins jusqu'à ce moment-ci, n'est pas très favorable. Toutefois, vous avez présenté d'excellents arguments et votre exposé est très convaincant. Permettez-moi de vous dire certaines des choses que nous avons entendues.

Comme vous êtes financés par les propriétaires, on vous croit partiaux. Comment réagissez-vous à cette perception?

M. Hogle : Très bonne question, sénateur. Je vois bien comment il pourrait y avoir possibilité de la partialité. Cela dit, compte tenu de nos règlements, de nos directives et de nos méthodes, qui ont tous été approuvés, et compte tenu du fait que les éditeurs ont dit accepter que, si nous prenons une décision qui leur est défavorable, ils ont l'obligation d'en faire état dans leur publication, il n'y a jamais eu le moindre différend. Oui, tout comme le conseil de presse de la Colombie-Britannique, nous sommes financés par les journaux. D'autres sont financés par l'entreprise privée ou par le gouvernement lui-même. Si nous étions financés par le gouvernement, je suis certain qu'il y aurait également accusation de partialité, puisque nous recevions notre argent du gouvernement.

Nous faisons deux choses. Tout d'abord, nous nous assurons qu'il y a des membres du public pour faire contrepoids aux membres de la presse représentant chaque journal. Deuxièmement,

let us say Senator Munson was representing *The Vancouver Sun* — then we would ask Senator Munson to leave the room while we discussed this complaint against *The Vancouver Sun*, so he would not be in attendance. In the last case involving the daily newspaper in question, that person was not there and the discussion went on for the better part of the day. This concerned five columns written by one particular individual. That particular individual was not there for the entire day.

You could ask, “What about the representative from the same chain who may have been sitting across the room?” We have found that parochialism does not extend to that degree. In other words, in the case of the five articles in question, there was an almost unanimous decision by the public members and by all but one press member. The only press member who did not vote was from Southern Alberta and, because he had just joined the press council, he did not feel qualified to express an opinion. I think that you will always get that. We have gone out of our way to alleviate that by meeting it head on, and coping with it head on.

Senator Phalen: I would like you to know that I have asked that question a couple of times already, and this is the first time I really got an answer.

Mr. Ardiel: Senator Phalen, I would also suggest to you that any perceived bias by the press council would be significantly less than the perceived bias by any individual newspaper dealing with a complaint on its own. I would think that having a forum comprised of both public and press members from other newspapers with the newspaper who is being complained about not being present during the deliberations, would lessen the perception of bias by the group handling the complaint than by some staff member of the newspaper in question dealing with the complaint.

Through the chair, the press council probably needs to have more public information going out about what our exact role is. We just have a new set of bylaws that were filed with the Alberta register, and in those bylaws we have added a clause that requires all of our member newspapers to publish, once a month, our address and phone number and, on a daily basis, the fact that the newspaper is a member of the press council, and any complaints about any article or editorial opinion in the may be relayed to the press council.

Senator Phalen: Do press councils have any codes or standards, and what sanctions are available to press councils to ensure compliance?

Mr. Hogle: Let us start at the top. If we have a complaint against a newspaper and that complaint has not been published, we have the wherewithal to meet with the publisher and tell him or her to publish the complaint. We remind them that they have agreed to do that.

Could we take them to court? Probably not, senator. I would be very honest in that particular regard. However, I believe in meeting people head on, looking them in the eye. As far as I am concerned, a verbal agreement on the strength of a handshake is

s’il y a désaccord, sénateur — et imaginons que le sénateur Munson représente le *Vancouver Sun* — nous demanderions au sénateur Munson de quitter la salle pendant que nous discutons d’une plainte contre le *Vancouver Sun*, afin qu’il ne soit pas présent. Dans le dernier cas concernant le quotidien en question, cette personne n’était pas là et la discussion s’est déroulée pendant la plus grande partie de la journée. Ce qui était en cause, c’était cinq chroniques rédigées par un journaliste en particulier. Ce journaliste n’a pas été présent pendant toute la journée.

Vous pourriez me demander ce qu’il en est du représentant de la même chaîne qui était peut-être assis de l’autre côté de la salle. Nous nous sommes rendus compte que la solidarité ne va pas jusque-là. Autrement dit, dans le cas des cinq articles en question, il y a eu une décision quasi unanime, puisque tous les membres représentant le public et tous ceux qui représentaient la presse sauf un y ont souscrit. Le seul membre de la presse qui n’a pas voté était du sud de l’Alberta et c’est parce qu’il venait à peine de devenir membre du conseil de presse qu’il ne s’est pas considéré apte à exprimer une opinion. Je crois que ce type de perception va toujours exister. Nous avons fait d’immenses efforts pour contrer cette perception directement et pour la corriger sans nous dérober.

Le sénateur Phalen : Je dois vous dire que j’ai déjà posé cette question deux ou trois fois, et que c’est la première fois que j’obtiens vraiment une réponse.

M. Ardiel : Sénateur Phalen, j’estime également que la partialité que l’on prête à un conseil de presse est bien moindre que la partialité qu’on imputerait à un journal qui devrait répondre à une plainte à son propre endroit. Je crois que la présence d’une tribune où, pendant les délibérations, sont représentés le public et les journaux autres que celui qui fait l’objet d’une plainte doit nécessairement réduire la perception de partialité de la part de ceux qui réagissent à la plainte. La perception n’est pas la même lorsque c’est un membre du personnel du journal concerné qui répond à la plainte.

Madame la présidente, le conseil de presse doit probablement mieux communiquer avec le public pour expliquer son rôle exact. Nous avons de nouveaux règlements qui ont été déposés auprès du registre albertain, auxquels nous avons ajouté un article qui oblige tous les journaux membres à publier, une fois par mois, notre adresse et notre numéro de téléphone, et à préciser quotidiennement que le journal est membre du conseil de presse et que toute plainte au sujet d’un article ou d’un éditorial peut être transmise au conseil de presse.

Le sénateur Phalen : Les conseils de presse ont-ils des codes ou des normes à observer? Quelles sont les mesures disciplinaires dont ils disposent pour garantir le respect de leurs règlements?

M. Hogle : Commençons au sommet. Si nous recevons une plainte contre un journal et qu’elle n’est pas publiée, nous avons la capacité de rencontrer l’éditeur et de lui dire de publier le texte de la plainte. Nous lui rappelons qu’il a accepté de faire cela en devenant membre.

Pouvons-nous le traduire devant les tribunaux? Probablement que non, sénateur. Je dois être tout à fait honnête à ce sujet. Toutefois, je crois qu’il faut affronter les responsables et les regarder dans le blanc des yeux. En ce qui me concerne, une

like a written contract. If you and I make a bet on the Super Bowl on Sunday on a handshake, I expect you would pay me if I won and vice versa.

I think you approach it head on, and point out that those are the rules. We are not perfect people, by any stretch of the imagination, but we are honourable people. That kind of reasonable approach has satisfactorily worked so far. In life, you have to respect one another. That does not mean that people have not disagreed with my editorial or phoned me at two o'clock in the morning. They have.

Stefan Sorokin of the Sons of Freedom sued us for \$100,000 when we exposed him. Examination for discovery went on for five years. However, we won because we told the truth and we stuck to our guns. That same approach is applicable, as far as I am concerned, with the Alberta Press Council and the people we deal with.

Ms. Wilson: Madam Chair, I have a comment to make about your former point. I wanted to elaborate and let you know that it is not just the complaints procedures that we deal with when we are looking at our standard committees. There is always a press member along with two public members on the committees, and there is a great deal of respect amongst the people who sit on the committees. We are there as one voice to do the best we can for the public in Alberta, and that has worked tremendously well.

When the member newspapers appoint people to the press council, I for one, for four years, have been extremely impressed with who they send to that table.

We work together for the good of the public. I just wanted to be sure that you realize that we do not just deal with complaints. We have committees and structures, and they are part of that.

Senator Phalen: I am not sure that Canadians know that you are there. What can you do to raise awareness?

Mr. Hogle: We are probably one of the best kept secrets. The media know who we are. On the weekend we did a seminar for the Alberta Weekly Newspapers Association and there were 300 people in attendance and, obviously, we want them to return.

When I travel from Edmonton to Calgary, I visit editors along the way. I also seek out speaking engagements and invitations to do open-line programs. However, it is never, ever enough. You have got to keep doing it.

With the scholarships, we give information to the AWWNA for distribution to all the weekly newspapers. We ensure that the winning essay is published, along with a picture of the winner with Mr. Ardiel and myself.

entente verbale scellée par une poignée de mains vaut bien un contrat écrit. Si vous et moi faisons un pari sur l'issue du Super Bowl de dimanche et que nous nous serrons la main, je m'attends à ce que vous me payez si je gagne et vice et versa.

Je crois qu'il faut faire face à ses responsabilités et préciser que ce sont là les règles à suivre. Nous ne sommes pas parfaits, loin de là, mais nous sommes tous des personnes honorables. Cette façon raisonnable de faire les choses a bien fonctionné jusqu'à présent. Dans la vie, il faut que les gens se respectent. Cela ne veut pas dire que personne n'est en désaccord avec mon éditorial ou qu'on ne m'ait jamais téléphoné à 2 heures du matin. C'est arrivé.

Stefan Sorokin, de l'organisme Sons of Freedom nous a réclamé 100 000 \$ en dommages-intérêts lorsque nous l'avons dénoncé dans nos articles. L'interrogatoire préalable a duré cinq ans. Toutefois, nous avons eu gain de cause parce que nous avons dit la vérité et nous nous en sommes tenus à notre version des faits. En ce qui me concerne, cette façon d'agir s'applique à l'Alberta Press Council et à toutes les personnes avec lesquelles nous traitons.

Mme Wilson : Madame la présidente, je voudrais faire une observation au sujet de votre remarque antérieure. Je tiens à apporter une précision. Ce ne sont pas uniquement des procédures concernant les plaintes que nous nous occupons dans le cas des comités des normes. Dans chacun de ces comités, il y a toujours un membre de la presse ainsi que deux membres du public. Les membres des comités ont beaucoup de respect les uns pour les autres. Nous sommes là pour nous exprimer d'une seule voix, pour servir au mieux la population albertaine et, à ce jour, cela fonctionne vraiment bien.

Depuis quatre ans, lorsque les journaux membres nomment des représentants au conseil de presse, je trouve que les personnes qu'ils nous envoient sont très impressionnantes.

Nous travaillons ensemble dans l'intérêt de la population. Je tenais à ce que vous sachiez que nous ne faisons pas que nous occuper des plaintes. Nous avons des structures et des comités et ils font partie de l'ensemble.

Le sénateur Phalen : Je ne suis pas sûr que les Canadiens sachent que vous existez. Que pouvez-vous faire pour les sensibiliser?

M. Hogle : Nous sommes probablement un secret très bien gardé. Les médias savent qui nous sommes. Le week-end dernier, nous avons tenu un colloque pour l'Alberta Weekly Newspapers Association et il y avait 300 personnes présentes. Bien sûr, nous voulons que ces personnes reviennent nous voir.

Lorsque je me rends d'Edmonton à Calgary, je m'arrête pour rendre visite à des rédacteurs en chef, chemin faisant. Je cherche également à être invité en qualité de conférencier et à recevoir des invitations pour participer à des tribunes radiophoniques. Toutefois, ce n'est jamais assez. Il ne faut jamais s'arrêter de le faire.

Dans le cadre du programme des bourses, nous donnons de l'information à l'AWNA pour qu'elle la distribue à tous les hebdomadaires. Nous nous assurons ensuite que la dissertation gagnante est publiée, accompagnée d'une photo du gagnant, en compagnie de M. Ardiel et de moi-même.

It is a constant, ongoing job. Like anything else in life, you cannot take the public for granted. You cannot take as a fact that everyone will automatically vote for a government in power. You just do not assume those things.

Senator Phalen: Yesterday, we were told that a study was being conducted in the United States in respect to the press. In effect, it amounts to a report card on the press. Would you favour such a study on the press in Canada?

Mr. Hogle: Yes. This kind of thing is commendable and good. I think you are doing it right now. I see nothing wrong with that. The way the associated press managing editors did it was great, that is, by bringing in people. The answer is yes, I would.

The Chairman: I want to pick up on the point you were making, Ms. Wilson. I want to ask about the limits of complaints-based organizations and, in large measure, press councils tend to be complaint-based organizations, as indeed is the CRTC.

You came close to describing the British system as a “witch hunt,” with people going out and looking for individual bad pieces of work, so much as the ability to take public positions on more systemic matters that are of legitimate public interest, including pointing out what is not being done. Let me give an extreme example.

If the press in Alberta stopped covering the oil industry, it might be worth pointing out that hundreds of thousands of citizens of this province were no longer being informed about the stuff of their daily lives, and that the press had a duty to do this. I just pulled that out of the air. It is not a very profound example. It seems to me that there is a difficulty with systems that are at least perceived only as being complaints-based because complaints — as all of us know who have been on the receiving end of them — tend to be about details such as a complaint by someone that his or her letter to the editor was not printed. Rarely is there an attempt to deal with the broader issue.

I must say that was most impressed by what you told us about your outreach in all its different forms. You do much more than other press councils we have heard from so far. It seems very “Alberta;” in keeping with the community building quality of this province. However, it is informal. It does not have the stature of the kind of thing I am talking about. Can you respond to that rather incoherent question?

Mr. Hogle: We seem to be complaint-oriented, but only because, perhaps, the public expects that of us and nothing else. I think we have turned the corner, senator, let me put it that way, by going into the schools. Now we must ask, “What else can we do?”

Il s’agit d’un travail constant, permanent. Comme pour toute autre chose dans la vie, on ne peut pas tenir pour acquis que le public nous connaît. On ne peut pas non plus présumer que tout le monde votera automatiquement pour un gouvernement au pouvoir. On ne peut tout simplement pas supposer cela.

Le sénateur Phalen : Hier, on nous a dit qu’il y avait une étude en cours au sujet de la presse aux États-Unis. En fait, il s’agit d’un rapport d’évaluation de la presse. Seriez-vous en faveur d’une étude de ce type sur la presse au Canada?

M. Hogle : Oui. Ce genre d’activité est méritoire et utile. Je crois que vous le faites en ce moment même. Je n’y vois aucun mal. La méthode à laquelle les rédacteurs en chef d’Associated Press ont recouru était excellente. Ils ont amené des gens de l’extérieur. La réponse est oui, je serais en faveur.

La présidente : Je voudrais en revenir à une de vos observations, madame Wilson. Permettez-moi de poser une question sur les limites des organisations dont le travail est de recevoir les plaintes. En grande partie, les conseils de presse sont des organismes chargés de recevoir les plaintes, tout comme le CRTC d’ailleurs.

Vous avez failli décrire le système britannique comme une « chasse aux sorcières », où des personnes sont à l’affût des articles répréhensibles. On ne s’y concentre pas autant sur la capacité de prendre publiquement position sur des problèmes systémiques qui concernent l’intérêt légitime du public, y compris le fait de signaler ce qui ne se fait pas. Permettez-moi de donner un exemple extrême.

Si les journaux de l’Alberta cessaient de publier des articles sur l’industrie pétrolière, il pourrait être approprié de signaler que des centaines de milliers de citoyens de cette province ne sont plus adéquatement informés de choses qui concernent leur vie quotidienne, et que les journaux ont le devoir de les informer. Évidemment, j’invente cela de toute pièce. Ce n’est pas un exemple très fouillé. Il me semble qu’il y a une difficulté propre à tous les systèmes qui sont du moins perçus comme étant strictement axés sur les plaintes. En effet, les plaintes — tous ceux qui en font l’objet vous le diront — tendent à porter sur des détails. Songeons par exemple à la plainte du lecteur ou de la lectrice dont la lettre à la rédaction n’a pas été publiée. Il est rare qu’une plainte porte sur des questions plus vastes.

Je dois dire que j’ai été très impressionnée par ce que vous nous avez dit au sujet de votre programme de rayonnement sous ses diverses formes. Vous en faites beaucoup plus que les autres conseils de presse qui se sont adressés à nous jusqu’à présent. Cela me semble typique de l’Alberta. C’est conforme à l’esprit de maillage communautaire de cette province. Toutefois, cela n’est qu’officieux. Cela n’a pas la structure à laquelle je songe. Pouvez-vous répondre à cette question plutôt incohérente?

M. Hogle : Nous semblons axés sur les plaintes, mais ce n’est peut-être que parce que la population attend cela de nous et n’attend rien d’autre. Toutefois, sénateur, je crois que nous avons franchi une étape, pour ainsi dire, en nous rendant dans les écoles. Nous devons maintenant nous demander ce que nous pouvons faire d’autre.

What comes to mind is what we did for the Shriners. Perhaps what we should do is ask our public members in, say, Grande Prairie to speak to, for example, the Knights of Columbus and the Chamber of Commerce. We could ask our members to do that in their particular area and also to solicit questions. When you do that, you sometimes come up with a gem of an idea. I am sure that is what you are looking for right now as you prepare to write your final report, based on your very excellent preliminary reports, with which I was impressed.

We have to do more. We cannot stop. We have to keep that visionary cap on our head in looking for other things we can do. What else should we be doing? We keep an open mind. We look at anything and everything, and so we should.

The Chairman: You have in your membership representatives of the public and representatives of the newspapers, which I take to be the proprietors. Has any thought been given to adding a third stream, representatives of the journalists? I am not saying that no proprietors understand journalism, but there is sometimes a conflict of perception, if not interest, between the owners and the workers.

Mr. Hogle: There is an organisation for journalists in Edmonton comprising about 30 to 35 members, all media, electronic and the printed media. They meet on a regular basis. They just met with Mr. Justice Allan Wachowich, one of our high court judges here in town. We want to pursue with him the question of getting cameras into court. That is one of the topics we covered in our essay. More importantly, perhaps the Alberta Press Council could lead that because, quite frankly, I think we need TV cameras in the courts.

I am not bragging, but would just illustrate my point by telling you that, at CFRN Television we were the ones who met with Peter Lougheed and told him that we needed cameras in the legislature. That came about in three months. We were the first in the British Empire to have that coverage, and it led to open cameras everywhere in governments. We can do much more. We are becoming more proactive in an organized way.

The Chairman: You are not actually bringing them in as members. You would have to change your bylaws to do that.

Mr. Hogle: That is a fair question. I do not know if they would want to join. Sonny Rajoo from *Two Hills* is a member of both organisations. That might be a topic for discussion.

Again, thinking of being proactive, Ted Byfield, a controversial journalist in Alberta, is coming to speak to us. I am sure his remarks will be very stimulating, because he has some outlandish views, and there is nothing wrong with that. Probably everybody

Ce qui me vient à l'esprit, c'est ce que nous avons fait pour les Shriners. Nous devons peut-être demander à ceux de nos membres qui représentent la population à Grande Prairie, par exemple, de s'adresser aux Chevaliers de Colomb et à la Chambre de commerce. Nous pourrions demander à nos membres de faire cela dans leur propre région et de demander également qu'on leur pose des questions. Lorsqu'on fait cela, on obtient parfois des idées géniales. Je suis sûr que c'est ce que vous cherchez en ce moment même, alors que vous vous préparez à rédiger votre rapport final, qui sera fondé sur vos excellents rapports préliminaires, lesquels, soit dit en passant, m'ont beaucoup impressionné.

Nous devons en faire plus. Nous ne pouvons pas nous arrêter là. Nous devons continuer d'être des visionnaires et chercher à faire d'autres choses. Que devrions-nous faire d'autre? Nous gardons l'esprit ouvert. Nous envisageons toutes les options, et c'est d'ailleurs ce que nous devons faire.

La présidente : Vous comptez au nombre de vos membres des représentants de la population et des représentants des journaux, c'est-à-dire, si je comprends bien, des propriétaires. A-t-on songé à ajouter une troisième catégorie, c'est-à-dire les représentants des journalistes? Je ne dis pas qu'aucun propriétaire ne comprend le journalisme, mais il y a parfois un conflit de perceptions, sinon d'intérêts, entre les propriétaires et les travailleurs.

M. Hogle : Il existe à Edmonton une organisation pour les journalistes qui compte de 30 à 35 membres, tous des représentants des médias, aussi bien électroniques qu'écrits. Ils se réunissent régulièrement. Ils viennent d'ailleurs de rencontrer le juge Allan Wachowich, un des juges de notre cour supérieure, qui était en ville. Nous voulons discuter avec lui de la possibilité d'installer des caméras dans les tribunaux. C'est l'un des sujets que nous avons abordés dans notre exposé. Chose encore plus importante, c'est peut-être l'Alberta Press Council qui devrait diriger nos démarches parce que, très franchement, je crois qu'il nous faut des caméras de télé dans les tribunaux.

Ce n'est pas pour me vanter, mais plutôt pour illustrer mon propos que je vous raconte cela. À la station de télévision CFRN, c'est nous qui avons rencontré Peter Lougheed et qui lui avons dit qu'il nous fallait des caméras à l'assemblée législative. Cela s'est fait en trois mois. Nous avons été les premiers dans tout l'empire britannique à disposer de ce moyen de communication et cela a mené à la présence de caméras à toutes les réunions gouvernementales. Nous pouvons faire beaucoup plus encore. Nous proposons de plus en plus d'idées nouvelles, de façon organisée.

La présidente : Vous ne les intégrez pas en qualité de membres. Vous auriez à modifier vos statuts, pour faire cela.

M. Hogle : Très bonne question. Je ne sais pas s'ils voudraient se joindre à nous. Sonny Rajoo, de l'hebdomadaire *Two Hills*, est membre des deux organismes. C'est une question dont nous pourrions discuter.

Toujours au sujet des idées nouvelles, Ted Byfield, un journaliste controversé de l'Alberta, va venir s'adresser à nous. Je suis sûr que ses remarques seront très stimulantes, parce qu'il a des opinions extravagantes, et il n'y a rien de mal à cela. Il est

in this room has a bias, be it for the Montreal Canadians or the Toronto Maple Leafs, or maybe for this party or that party. That is natural. However, as a reporter, you have to control that bias so that your personal views do not diminish your ability and your competence to tell the truth.

Senator Carney: I would reassure you that former media members of this committee are from small shops. In Bathurst, I started at CKLN in Nelson when we thought you guys in *Trail* were the big smokes.

You have presented us with the code of practice of the Alberta Press Council which is concise but extensive. It covers 17 points. For the record, I will just list some of them. It deals with accuracy; opportunity to reply; privacy; balance; the need to exercise the widest possible latitude in expressing opinions; subterfuge or the need to use straightforward means to obtain information; and the fact that people who are criminals or witnesses in criminal proceedings should not be paid. It covers intrusion into grief; interviewing children; sexual offences; pictures; discrimination; the fact that journalists should not use for their own profit financial information received; journalist behaviour at hospitals and confidential sources. This covers only two pages but it is very clear.

Is this the standard for other press councils in Canada, or is it similar to other press councils? Where did it come from?

Mr. Hogle: The beauty of being a chair is that you surround yourself with brilliant people, two of whom are here today. It is a result of work we have done over the years, and it has been refined, defined, improved upon and changed where necessary.

I cannot speak for other press councils. We have seen theirs and, I am sure, they have seen ours. As you will note, six lines is the longest section. It is succinct, it is readable, and it is easy to follow. No one could say that they misunderstood it. It is a combination, senator, of many things. Once again, I cannot speak to the codes of other press councils.

Senator Carney: Do your members agree to adhere to this code? Is it posted in their newsrooms? Perhaps Colleen or Robert could respond. Are journalists kept accountable to this code of practice, or is it just a nice piece of paper?

Mr. Hogle: It is definitely not motherhood stuff, and it is not Chamber of Commerce stuff. It is our code of practice. We expect that from our members. If you come out of retirement, come to work for our newspapers. We would expect that of you. We are very upfront about that. When you sign on, when you become a member of the press council executive, or you work for a member

probable que chaque personne dans la salle ait un parti pris, que ce soit pour les Canadiens de Montréal ou les Maple Leafs de Toronto, ou encore pour tel ou tel parti. Cela est tout à fait naturel. Toutefois, lorsqu'on est journaliste, il faut juguler ces partis pris afin que les opinions personnelles ne viennent pas diminuer la capacité et la compétence à dire la vérité.

Le sénateur Carney : Je tiens à vous rassurer tout de suite. Les anciens membres des médias au sein de ce comité-ci proviennent de petites boutiques. À Bathurst, j'ai fait mes débuts à CKLM, à Nelson, et nous pensions à l'époque que vous, qui étiez au *Trail*, étiez des poids lourds.

Vous nous avez présenté le code de pratiques de l'Alberta Press Council, qui est concis, mais très complet. Il porte sur 17 rubriques. Pour les fins du compte rendu, je vais en nommer quelques-unes. Il s'agit de l'exactitude, de la possibilité de répliquer, de la protection des renseignements personnels, de l'équilibre des points de vue, de la nécessité d'avoir le plus de latitude possible dans les opinions exprimées, du recours à des subterfuges ou de la nécessité de se servir de moyens transparents pour obtenir de l'information, et du fait que les délinquants ou les témoins des procès en justice pénale ne devraient pas être rémunérés. Le code porte également sur le fait de s'imposer à une personne accablée par la peine, les entrevues avec des enfants, les infractions sexuelles, les photos, la discrimination, le fait que les journalistes ne devraient pas se servir de l'information financière qu'ils obtiennent pour en tirer eux-mêmes un profit, le comportement des journalistes dans les hôpitaux et les sources confidentielles. Tout cela ne couvre que deux pages, mais c'est très clair.

Est-ce que le même texte s'applique aux autres conseils de presse du Canada, ou ce code est-il semblable à celui d'autres conseils de presse? D'où provient-il?

M. Hogle : Ce qui est merveilleux dans le fait d'être président, c'est que l'on peut s'entourer de personnes brillantes, dont deux m'accompagnent justement ici aujourd'hui. Nous travaillons à la rédaction de ce texte depuis des années. Il a été raffiné, précisé, amélioré et modifié partout où cela était nécessaire.

Je ne peux pas me prononcer au nom d'autres conseils de presse. Nous avons vu les leurs et, j'en suis certain, ils ont vu le nôtre. Vous le constaterez, la plus longue section a 10 lignes. C'est succinct, lisible et facile à suivre. Personne ne pourrait prétendre avoir mal compris. C'est une combinaison, sénateur, de nombreuses choses. Je le répète, je ne peux me prononcer sur les codes des autres conseils de presse.

Le sénateur Carney : Vos membres adhèrent-ils à ce code? Est-il affiché dans leurs salles de nouvelles? Colleen ou Robert pourrait peut-être répondre. Les journalistes sont-ils tenus de respecter ce code, ou est-ce que ce ne sont que de belles formules sur papier?

M. Hogle : Ce n'est certainement pas un ramassis d'évidences ni de vœux pieux. C'est notre code de pratique. C'est ce que nous attendons de nos membres. Si vous sortez de votre retraite, venez travailler pour nos journaux, c'est ce que nous attendrions de vous. Nous ne faisons pas de mystère à ce propos. Quand quelqu'un s'inscrit, qu'il devient membre de l'exécutif du conseil

newspaper, we expect every press member to do that. We also expect it of every public member. We are not averse to telling you that you stepped out of line.

Senator Carney: You are not answering my question.

The Chairman: I believe Ms. Wilson is trying to answer.

Senator Carney: Is it given to journalists? Are journalists or editors who are hired or are working told that this is the code of ethics? Does it just go into the membership form that the publisher receives, who happens to be on the press council?

Ms. Wilson: Throughout this process, there was been a press member on the committee. Everybody in the room voted to accept this codes of practice with its policies and procedures. As members of the Alberta Press Council, I would think it would be prudent of them to take that back to their press rooms and their publishers and certainly abide by it. I certainly will ask if that is happening.

Senator Carney: Do any of the journalists know about it, not just the publishers?

The Chairman: When you ask, will you let us know what answer you receive?

Ms. Wilson: I certainly will. I will ask what their process was when they took it away from the table.

Mr. Ardiel: Senator, these are the standards by which complaints are adjudged.

We have recently fine-tuned and modified some of these statements. We have planned to do a 14 x 17 chart that will go in libraries in the province that, hopefully, will be in the lobby of all of our member newspapers. As for getting it down to the level of individual reporters, I am not sure we will be able to accomplish that. We can certainly ask the press members on the council to ensure that this is discussed with management

Senator Carney: I would suggest it would be very helpful if you sent them to every school of journalism in Canada, so that students have a set of principles that they can examine and discuss.

Mr. Hogle: We certainly undertake to do that.

Senator Merchant: I am looking at No. 17 of the code of practice. You urge this committee to give strong support to No. 17, that is, confidential sources of information regarding reporters. Exactly what do you think we should say? Whether reporters should protect their sources and, therefore, protect the reporters is a current topic of conversation. How far do you want that to be carried?

Mr. Hogle: There could be just a simple reiteration of that particular statement. I would not want to tell this Senate committee exactly what to say. Words to that particular effect as are found in item 17 would be extremely powerful. It would convey the message that it is essential that that be done, that that

de presse, ou qu'il travaille pour un journal affilié — nous nous attendons à ce que chaque membre représentant de la presse fasse de même. C'est aussi ce que nous attendons des représentants du public. Nous n'avons pas de scrupules à dire à quelqu'un qu'il a violé les règles.

Le sénateur Carney : Vous ne répondez pas à ma question.

La présidente : Je crois que Mme Wilson essaie d'y répondre.

Le sénateur Carney : Le remet-on aux journalistes? Dit-on aux journalistes ou aux rédacteurs en chef qui sont embauchés ou qui travaillent que c'est là le code de déontologie? Est-ce simplement inclus dans le formulaire d'adhésion que l'éditeur reçoit, et qui se trouve à faire partie du conseil de presse?

Mme Wilson : Tout au long de ce processus, un membre de la presse faisait partie du comité. Tout le monde dans la salle a voté en faveur de l'adoption de ce code de pratique, de ses politiques et procédures. Je pense que, par prudence, les membres de l'Alberta Press Council devraient le rapporter à leur salle de presse et à leur éditeur et, bien sûr, s'y conformer. Je demanderai certainement si c'est le cas.

Le sénateur Carney : Est-ce que les journalistes sont au courant, et pas simplement les éditeurs?

La présidente : Quand vous aurez posé la question, voudriez-vous nous transmettre la réponse?

Mme Wilson : Certainement. Je demanderai quel processus a été appliqué une fois le code adopté.

M. Ardiel : Sénateur, il s'agit des normes qui servent à examiner les plaintes.

Nous avons récemment précisé et modifié certains de ces énoncés. Nous prévoyons publier un tableau de 14 x 17 po qui sera distribué dans des bibliothèques de la province et qui, nous l'espérons, se trouvera dans le hall d'entrée de tous nos journaux affiliés. Pour ce qui est de le transmettre aux journalistes mêmes, je ne vois pas bien comment nous pourrions y arriver. Nous pouvons certainement demander aux membres de la presse qui font partie du conseil de veiller à en discuter avec leur direction.

Le sénateur Carney : Il me semble qu'il serait très utile de les envoyer à toutes les écoles de journalisme au Canada, pour que les étudiants aient en main un ensemble de principes qu'ils puissent examiner et dont ils puissent discuter.

M. Hogle : Nous allons certainement le faire.

Le sénateur Merchant : Je regarde le n° 17 du code de pratique. Vous demandez instamment au comité d'accorder tout son appui au n° 17, qui concerne les sources confidentielles des reporters. À votre avis, que devrions-nous dire exactement? La question de savoir si les reporters devraient protéger leurs sources et, par conséquent, si on devrait protéger les reporters est un sujet d'actualité. Jusqu'où voulez-vous aller?

M. Hogle : On pourrait tout simplement rappeler cette déclaration particulière. Je ne voudrais pas dicter à ce comité sénatorial ce qu'il doit dire. Une formulation ayant ce sens précis, semblable au libellé du point 17, serait très efficace. On ferait ainsi comprendre que cette règle est essentielle et qu'il faut s'y

be adhered to. Freedom of the press is the bottom line. In the past, journalists had confidential sources. They simply did not reveal those sources, despite the pressures. There has been pressure by the courts and sometimes by the national police force.

Senator Merchant: How does this protect the public? I am not saying that they should disclose no matter what, but might there be cases where they would serve the public better if they were to disclose? For instance, priests, sometimes if they do not want to disclose, will go to gaol. Doctors, medical people, have to make disclosure, so why should the press be held to a higher standard?

Mr. Hogle: The public, this committee and society in general are demanding high standards of journalism. Having said that, I think government should say, "We should protect these particular people." As an example, a lot would never have happened had it not been for Deep Throat talking to the journalist in that particular case. It is very simple. We have all had confidential sources over the years who tell us things, and it is not a matter of backtracking or anything like that. It is a matter of finding out what is going on, and to protect the source.

Without naming anybody in particular, we have seen examples of that, and we feel strongly about it. However, that would be a decision of this committee. People may not agree, and people may agree. It is a fundamental point and a part of freedom of the press, as we enjoy it.

Senator Merchant: We have a judiciary. Why could we not leave it up to the judges to decide whether it is absolutely imperative in any particular case, because it would assist the carriage of justice or serve the public best? Why could the judges not make that decision instead of having us make that decision?

Mr. Hogle: What we are suggesting is that you support the principle. In any lawsuit the judge will rule on that. We hope that you will agree in principle with this. When I worked in Trail, it would have been terrible if I had had to reveal the name of the bodyguard for Stefan Sorokin who provided us with the information on which we based that particular story.

Perhaps I might illustrate my concern. The complete village of Ootischenia, a village near Castlegar, between Nelson and Trail, was destroyed. Three hundred homes had burned to the ground. The only things standing were fireplaces, the steel frames of the beds and stoves. Ted Moore, the photographer, and I, were the first people to arrive at the scene. The police were not there. No other news people were there at all. It was early on a Sunday morning. It was just like Hollywood. We went over the hill. There was smoke all over the place and the conventional Sons of Freedom thought we were the radical Sons of Freedom sympathisers and they had us hemmed in against the car. We

conformer. La liberté de presse est fondamentale. Dans le passé, les journalistes avaient des sources confidentielles. Ils ne révélaient tout simplement pas ces sources malgré les pressions exercées sur eux. Il est arrivé que les tribunaux et, parfois, la force de police nationale fassent pression sur eux.

Le sénateur Merchant : En quoi cela protège-t-il le public? Je ne dis pas que les journalistes devraient révéler leurs sources inconditionnellement, mais ne pourrait-il pas y avoir des cas où l'intérêt public serait mieux servi si ces sources étaient dévoilées? À titre d'exemple, il arrive que des prêtres qui refusent de parler aillent en prison. Les médecins, le corps médical, ont à dévoiler de l'information, alors pourquoi la presse devrait-elle être astreinte à une norme plus rigoureuse?

M. Hogle : Le public, le comité et la société en général exigent du journalisme qu'il respecte des normes strictes. Cela dit, je pense que le gouvernement devrait affirmer qu'il devrait protéger ce groupe particulier d'individus. Ainsi, bien des choses ne se seraient pas passées n'eût été des révélations de Deep Throat au journaliste, dans l'affaire *Watergate*. C'est très simple. Nous avons tous eu des sources confidentielles qui, au fil des années, nous ont dit des choses, et il ne s'agit pas de faire machine arrière ni rien de ce genre. Il s'agit de savoir ce qui se passe, et de protéger la source.

Sans nommer qui que ce soit en particulier, nous en avons vu des exemples, et cette question nous tient vraiment à cœur. Toutefois, c'est au comité de décider. Certains peuvent être d'accord, d'autres non. C'est une question fondamentale qui procède de la liberté de presse dont nous bénéficions.

Le sénateur Merchant : Nous avons un système judiciaire. Pourquoi ne pas laisser aux juges le soin de décider si c'est un impératif absolu dans un cas donné, parce que cela contribuerait à l'administration de la justice ou permettrait de mieux servir l'intérêt public? Pourquoi les juges ne pourraient-ils pas prendre la décision pour nous?

M. Hogle : Ce que nous vous suggérons, c'est de soutenir le principe. Dans toute poursuite, le juge se prononcera là-dessus. Nous espérons que vous serez d'accord là-dessus en principe. Quand j'ai travaillé à Trail, il aurait été terrible que j'aie à dévoiler le nom du garde du corps de Stefan Sorokin qui nous a fourni l'information sur laquelle nous nous sommes fondés pour publier ce reportage.

Je pourrais peut-être vous expliquer la nature de ma préoccupation. Tout le village de Ootischenia, un village près de Castlegar, entre Nelson et Trail, avait été détruit. Trois cents maisons avaient été rasées par le feu. Il ne restait que les cheminées, les cadres d'acier des lits et des poêles. Ted Moore, le photographe, et moi-même avons été les premiers à arriver sur les lieux. La police n'était pas encore arrivée. Il n'y avait là aucun autre journaliste. C'était tôt un dimanche matin. On se serait cru à Hollywood. Nous avons gravi la colline. Il y avait de la fumée partout et les Sons of Freedom conventionnels pensaient que nous étions des sympathisants des Sons of Freedom radicaux et ils nous

could not move. We simply could not move. Finally, I mentioned John Verigin from Grand Forks, Alberta. I said, "Phone John. He knows us." We eventually got out of there.

I become emotional over that, because I can visualize those buildings that were lost. They took an empty house and they had piled gasoline bombs against it and these wooden shacks all went up in flames. That is how imperative I find it.

You can go to the courts, but I am looking for approval in principle. I think it is a creed for every good journalist, and we need that. At the same time we have to protect our sources. As I say, Ootischenia comes to mind. Other journalists across Canada, on occasion, will have to protect their sources. I am sure that three senators here, on occasion, have had to protect their sources, maybe even sometimes from management. They may have had to tell management in the deepest confidence, or even give management a letter in a sealed envelope, stating, "If you have to open this, you may."

I would not want the courts to do that, senator. You are looking for answers from the Alberta Press Council, and we have to be accountable, absolutely. We have to do our job. What I am saying, I do not think is an unreasonable request to put to the courts and to this particular committee regarding point 17.

Senator Merchant: That is an explanation. I will leave it at that.

Senator Munson: This is just an observation. You say on page 2 that you do not mind appearing when there is a complaint before the council. Perhaps this could set an example for radio and television. I recognize that there is a private sector and public sector component. It might add to the concept of impartiality if we established some sort of council so that the public could make complaints regarding radio and television programming. I do not know if CTV or CBC or any station deals with that. They could, at least, from time to time, indicate in their newscasts that a mistake was made.

The Chairman: Thank you all very much. You can tell how extremely interested we have been in what you had to say. You touched on vital issues, and we are grateful to all of you. You will send us that material.

Mr. Hogle, for your reference, with regard to the study to which a couple of senators referred the first contact point would be Professor Donna Logan, Director, UBC Graduate School of Journalism.

Mr. Hogle: Thank you very much.

The Chairman: Senators, our next witnesses are representatives of the Alberta Weekly Newspapers Association. I welcome Mr. Roger Holmes, who is the president; and Mr. Dennis Merrell, who is the executive director.

We thank you very much for being with us. Mr. Merrell, the floor is yours.

ont cerné notre voiture. Nous ne pouvions pas bouger. Nous étions pris au piège. Finalement, j'ai mentionné le nom de John Verigin, de Grand Forks, en Alberta. J'ai dit : « Appelez John. Il nous connaît. » Nous nous en sommes finalement sortis.

L'émotion me gagne quand j'en parle, parce que je revois en esprit ces bâtiments perdus. Ils ont pris une maison vide et y ont empilé des bombes incendiaires à l'essence et ces baraques ont toutes brûlé. Pour moi, c'est impératif à ce point.

Vous pouvez vous adresser aux tribunaux, mais j'attends de vous une approbation de principe. Je pense que c'est un véritable credo pour tout bon journaliste, et nous en avons besoin. Du même coup, nous devons protéger nos sources. Comme je vous le dis, le cas d'Ootischenia nous vient à l'esprit. À l'occasion, d'autres journalistes du Canada auront à protéger leurs sources. Je suis sûr qu'il y a ici trois sénateurs journalistes qui, à un moment ou l'autre, ont dû protéger leurs sources, peut-être même de leur direction. Ils peuvent avoir eu à tout dire à leur directeur dans le plus grand secret, ou même à lui remettre une enveloppe cachetée avec la consigne de l'ouvrir au besoin.

Sénateur, je ne voudrais pas que les tribunaux se chargent de cela. Vous attendez des réponses de l'Alberta Press Council, et nous devons rendre des comptes, certainement. Nous devons faire notre travail. En ce qui concerne le point 17, je ne pense pas que ce soit une demande déraisonnable à soumettre aux tribunaux et au présent comité.

Le sénateur Merchant : Je m'en tiendrai à cela.

Le sénateur Munson : Je ne ferai qu'une observation. Vous dites à la page 2 que cela ne vous dérange pas de comparaître quand une plainte est déposée devant le conseil. Peut-être que cela devrait servir d'exemple à la radio et à la télévision. Je reconnais qu'il y a le secteur privé et le secteur public. Cela pourrait contribuer à l'impartialité si nous établissions un genre de conseil pour que le public puisse faire des plaintes au sujet de la programmation de la radio et de la télévision. Je ne sais pas si CTV ou CBC/Société Radio-Canada ou toute autre station le fait. Ils pourraient, tout au moins, à l'occasion, reconnaître dans leur bulletin de nouvelles qu'une erreur a été commise.

La présidente : Merci beaucoup à tous. Vous avez pu constater à quel point nous sommes extrêmement intéressés par ce que vous avez à dire. Vous avez abordé des questions vitales, et nous vous en sommes reconnaissants à tous. Vous allez nous faire parvenir ce document.

Monsieur Hogle, pour votre information, en ce qui concerne l'étude dont ont parlé quelques sénateurs, la première personne avec qui communiquer serait Donna Logan, directrice de l'École de journalisme de la UBC, University of British Columbia.

M. Hogle : Merci beaucoup.

La présidente : Sénateurs, les prochains témoins représentent l'Alberta Weekly Newspapers Association. Nous accueillons M. Roger Holmes, président; et M. Dennis Merrell, directeur exécutif.

Merci beaucoup d'être venus. Monsieur Merrell, vous avez la parole.

Mr. Dennis Merrell, Executive Director, Alberta Weekly Newspapers Association: I will make some initial remarks, and I am sure Roger will have some comments. I know that you heard from the Canadian Community Newspapers Association on Monday in Vancouver, and we will, we hope, complement the remarks that they presented, looking at the subject more from an Alberta perspective, the role that our members play in Alberta and the Northwest Territories. We do have a couple of comments, of course, on the material that we received from your committee.

The mission of the AWWNA is to encourage, assist and ensure its members publish high quality community newspapers. The association achieves this by providing education, marketing and fellowship opportunities. There are currently 111 newspapers in our association that circulate 625,000 copies weekly. Our membership includes publications that are owned by corporations as well as single proprietorships. In fact, we believe that AWWNA is one of the last bastions of the free, independent community newspaper. They are in the majority, and we are quite proud of that fact. In fact, our board of directors always has been, in the majority, composed of independent community newspaper publishers.

Community newspapers provide a unique editorial environment that connects with its readers in a personal way. Community newspaper readers are often hard to reach individuals, not easily reached by other media. As proven by the ComBase, which is the Community Newspaper Database Corporation, readership study, a majority of adults of all ages, gender and social status in both rural and urban communities read relevant news and local information, and highly value the role community newspapers play in their daily lives.

According to the ComBase 2003-04 study, 79 per cent of adults in Alberta, Saskatchewan, Manitoba and the Northwest Territories reported reading the last issue of their community newspaper. This compares to 51 per cent of adults, 18-plus, who reported reading a daily newspaper, and 61 per cent listened to a radio station the previous day. It is clear that reading a community newspaper is an important part of Canadians' lives.

Alberta community newspapers must meet the following criteria before becoming members of the AWWNA. First and foremost, a proof of circulation audit must be provided before applying for membership. They must prove that their circulation is an audited one. Second, the newspaper shall contain news and feature stories that deal with its community, contain no less than 60 per cent of copy which will be material generated by or for the publication and have an editorial page or forum for readers or opinion. Third, members shall adhere to publication standards, which are endorsed by the board. Fourth, member newspapers must publish verbatim any decision of the Alberta Press Council regarding a complaint against that newspaper.

M. Dennis Merrell, directeur exécutif, Alberta Weekly Newspapers Association : Je ferais d'abord quelques observations, et je suis sûr que Roger aura quelque chose à ajouter. Je sais que vous avez entendu les représentants de la Canadian Community Newspaper Association lundi à Vancouver, et nous allons, nous l'espérons, ajouter aux observations qu'ils ont faites, en présentant la question sous l'angle de l'Alberta, soit le rôle que nos membres jouent en Alberta et dans les Territoires du Nord-Ouest. Nous avons quelques observations à faire, bien sûr, sur le document que nous avons reçu du comité.

La mission de l'Association est d'encourager et d'aider ses membres pour s'assurer qu'ils publient des journaux communautaires de grande qualité. L'Association y parvient en offrant des possibilités d'éducation, de commercialisation et des bourses de recherche. Notre association compte actuellement 111 journaux qui ont un tirage hebdomadaire de 625 000 copies. Nous comptons parmi nos membres des publications qui sont la propriété de sociétés ainsi que de petits propriétaires. En fait, nous croyons que notre association est l'un des derniers bastions de la presse communautaire libre et indépendante. Elle forme la majorité, et nous en sommes assez fiers. En fait, notre conseil d'administration est, pour la majorité, composé d'éditeurs de journaux communautaires indépendants.

Les journaux communautaires offrent un milieu éditorial unique qui permet d'établir un rapport personnel avec ses lecteurs. Les lecteurs des journaux communautaires sont souvent des gens difficiles à joindre, que d'autres médias ne joignent pas facilement. Comme l'a bien montré l'étude portant sur le lectorat de la ComBase, soit la Community Newspaper Database Corporation, la majorité des adultes sans égard à leur âge, à leur sexe ou à leur statut social et tant dans leur communauté urbaine que rurale lisent l'information locale et les nouvelles pertinentes, et accordent une grande importance au rôle que jouent les journaux communautaires dans leur vie.

Selon l'étude 2003-2004 de la ComBase, 79 p. 100 des adultes en Alberta, en Saskatchewan, au Manitoba et dans les Territoires du Nord-Ouest ont dit avoir lu le dernier numéro de leur journal communautaire. Ce pourcentage ce compare au taux de 51 p. 100 des adultes, de 18 ans et plus, qui ont répondu avoir lu un quotidien et au taux de 61 p. 100 de ceux qui ont dit avoir écouté la radio la veille. Il est bien clair que la lecture d'un journal communautaire est un élément important de la vie des Canadiens.

Les journaux communautaires de l'Alberta doivent satisfaire aux critères suivants pour devenir membres de notre association. D'abord et avant tout, une preuve de diffusion vérifiée doit être fournie avant de demander l'adhésion. Il faut prouver que la diffusion a fait l'objet d'une vérification. Deuxièmement, le journal doit présenter des nouvelles et des articles qui ont trait à sa communauté, qui contiennent au moins 60 p. 100 d'articles qui ne sont pas des articles repris d'ailleurs et ait une page éditoriale ou une tribune libre. Troisièmement, les membres doivent accepter des normes de publication, qui sont approuvées par le conseil d'administration. Quatrièmement, les journaux membres de l'association doivent publier le texte intégral de toute décision de l'Alberta Press Council concernant une plainte présentée contre ce journal.

The AWWA has introduced many services to the marketplace that are now widely used and have since been adopted by other community associations, including our full service ONE Stop advertising planning and buying service; access to a digital archive system that permits key word searching of an archive of 200 community newspapers — it includes newspapers from other provinces as well as Alberta papers — and permits viewing of next-day PDF files of the newspaper pages; a comprehensive database of over 4,000 fields of information of current market research that provides an economic and demographic snapshot report on each of hundreds of community newspapers across Canada — that is a service that we also provide to other newspapers associations; literary components such as the “Write-On” contest that is available in schools throughout Alberta; and scholarships and bursary programs. You heard a little bit about that from the press council. We are also involved in scholarship programs both for high school and the community college journalism schools throughout Alberta.

The association was an early supporter of the Alberta Press Council. Established in 1972, the Alberta Press Council was the first press council formed in Canada, and AWWA has been a member of this organization almost from the outset, has consistently supported the press council throughout the intervening years, and continues to be a staunch advocate of the council.

As you have heard, the press council has resolved hundreds of complaints from Alberta readers in cases where fault was found against a community newspaper. Those newspapers published the council’s findings. There have been a number of these cases involving community newspapers.

The association feels so strongly about this process that it has made adherence to the press council decisions a requirement in its bylaws. In short, members can face expulsion if they do not abide by these council decisions.

The AWWA believes that self-regulation through independent press councils funded by the print media is working, and the AWWA would be opposed to any form of mandated or legislated regulation of its newspapers.

We strongly encourage this Senate committee to issue a statement of support for press councils. We believe that there should be an independent press council in every provincial jurisdiction, and we would certainly do our share to help Bruce in his endeavour to establish one in our neighbouring province to the east, Saskatchewan.

One of the questions you posed to us was: Do Canadian citizens have appropriate amounts of information about international, national and local news? Community newspapers primarily deliver news about the local communities they serve and generally leave the coverage of national and international stories to their national media counterparts. It is clear that community

L’Association a offert sur le marché de nombreux services qui sont maintenant largement utilisés et qui ont depuis été adoptés par d’autres associations communautaires, notamment notre service « ONE Stop » de planification et d’achat de la publicité; l’accès à un système d’archivage numérique qui permet une recherche par mot clé dans les archives contenant quelque 200 journaux communautaires — qui inclut des journaux d’autres provinces ainsi que de l’Alberta — et permet le visionnement des fichiers en format pdf des pages du journal le lendemain de sa parution; une banque de données complète qui compte plus de 4 000 domaines d’information sur l’état du marché actuel et qui fournit un aperçu économique et démographique de chacun des centaines de journaux communautaires de l’ensemble du Canada — c’est un service que nous offrons aussi aux autres associations de journaux; des composantes littéraires comme le concours « Write-On » offert aux écoles de l’Alberta; ainsi qu’un programme de bourses d’études et de bourses. Vous en avez un peu entendu parler par le Conseil de presse. Nous participons également à des programmes de bourses d’études en journalisme dans les écoles secondaires et les collèges communautaires de l’Alberta.

L’association a soutenu l’Alberta Press Council dès ses débuts. Créé en 1972, le Alberta Press Council a été le tout premier conseil de presse à voir le jour au Canada, et notre association en fait partie depuis le tout début ou presque, l’a constamment soutenu depuis et continue d’en être un ardent défenseur.

Comme on vous l’a dit, le Conseil de presse a résolu des centaines de plaintes présentées par des lecteurs de l’Alberta et où l’on a conclu que le journal communautaire avait commis une faute. Ces journaux ont publié les conclusions du conseil. Un certain nombre de ces cas ont touchés des journaux communautaires.

L’association tient tellement à ce processus qu’elle exige dans son règlement qu’on respecte les décisions du Conseil de presse. En bref, les membres peuvent être expulsés s’ils ne respectent pas ces décisions du conseil.

L’Association croit que l’autorégulation par l’intermédiaire d’un conseil de presse indépendant et financé par la presse écrite fonctionne, et elle s’opposerait à toute forme de réglementation de ces journaux par voie de mandat ou par voie législative.

Nous encourageons fortement le présent comité à faire une déclaration à l’appui des conseils de presse. Nous croyons qu’il devrait y avoir un conseil de presse dans toutes les provinces, et nous ferions certainement notre part pour aider Bruce dans ses efforts en vue d’en créer un dans la province voisine de la Saskatchewan.

Entre autres choses, vous nous avez demandé ceci : les citoyens canadiens ont-ils suffisamment d’information sur les nouvelles locales, nationales et internationales? Les journaux communautaires publient d’abord et avant tout des nouvelles sur les communautés locales qu’ils desservent et généralement laissent la couverture des nouvelles nationales et internationales aux quotidiens nationaux. Il

newspapers deliver the local news in an effective fashion, as evidenced by ComBase readership research. I would refer again to ComBase.

This research has shown us that 26 per cent of Canadians are not only reading community newspapers, but also that they are not regularly watching television, listening to radio or reading a daily newspaper. This is exclusive coverage that no other medium can claim. That, I think, indicates that there certainly are Canadians out there who have a habit of reading the community newspaper and who do not necessarily follow the other media.

The AWWNA does not believe that media concentration has affected the editorial freedom enjoyed by reporters and editors of Alberta's community newspapers. Ours is an industry, as I mentioned, still dominated by independent publishers and editors. Newspaper members in our association that are part of a larger media corporation report they have always been able to determine the editorial direction of their respective newspapers without their head office exercising any control or influence over that.

We do not believe that consolidation of community newspaper ownership has had a significant impact on newsroom budgets, staffing and news quality, at least as it relates to community newspapers in this province. We do recognize that newspaper accounting, production and printing often benefit from the economies of scale group ownership brings, but it is rare that editorial departments are downsized as a result of corporate ownership. The success any of any community newspaper depends largely upon the quality of its editorial product, and it is just not an area that is generally compromised in any way, regardless of the ownership.

We noted a reference to a national newspaper in the material that we received as being a kind of print media equivalent to the Canadian Broadcasting Corporation. We need, perhaps, a way to counterbalance the perception that this concentration of ownership may be limiting the opinions that folks see on a weekly basis. We considered that. We believe that the CBC receives government funding primarily so that Canadians in remote locations can enjoy the benefits of public radio and television broadcasting. A privately funded community newspaper that serves these remote communities could be negatively affected, we feel, by the formation of such a publicly funded national newspaper. The Alberta Weekly Newspapers Association would oppose the public funding of a newspaper that would, in effect, we feel, compete against privately funded community newspapers.

We believe readers are well served by our Alberta's community newspapers and that it is not in the public's best interest to introduce a regulatory framework where one is clearly not required.

est clair que les journaux communautaires publient les nouvelles locales de façon efficace, comme l'a montré la recherche sur le lectorat de ComBase. Je vous renvoie à nouveau à ComBase.

Cette recherche nous montre que 26 p. 100 des Canadiens non seulement lisent des journaux communautaires mais aussi qu'ils ne regardent pas la télévision, n'écoutent pas la radio ou ne lisent pas de quotidiens de façon régulière. C'est une couverture exclusive qu'aucun autre média ne peut prétendre avoir. Cela montre, je pense, qu'il y a certainement des Canadiens qui ont l'habitude de lire les journaux communautaires et qui ne font pas nécessairement appel aux autres médias.

L'Association ne croit pas que la concentration des médias réduise la liberté éditoriale des reporters et des rédacteurs en chef des journaux communautaires de l'Alberta. Comme je l'ai mentionné, notre industrie est toujours dominée par des éditeurs et des rédacteurs en chef indépendants. Les journaux membres de notre association et qui font partie d'une grande société de médias disent avoir toujours pu déterminer l'orientation éditoriale de leurs journaux respectifs sans que le siège social n'exerce sur eux le moindre contrôle ni la moindre influence.

Nous ne croyons pas que la consolidation de la propriété de journaux communautaires ait eu un effet significatif sur le budget des salles de nouvelles, la dotation et la qualité des nouvelles, du moins en ce qui concerne les journaux communautaires de l'Alberta. Nous reconnaissons effectivement que la comptabilité, la production et l'impression des journaux bénéficient souvent des économies d'échelle que permet la propriété collective, mais il est rare qu'en raison de celle-ci les services éditoriaux soient réduits. La réussite de tout journal communautaire dépend dans une large mesure de la qualité de son contenu rédactionnel, et elle n'est généralement pas du tout compromise, quelle que soit la structure de propriété.

Dans le document que nous avons reçu, il est fait référence à un journal national qui serait l'équivalent pour la presse de Radio-Canada. Peut-être faudrait-il trouver une formule pour contrebalancer l'idée selon laquelle la concentration de la propriété pourrait avoir pour effet de limiter les opinions que peuvent obtenir les lecteurs chaque semaine. Nous avons considéré la question. Nous estimons que si Radio-Canada reçoit des fonds publics, c'est essentiellement pour que les Canadiens des localités éloignées puissent profiter d'une radio et d'une télévision publiques. Nous estimons que les journaux communautaires à financement privé qui desservent les mêmes localités éloignées risquent d'être pénalisés par la formation de ce journal national bénéficiant de fonds publics. L'Alberta Weekly Newspapers Association s'oppose au financement public d'un journal qui, à notre avis, entrerait en concurrence avec des journaux communautaires à financement privé.

Nous considérons que les lecteurs sont bien desservis par nos journaux communautaires albertains et que l'intérêt public ne justifie pas la mise en place d'une structure de réglementation qui, de toute évidence, n'est pas indispensable.

We thank you for allowing us to appear today. As I mentioned, my colleague, Roger, may have a few comments to add. We certainly look forward to your final report and any recommendations that may come from your study. We certainly welcome any questions.

Mr. Roger Holmes, President, Alberta Weekly Newspapers Association, and Publisher, *Wainwright Star Chronicle*: I have nothing further to add at this time. I was fascinated by the dialogue that you had with the press council. I could hardly keep my mouth shut. I wanted to jump up and put in my 2 cents worth. If you wish to ask some of those questions and how certain issues might relate to the weekly newspapers in Alberta, I would be delighted to give you my views on that.

I think we have made a fairly succinct presentation. I realize that you do not have a lot of time, and I will keep my answers brief and to the point. I would very much enjoy have a specific dialogue. I will be very candid with you about how I think the community newspaper association is run.

This is my second term as President of the Alberta Weekly Newspapers Association, which is unusual in our organization. It is the first time that a president has served two terms in a row. That was due to some unfortunate circumstances.

I have recently completed visiting the entire 110, 111 members of our association personally in the last about 11 or 12 months. I personally walked through the doors of every community newspaper in our membership. It was a wild and wonderful experience.

With that, I would be pleased to entertain questions, thoughts or comments, and I will give you my views.

Senator Tkachuk: Thank you for your presentation. You said the majority of your members are independent. How many would that be?

Mr. Holmes: Currently, about 65 per cent are independents. About 45 per cent would be what we call chain or corporate owned. We measure those from asking, "How many links does a chain make?" We would say 10. If you own 10 newspapers, you are a chain; if you own three or four newspapers, you are a group.

Senator Tkachuk: Would the 65 per cent be either individuals or groups?

Mr. Holmes: They would be independents or what we call small groups. I am from Wainwright, Alberta. Three community newspapers in Wainwright are members. I do not consider myself a chain, and I own three. I get to vote three times at the annual meeting.

Mr. Merrell: Just to correct that math, I think it is more like 55 per cent independent.

Senator Tkachuk: Are the corporate players from Alberta, are they from outside the province, or are they from both? Who would they be?

Nous vous remercions de nous avoir permis de comparaître aujourd'hui. Comme je l'ai dit, mon collègue Roger aura peut-être quelques remarques à ajouter. Nous avons hâte de consulter votre rapport final ainsi que les recommandations qui résulteront de votre étude. Nous sommes prêts à répondre à vos questions.

M. Roger Holmes, président, Alberta Weekly Newspapers Association et éditeur du *Wainwright Star Chronicle* : Je n'ai rien à ajouter pour l'instant. J'ai été fasciné par les propos que vous avez échangés avec le conseil de la presse. J'ai eu bien du mal à garder le silence. J'aurais voulu intervenir pour contribuer modestement au débat. Si vous avez des questions à poser sur le sort des hebdomadaires albertains, je serai ravi de vous dire ce que j'en pense.

Nous avons présenté un exposé assez succinct. Vous n'avez pas grand temps, et je vous répondrai de façon succincte et directe. J'aimerais beaucoup qu'un dialogue s'établisse. Je vous parlerai très franchement de la façon dont l'association des journaux communautaires fonctionne.

J'en suis à mon deuxième mandat de président de l'Alberta Weekly Newspapers Association, ce qui est inhabituel dans notre organisme. C'est la première fois qu'un président assure deux mandats consécutifs. Cette situation est due à des circonstances malheureuses.

J'ai terminé récemment une tournée des 111 membres de notre association, qui a duré 11 ou 12 mois. J'ai personnellement franchi la porte de tous les journaux communautaires qui adhèrent à notre association. Ce fut une merveilleuse expérience.

Je suis maintenant prêt à répondre à vos questions ou à vos commentaires, et je vous présenterai mon point de vue personnel.

Le sénateur Tkachuk : Merci pour votre exposé. Vous dites que la majorité de vos membres sont indépendants. Que représente cette majorité?

M. Holmes : Actuellement, environ 65 p. 100 de nos membres sont indépendants. Environ 45 p. 100 appartiennent à une chaîne ou à une société. Nous nous sommes demandé combien il fallait de maillons pour faire une chaîne. À notre avis, c'est 10. La société qui possède 10 journaux possède une chaîne; s'il n'y a que trois ou quatre journaux, c'est un groupe.

Le sénateur Tkachuk : Ces 45 p. 100 correspondent-ils à des journaux autonomes ou à des groupes?

M. Holmes : Il s'agit de journaux indépendants, ou de ce que nous appelons des petits groupes. Je suis de Wainwright, en Alberta. Nous comptons parmi nos membres trois journaux communautaires de Wainwright. Je ne me considère pas comme une chaîne, et j'en possède trois. Je vote trois fois à la réunion annuelle.

M. Merrell : Après vérification des chiffres, je crois que la proportion des indépendants est plus proche de 55 p. 100.

Le sénateur Tkachuk : Est-ce que les sociétés sont de l'Alberta, de l'extérieur de la province ou des deux? De qui s'agit-il?

Mr. Holmes: Sun Media is our largest group of newspapers. It originated in Alberta as the Bowes newspapers chain. Bowes was purchased by the Sun Media group which has connections with Quebecor. That would be our largest group.

The Black Press Group Ltd., from British Columbia has several of our members. Not long ago, a group called the Great West Newspaper Group Ltd., had some connections with the Hollinger group. There is also a group in Southern Alberta called Southern Alberta Newspapers which has some roots back into the Hollinger group as well, but it is operated differently.

Mr. Merrell: That is most of our chains.

Mr. Holmes: Yes.

Senator Tkachuk: We have heard complaints from ethnic press groups and weekly newspapers about the federal advertising budgets and what they thought was a fair percentage. Amazingly, we have not heard that here. Do you think that the weekly newspapers are getting their fair share of the federal advertising spending?

Mr. Holmes: I will give you my reaction to this, and Dennis may have a slightly different one. I do not think we have a fair share. We have to earn our way. We have been negligent as an association, as an industry, in making our case known at the federal level. We have taken steps at the national level, at the CCNA level, to get a person into Ottawa who can carry our message. Not until recently have we had a strong, good message to tell. It was based on our ComBase readership study numbers. Now we can go out and empirically tell our story. That is happening, and we are seeing excellent results

If we have not been getting a fair share, it is because we have not done our homework. We have not sold ourselves well and properly. We now have done due diligence. We have the readership studies. We have the information. We are a much more professional organization that can make our case to the federal government. That is our approach, and it is the approach I support. I do not think that we have some sort of right to some share of anything. I lean a little more to the capitalist side on that.

Mr. Merrell: Currently, we have about 9 per cent of the media spending in the country. About 6 per cent of the federal government budget goes to community papers, so there is a disparity there.

As Roger has said, we believe we need to take our message to departments in Ottawa and convince them that they need to seriously look at our medium, and we are doing that. We now have a full-time person in Ottawa making calls.

Senator Tkachuk: When you say that you have a person in Ottawa, do you mean the Alberta Weekly Newspapers Association?

M. Holmes : Sun Media est notre plus gros groupe de journaux. Il s'est constitué en Alberta sous la forme de la chaîne de journaux Bowes. Bowes a été acheté par Sun Media, qui est affilié à Quebecor. C'est notre groupe le plus important.

Plusieurs de nos membres appartiennent au groupe de presse Black, de Colombie-Britannique. Il y a quelque temps, un groupe appelé Great West Newspaper Group Ltd. avait des rapports avec le groupe Hollinger. Il y a aussi, dans le sud de l'Alberta, un groupe appelé Southern Alberta Newspapers, qui avait lui aussi, au départ, des relations avec le groupe Hollinger, mais qui est exploité différemment.

M. Merrell : C'est là l'essentiel de nos chaînes.

M. Holmes : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Des groupes de presse ethnique et des hebdomadaires se sont plaints des budgets fédéraux de publicité, dont ils estiment ne pas obtenir un juste pourcentage. Curieusement, nous n'avons pas entendu les mêmes plaintes ici. Pensez-vous que les hebdomadaires albertains obtiennent leur juste part des dépenses fédérales de publicité?

M. Holmes : Je vais vous donner ma réponse, et celle de Dennis sera peut-être légèrement différente. Je ne pense pas que nous obtenions notre juste part. Nous avons du chemin à faire. Notre association et notre industrie ont été négligentes et ne se sont pas suffisamment manifestées au niveau fédéral. Nous avons pris des mesures, au niveau de la CCNA, pour nous faire représenter à Ottawa par une personne qui transmet notre message, que nous n'exprimons avec force que depuis peu de temps. Il est fondé sur les chiffres de l'étude ComBase concernant notre lectorat. Nous pouvons maintenant nous exprimer de façon empirique. C'est ce que nous avons fait, et nous en voyons déjà les excellents résultats.

Si nous n'avons pas obtenu notre juste part, c'est parce que nous n'avons pas fait nos devoirs. Nous devons faire valoir correctement notre cause. Nous avons fait ce qu'il faut et nous avons maintenant des études sur notre lectorat. Nous avons de l'information. Nous sommes un organisme beaucoup plus professionnel qui peut défendre sa cause auprès du gouvernement fédéral. Voilà la formule que nous avons choisie, et à laquelle j'adhère totalement. Je ne pense pas que nous ayons droit à quelque part que ce soit. À cet égard, j'adopte plutôt le point de vue capitaliste.

M. Merrell : Actuellement, nous avons environ 9 p. 100 des dépenses canadiennes auprès des médias. Environ 6 p. 100 du budget du gouvernement fédéral sont accordés aux journaux communautaires. Il y a donc une disparité à ce niveau.

Comme l'a dit Roger, nous considérons que c'est à nous de faire parvenir notre message aux ministères à Ottawa et de les convaincre qu'ils doivent prendre nos médias en considération. C'est ce que nous faisons. Nous avons maintenant un représentant à temps plein à Ottawa, qui fait les appels nécessaires.

Le sénateur Tkachuk : Quand vous parlez d'une personne à Ottawa, voulez-vous dire qu'elle représente l'Alberta Weekly Newspapers Association?

Mr. Merrell: I should correct myself. I say “we” because I consider that we are part of the CCNA. However, it is really the CCNA that has this individual.

Senator Tkachuk: Are your newspapers subscription, or are they mailed free to the customers?

Mr. Holmes: Historically community papers, over the long haul, were subscription based newspapers. In the last 20 years, we have moved to more and more pre-distribution newspapers. Pre-distribution newspapers when I was growing up — and my father ran a community paper, as did his father before him — were considered the “black sheep” of the newspaper industry. My father called them “throwaways.” Then we were horrified by them. However, we adjusted to the fact that a free distribution newspaper can, in fact, be a good newspaper, and we see we have many of them in our associations. I am not sure of the relative percentage. Perhaps Dennis could help. Is it 50-50?

Mr. Merrell: No. The majority of our members are paid circulation, paid subscription, to this day. Twenty years ago, probably in the neighbourhood of 80-90 per cent were still paid. That trend has been more towards controlled circulation, and it is dropping well below that 80 per cent.

Mr. Holmes: As competition increases, we see more free products coming into the marketplace and that is what has driven people to compete on that basis. If somebody runs a good editorial product and gives it away free, it is difficult to charge for a good editorial product if you are in a competitive market. The market has driven some of that.

Senator Tkachuk: We have heard about a trend towards auditing in B.C. and in Ontario, and I am sure we will hear about it in Saskatchewan. They can do an audit of purchased papers to assess the numbers in circulation, but how can they do an audit of free newspapers?

Mr. Holmes: Those audits would be conducted in a couple of different ways. It depends on how the newspaper is distributed. There will be post office receipts. If they go through Canada Post, there is a requirement to fill out forms and submit them with your audit. There is some verification. You can verify if postage was paid on, say, 10,000 copies of a newspaper any particular week.

Press run certificates are required from printing press organizations which reflect how many papers were printed. Sometimes invoices are required to verify that you did, in fact, pay to have a certain number printed by your printer.

When newspapers that are free are put in the postal system, then they are presumed to be delivered. When free products are out on what we call “newsstands” or “pickup boxes,” the newspapers themselves are required to record, when they do their weekly cycle, how many they picked up and brought back. Those are counted. We have to account for those.

M. Merrell : Je rectifie le tir. Je dis « nous » parce que je considère que nous faisons partie de la CA. Cependant, en réalité, c’est la CA qui a un représentant.

Le sénateur Tkachuk : Vos journaux fonctionnent-ils par abonnement ou est-ce qu’ils sont expédiés gratuitement par la poste?

M. Holmes : Autrefois, les journaux communautaires fonctionnaient par abonnement. Depuis 20 ans, les journaux distribués gratuitement ont pris de plus en plus d’importance. Lorsque j’étais enfant, les journaux distribués gratuitement — et mon père publiait un journal communautaire, comme son père l’avait fait avant lui — étaient considérés comme le mouton noir de la presse. Mon père les appelait des journaux à poubelle. Nous les détestions. Cependant, nous avons reconnu progressivement qu’un journal distribué gratuitement peut être un bon journal, et du reste, notre association en compte plusieurs. Je n’en connais pas la proportion. Peut-être que Dennis pourrait m’aider. Est-ce moitié-moitié?

M. Merrell : Non. La majorité de nos adhérents jusqu’à maintenant sont des journaux à diffusion payée, par abonnement payé. Il y a 20 ans, 80 à 90 p. 100 des journaux de nos membres étaient vendus. Il y a eu une évolution en faveur du tirage réglementé, et leur proportion est maintenant tombée à un niveau bien inférieur à 80 p. 100.

M. Holmes : À mesure que la concurrence se resserre, de nouveaux produits gratuits arrivent sur le marché et nous sommes obligés de leur faire concurrence. Si quelqu’un propose un bon produit éditorial qu’il distribue gratuitement, il est difficile de vendre un produit équivalent sur un marché soumis à la concurrence. C’est en partie le marché qui a imposé cette tendance.

Le sénateur Tkachuk : On nous a parlé d’une tendance à la vérification en Colombie-Britannique et en Ontario, et je suis sûr qu’on va en entendre parler en Saskatchewan. Il est possible de faire une vérification auprès des journaux achetés pour évaluer leur tirage, mais comment peut-on faire la vérification d’un journal gratuit?

M. Holmes : La vérification peut être faite de différentes façons. Tout dépend du mode de distribution du journal. Il y a les reçus du bureau de poste. Le journal qui passe par Postes Canada est tenu de remplir un formulaire qui fera l’objet d’une vérification. On peut vérifier si l’affranchissement a été payé, disons, pour 10 000 exemplaires du journal au cours d’une semaine donnée.

Les organisations de la presse écrite exigent des certificats de tirage indiquant le nombre de journaux qui ont été imprimés. On exige parfois des factures pour vérifier si le journal a payé son imprimeur pour faire imprimer un certain nombre d’exemplaires.

Lorsque des journaux gratuits sont envoyés par la poste, on suppose qu’ils sont livrés. Lorsque des produits gratuits sont placés dans des kiosques ou sur des présentoirs, le journal doit noter lui-même, pour chaque cycle hebdomadaire, le nombre de journaux distribués et les quantités ramenées. Tout cela est comptabilisé, et il faut en rendre compte.

The circulation audit of choice by most of our member newspapers is what is called a VCP, the verified audit process, operated by CCNA. They are now instituting an audit trail, that is, doing spot checks on newspaper providers; so they could show up at your office and go through your records to verify that returns are being reported correctly.

Senator Tkachuk: When someone buys a newspaper, you assume, because they are making that small investment, that they will read it. When a newspaper is delivered to a mail box, you do not know whether that newspaper goes in the garbage can at the post office or wherever.

Mr. Holmes: That is correct.

Senator Tkachuk: How can the audit verify that people are actually reading the newspapers?

Mr. Holmes: The audit does not. The audit is not intended to be readership management. The audit deals with circulation, that is, that a newspaper did, in fact, circulate a certain number of papers. Whether anyone read it or not, we do not know. It is only one measure that we use.

The readership study we did with ComBase bypasses how many copies are printed. They could not care less. They want to know how many copies are being read.

The counter argument to that within our association is what we call "pass-along readership". One person buys a subscription, which is sent to an aunt, who sends it to her cousin. Those are not counted in a circulation audit, but they would be picked up in a readership audit. Currently, we have two ways to measure what we call the penetration of our products into our communities.

Personally, I think, we will eventually move to readership, and that will be the interesting information. That is what people need to know. How many copies are printed and sent out, and how many end up in the garbage, is irrelevant. However, it will probably take our industry 10 or 20 years to move to a readership audit. We need both for the time being, because we have grown up with circulation audits.

Senator Munson: Do you want to get something off your chest before I ask further questions? I could feel the energy in the room.

Mr. Holmes: Yes, I did want to say something about how newspapers are held accountable. I see it in my own newspaper, but I do not see it in any other medium to the extent that we do in our newspapers. I am referring to our letters to the editor. I get more letters to the editor each year that are critical of my newspaper than you will ever see come through a press council. The local community members who are involved are impacted by what we do and by what we do not do as reported in a newspaper. They can vent their frustration publicly in the columns of my

Le mode de vérification de la diffusion que préfèrent la plupart de nos membres est ce qu'on appelle un CP, ou « verified audit process », appliqué par la CCNA. On est en train de définir une procédure de vérification qui comporte des contrôles ponctuels auprès des fournisseurs de journaux. Les contrôleurs peuvent se présenter à votre bureau et inspecter votre comptabilité pour vérifier si les invendus sont indiqués correctement.

Le sénateur Tkachuk : Quand quelqu'un achète un journal, on peut supposer qu'il va le lire, puisqu'il consent à faire un modeste investissement. Lorsqu'un journal est livré par la poste, on ne sait pas s'il ne va pas se retrouver directement à la poubelle dans le bureau de poste ou ailleurs.

M. Holmes : C'est exact.

Le sénateur Tkachuk : Comment peut-on vérifier si quelqu'un lit le journal?

M. Holmes : La vérification ne permet pas de le faire. Elle n'est pas censée être un outil de gestion du lectorat. Elle porte sur la diffusion, c'est-à-dire qu'elle indique si un journal a effectivement diffusé un certain nombre d'exemplaires. On ne sait pas si ces exemplaires sont lus ou non. C'est seulement une des mesures que nous utilisons.

L'étude du lectorat que nous avons faite avec ComBase ne tient pas compte du nombre d'exemplaires imprimés. C'est sans importance. Ce qu'on veut savoir, c'est le nombre d'exemplaires qui sont lus.

L'argument contraire au sein de notre association, c'est ce qu'on appelle le lectorat par transmission. Un abonné lit son journal, l'envoie à sa tante, qui l'envoie à sa cousine. Ce phénomène n'est pas comptabilisé dans une vérification de diffusion, mais il l'est dans une vérification de lectorat. Actuellement, nous avons deux façons de mesurer ce que nous appelons la pénétration de nos produits dans la collectivité.

Personnellement, je pense qu'on finira par en venir à la mesure du lectorat, et ce sera l'information intéressante. C'est ce que les gens ont besoin de savoir. Le nombre d'exemplaires imprimés et expédiés, et le nombre de ceux qui se retrouvent à la poubelle importent peu. Cependant, il va sans doute falloir 10 ou 20 ans avant que notre industrie passe à la vérification du lectorat. Pour l'instant, nous avons besoin des deux éléments, car nous nous sommes habitués aux vérifications de diffusion.

Le sénateur Munson : Avez-vous d'autre chose à dire avant que je pose mes autres questions? Je sens que toute cette salle est pleine d'énergie.

M. Holmes : Oui, je voulais dire que les journaux ont des comptes à rendre. Je le constate dans mon propre journal, mais je ne vois pas l'équivalent, dans les autres médias, de ce que font les journaux. Je veux parler des lettres à la rédaction. Chaque année, je reçois plus de lettres à la rédaction que n'en recevra jamais un conseil de presse, et ce sont des éléments essentiels pour mon journal. Les membres de la collectivité sont intéressés directement par ce qui figure ou qui ne figure pas dans un journal. Ils peuvent exprimer publiquement leur mécontentement dans les colonnes de

newspaper, and we print every letter, even those that are critical of myself, as long as they are signed. We verify that the writer did, in fact, write the material.

That is one thing that is overlooked when we talk about press councils. Only once a situation really escalates does it actually hit the press council level. By using the letters to the editor lots of people can vent their frustrations about how the community newspapers has or has not handled a situation, and the community can be the judge.

Sometimes editors such as myself will include an addendum or an editor's note for clarification; or we may again put our own point forward to explain why we behaved in a certain way. I would challenge any other industry to paste on their front door a letter critical of themselves. Can you see Wal-Mart getting a letter of complaint and then tacking that letter up on their front door so that all their customers could see it? As newspapers, that is exactly what we do, and I think we do it fairly well. That serves us well and it prevent matters being referred to the press councils.

That was what I was anxious to say.

Senator Munson: Could you clarify what you meant when you mentioned 60 per cent of copy? Is that a standard across the country, or is that simply applicable in Alberta?

Mr. Holmes: That refers to the fact that 60 per cent of the copy that you write in your newspaper must be local, home grown. It is not that 60 per cent of your newspaper has to be news.

Dennis, is it 70-30 or 60-40?

Mr. Merrell: Our bylaws require that a minimum of 30 per cent of the overall newspaper content be editorial. Of that 30 per cent of editorial, at least 60 per cent of it should be generated in the local community. I am referring to basic news columns related to the local community. There is the opportunity for a community newspaper to run what we would consider a canned copy or maybe Canadian Press type copy that is from outside the community sphere of influence. Delivering the local news is what we do.

As to your question of how this correlates with other associations across Canada, I would have to check into that and report back, because I am not totally certain that is common. It is something that we created in our bylaws in Alberta. It may have been adopted by other associations, because we do compare notes.

Mr. Holmes: We also require that at least 80 per cent of the front page must be news and only 20 per cent advertising. You can run a little bit of advertising on your front page if you want to be a member of our association. However, if you want to run more than that, you are in violation of our bylaws. In fact, that excludes some of what we call the "shopper type" of newspapers from our membership. They carry more than the allowable amount of advertising on their front pages.

mon journal, et nous publions toutes les lettres, même celles qui m'adressent des reproches, à condition qu'elles soient signées. Nous vérifions si c'est bien la personne indiquée qui en est l'auteur.

Voilà une chose qui passe sous silence lorsqu'on parle de conseils de presse. C'est uniquement lorsqu'un dossier prend une certaine importance qu'il peut se rendre au niveau du conseil de presse. Grâce aux lettres à la rédaction, tout le monde peut exprimer sa frustration quant à la façon dont un journal communautaire a traité une situation ou ne l'a pas traitée, et c'est la collectivité qui juge.

Parfois, des rédacteurs en chef comme moi-même publient un addendum ou une note pour apporter une précision; nous pouvons revenir sur un argument pour expliquer pourquoi nous avons agi de telle ou telle façon. Je mets au défi n'importe quel autre secteur d'activité d'afficher à la porte une lettre de reproches. Pouvez-vous imaginer Wal-Mart qui recevrait une lettre de plainte et qui l'afficherait à la porte de façon que tous les clients puissent en prendre connaissance? Pourtant, c'est exactement ce que font les journaux, et je considère qu'ils le font de façon assez équitable. Cela nous est utile, et empêche qu'une question soit soumise aux conseils de presse.

Voilà ce que j'avais si hâte de vous dire.

Le sénateur Munson : Pouvez-vous préciser ce que vous voulez dire quand vous parlez de 60 p. 100 du contenu? Est-ce que c'est la norme dans l'ensemble du pays, ou uniquement en Alberta?

M. Holmes : Cela signifie que 60 p. 100 du contenu rédactionnel du journal doit être produit localement, et non pas que les nouvelles doivent représenter 60 p. 100 du journal.

Dennis, est-ce que c'est 70-30 ou 60-40?

M. Merrell : Nos règlements exigent un minimum de 30 p. 100 de contenu éditorial dans l'ensemble du journal. Sur ces 30 p. 100 de contenu éditorial, 60 p. 100 au moins doit être produit au niveau local. Je parle ici des colonnes de nouvelles concernant la collectivité. Un journal communautaire a la possibilité de présenter également ce que nous considérons comme une copie conforme d'un article venu d'ailleurs, ou de la presse canadienne, mais ce que nous apportons avant tout, c'est la nouvelle locale.

Quant à savoir comment cela se compare avec les autres associations du Canada, il faudrait que je vérifie avant de vous donner la réponse, car je ne sais pas exactement si c'est la norme. C'est ce que nous avons adopté dans nos règlements en Alberta. D'autres associations l'ont adopté également, parce que nous faisons des comparaisons.

M. Holmes : Nous exigeons également que 80 p. 100 de la première page soient consacrés à des nouvelles, la publicité étant limité à 20 p. 100. Un journal qui adhère à notre association peut présenter un peu de publicité en première page, mais s'il veut en présenter davantage, il enfreint nos règlements. C'est précisément ce qui empêche certains journaux de type « dépliant publicitaire » d'adhérer à notre association. Ils présentent en première page plus de publicité que la quantité permise.

Senator Munson: This is an age-old question which relates to the pressure that all of us who have been in the media have endured from time to time. We are studying bias in the media. Small town newspapers and small town owners have experienced political bias. Do reporters come under pressure? Do you get complaints from reporters? Where can reporters go to make complaints without fear of having to move to another small town?

We often hear of a newspaper being called a Conservative paper or a Liberal paper or an NDP paper. How can a reporter maintain objectivity when the boss is suggesting that he or she may want to go somewhere else with a particular story?

Mr. Holmes: I will answer that in two ways. The first answer is no, there is no established mechanism for that person to go through. The frustrated reporter would simply have to quit and move on.

However, what we are seeing in Alberta — and I think we are seeing across the country — is, should that situation be so unbalanced, desktop publishing has made it possible for newspapers to start up overnight. You do not need a licence. You can be at your kitchen table and start up a newspaper overnight if you feel that the local newspaper is not overly balanced. We probably now have a dozen small market newspapers in Alberta that have two community newspapers. One started up because someone thought that the community was not being well enough served by balanced reporting. Some, in fact, have started up in towns that have chain-operated newspapers. In the extreme, that is the check and the balance. The public will make its decision.

From our association point of view, we embrace both of those members into our association, if they are in the same small town, and we try to treat them as equally and as fairly as possible. That is the marketplace. If there are any disputes between those newspapers in the marketplace, the marketplace will decide which one will survive if, in fact, one of them cannot survive economically.

Mr. Merrell: Bruce Hogle alluded to this just this past weekend in Calgary at our annual symposium which involved 300 staff members from our 111 newspapers. I was a facilitator in an editorial critiquing session and there were probably, 60 or 70 editorial types from across our membership in attendance. We were able to ascertain that not one person in that room reported any influence from his or her newspaper owner when it came to writing that week's editorial. They all reported that they had complete freedom to write whatever editorial they felt they could write in that week's newspaper with no influence. That includes corporate owners, independent publishers. Nobody reported that.

While it is true that some of them have an editorial board of sorts where the publisher, editor and senior reporter would get together and decide what editorial to print in that week's newspaper, by and large the most common theme was that the editor decided. The

Le sénateur Munson : Voici une question sempiternelle que tous ceux qui s'occupent des médias doivent se poser tôt ou tard. Nous étudions les préjugés dans les médias. Les journaux des petites villes et leurs propriétaires font parfois preuve de parti pris politique. Est-ce que les journalistes font l'objet de pression? Est-ce qu'ils vous adressent des plaintes? Est-ce qu'ils peuvent porter plainte sans crainte de se retrouver dans une autre petite ville?

Nous entendons souvent dire qu'un journal est considéré comme conservateur, qu'un autre est considéré comme libéral ou encore comme NPD. Comment le journaliste peut-il préserver son objectivité lorsque son patron lui suggère de rédiger son article dans tel ou tel sens?

M. Holmes : Je vous répondrai par deux choses. La première réponse est non, il n'y a pas de mécanisme de recours prévu pour le journaliste qui veut porter plainte. S'il est mécontent, il ne lui reste plus qu'à partir.

Cependant, ce que l'on constate en Alberta — et je pense qu'il en va de même dans l'ensemble du pays — c'est que si la situation est totalement déséquilibrée, l'informatique permet aujourd'hui de lancer un journal du jour au lendemain. Il n'est pas nécessaire d'avoir un permis. On peut s'installer sur la table de cuisine et lancer son propre journal si on estime que le journal local manque d'équilibre. On compte maintenant une douzaine de petits marchés locaux en Alberta qui ont deux journaux communautaires. L'un d'entre eux a commencé parce que quelqu'un trouvait que la collectivité n'était pas suffisamment bien desservie et que les articles du journal local manquaient d'équilibre. Des journaux ont même fait leur apparition dans des villes desservies par des journaux appartenant à des chaînes. À la limite, on a ainsi un système de contrepois. C'est le public qui décide.

Du point de vue de notre association, nous acceptons ces deux types d'adhérents dans notre association, s'ils sont dans la même petite ville, et nous essayons de les traiter aussi équitablement et également que possible. Nous sommes dans un marché. Si ces journaux sont en concurrence, c'est le marché qui décidera lequel des deux survivra si l'un d'eux doit disparaître pour des raisons économiques.

M. Merrell : Bruce Hogle y faisait justement allusion la fin de semaine dernière à Calgary, à notre symposium annuel où étaient présents 300 membres du personnel de nos 111 journaux. J'animais une séance de critique des éditoriaux et il se trouvait là probablement 60 ou 70 éditorialistes différents des journaux membres de notre association. Nous avons pu nous assurer que personne dans la salle n'a signalé avoir subi une influence quelconque de la part du propriétaire de son journal pour ce qui est de la rédaction de l'éditorial de cette semaine-là. Ils ont tous indiqué qu'ils jouissaient d'une liberté totale pour écrire l'éditorial qu'ils jugeaient à propos d'écrire dans le journal de cette semaine-là, sans aucune influence. Et cela valait aussi bien pour les propriétaires collectifs que pour les éditeurs indépendants. Personne n'en a fait mention.

S'il est vrai que certains d'entre eux possèdent une sorte de conseil éditorial, où l'éditeur, le rédacteur en chef et les journalistes principaux se rencontrent et décident de l'éditorial qu'ils vont publier dans le journal de la semaine, d'une manière

editor decided what editorial was going to appear in that paper that week, with very little undue influence coming from the publisher. I would say that typifies how it does go.

Senator Trenholme Counsell: I come from a small town in New Brunswick where I view the newspaper as very important.

I want to hear your observations and perhaps your predictions, about the “freebies” or the “give-aways.” In New Brunswick the freebies that can be picked up at corner stores have much less editorial content and fewer local stories. They contain a lot more advertising. Is that the trend? We have heard from a number of people that newspapers are answerable to their owners and to the bottom line, so advertising is rapidly increasing in local weekly newspapers. In magazines it is a run-away business. What is the trend? I know that a certain number are now free. What do you see happening to the content?

Mr. Merrell: I agree that there is some pressure to increase the percentage of advertising content. In our case, as we mentioned, we would not permit our newspaper advertising content to exceed 70 per cent. We have stood firm on that in Alberta. We have not wavered.

In some other jurisdictions there is talk about moving it up to 75 per cent. It is a slippery slope. We define ourselves as community newspapers that carry the news. There is a fine line between our members’ products and what we would typify as a shopper-type of publication. Once you are at the 75 or 80 per cent level, then you must ask: What content is there? Is the newspaper providing local news, or is it too watered down? There is definitely a concern about that among our members.

The Chairman: What is creating these pressures? Is it that there are more and more ads flowing in and not enough news to fill the spaces between them? Newsprint is expensive. Is there a huge inflow of revenue from advertising? Is it happening there is a diminution because newsprint is expensive?

Mr. Merrell: It is probably primarily economic. We have not had those pressures in Alberta, but it is happening in other provinces. I cannot speak for them, but I would imagine that it is primarily economic. Newspapers are perhaps looking at the overall cost to put out each page of the newspaper and finding that they need a range in that ratio to make it economically feasible.

Mr. Holmes: I would be delighted to have 70 per cent advertising in my newspapers. Most of the newspapers in our association would hover in the range of between 50 and 60 per cent. Sixty per cent is the goal. We sit down and count the ads we have on any given week. Then we do the math. If we have 60 per cent advertising, we have a 40 per cent news hold, and that is where we like to be.

générale, ce qui revenait le plus souvent, c’est qu’il appartient au rédacteur en chef de décider. Le rédacteur en chef décide de l’éditorial qui sera publié dans le journal de la semaine, avec très peu d’influence induite de la part de l’éditeur. Je voudrais dire que c’est assez typique de la façon dont les choses se passent.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je viens d’une petite ville du Nouveau-Brunswick, où je considère que le journal est très important.

Je voudrais savoir ce que vous pensez des journaux gratuits ou « cadeaux promotionnels ». Au Nouveau-Brunswick, on trouve ces journaux gratuits dans les dépanneurs et ils ont beaucoup moins de contenu éditorial et moins d’articles locaux. Ils ont beaucoup plus de publicité. Est-ce la tendance? Un certain nombre de gens nous ont dit que les journaux devaient rendre des comptes à leurs propriétaires et contribuer au bilan de l’entreprise, c’est pourquoi la publicité tend à augmenter rapidement dans les hebdomadaires locaux. Dans les magazines, c’est une affaire incontrôlable. Quelle est la tendance? Je sais qu’un certain nombre de journaux sont désormais gratuits. Quel effet cela aura-t-il, d’après vous, sur le contenu journalistique?

M. Merrell : Je suis d’accord pour dire qu’il y a une certaine pression pour augmenter le pourcentage de publicité. Dans notre cas, comme je l’ai dit, nous ne permettrons pas que la publicité dans les journaux dépasse 70 p. 100. Nous avons été très fermes en Alberta. Nous n’avons pas cédé.

Dans d’autres régions, on parle de passer à 75 p. 100. C’est une pente savonneuse. Nous nous définissons comme des journaux communautaires qui communiquent l’actualité. La limite entre les produits de nos adhérents et ce que nous pouvons considérer comme étant typique d’une publication de consommation est très mince. Une fois que vous arrivez au niveau de 75 ou 80 p. 100, alors vous pouvez vous demander : quel contenu trouve-t-on? Ce journal donne-t-il des nouvelles locales ou bien est-il trop dilué? Nos membres sont certainement préoccupés par cette question.

La présidente : Qu’est-ce qui crée ce genre de pression? Est-ce qu’il y a de plus en plus de publicité et pas suffisamment de nouvelles pour remplir les espaces libres entre les publicités? Imprimer un journal coûte cher. Est-ce que la publicité engendre des revenus énormes? Y aurait-il une diminution à cause du prix du papier journal?

M. Merrell : Probablement que c’est essentiellement pour des raisons économiques. Nous n’avons pas subi ce genre de pression en Alberta, mais elle se fait sentir dans d’autres provinces. Je ne peux pas parler en leur nom, mais j’imagine que la raison est essentiellement économique. Les propriétaires de journaux considèrent peut-être le coût total pour imprimer une page de journal et trouvent qu’ils ont besoin d’un pourcentage de cet ordre pour rentabiliser le tout.

M. Holmes : Je serais ravi de pouvoir avoir 70 p. 100 de publicité dans mes journaux. La plupart des journaux de notre association se trouvent dans la plage des 50 à 60 p. 100. Soixante pour cent est le but recherché. Chaque semaine nous comptons les publicités que nous avons. Et puis, nous faisons le calcul. Si nous avons 60 p. 100 de publicité, nous avons 40 p. 100 d’actualité et c’est ce que nous aimons.

Sometimes that has to change. If you have a small page count, you have to calculate by multiples of four pages. Sometimes people try to hold it down to keep that four pages out. Other times I will bump over four pages and increase the size of the photos. We fill a news hole.

To answer your question, senator, there is no lack of news in communities. We can find that news.

The Chairman: Is there a lack of ads?

Mr. Holmes: There is a lack of ads. However, that comes from our inability to sell our product on the main street. Our main streets in rural Alberta and rural Western Canada are shrinking. The big box chain stores are coming in. They are not good advertisers in community newspapers. Our local ad revenue dollars are shrinking, and that shrinks our page count.

We have strong representation in what we call our national ad field through our association. If you asked Alberta newspaper publishers, they would tell you that one of their biggest concerns is that the advertiser on the main street in their local community that was the mainstay of their financial viability is indeed shrinking.

Senator Trenholme Counsell: I want to follow up on this because I think it is very important. Will the passion and the faithfulness to local journalism influence this trend? Can your important association, voices in local communities, or a committee like this influence this trend?

I hardly bother picking up some of the magazines I used to buy because page after page contain ads, mostly about wrinkles. How do you feel about that?

Mr. Holmes: I think economics has something to do with it. I think a community of about 1,000 people could have a small community newspaper if it had one employee who would be the editor, the publisher. He would find the advertising and write the stories. I print newspapers for other communities around Alberta. We print them with as low press runs as 500. There are only two or three staff members in some of those places. There is only one in one case. A single employee runs his newspaper. It is scaleable to that degree. At some point they will become economically unviable. They will merge with other newspapers or they will simply close the doors.

Mr. Merrell: As an association we would do what we could to influence. We have influence and control over our membership in terms of not exceeding a 70 per cent advertising content ratio. However, for newspapers that are outside of our membership that are leaning towards that trend, all we can do is try to influence them in a positive sense. The Canadian association also has

Parfois, cela doit changer. Si vous avez trop de pages, il vous faut calculer par multiples de quatre pages. Parfois, les gens essaient de tout faire tenir dans quatre pages. D'autres fois, je vais dépasser les quatre pages et augmenter la taille des photos. Nous comblons une lacune en terme d'actualité.

Pour répondre à votre question, sénateur, on ne manque pas de nouvelles dans nos collectivités. Nous pouvons les trouver.

La présidente : Manquez-vous de publicité?

M. Holmes : Nous manquons de publicité. Cependant, cela provient de notre incapacité à vendre notre produit sur la rue principale. Dans l'Alberta rurale et dans l'Ouest canadien rural, les rues principales ont tendance à se contracter. Les magasins à grande surface s'installent. Ils ne font pas beaucoup de publicité dans les journaux communautaires. Nos revenus de publicité locale diminuent et cela fait diminuer le nombre de pages du journal.

Nous avons une forte représentation dans ce que nous appelons les publicités nationales, par l'intermédiaire de notre association. Si vous posez la question à des éditeurs de journaux albertains, ils vous diront que l'une de leurs plus grandes préoccupations, c'est que l'annonceur de la rue principale de leur collectivité, qui était le principal responsable de leur viabilité financière, annonce de moins en moins.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je voudrais continuer là-dessus, parce que je crois que c'est très important. Est-ce que la passion et la loyauté envers le journalisme local peuvent influencer sur cette tendance? Est-ce que votre association, les voix de la communauté locale ou un comité comme le nôtre peuvent influencer sur cette tendance?

Je n'achète pratiquement plus les magazines que j'achetais auparavant, parce que page après page, ce n'est que de la publicité, pour la plupart concernant les rides. Qu'en pensez-vous?

M. Holmes : Je pense que l'économie a quelque chose à voir dans tout cela. Je pense qu'une communauté de 1 000 habitants pourrait avoir un petit journal communautaire, si ce journal pouvait avoir un employé qui serait à la fois rédacteur en chef et éditeur. Son travail serait de trouver des annonceurs et de rédiger les articles. J'imprime des journaux pour d'autres collectivités un peu partout en Alberta. Nous faisons parfois des petits tirages de 500 exemplaires. Dans certains cas, ils ne sont que deux ou trois membres du personnel. Et dans un cas, il n'y a qu'une personne. Un seul employé s'occupe du journal. L'échelle de grandeur va jusque là. À un moment donné, ces journaux ne seront plus viables et devront fusionner avec d'autres journaux ou tout simplement fermer leurs portes.

M. Merrell : En tant qu'association, nous faisons ce que nous pouvons pour exercer une influence. Nous avons une certaine influence et un certain contrôle sur nos membres, pour ce qui est de ne pas dépasser le pourcentage de 70 p. 100 de contenu publicitaire. Cependant, pour les journaux qui ne sont pas membres de notre association et qui penchent dans cette

something to say about it. We are all part of a federation and part of the CCNA. As an association, we do have some degree of control over this, in terms of affecting their membership.

Beyond that, if newspapers chose to leave our membership because they felt they could not survive according to our membership criteria, that would be another story. I see no indication that we are going to change our bylaws.

Senator Trenholme Counsell: In a country where freedom of the press is one of the fundamental foundations there is freedom to publish these ads.

Mr. Holmes: There is also a freedom to fail. If your newspaper is no longer economically viable, you are free to close up shop. That is one of the harsh realities.

Senator Carney: Your presentation is formidable. When members join the Alberta Press Council does the staff know about the code of ethics?

Mr. Holmes: The code of ethics is produced by our press council and all our newspapers are required to abide by it. That is the standard that we judge. Some of our newspapers are very conscious of it, but others do not have a clue that it exists.

Senator Carney: Thoughtfully, you have provided us with the AdWest Quick Facts for 2005. It lists all of the newspapers in Alberta. It would be a great mailing list for political parties, by the way. Does it include the Aboriginal papers such as *Windspeaker*? My question is: Who serves?

Mr. Holmes: Who serves the ethnic press?

Senator Carney: Who serves the ethnic press? Who serves the Aboriginals?

Mr. Holmes: The Alberta Weekly Newspapers Association does not serve the ethnic press in Alberta very well at all. The reason is that one of our primary tenets for membership is you must publish at least once a week. Most of those ethnic presses do not meet that criterion. If they did meet all our criteria they would certainly be welcomed into our association.

I think we have done a relatively poor job in our association of reaching out to the ethnic press in Alberta. I say that because it is one of my failings. We could do more to reach out to the ethnic press. The requirement to publish at least once a week excludes a lot of the ethnic press.

Senator Carney: I have looked at the market share figures that you have provided to us. You say in your presentation that you do not feel that consolidation of ownership is a factor in Alberta. However, if you add up your market share figures for the daily newspapers of CanWest and Quebecor, who run the Sun newspapers, it comes to 90 per cent. Therefore, 90 per cent of the daily newspaper circulation in the province of Alberta is covered by the two big chains. Horizon and Black have

direction, tout ce que nous pouvons faire, c'est d'essayer de les influencer de manière positive. L'Association canadienne a également quelque chose à dire à ce sujet. Nous faisons tous partie d'une fédération et nous faisons tous partie du CCNA. En tant qu'association, nous avons la possibilité de contrôler jusqu'à un certain point les membres de l'association.

Au-delà de cela, si les journaux décident de quitter notre association parce qu'ils pensent ne pas pouvoir survivre en respectant les critères d'adhésion, ce serait une autre histoire. Je ne pense pas que nous allons changer nos règlements.

Le sénateur Trenholme Counsell : Dans un pays où la liberté de la presse est l'une des libertés les plus fondamentales, les journaux sont libres de publier ces publicités.

M. Holmes : Il y a également la liberté d'échouer. Si votre journal n'est plus rentable, vous êtes libre de mettre la clé dans la porte. C'est une des dures réalités de la vie.

Le sénateur Carney : Votre exposé est impressionnant. Lorsque vos membres adhèrent à l'Alberta Press Council, est-ce que le personnel est au courant de l'existence du code de déontologie?

M. Holmes : Le code de déontologie est rédigé par notre conseil et tous les journaux doivent s'y conformer. C'est cette norme que nous jugeons. Certains de nos journaux en sont très conscients, mais d'autres n'ont pas la moindre idée qu'il existe.

Le sénateur Carney : Vous avez pensé à nous fournir cette fiche de référence intitulée AdWest Quick Facts pour l'année 2005, qui donne la liste de tous les journaux en Alberta. Ce serait une très bonne liste d'envoi pour les partis politiques, d'ailleurs. Cette liste inclut-elle les journaux autochtones, tels que *Windspeaker*? Qui les dessert?

M. Holmes : Qui dessert la presse ethnique?

Le sénateur Carney : Qui dessert la presse ethnique? Qui dessert les Autochtones?

M. Holmes : L'Alberta Weekly Newspaper Association ne dessert pas bien du tout la presse ethnique en Alberta. Et la raison, c'est que notre critère principal pour adhérer à l'association est que vous devez publier au moins une fois par semaine. La plupart de ces journaux ethniques ne satisfont pas à ce critère. S'ils satisfaisaient à tous nos critères, ils seraient certainement les bienvenus dans notre association.

Je pense que nous avons fait un travail plutôt médiocre dans notre association pour aller chercher les journaux ethniques en Alberta. Je dis cela, car c'est l'un de mes échecs. Nous pourrions faire davantage pour aller chercher les journaux ethniques. Cette exigence de publication au moins une fois par semaine exclut bon nombre de journaux ethniques.

Le sénateur Carney : J'ai regardé les chiffres que vous nous avez distribués concernant les parts de marché. Vous avez dit dans votre exposé que vous n'avez pas l'impression que la concentration de la propriété était un facteur en Alberta. Cependant, si vous additionnez vos chiffres de part de marché pour les quotidiens de CanWest et de Quebecor, qui publient les journaux *Sun*, on arrive au chiffre de 90 p. 100. Par conséquent, 90 p. 100 de la diffusion des quotidiens de la province de l'Alberta

70 per cent and 30 per cent. Ninety per cent of the market share is owned by two chains. Do not you think that is a concentrated market?

Mr. Holmes: You are saying that 90 per cent of the daily newspapers is controlled by two chains. We are the weekly newspapers.

Senator Carney: I know, but I am asking for your comment. You do comment in your brief on the issue of consolidation. Do you not believe that it is a factor?

Mr. Holmes: We do not believe that it is a factor in the weekly newspaper industry.

Senator Carney: Could you then talk about how Albertans are served, globally, in terms of the figures you presented? Ninety per cent of the market is held by CanWest and Quebecor.

Mr. Holmes: I would take issue with you. I do not accept that 90 per cent of the market is held by CanWest.

Senator Carney: I am adding it up. These are the figures you have produced. We have this market share. Is not it from you?

The Chairman: No. That comes from the CEP Communications, Energy and Paperworkers Union of Canada, the CEP Media Monitor.

Senator Carney: It was with the material from you.

The Chairman: I do not think that they do leadership circulation surveys. My guess would be that they got this from somebody like ABC and just printed it out for us.

Mr. Holmes: We would dispute that the dailies have 90 per cent of the circulation or the readership. In the communities that we serve, we do not see that concentration.

Senator Carney: You mentioned Canadian Press several times. Some of the larger papers, the daily papers, have told us or have said publicly that Canadian Press is no longer relevant to their news-gathering efforts. Are members of your association members of Canadian Press, and how relevant is Canadian Press to your membership?

Mr. Holmes: I would say that it is not very relevant at all, because it would mostly carry provincial, national and international news feeds. Most of our news is generated locally. Most of our readers are interested in what has happened down their street; what has happened with the local town council; what the dog catcher did last week; and whether Mary had tea with Sally. I would say it is not particularly relevant.

Senator Carney: Is that a change historically?

Mr. Holmes: No, that is our tradition.

est le fait des deux grandes chaînes. Horizon et Black ont 70 p. 100 et 30 p. 100. Quatre-vingt-dix pour cent des parts du marché appartiennent à deux chaînes. N'avez-vous pas l'impression qu'il s'agit d'un marché concentré?

M. Holmes : Vous dites que 90 p. 100 des quotidiens sont contrôlés par deux chaînes. Nous sommes les hebdomadaires.

Le sénateur Carney : Je sais, mais je vous demande votre opinion. Dans votre exposé, vous ne faites aucune observation sur le problème de la concentration? Ne croyez-vous pas que c'est un facteur?

M. Holmes : Nous ne croyons pas que c'est un facteur dans l'industrie de l'hebdomadaire.

Le sénateur Carney : Pourriez-vous alors nous dire comment les Albertains sont desservis, globalement, par rapport aux chiffres que vous avez présentés? Quatre-vingt-dix pour cent du marché est détenu par CanWest et Quebecor.

M. Holmes : Je m'inscrirais en faux contre vos propos. Je ne crois pas que 90 p. 100 du marché soit détenu par CanWest.

Le sénateur Carney : Je fais l'addition. Ce sont les chiffres que vous nous avez donnés. Nous avons cette part de marché. Ces chiffres ne viennent-ils pas de vous?

La présidente : Non. Ces données proviennent du SCEP (Syndicat canadien des communications, de l'énergie, et du papier), le Moniteur Média SCEP.

Le sénateur Carney : Ils étaient avec votre documentation.

La présidente : Je ne pense pas qu'ils fassent des sondages sur la meilleure diffusion. J'imagine qu'ils l'ont obtenu de quelqu'un comme ABC et l'ont juste imprimé pour nous.

M. Holmes : Nous contestons le fait que les quotidiens détiennent 90 p. 100 de la diffusion ou du lectorat. Dans les communautés que nous desservons, nous ne constatons pas ce genre de concentration.

Le sénateur Carney : Vous avez mentionné la Presse canadienne à plusieurs reprises. Certains des journaux les plus importants, les quotidiens, nous ont dit ou ont dit publiquement que la Presse canadienne n'était plus pertinente dans leur stratégie de collecte d'information. Est-ce que les membres de votre association sont des membres de la Presse canadienne, et quelle est la pertinence de la Presse canadienne pour vos membres?

M. Holmes : Je voudrais dire qu'elle n'a pas du tout de pertinence, parce qu'elle fournirait des dépêches pour la plupart provinciales, nationales ou internationales. La plupart de nos nouvelles sont de niveau local. La plupart de nos lecteurs sont intéressés par ce qui se passe dans leur voisinage, ce qui s'est passé à la dernière réunion du conseil municipal, ce que le préposé au ramassage de chiens a fait la semaine dernière et si Marie a pris son thé avec Sally. Alors, je dirais que non, la Presse canadienne n'est pas du tout pertinente.

Le sénateur Carney : Est-ce un changement historique?

M. Holmes : Non, c'est notre tradition.

Senator Merchant: During our hearings we do not often see lots of young faces and we do not often hear from young people. Yesterday we had an opportunity to do that at the graduate program of the University of British Columbia. We heard from the young people. They were our participating audience.

Do you afford any opportunities to young people, to students from schools of journalism, for any sort of internship? Do you have some connections with institutions? Are you able to pay students if they intern with you? Do you have any young readers? Do you try to attract young readers? After all you want to perpetuate yourselves, and you have to get people connected with you early on so that they grow with you.

Mr. Holmes: Many of the community newspapers are the entry level into journalism for young people coming out of journalism programs. That is where they get their first jobs. They get some experience before they move on into other areas of journalism, should they choose to do that.

We are moving towards the concept that you can have an entire career in community journalism, and that it is a valid and a meaningful to spend your entire career being a community journalist. The communities we represent are marvellous places to raise families. What keeps me in community journalism is the fact that I can run a business and make a reasonable return for the work I do. I can be an important part of the community. You can make a difference in a small community by being in community journalism.

We do embrace bringing in a lot of young journalists. They may come through our ranks and move on to other journalistic endeavours. We also work with the journalism schools to bring in students as part of their training. Some are unpaid. Some are required to do this as part of their course. They come to us, unpaid, for three or four weeks and we give them experiences.

As well, our industry often employs journalism students for summer relief help during the two or three months that they are out of their journalism programs. Often staff members are away on vacation and we bring people in to give them experience and, basically, to get us through our summer holiday time.

Senator Merchant: Do you get many more applications from students than you have positions to offer?

Mr. Holmes: Yes, we do.

Senator Merchant: A statement was made to the effect that, these days, students want to start at the top and do not want to move to small communities. However, you say that you receive more applications than you have positions?

Mr. Holmes: We definitely get more applications than we have positions. The applicants who seem to fit the best are those students at journalism schools in the cities but whose roots are in

Le sénateur Merchant : Au cours de nos audiences, nous n'avons pas vu souvent de jeunes visages et nous n'entendons pas souvent de jeunes gens. Hier, nous avons pu en voir au programme de deuxième cycle de l'Université de la Colombie-Britannique. Nous avons entendu les jeunes. Ils formaient notre auditoire et participaient.

Offrez-vous aux jeunes, aux étudiants des écoles de journalisme, une forme quelconque de stage? Avez-vous des liens avec les établissements d'enseignement? Êtes-vous en mesure de payer les étudiants s'ils font un stage chez vous? Avez-vous de jeunes lecteurs? Essayez-vous d'attirer les jeunes lecteurs? Après tout, vous voulez vous perpétuer, et vous devez rejoindre les gens tôt dans leur vie afin qu'ils grandissent avec vous.

M. Holmes : Un grand nombre de journaux communautaires sont la première porte d'entrée dans le journalisme pour les jeunes diplômés des écoles de journalisme. C'est là qu'ils décrochent leur premier emploi. Ils y acquièrent de l'expérience avant de passer à d'autres domaines du journalisme, si c'est ce qu'ils veulent faire.

On admet de plus en plus que l'on peut faire toute sa carrière en journalisme communautaire, et qu'il s'agit d'un choix légitime et sensé que de passer toute sa carrière dans le secteur communautaire. Les communautés que nous représentons sont d'excellents endroits pour élever une famille. Pour ma part, si je reste dans le journalisme communautaire, c'est parce que je peux mener mon entreprise et faire un profit raisonnable pour le travail que je fais. Je peux être un élément important de mon milieu. On peut exercer une influence dans un petit milieu lorsqu'on pratique le journalisme communautaire.

Nous accueillons les jeunes journalistes à bras ouverts. Ils entrent dans nos rangs, après quoi ils passent à d'autres entreprises journalistiques. Nous collaborons également avec les écoles de journalisme qui nous envoient des étudiants dans le cadre de leur formation. Certains sont bénévoles. Certains sont obligés de faire ce stage dans le cadre de leur cours. Ils passent trois ou quatre semaines chez nous sans salaire et nous leur permettons d'acquérir de l'expérience.

De même, notre industrie emploie souvent des étudiants en journalisme l'été, et ceux-ci nous aident pendant les deux ou trois mois où ils ne sont pas dans le programme de journalisme. Souvent, les membres du personnel sont en vacances, et nous engageons ces jeunes gens pour leur donner une expérience et, essentiellement, pour nous permettre de passer la période des vacances estivales.

Le sénateur Merchant : Recevez-vous beaucoup plus de demandes des étudiants que vous n'avez de postes à offrir?

M. Holmes : Oui, c'est le cas.

Le sénateur Merchant : Quelqu'un a dit que de nos jours, les étudiants veulent commencer au haut de l'échelle et ne veulent pas vivre dans les petites localités. Cependant, vous dites que vous recevez plus de demandes que vous n'avez de postes?

M. Holmes : Il est sûr que nous recevons plus de demandes que nous avons de postes. Les candidats qui semblent nous convenir le mieux sont ces étudiants des écoles de journalisme des villes, mais

rural Alberta. They have a tendency to come back to us because they can live within our communities, and that is where they are comfortable. Some of them stick and some of them go on.

Senator Merchant: Do you have any sense that young people are reading your papers? Why are they reading them? What do you put in the papers that will attract young readers?

Mr. Holmes: We make a major effort to cover a lot of the school news where children are involved in activities. I do not know if anyone has mentioned the FOIP before, the Freedom of Information and Privacy Act. For the last couple of years we have had some interpretation difficulties and that has affected some of our school coverage. We sent a reporter to the school grounds with a camera, and we had to face some restrictions. That has been a concern of our industry for some time. We think we now have a clear understanding, and we think the schools have a clear understanding of what we can and cannot do in that regard.

We cover lots of minor sports events. That is where kids are involved. Their parents also form part of the readership. We also have the usual cartoons and puzzles and things like that to try to encourage local readership.

Our newspaper association has an annual contest which we call the "Write-On" contest." It is a formal way of getting newspapers into the schools, and every newspaper has a winner. The winners then go to other levels of competition. We also have provincially recognised winners of the Write-On contest to engage young readers and young writers at that level.

Mr. Merrell: I would add one point about the outreach programs that we have with the journalism schools in Alberta. I alluded to the symposium that we held in Calgary last weekend. We extend invitations to all of the journalism students from all the colleges throughout the province to that symposium. We are more successful with some institutions than with others. For example, the Southern Alberta Institute of Technology, or SAIT, for the last 15 years that we have been operating this event, has encouraged and almost ensured that virtually all their students attend our event. The fee is nominal. It is affordable to all of them, so they attend. It gives them an opportunity to rub shoulders with potential employers. That particular program, I believe, has the largest intake of journalism students in Alberta. I believe it is as high as the 70 to 80 per cent range. When they graduate, the students end up initially employed by our members.

You overcome the difficulty of getting graduating students to move out of the major centers, because we are primarily outside the major centres. It is a bit of a struggle to encourage them to do that because some of them have grown up in cities. To encourage a student to move to Wainwright, for example, it is not always an

qui ont des racines dans les campagnes de l'Alberta. Ils ont tendance à revenir chez nous parce qu'ils peuvent vivre au sein de nos localités, et c'est là qu'ils se sentent à l'aise. Certains d'entre eux restent et d'autres s'en vont.

Le sénateur Merchant : Savez-vous si les jeunes lisent vos journaux? Pourquoi les lisent-ils? Que mettez-vous dans vos journaux pour attirer les jeunes lecteurs?

M. Holmes : Nous faisons de grands efforts pour couvrir les nouvelles scolaires, la participation des enfants dans les activités. Je ne sais pas si quelqu'un vous a parlé auparavant de la Loi sur la liberté d'information et la protection de la vie privée. Au cours des dernières années, nous avons eu certaines difficultés d'interprétation de cette loi et cela a nui à une partie de notre couverture scolaire. Nous envoyons des reporters sur les terrains d'école avec une caméra, et voilà qu'on nous impose des restrictions. Cela a préoccupé notre industrie pendant un certain temps. Nous croyons que nous comprenons bien les choses maintenant, et nous croyons que les écoles comprennent bien ce que nous pouvons et ne pouvons pas faire à cet égard.

Nous couvrons beaucoup d'activités sportives des ligues mineures. C'est là qu'on voit des enfants. Leurs parents font également partie du lectorat. Nous avons aussi les dessins, les casse-tête et autres choses du genre qui encouragent les gens sur place à lire.

Notre association de journaux a un concours annuel qu'on appelle le concours « Write-On ». C'est le moyen que nous avons pris pour faire entrer les journaux dans les écoles, et chaque journal a un gagnant. Les gagnants passent ensuite à un autre niveau de compétition. Nous avons aussi des gagnants reconnus du concours Write-On à l'échelle provinciale afin d'encourager les jeunes lecteurs et les jeunes auteurs à ce niveau.

M. Merrell : J'ajouterai une chose à propos des programmes de coopération que nous avons avec les écoles de journalisme de l'Alberta. J'ai mentionné le colloque que nous avons organisé à Calgary la fin de semaine dernière. Nous avons envoyé des invitations à tous les étudiants en journalisme de tous les collèges de la province pour qu'ils assistent à ce colloque. Nous avons eu plus de succès avec certains établissements qu'avec d'autres. Par exemple, le Southern Alberta Institute of Technology, ou le SAIT, depuis les 15 années que nous organisons ce colloque, nous a toujours encouragé et s'est assuré que presque tous ses étudiants y participent. Le coût de la participation est symbolique. Ils ont tous les moyens de se le permettre, donc ils viennent. Cela leur donne la possibilité de rencontrer des employeurs potentiels. Ce programme, je crois, connaît la plus forte participation de la part des étudiants en journalisme en Alberta. Je crois que cela atteint les 70 ou 80 p. 100. À leur sortie de l'école de journalisme, les étudiants finissent par obtenir leur premier emploi chez nos membres.

On surmonte ainsi la difficulté qu'il y a à convaincre les diplômés en journalisme de quitter les grands centres parce que nous sommes essentiellement situés à l'écart des grands centres. Il est un peu difficile de les convaincre parce que certains d'entre eux ont grandi dans les villes. Il n'est pas toujours facile, par exemple,

easy sell. That is one success story that we can allude to regarding that particular institution. It is unfortunate we do not enjoy the same success with all of them.

Senator Merchant: Our daily newspaper in Regina affords students space in the paper once a week, to comment on current events. I think it is called “-20.” They must be under 20 years of age. There is a space in the paper where students can write in. They can express opinions on same sex marriage or all kinds of subjects that are of interest to them.

Do you give an opportunity to young people to write something in your newspapers?

Mr. Holmes: In my particular newspaper, it is not available in such a formal way. We have had young people write letters to the editor. That is always open, available. However, we do not have anything as formal as what you just described, and I do not know about our other members.

Mr. Merrell: Many of our newspapers do have that. The *St. Albert Gazette* has, as they call it, the “Kids’ Gazette,” as a regular feature. The students themselves develop the stories. The advertisements and the whole project is produced by them, and the newspaper publishes it. There are other examples of that. I wish there were more but, unfortunately, it is not prevalent across the association.

Senator Merchant: Encourage it as much as you can.

Senator Chaput: I would commend you on the initiative of visiting all of your members. I would congratulate you on that.

My understanding is that, as an example, 55 per cent of the newspapers of your membership are small, and not more than three newspapers have the same owner. That leaves 45 per cent where the same owner is responsible for, perhaps, 10 newspapers.

Mr. Holmes: Yes.

Senator Chaput: You have free newspapers and the one-week subscription papers. Where do you find the most free newspapers? Is it in the 45 per cent category or the 55 per cent category?

Mr. Holmes: I believe you would find more of the paid-for ones in the 55 per cent category because those are in the very small markets.

The chains have purchased most of the suburban markets and the community newspapers that surround the metropolitan areas in Alberta, because those bring economies of scale in that they can put in a central printing plant and run a hub maybe even out of their own daily newspaper. Those would have the tendency to be the larger newspapers, the growing communities, and I would think you would see a tendency of more of the free distributions in those areas.

d’encourager un étudiant à s’installer à Wainwright. En ce qui concerne cet établissement en particulier, c’est un des succès que nous avons eus. Il est malheureux que nous n’ayons pas le même succès avec tous les établissements.

Le sénateur Merchant : Notre quotidien à Regina offre aux étudiants un espace dans le journal une fois par semaine, pour leur permettre de commenter l’actualité. Je crois que cela s’appelle « -20 ». Ils doivent avoir moins de 20 ans. C’est un espace du journal où les étudiants peuvent publier leurs textes. Ils peuvent exprimer leurs opinions sur le mariage de conjoints de même sexe ou sur tout autre sujet qui les intéresse.

Permettez-vous aux jeunes d’écrire dans vos journaux?

M. Holmes : Dans mon journal à moi, cette offre n’est pas aussi structurée que cela. Il y a des jeunes qui écrivent à l’éditeur. C’est toujours possible de faire cela. Cependant, nous n’avons pas de cadre aussi structuré que celui que vous venez de décrire, et je ne sais pas ce qui en est chez nos autres membres.

M. Merrell : Bon nombre de nos journaux ont une formule semblable. La *St. Albert Gazette* a ce qu’on y appelle la « Kids’ Gazette », c’est une chronique permanente. Les étudiants eux-mêmes écrivent les textes. Ils s’occupent de la publicité et produisent tout le projet, et le journal le publie. Il y a d’autres exemples de cela. Et j’aimerais qu’il y en ait plus mais, malheureusement, ce n’est pas une pratique répandue dans toute l’association.

Le sénateur Merchant : Encouragez cela autant que vous le pouvez.

Le sénateur Chaput : Je vous félicite d’avoir pris l’initiative de rendre visite à tous vos membres. Je trouve cela très bien.

Je crois savoir que, par exemple, 55 p. 100 de vos membres sont de petits journaux, et il n’y a pas plus que trois journaux qui ont le même propriétaire. Dans les 45 p. 100 qui restent, le même propriétaire peut avoir, par exemple, 10 journaux.

M. Holmes : Oui.

Le sénateur Chaput : Vous avez des journaux gratuits et des hebdomadaires à abonnement. Où trouve-t-on la plupart des journaux gratuits? Dans la catégorie des 45 p. 100 ou celle des 55 p. 100?

M. Holmes : Je crois que vous trouveriez davantage ceux qui sont payants dans la catégorie des 55 p. 100, car ceux-ci se trouvent dans des très petits marchés.

Les chaînes ont acheté la plupart des marchés de banlieue et les journaux communautaires en périphérie des zones métropolitaines en Alberta, car cela permet de réaliser des économies d’échelle dans la mesure où l’on peut se servir d’une imprimerie centrale et diriger tout un réseau peut-être même à partir du local de leur propre quotidien. Ce serait généralement les journaux à grand tirage, les collectivités grandissantes, de même qu’on trouverait davantage des journaux gratuits dans ces zones.

Mr. Merrell: It is more a matter of geography than ownership. If a chain newspaper is in the middle of nowhere where it has no competitors and it has subscriptions, it will take revenue from the readers. If it can get readership revenue, it will not turn it into a freebee. There is no need to turn it into a free distribution newspaper unless there is competition. Competition, in my view, is what has driven the free versus paid in our industry.

Senator Chaput: Having visited all of your members, I am sure they shared with you their main concerns. What is the difference between the concerns of the small owners versus the larger owners?

Mr. Holmes: The most dramatic clear indications I get come from the local owner of the community newspaper. He has been there a long time and he is more connected with his community and he sees he is not going anywhere. He has a more vested interest in his community. I see a different kind of journalism there.

In the chain owned newspaper, I see younger people who are in management or who have publisher responsibilities, and their turnover is more frequent. They do not have a financial stake in their community. However, I could not point to a situation where someone has done something terribly bad or terribly good. I get a different sense of them. They want to move up the corporate ladder and they are looking beyond their community towards their next posting in the next larger community. That is natural. It is not bad, it is just different from the way it was when I was young. Does that answer your question?

Senator Chaput: Yes, it does, sir.

As far as salaries are concerned, I would assume that workers are paid at a higher level in the larger newspapers than the community ones?

Mr. Holmes: Generally speaking, yes. However, to our detriment, we do not have a strong reputation for being a well-paid industry. I believe that our products are strong enough, and I believe we could ask for more of the advertising dollar so that we could pay ourselves, pay our members more. We just need to realize the value that we have. In the community newspaper industry we under-valued our own product. We could be charging more, because our community would give us the money, and we could pay more. However, that is a paradigm that I am working on trying to shift as I talk to people.

The Chairman: It will be very interesting if that works out. You are bucking centuries of tradition there. However, I do not want to discourage you.

We talked about the circulation data, and Senator Carney referred to CanWest and Quebecor controlling 90 per cent of the circulation. Was that 90 per cent of dailies?

Mr. Holmes: Yes.

M. Merrell : C'est plus une question de géographie que de propriété. Un journal appartenant à une chaîne et occupant un terrain où il n'y a pas de concurrents, et si en plus il a des abonnés, les recettes proviendront alors des lecteurs. Si ce journal peut générer des recettes auprès des lecteurs, il ne deviendra pas gratuit. Seule la concurrence fait qu'un journal devient gratuit. À mon sens, c'est la concurrence qui a été à l'origine de la rivalité entre journaux gratuits et journaux payants dans notre secteur.

Le sénateur Chaput : Comme vous avez consulté tous vos membres, je suis sûr qu'ils vous ont fait part de leurs principales inquiétudes. Quelle est la différence entre les inquiétudes des petits propriétaires et des grands propriétaires?

M. Holmes : Les inquiétudes les plus vives qui m'ont été exprimées sont venues de la part du propriétaire d'un journal communautaire local. C'est quelqu'un qui s'occupe de ce journal depuis longtemps, qui est très attaché à sa collectivité et qui ne se voit pas aller ailleurs. Il se dévoue entièrement à sa collectivité. À mes yeux, cela représente un type de journalisme différent.

En ce qui concerne le journal appartenant à une chaîne, les responsabilités relatives à la gestion et à l'édition sont confiées à des jeunes, et le renouvellement du personnel est donc plus fréquent. Ces jeunes n'ont pas d'intérêt financier dans leur collectivité. Cela étant, je ne saurais vous citer d'exemples de quelqu'un qui a fait quelque chose de terrible, ni quelque chose d'excellent. Mon impression d'eux est différente. Les jeunes ont envie de gravir les échelons et voient par-delà leur collectivité leur prochain poste dans une plus grande collectivité. C'est normal. Ce n'est pas mauvais en soi, c'est tout simplement différent de ce qu'étaient les choses quand j'étais plus jeune. Cela répond-il à votre question?

Le sénateur Chaput : Oui, monsieur, tout à fait.

Qu'en est-il des salaires? Je présume que les journalistes sont mieux payés par les grands journaux que par les journaux communautaires?

M. Holmes : Dans l'ensemble, oui. Toutefois, à notre grand dam, notre secteur n'a pas la réputation d'être très lucratif. Pour ma part, je suis convaincu que nos produits sont suffisamment forts et que nous pourrions demander une plus grande part du marché de la publicité de sorte à pouvoir payer nos salaires et offrir de meilleurs salaires à nos membres. Nous devons simplement prendre conscience de notre valeur. Dans le secteur des journaux communautaires, nous sous-estimons notre propre produit. Nous pourrions par exemple le vendre à un prix plus élevé, car notre collectivité serait prête à l'acheter, et nous pourrions alors verser de meilleurs salaires. C'est quelque chose sur laquelle je travaille actuellement pour tenter de changer les choses en parlant aux gens.

La présidente : Ce serait très intéressant de voir le résultat. Vous êtes en train de chambouler des siècles de tradition. Qu'à cela ne tienne, loin de moi l'idée de vous décourager.

Nous avons parlé de données sur les tirages, et le sénateur Carney a fait allusion à CanWest et à Quebecor, lesquels contrôlent 90 p. 100 des tirages. Est-ce 90 p. 100 des quotidiens?

M. Holmes : Oui.

The Chairman: Although these particular figures came on a sheet typed up by somebody else, they are comparable to other data that I have seen. If you have different data, do send them in.

Mr. Holmes: I have no reason to dispute the data you have.

The Chairman: You do not have to work with it because you are a weekly.

Mr. Holmes: That is right.

The Chairman: You have 111 members. Do you know how many journalists are employed by your 111 members?

Mr. Holmes: No, I do not. It is not something we track individually. Given the size and the scope of our membership, some newspapers may have 10 or 15 journalists. Some will have only one; and that person would also be the ad salesperson.

I run three community newspapers out of my town. One paper comes out on Monday, one comes out on Wednesday, and one comes out on Friday, and I employ four journalists to do that. I have two editors, a sports writer and a general reporter. I have four journalists working, print journalists, in the town of Wainwright that has a population of about 5,000 people. They turn out three newspapers a week.

The Chairman: How many pages?

Mr. Holmes: Each one is about 24 to 32 pages per week.

The Chairman: They are earning their pay.

Mr. Holmes: Yes, they are. One thing you learn in community journalism is how to write quickly. It is great experience to learn that. We do not spend a lot of time on a story. We get the facts and we run a lot of good photos to go with those facts because that is what people in our community want. They want to see their picture in the paper.

The Chairman: When we were talking about chains among the weeklies, you said that Great West Newspaper Company and another one had had roots in Hollinger.

Mr. Holmes: Yes.

The Chairman: They are no longer Hollinger problems.

Mr. Merrell: It is a little muddied. Great West Newspaper Company started out as an independent, and the principal involved, Duff Jamison, still owns a significant percentage of the company, but his partner initially was Southern, originally, and then it ended up being Hollinger. The waters are muddied right now as to the ownership. It was more to do with the whole Hollinger situation.

La présidente : Bien que ces chiffres nous soient parvenus imprimés sur une feuille préparée par quelqu'un d'autre, ils sont néanmoins comparables aux autres données que nous avons déjà vues. Si vous disposez de données différentes, veuillez nous en faire part.

M. Holmes : Je n'ai pas de raison de contester les données dont vous disposez.

La présidente : Ces données ne vous concernent pas, puisque votre journal est un hebdomadaire.

M. Holmes : C'est exact.

La présidente : Vous avez 111 membres. Savez-vous combien de journalistes sont employés par vos 111 membres?

M. Holmes : Non, je ne le sais pas. Ce n'est pas le genre d'information que nous recueillons. Cela étant, compte tenu de la taille et de la variété de nos membres, certains journaux comptent entre 10 et 15 journalistes. D'autres, en revanche, n'en ont qu'un seul qui s'occupe aussi de la vente de publicité.

Je dirige trois journaux communautaires dans ma ville. Je publie un journal le lundi, un autre le mercredi et un autre le vendredi, et j'emploie quatre journalistes à cette fin. J'ai deux rédacteurs en chef, un chroniqueur sportif et un journaliste général. J'ai donc quatre journalistes qui travaillent pour moi, s'entend des journalistes de la presse écrite, dans la ville de Wainwright, qui compte une population d'environ 5 000 habitants. Ces journalistes produisent trois journaux par semaine.

La présidente : De combien de pages?

M. Holmes : Chacun des trois journaux compte entre 24 et 32 pages par semaine.

La présidente : Ils méritent bien leur salaire?

M. Holmes : Tout à fait! Une des choses qu'on apprend en journalisme communautaire, c'est comment rédiger rapidement. C'est une excellente expérience. Nous ne consacrons pas énormément de temps à une histoire que nous couvrons. Nous trouvons les faits, puis nous publions un bon nombre de photos qui accompagnent ces faits, car c'est ce qui intéresse les gens de notre collectivité. Ils veulent voir leurs photos dans le journal.

La présidente : Quand nous parlions tout à l'heure de la présence des chaînes dans le monde des hebdomadaires, vous avez dit que la Great West Newspaper Company et une autre avaient émané de Hollinger.

M. Holmes : Oui.

La présidente : Ce n'est plus le problème de Hollinger.

M. Merrell : C'est quelque peu ambigu. À ses débuts, la Great West Newspaper Company était indépendante, et le principal concerné, Duff Jamison, est toujours propriétaire d'une bonne partie de la compagnie, mais son partenaire initial était Southern, dans un premier temps, puis c'est devenu Hollinger. Pour ce qui est de la propriété, disons que les eaux sont actuellement troubles. C'est en grande partie en raison de toute la situation de Hollinger.

Mr. Holmes: Southern Alberta Newspapers, which comprises a bunch of community newspapers, *The Taber Times*, Coaldale's *The Sunny South News*, the *Medicine Hat News* and the *Lethbridge Herald*, is owned by the Southern Alberta Newspaper Group that has some connections with Mr. Radler.

The Chairman: Thank you so much. Your presentation was fascinating. Our next witnesses have been patient, but your evidence was extremely interesting and helpful.

Mr. Holmes: We really thank you for this opportunity to come to speak to you. Hopefully we have been of some help to you in your work.

The Chairman: You have been.

I would invite our next witness Mr. Ross Mayot to come forward. We are very interested to hear what you have to tell us. The floor is yours.

Mr. Ross Mayot, Vice-President, Administration and Business Affairs, Access Media Group: Madam Chair, deputy chair and honourable committee members, my name is Ross Mayot. I am Vice-President of Administration and Business Affairs for ACCESS Media Group, the owner and licensee of ACCESS, Alberta's educational and television service. I would thank you for giving us the opportunity to contribute to your important and timely study of Canadian broadcasting and news media.

As you know, this year Alberta is celebrating its one-hundredth anniversary as a province in Canada's federation. We commend the committee on its efforts to seek out western opinions on your area of study.

I should start with a disclosure. ACCESS does not do newscasts, nor are we in the news gathering business. However, in our view, programs formatted as news, current events, public affairs or informational are all part of a program paradigm intended to inform viewers of the world around them, whether it be the local, national or global. ACCESS, as an educational broadcaster, fulfils an important niche within that paradigm with our informational and public affairs programming, serving viewers in a manner not provided by any other broadcaster in Alberta and, as such, we play a distinct role in the Canadian broadcasting system. Permit me to tell you a little bit about ACCESS.

ACCESS The Education Station is the provincial educational television service for the province of Alberta, and the provincial educational authority as that reference pertains to the Broadcasting Act.

Ten years ago our company, ACCESS Media Group, which is majority owned by CHUM Ltd., submitted a plan and made a commitment to the provincial government to save and revitalise educational television in this province. We converted it from a public sector organization to a private sector company. It was the first, and still is, the only provincial educational television service

M. Holmes : Southern Alberta Newspapers, qui comprend un éventail de journaux communautaires, le *Taber Times*, le *Sunny South News* de Coaldale, le *Medicine Hat News* et le *Lethbridge Herald*, appartient au Southern Alberta Newspaper Group qui a des liens avec M. Radler.

La présidente : Merci infiniment. Votre exposé fut fascinant. Nos prochains témoins nous attendent patiemment, mais sachez que votre témoignage a été extrêmement intéressant et utile.

M. Holmes : Nous voulons vous remercier infiniment de cette occasion de nous entretenir avec vous. Nous espérons que notre comparution pourra vous aider dans vos travaux.

La présidente : Elle a été très utile.

Je voudrais maintenant demander à notre prochain témoin, M. Ross Mayot, de se présenter. Nous attendons avec un vif intérêt ce que vous avez à nous dire. Vous avez la parole.

M. Ross Mayot, vice-président, Administration et affaires commerciales, Access Media Group : Madame la présidente, monsieur le vice-président et honorables membres du comité, je m'appelle Ross Mayot. Je suis vice-président et responsable de l'Administration et des affaires commerciales pour le groupe Access Media, propriétaire et titulaire de la licence d'ACCESS, la télévision éducative de l'Alberta. Je voudrais vous remercier de nous avoir donné l'occasion de contribuer à votre étude importante et opportune sur la radiodiffusion et les médias d'information au Canada.

Comme vous le savez, cette année, l'Alberta célèbre son centième anniversaire en tant que province au sein de la fédération canadienne. Nous saluons le comité pour ses efforts visant à recueillir les opinions de l'Ouest canadien sur le sujet de votre étude.

Je voudrais commencer par vous confier quelque chose : ACCESS n'offre pas de bulletin d'information et ne s'occupe pas du tout d'actualité. Cela dit, nous estimons que les programmes présentés sous forme de nouvelles, d'actualité, d'affaires publiques ou d'informations font tous partie d'un modèle de programmation qui a pour but d'informer les téléspectateurs sur le monde qui les entoure, que ce soit au niveau local, national ou mondial. ACCESS, à titre de diffuseur à vocation éducative, occupe un créneau important au sein de ce modèle grâce à ses émissions d'information et d'affaires publiques qui offrent aux Albertains un service qu'aucun autre diffuseur albertain n'offre, ce qui nous permet de jouer un rôle unique en son genre au sein du système de radiodiffusion canadienne. Permettez-moi de vous parler un peu d'ACCESS.

ACCESS est la télévision éducative provinciale de l'Alberta, la seule autorité en la matière telle que définie dans la Loi sur la radiodiffusion.

Il y a dix ans, notre société, ACCESS Media Group, qui appartient majoritairement à CHUM Ltd., a soumis un plan au gouvernement provincial et s'est engagé à sauver et à revitaliser la télévision éducative dans cette province. Nous avons donc converti une chaîne publique en chaîne privée. À l'époque, elle était la seule, et continue d'être la seule, télévision éducative

to be privately owned and operated. Our business model and our CRTC licence have been built on a unique public-private partnership with Alberta's education ministries.

ACCESS receives no grants from the government. Rather, the ministries are clients and we have formal contracts for services with them. These contracts account for roughly half of ACCESS's revenue, with the other half generated through commercial activity, largely comprised of advertising and program sponsorship. There is no commercial advertising in any of the air time dedicated to the ministry programming or in the preschool children's programming which, combined with the ministry time, represents about half of our program schedule.

Our business is based on the belief that educational television can, and should continue to be, an accessible, relevant and useful resource for learners of all ages and interests, and that it can be an effective advocate and promoter of lifelong learning. We believe ACCESS has demonstrated that over the past 10 years. In 2004 a public survey indicated that 87 per cent of Albertans reported that ACCESS's programming was educational, entertaining and informative.

We have made educational television more contemporary, popular and vital, strengthening its support for and promotion of a learning culture in Alberta. We have taken a position that all good educators have always known, that there can be a healthy relationship between good education and good entertainment. The two are not mutually exclusive. Perhaps Marshall McLuhan made the point somewhat more colourfully when he said, "Those who make a distinction between education and entertainment don't know a thing about either."

We have brought advertising dollars to the service of education, levered money from outside the province to help finance independent production in Alberta, and have significantly increased formal educational output.

We have substantially reduced the cost of the service to the public purse, and we have grown our business in ways that contribute to the educational, social and economic health of the province.

With ACCESS as the base, we have built, and are continuing to build, a successful national learning business, with multiple television channels: Canadian Learning Television, Book Television and CourtTV Canada, all of them available throughout the country.

As well, we operate an educational program distribution company called Distribution ACCESS; a school for continuing education and personal growth called The Learning Annex; and *ideaCity*, an annual conference about the power of ideas. All contribute to our ability to best meet our commitments in the province of Alberta.

provinciale dont les propriétaires et les exploitants sont du secteur privé. Notre modèle d'entreprise et notre licence octroyée par le CRTC sont fondés sur un partenariat public-privé unique en son genre avec le ministère de l'Éducation de l'Alberta.

ACCESS ne reçoit aucune subvention de l'État. En revanche, les ministères sont nos clients, et nous avons des contrats de services en bonne et due forme avec eux. Ces contrats génèrent environ la moitié des recettes d'ACCESS, l'autre moitié provenant d'activités commerciales, essentiellement la publicité et les commandites. Cela dit, nous ne passons pas de publicité commerciale durant les heures d'antenne consacrées aux émissions du ministère ou aux émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire, ce qui représente près de la moitié de notre programmation.

Nous sommes convaincus que la télévision éducative peut et devrait être un outil accessible, pertinent et utile pour les apprenants quels que soient leur âge et leurs intérêts, et qu'elle peut servir à faire efficacement la promotion de l'apprentissage toute la vie durant. Nous sommes convaincus qu'ACCESS en a fait la preuve au cours des dix dernières années. En 2004, il ressortait d'un sondage public que 87 p. 100 des Albertains considéraient que les émissions d'ACCESS étaient éducatives, divertissantes et informatives.

Nous avons rendu la télévision éducative plus contemporaine, populaire et vitale, et ce faisant, nous avons renforcé sa capacité à soutenir et à promouvoir une culture d'apprentissage en Alberta. Nous avons adopté une position connue de tous les bons éducateurs, à savoir que l'on peut entretenir une relation saine entre une éducation de qualité et du divertissement de qualité. Les deux ne sont pas mutuellement exclusifs. Peut-être Marshall McLuhan avait-il expliqué la situation en termes beaucoup plus éloquents en disant ceci : « Ceux qui font une distinction entre l'éducation et le divertissement ne connaissent rien ni à l'un ni à l'autre. »

Nous avons mis les recettes de la publicité au service de l'éducation, mobilisé des fonds de l'extérieur de la province pour contribuer à financer la production indépendante en Alberta et avons considérablement accru la contribution du système d'enseignement officiel.

Nous avons également réduit de manière notable le coût de service jadis assumé par les contribuables, et nous avons élargi notre champ d'action de manières qui contribuent à la santé éducative, sociale et économique de la province.

En faisant front sur ACCESS, nous avons bâti, et ne cessons de bâtir, un secteur de l'apprentissage national prospère, qui possède plusieurs chaînes de télévision : Canadian Learning Television, Book Television et CourtTV Canada, toutes des chaînes accessibles partout au pays.

En outre, nous dirigeons une société de distribution d'émissions éducatives qui s'appelle Distribution ACCESS; une école pour l'éducation permanente et l'épanouissement personnel qui s'appelle The Learning Annex; *ideaCity*, une conférence annuelle sur le pouvoir des idées. Toutes ces activités contribuent à notre capacité à mieux respecter les engagements que nous avons pris envers la province de l'Alberta.

We have steadily increased the range and depth of our audiences, including building a demographic that has traditionally abandoned educational television, the 18-49 age group. We have retained the younger and the older audiences, but we have added, and added with some weight, the 18-49 year-old viewers, a key demographic if strategies for lifelong learning are to be successful. Much of our schedule, including all drama and feature films, is connected to formal courses of study or to the priorities of the education ministries, and we have working relationships with nearly all of the 26 post-secondary institutions in Alberta.

ACCESS works hard to be relevant and useful to all learners, including preschoolers, for whom we have maintained a hallmark of educational television, a daily commercial-free block of quality programs. Language programs, Aboriginal studies, family and lifestyle, health and seniors and telecourses in a wide range of subjects are regular parts of our schedule. These are combined with stimulating programs for adult lifelong learners who may not be registered in formal courses of study, but nevertheless want to use educational television as a meaningful and, yes, entertaining learning resource.

Also, importantly for us and for Alberta's educators, we have understood the impact of technological convergence and the opportunities it presents for education. We have continued to evolve and adapt to the digital era to ensure that our content is useful and accessible in a variety of formats, whether that is broadcast, multimedia or broadband. That is to say, we are changing with the changing needs, priorities and technical capabilities of educators, learners and society as a whole.

We place a priority on informing and engaging our audiences. We produce, acquire and broadcast programming that helps people more fully understand the causes, impact and importance of issues and events that they may have seen on newscasts on other channels. Our goal is to present programming that stimulates people to learn and to be active; to understand social issues such as bullying, family violence, cultural diversity and race relations; to understand and respect science, history and social change; to express themselves, pursue new interests and understand the value of literacy, including media literacy, and early childhood education.

Providing a context for learning is a primary role of ACCESS and of educational television. It is something that we believe enhances citizens and motivates them to be active in their own lives and in their communities.

Nous avons constamment accru le nombre et la variété de téléspectateurs, et nous avons même réussi à interpeller un segment démographique traditionnellement abandonné par la télévision éducative, soit le groupe d'âge entre 18 et 49 ans. Nous avons donc captivé l'auditoire des jeunes et des moins jeunes, et nous avons ajouté à cela plus de poids en attirant les téléspectateurs de 18 à 49 ans, segment démographique crucial pour la réussite de toute stratégie d'apprentissage permanent. L'essentiel de notre horaire, y compris les séries dramatiques et les longs métrages, est lié à des cours ou à des priorités du ministère de l'Éducation, et nous entretenons des relations de travail avec pratiquement la totalité des 26 établissements postsecondaires de l'Alberta.

ACCESS travaille sans relâche à demeurer pertinente et utile pour tous les apprenants, y compris les enfants d'âge préscolaire, au profit desquels nous avons maintenu une télévision éducative hors pair ainsi qu'un bloc quotidien d'émissions de qualité sans publicité. Les émissions de langue, les études autochtones, la famille et le mode de vie, la santé et les personnes âgées ainsi que les téléjours portant sur un vaste éventail de sujets font tous partie de notre programmation régulière. À cela s'ajoutent des émissions stimulantes pour les apprenants adultes qui ne sont peut-être pas officiellement inscrits à des cours, mais qui néanmoins veulent utiliser la télévision éducative comme moyen de s'instruire tout en se divertissant.

De plus, fait important pour nous et pour les éducateurs de l'Alberta, nous avons compris l'impact de la convergence technique et les potentialités qu'elle offre pour l'éducation. Nous avons continué d'évoluer et de nous adapter à l'ère numérique pour faire en sorte que notre contenu soit utile et accessible dans divers formats, que ce soit la radiodiffusion, le multimédia ou les larges bandes. C'est dire que nous sommes en train de changer avec le changement des impératifs, des priorités et des capacités techniques des éducateurs, des apprenants et de la société dans son ensemble.

Informé et engagé nos téléspectateurs constitue une priorité pour nous. Nous produisons, achetons et diffusons des émissions qui aident les gens à comprendre davantage les causes, l'impact et l'importance des enjeux et des événements qu'ils ont peut-être vus dans des bulletins d'information sur d'autres chaînes. Notre but est de diffuser des émissions qui encouragent les gens à apprendre et à être actifs, à comprendre les enjeux sociaux comme l'intimidation, la violence familiale, la diversité culturelle et les relations raciales, à assimiler et à respecter le changement scientifique, historique et social, à s'exprimer, à forger de nouveaux intérêts et à comprendre la valeur de l'alphabétisation, y compris la sensibilisation médiatique et le développement de la petite enfance.

Fournir un contexte propice à l'apprentissage est un rôle de première importance pour ACCESS et pour la télévision éducative. C'est quelque chose qui, à notre sens, renforce le sentiment de citoyenneté et encourage les gens à être actifs dans leur propre vie et au sein de leur propre collectivité.

For example, through our daily, live, hour-long interactive program called *Help!tv*, trends and up-to-date information about jobs, mental and physical health, careers, cultural diversity, leadership, advances in technology, volunteering, where to seek help when it is needed, and a wide range of other topics, are a central part of our daily schedule.

Similarly, our award winning weekly series *Careers TV* travels the country to report on career and educational issues, workplace and business trends, and includes a segment on unconventional careers and vocations called “Off The Beaten Path.”

Speakers Corner is our weekly series that allows Albertans to speak their minds on issues and events of importance to them. In effect, they give us the news.

Whether it is *Business In The New Economy*, produced in association with Athabasca University; *Living Literacies*, produced with Frontier College and York University; or the *Memory Project*, produced in association with the Dominion Institute, featuring Canada’s military service veterans sharing their remarkable, and often heroic stories with Canadians, especially young Canadians, these programs reflect ACCESS’s distinctly different contribution to the information programming mix in Alberta and in the Canadian broadcasting system.

That is a thumbnail sketch of ACCESS.

The committee has issued a number of questions, largely concerning issues related to news media. Since we are not in the news business, we think others can respond more knowledgeably about the state of news business in Canada. However, as a general observation, we think it is certainly the case, as the committee’s research has also pointed out, that, at face value, Canadians have much more access to, and much greater diversity of news sources — local, national and international — than existed at the time of Senator Davey’s report some 35 years ago.

We would also agree that the comments in the committee’s internal report that Canadians are well served with regard to the quality and quantity of news in comparison with other countries. Moreover, newscasts are certainly more culturally diverse and representative than in the past.

We believe that a tip of the hat for initiating and leading that change nationally should go to Citytv in Toronto.

In that regard, the current policies, regulations and legislation appear to be serving the public interest reasonably well. One thing we do not see the need for, nor do we think it would better serve the public interest, is an increase in foreign ownership of Canadian media.

À titre d’exemple, dans notre émission quotidienne, en direct et interactive d’une heure qui s’appelle *Help!tv*, les tendances du marché de l’emploi et des informations à jour, la santé mentale et physique, les carrières, la diversité culturelle, le leadership, les avancées technologiques, le bénévolat, les sources d’assistance, ainsi que toute une palette d’autres sujets, sont autant d’éléments qui font partie de notre programmation quotidienne.

Par ailleurs, dans notre série hebdomadaire primée *Careers TV*, nous parcourons le pays afin de couvrir des questions d’ordre professionnel et éducatif, les tendances professionnelles et commerciales, et nous avons même un segment consacré aux carrières et aux vocations non classiques qui s’intitule « Off The Beaten Path ».

Speakers Corner est une autre de nos émissions hebdomadaires qui permet aux Albertains d’exprimer leurs points de vue sur des questions et des événements d’importance pour eux. Ils nous racontent l’actualité.

Que ce soit *Business In The New Economy*, émission produite en association avec l’Université Athabasca, *Living Literacies*, produite avec le concours du Collège Frontier et de l’Université York, ou *Memory Project*, produite en association avec l’Institut Dominion, mettant en vedette d’anciens combattants canadiens racontant des histoires remarquables et souvent héroïques à leurs compatriotes, notamment les jeunes Canadiens, toutes ces émissions reflètent la contribution singulière d’ACCESS à la programmation informative en Alberta et dans le système de radiodiffusion canadien.

En bref, voilà un aperçu d’ACCESS.

Le comité nous avait posé un certain nombre de questions, ayant trait pour la plupart aux enjeux entourant les médias d’information. Comme nous ne produisons pas d’émissions d’information, nous pensons que d’autres sont mieux placés que nous pour vous parler de l’état des médias d’information au Canada. Cela étant, en guise d’observation générale, nous vous dirons que nous pensons que, comme il ressort d’ailleurs de la recherche faite par le comité, a priori, les Canadiens jouissent d’un plus grand accès à une grande diversité de sources d’information locales, nationales et internationales que du temps du rapport du sénateur Davey il y a quelque 35 ans.

Nous adhérons également aux affirmations faites dans le rapport interne du comité, à savoir que les Canadiens sont bien servis en ce qui a trait à la qualité et à la quantité d’informations qu’ils reçoivent par rapport à d’autres pays. Mieux encore, les bulletins d’information sont certainement plus hétérogènes et représentatifs sur le plan culturel que par le passé.

Nous croyons que nous devons lever notre chapeau à Citytv à Toronto qui a été à l’origine de ce changement sur le plan national.

À cet égard, les politiques, la réglementation et la législation actuelles semblent raisonnablement bien servir l’intérêt public. Une des choses dont nous ne voyons pas la nécessité, et nous pensons pas non plus que cela servirait davantage l’intérêt public, c’est l’augmentation du nombre de propriétaires étrangers de médias canadiens.

The committee has asked a question about the role of Canada's public broadcasters in light of the massive changes in the broadcasting landscape over the last 25 years. I am sure you have already heard plenty on the role of CBC, and we do not have anything useful to contribute on that score.

However, we do know something about educational television and the state of public educational broadcasting. Our president, Ron Keast, myself and others on our team, have been involved in educational television, public and private, for quite a few years — in fact, a few decades.

As you know, none of the public educational broadcasters is mandated by their provincial governments or licensed by the CRTC to be in the news business. Having recently met with our educational television colleagues in the Association for Tele-Education in Canada, or ATEC, we are not aware of any interest on their part to get into the news business. Given the state of funding these days, we think that is a sensible position.

However, like us, they produce, acquire and broadcast excellent public affairs and informational programming and make a significant contribution to our broadcasting system. Last year, for example, we co-acquired with the other educational broadcasters the exceptional series *Canada: A People's History* for broadcast and cassette distribution to schools throughout Alberta as a curriculum resource.

Clearly the financial pressures on publicly funded educational broadcasters reflect the overall pressure on the public purse. They will have to find a way to meet those pressures and to demonstrate to their funders and their publics, that they continue to be cost-effective, relevant and useful educational resources and, therefore, deserving of ongoing public funding.

As you might appreciate, we are big supporters of the public-private partnership model in educational television. We have proven in Alberta that it works and it may well be applicable in other provinces. Over the past several years we have had discussions with officials in some of the provinces about our model, but it is up to them to decide whether they have better alternatives to sustain and grow their public educational television services.

As I noted at the outset, we believe educational television has played, and should certainly continue to play, an important and distinct role in the Canadian broadcasting system, utilising television and other learning technologies as an accessible and useful resource for formal and informal learning.

Madam Chair, that concludes our formal remarks. I hope they will be of some use to your committee's work, and I would be happy to respond to any questions.

Le comité avait posé une question sur le rôle des radiodiffuseurs publics canadiens à la lumière des changements massifs survenus dans le paysage de la radiodiffusion au cours des 25 dernières années. Je suis sûr que vous avez déjà entendu beaucoup de témoignages à propos du rôle de la SRC, et nous n'avons rien de nouveau à ajouter à cela.

Toutefois, nous connaissons bien la télévision éducative et la situation de la diffusion publique éducative. Notre président, Ron Keast, moi-même et d'autres membres de notre équipe avons plusieurs années d'expérience en télévision éducative, publique et privée — en fait, quelques dizaines d'années.

Comme vous le savez, aucun diffuseur éducatif public n'a l'obligation de diffuser des informations en vertu d'un mandat du gouvernement provincial ou d'une licence délivrée par le CRTC. Nous avons rencontré nos collègues de la télévision éducative de l'Association des télédiffuseurs éducatifs du Canada, l'ATEC, et autant que nous sachions, ils ne s'intéressent nullement à la diffusion de bulletins d'information. Étant donné le niveau de financement actuel, nous pensons que c'est une attitude raisonnable.

Toutefois, tout comme nous, ils produisent, acquièrent et diffusent une excellente programmation d'affaires publiques et d'information et ils apportent une contribution appréciable à notre système de diffusion. L'année dernière, par exemple, nous avons acquis en commun avec d'autres télédiffuseurs éducatifs l'exceptionnelle série *Canada : A People's History* pour la diffuser et la distribuer sous forme de cassettes dans les écoles de l'Alberta.

Il est évident que les contraintes financières que subissent les télédiffuseurs éducatifs qui comptent sur un financement public sont le reflet des pressions générales exercées sur le Trésor public. Il va falloir trouver le moyen de faire face à ces contraintes et de démontrer aux bailleurs de fonds et au public qu'une telle dépense permet d'obtenir des ressources rentables, pertinentes et éducatives et par conséquent, qu'elle mérite un financement permanent à même les deniers publics.

Vous comprendrez que nous appuyons vigoureusement le partenariat secteur public/secteur privé en télévision éducative. Nous avons fait la preuve en Alberta que cela fonctionne et que cela pourrait convenir à d'autres provinces. Depuis quelques années, nous avons rencontré les autorités de certaines provinces pour discuter de notre modèle et il leur appartient de décider des méthodes à retenir pour appuyer et faire prospérer les services publics de télévision éducative.

Comme nous l'avons signalé au départ, nous pensons que la télévision éducative a joué un rôle particulier et important dans le réseau de diffusion canadienne et cela se poursuit avec le recours à la télévision et d'autres technologies d'apprentissage qui constituent une ressource utile et accessible pour un apprentissage traditionnel et moins traditionnel.

Madame la présidente, avec cela, nous terminons notre exposé. J'espère qu'il sera utile aux travaux du comité et je répondrai volontiers à vos questions.

The Chairman: It is a unique model. It is not surprising that, when you come to Alberta, you find unique models for all kinds of things.

Senator Trenholme Counsell: Mr. Mayot, educational television is very near and dear to my heart because I have committed quite a bit of my time in recent years to early childhood learning and family issues. What you are doing is important, interesting and probably groundbreaking in some respects. You have about a 10-year history I see.

This is excellent, but this is happening in Alberta that has resources that some parts of Canada do not have. Ontarians, as well, have this type of television. I come from New Brunswick. Can you give me a national perspective on this kind of educational television programming. Can you also tell me what you foresee for the future nationally?

Mr. Mayot: There are publicly funded and operated educational television services in British Columbia. The Knowledge Network of the west, which is part of the Open Learning Agency, is operating in the province of British Columbia.

Senator Trenholme Counsell: Is it all public funding?

Mr. Mayot: Yes. ACCESS is a private operation with a public partnership in Ontario. TVOntario operates TVO, the English language network, and TFO, which is the French language network. That is all public. Télé-Québec is the broadcaster in Quebec, and SCN is the educational broadcaster in Saskatchewan.

We have been in educational television since 1974, and have had relationships with all of those broadcasters as colleagues, so we have an appreciation of the fine work they are trying to do. In our view, it continues to be important work.

There is a role not only for young people. As we have tried to establish ACCESS as both a medium for content and as playing an advocacy role for lifelong learning, we must have individuals in that 18-49 age group as part of our constituency, or else we will miss the essence of the concept of lifelong learning.

When I was at TVOntario, we used to say: We own the kids, we own the preschool kids." When they got to be about 8 years old they moved to Homer Simpson and *The Simpsons*. They did not come back until they had families of their own for Elwy Yost and *Saturday Night at the Movies*. There was a great gap in the middle because educational television simply did not appeal to a large sector of that 18-49 demographic.

We have challenged ourselves to address that by, in fact, being more popular. We do not find any shame or concern about trying to appeal to that group, draw them into the tent with popular programming, because when they are in the tent, we can share the other messages for lifelong learning and how to get involved in a course. The relationships between education and career, all of those messages can only happen if you have them in the tent in the first place.

La présidente : C'est un modèle unique. On ne doit pas s'étonner qu'en Alberta on trouve des modèles uniques dans toutes sortes de domaines.

Le sénateur Trenholme Counsell : La télévision éducative me tient particulièrement à cœur car récemment, je me suis consacrée énormément à l'apprentissage de la petite enfance et aux questions reliées à la famille. Votre œuvre est importante, intéressante et probablement innovatrice à certains égards. Vous avez environ 10 ans d'existence.

C'est tout à fait louable mais vous oeuvrez en Alberta et l'Alberta a des ressources que d'autres régions du Canada n'ont pas. Ce type de télévision existe également en Ontario. Je suis du Nouveau-Brunswick. Pouvez-vous me présenter une perspective nationale de ce genre de programmation télévisuelle éducative? Pouvez-vous me dire ce que vous envisagez pour l'avenir à l'échelle nationale?

M. Mayot : Il existe des services de télévision éducative publics et financés à même les fonds publics en Colombie-Britannique. Le réseau de la connaissance de l'ouest, qui fait partie de la Open Learning Agency, diffuse en Colombie-Britannique.

Le sénateur Trenholme Counsell : Est-il financé à même des fonds publics?

M. Mayot : Oui. ACCESS est une société privée qui bénéficie d'un partenariat public en Ontario. TVOntario exploite TVO, le réseau de langue anglaise et TFO, le réseau de langue française. Tout cela est public. Télé-Québec est le diffuseur au Québec et SCN le diffuseur éducatif en Saskatchewan.

Nous nous occupons de télévision éducative depuis 1974 et nous avons eu des liens avec tous ces diffuseurs, en tant que collègues, de sorte que nous sommes bien au courant de l'excellent travail qu'ils font. À notre avis, cela continue d'être un travail important.

La télévision éducative ne s'adresse pas uniquement aux jeunes. Nous avons essayé, avec ACCESS, d'offrir un contenu et de jouer un rôle positif pour l'apprentissage permanent. Pour cela, il nous faut avoir des téléspectateurs dans le groupe d'âge 18-49, sinon l'essence même de la notion d'apprentissage permanent disparaît.

Quand j'étais à TVOntario, nous disions : « Notre auditoire, ce sont les enfants d'âge préscolaire et nous avons l'exclusivité. » À partir de l'âge de 8 ans, ils regardaient plutôt Homer Simpson et *The Simpsons*. Ainsi, ils étaient perdus pour nous jusqu'à ce qu'ils aient leur propre famille et qu'ils regardent *Elwy Yost* et *Saturday Night at the Movies*. Entre les deux, il y avait un grand écart parce que la télévision éducative n'intéressait pas le groupe de téléspectateurs âgés de 18 à 49 ans.

Nous avons relevé ce défi en tâchant d'être plus populaire. Nous ne voyons rien de honteux ou d'inquiétant à essayer d'attirer ce groupe en lui offrant une programmation populaire, parce qu'une fois cela fait, nous pouvons les attirer vers l'apprentissage permanent et la façon de s'inscrire à un cours. Établir des rapports entre l'instruction et la carrière, ce genre de messages, n'est possible que si l'auditoire nous est déjà acquis.

Senator Trenholme Counsell: Do you want to add something?

Mr. Mayot: On your point about the future of educational television, we have also built a national educational television service called Canadian Learning Television, CLT, largely because the provincial services were unable, for political, jurisdictional reasons, to come together as public entities to provide a national service, and it was not an easy go. We fought quite a few legal and regulatory battles to establish that national educational service. We see that as an important ingredient in terms of making sure that, from Newfoundland to Victoria and up into Canada's North, there is an educational service that similarly promotes lifelong learning and provides content for lifelong learning.

As for the future of educational television in general, we are obviously hopeful that it continues. We have partners in many ways. Even though we have different financial models, we share the same mission. We take a private sector approach to serving public policy. They take a public sector approach. We want all of that to continue.

Senator Trenholme Counsell: Is Télé-Québec public?

Mr. Mayot: Yes.

Senator Trenholme Counsell: As is SCN?

Mr. Mayot: Yes.

Senator Trenholme Counsell: Is all of your private funding from CHUM?

Mr. Mayot: CHUM Ltd. is the majority shareholder. CHUM owns 60 per cent. There are other minority shareholders, and our chairman is Moses Znaimer, well known for his initiatives with Citytv and within the CHUM enterprise.

Senator Trenholme Counsell: Manitoba and Atlantic Canada do not have this kind of service, and that worries me. How does Canada compare to other countries in terms of educational television?

Mr. Mayot: In terms of the services that exist in the four provinces, I think Canada compares wonderfully well. Our educational broadcasters win awards around the world for what they do. They are looked to by the other PBS-type services in the United States. We have a good market for the kind of material we produce. The United States buys our programming.

There is no other model like ACCESS. The others are public sector models. In the United States, for example, and increasingly, there are services on the specialty television side such as The Learning Channel, A & E, Discovery, National Geographic, that have a lot of content that used to be the domain of educational television. They saw some of the value of that, but they are not true educational services. They have no relationships with universities, colleges or technical institutes.

Le sénateur Trenholme Counsell : Voulez-vous ajouter quelque chose?

M. Mayot : À propos de l'avenir de la télévision éducative, j'ajouterais que nous avons constitué un service national de télévision éducative, le CLT, Canadian Learning Television, essentiellement parce que les services provinciaux étaient incapables pour des raisons politiques et de partage des compétences de se réunir pour offrir un service national, mais cela n'a pas été facile. Pour constituer ce service éducatif national, nous avons dû mener des luttes juridiques et de réglementation. Nous pensons que c'est un élément important pour garantir que de Terre-Neuve à Victoria et jusque dans le Grand Nord, on puisse compter sur un service éducatif qui fait la promotion uniforme de l'apprentissage permanent et qui offre un contenu à cette fin.

Pour ce qui est de l'avenir de la télévision éducative en général, nous espérons évidemment qu'elle sera maintenue. Nous avons établi toutes sortes de partenariats. Malgré des différences dans les modèles financiers, nous avons en commun la même mission. Nous abordons la politique publique avec les yeux du secteur privé. Ailleurs, on le fait avec les yeux du secteur public. Nous voulons que cela continue.

Le sénateur Trenholme Counsell : Télé-Québec est-il public?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Tout comme SCN, n'est-ce pas?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Est-ce que tout votre financement privé vient de CHUM?

M. Mayot : CHUM Ltée est le principal actionnaire. CHUM détient 60 p. 100 des intérêts. Il y a d'autres actionnaires minoritaires et notre président est Moses Znaimer, bien connu pour ses initiatives avec Citytv et au sein de l'entreprise CHUM.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je m'inquiète de ce que le Manitoba et les provinces de l'Atlantique ne puissent pas compter sur ce genre de service. Comment le Canada se compare-t-il à d'autres pays en matière de télévision éducative?

M. Mayot : Si l'on s'en tient aux services qui existent dans quatre provinces, je pense que le Canada est dans une situation très honorable. Nos diffuseurs éducatifs gagnent des prix de par le monde pour leur production. Aux États-Unis, ils sont recherchés par les autres services de type PBS. Nous pouvons compter sur un marché solide pour ce que nous produisons. Les États-Unis achètent notre programmation.

Il n'existe pas d'autre modèle comme ACCESS. Les autres modèles sont publics. Aux États-Unis, par exemple, on offre des services spécialisés sur des chaînes comme The Learning Channel, A & E, Discovery, National Geographic, et une grande partie du contenu de ces chaînes était autrefois l'apanage de la télévision éducative. On a donc reconnu la valeur de cette programmation mais ces chaînes n'offrent pas de véritables services éducatifs. Elles n'ont pas de relations avec les universités, les collèges et les instituts techniques.

The Chairman: You have to pay to get them.

Mr. Mayot: Yes, you have to pay to get those channels through Cable or Satellite services, exactly.

Senator Trenholme Counsell: Is yours the only service that allows a student to take university or college courses via television?

Mr. Mayot: The Knowledge Network, SCN and TVOntario, in their own measure, have relationships with schools, and they are expanding that.

TVOntario fell away from that for a while, but in the last several years it has brought that back up as an important part of their mission to reconnect with education, not only at the post-secondary level but also at the K to 12 level.

Senator Trenholme Counsell: Are you using American material?

Mr. Mayot: Yes.

Senator Trenholme Counsell: What percentage of your material is American?

Mr. Mayot: By our licence, as technically a commercial broadcaster, we have to broadcast in the broadcast day an average of 60 per cent Canadian material, but in fact we do use American, British, Australian and other material.

Senator Trenholme Counsell: Up to 40 per cent?

Mr. Mayot: Up to 40 per cent, yes.

Senator Trenholme Counsell: How much of your children's programming is Canadian?

Mr. Mayot: About 90 per cent of the children's programming is Canadian. Canada has a strong reputation in producing quality preschool programming.

The Chairman: I know my children preferred *The Polka Dot Door* to *Sesame Street*.

Senator Chaput: On page 4 of your presentation you deal with second language programs. In what languages are those second language programs?

Mr. Mayot: They run the gamut. There are a number in the day part of our schedule. They are also included in our weekend schedule.

Senator Chaput: Does it have to do with schools also? For example do immersion schools have access to programs in French on your service?

Mr. Mayot: Yes, indeed, they do. We provide French, Spanish, German and various language groups.

Senator Chaput: I come from Manitoba where there is no educational television, but we see what is going on in Ontario. Would you be open to partnerships with other provinces?

La présidente : Et pour y avoir accès, il faut payer, n'est-ce pas?

M. Mayot : Oui. Il faut effectivement payer pour avoir accès à des chaînes par le câble ou par satellite.

Le sénateur Trenholme Counsell : Votre service est-il le seul qui permet à un étudiant de suivre des cours de niveau universitaire ou collégial grâce à la télévision?

M. Mayot : Le Knowledge Network, SCN et TVOntario, dans une certaine mesure, ont des relations avec les écoles, et cela est en train de prendre de l'ampleur.

TVOntario, pendant un certain temps, s'est détourné de cela, mais depuis quelques années, on le réintègre pour en faire une part importante de la mission de la société qui est d'entretenir des liens avec non seulement le niveau postsecondaire mais également de la maternelle à la 12^e année.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous servez-vous des productions américaines?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Dans quelle proportion?

M. Mayot : Les conditions de notre licence, puisque nous sommes à toutes fins pratiques un diffuseur commercial, exigent que notre programmation quotidienne soit à 60 p. 100 canadienne mais en fait, nous utilisons des productions américaines, britanniques, australiennes et d'autres.

Le sénateur Trenholme Counsell : Pour 40 p. 100, n'est-ce pas?

M. Mayot : Jusqu'à 40 p. 100, oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Quelle proportion de vos émissions pour enfants est-elle canadienne?

M. Mayot : Environ 90 p. 100. Le Canada a une solide réputation pour la production d'une programmation préscolaire de qualité.

La présidente : Je sais que mes enfants préféreraient *The Polka Dot Door* à *Sesame Street*.

Le sénateur Chaput : Vous parlez des émissions en langue seconde à la page 4 de votre exposé. En quelle langue sont-elles?

M. Mayot : Nous en avons de toutes sortes. Il y en a un certain nombre diffusées le jour. Il y en a également pendant le week-end.

Le sénateur Chaput : Est-ce que c'est orienté vers l'école également? Par exemple, les écoles d'immersion ont-elles accès aux émissions en français que vous offrez?

M. Mayot : Oui, tout à fait. Nous offrons des émissions en français, en espagnol, en allemand et en diverses autres langues.

Le sénateur Chaput : Je viens du Manitoba où la télévision éducative n'existe pas et je vois ce qui se passe ici en Ontario. Accepteriez-vous des partenariats avec d'autres provinces?

Mr. Mayot: By all means. As I briefly mentioned, over the years, we have had various discussions with provincial authorities, including New Brunswick, about ways in which this private sector, public sector model can allow a quality service using the capital of the private sector, and a lesser portion than would typically be required from the public sector, to have a quality educational television service.

From our point of view, we can see that model being very functional and effective. By the reaction from our public here in Alberta, it is extremely attractive to people because it means that the public contribution would be much lower than it would traditionally have been.

Senator Chaput: You get about 50 per cent, of your revenues from the province and, instead of being called a grant, the province pays your network for services that you offer to the schools; is that right? They buy the services from you?

Mr. Mayot: Yes. The contract is for activity we do over the air through the broadcast and the non-broadcast side. We have a media resource centre that does bulk dubbing for programming, and we clear the rights so that schools throughout Alberta can have access to cassettes or, increasingly, DVD's or online.

Senator Chaput: On page 3, you talk about independent production in Alberta. I guess that means that you have independent producers who develop programs for you. Do you also buy programs from producers outside of Alberta?

Mr. Mayot: Yes, we do.

Senator Chaput: You are open to that, also?

Mr. Mayot: Yes, absolutely.

Senator Chaput: Is there a certain percentage?

Mr. Mayot: No. Frankly, we give priority to material that has a relationship with Alberta schools. We give priority to independent producers in Alberta. About 75 per cent of our production money, of our new programming money, is spent on independent producers.

Senator Eyton: Am I correct in saying that ACCESS, at least in its previous form, was publicly owned and only 10 years ago became privately owned and funded?

Mr. Mayot: Yes.

Senator Eyton: What happened then? Was it simply provincial policy at the time? CHUM Ltd., the Waters family, are known for careful attention to the bottom line, and I am curious to know why they were a part of it.

Mr. Mayot: Back in, perhaps, 1993, the Government of Alberta of the day decided that it no longer wanted to be in television. They were in the educational television business, and

M. Mayot : Absolument. Comme je l'ai dit brièvement, au fil des ans, nous avons eu des discussions avec les autorités provinciales, y compris celles du Nouveau-Brunswick, sur la façon dont ce modèle secteur privé/secteur privé permet d'obtenir un service de qualité en utilisant le capital du secteur privé, et des capitaux du secteur public mais dans une proportion moindre, pour offrir un service de télévision éducative de qualité.

Selon nous, ce modèle est très fonctionnel et efficace. À en juger par la réaction de notre public ici en Alberta, ce modèle est extrêmement attrayant car la contribution publique est beaucoup plus faible qu'elle ne le serait d'ordinaire.

Le sénateur Chaput : Vous obtenez environ 50 p. 100 de vos revenus de la province et, au lieu de qualifier cela de subvention, la province paie votre réseau pour des services offerts dans les écoles. C'est cela, n'est-ce pas? La province vous achète les services?

M. Mayot : Oui. Notre contrat vise nos activités, émissions diffusées et non diffusées. Nous avons un centre de ressources des médias qui s'occupe essentiellement du doublage de la programmation et nous achetons les droits de sorte que les écoles d'un bout à l'autre de l'Alberta y ont accès sur cassette ou, de plus en plus, sur DVD ou en ligne.

Le sénateur Chaput : À la page 3, vous parlez de la production indépendante en Alberta. Je suppose que cela signifie que des producteurs indépendants produisent des émissions pour vous. Achetez-vous également des émissions produites à l'extérieur de l'Alberta?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Chaput : Vous faites cela également, n'est-ce pas?

M. Mayot : Oui, absolument.

Le sénateur Chaput : Fixez-vous un certain pourcentage?

M. Mayot : Non. À vrai dire, nous accordons la priorité à ce qui est pertinent pour les écoles albertaines. Nous accordons la priorité aux producteurs indépendants albertains. Environ 75 p. 100 de notre budget de production, de notre budget pour les nouvelles émissions, est consacré aux producteurs indépendants.

Le sénateur Eyton : Ai-je raison de penser que ACCESS, du moins dans sa première incarnation, était propriété publique et que c'est seulement il y a 10 ans que l'entité est devenue propriété privée financée par le secteur privé?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Eyton : Que s'est-il passé alors? S'agissait-il tout simplement d'une politique provinciale? CHUM Ltée, la famille Waters, est bien connu pour le sérieux de sa gestion, et je suis curieux de savoir pourquoi cela les a intéressés.

M. Mayot : Vers 1993, le gouvernement de l'Alberta a décidé de quitter le secteur de la télévision. Il s'occupait de la télévision éducative et il a annoncé qu'il allait cesser, et qu'il ne la

they let it be known that they were going to close it down, that they would no longer fund it. They charged the board with the responsibility to consider the alternatives.

Because of Ron Keast's relationship in educational television from days gone by, and my own, we knew that community very well. We decided that we should not let that service go dark, so we put together our own plan, financial model. We told the board that we could help them stay in the education business through learning technologies but that they would not have to operate it. We told them that the costs of doing that would be much less, and the output in formal education would be much greater, through our own efficiencies.

The board accepted that proposition, took it to the political side. Cabinet liked the model. The government of the day supported our application for a licence from the CRTC. We were the first. This was a policy-breaking decision by both the government and the CRTC.

Senator Eyton: Do the shareholders get a return on their investment?

Mr. Mayot: Yes, the shareholders do get a return.

Senator Eyton: Could you profile for me the kind of the revenue stream for ACCESS on an annual basis? Are there advertisements, for example?

Mr. Mayot: Yes.

Senator Eyton: Are there contributions?

Mr. Mayot: Yes.

Senator Eyton: Is there government funding?

Mr. Mayot: Yes. We operate an integrated service. We have ACCESS, Canadian Learning Television and Book Television all based in Edmonton, so there is some integration of those channels, and that allows us to lever the infrastructure and the costs. The annual revenue for ACCESS would be something under \$10 million with, to date, roughly half of that being provided by contract from the government ministries. Advertising and program sponsorship generates most of the rest.

Senator Eyton: From an earlier answer I gather that the costs are running less than that, so there is a profit of some sort.

Mr. Mayot: Yes, there is a small profit. When we started building the service, there was no profit, but over the last five years we have shown that the model works both financially and, as important, educationally. There is a return now. At this stage, it would not be attractive as a return to some commercial broadcasters, but there is a return.

Senator Eyton: Given that success, are you aware of any others that may, in fact, do the same thing in other parts of Canada?

financerait plus. Le gouvernement a demandé au conseil d'administration d'étudier la possibilité de solutions de rechange.

Grâce aux anciennes relations de Ron Keast avec la télévision éducative et grâce aux miennes, nous connaissons très bien cette communauté. Nous avons décidé de ne pas laisser ce service disparaître et nous avons donc proposé notre propre plan, notre propre modèle financier. Nous avons dit au conseil que nous pourrions l'aider à rester dans le domaine de l'éducation par le biais des nouvelles technologies d'apprentissage mais qu'il n'aurait plus à s'en charger. Nous leur avons dit que cela coûterait beaucoup moins cher et que le rayon éducatif serait beaucoup plus large grâce à nos moyens.

Le conseil a accepté cette proposition et l'a transmise aux responsables politiques. Ce modèle a plu au cabinet. Le gouvernement de l'époque a appuyé notre demande de licence auprès du CRTC. Nous étions les premiers. C'était quelque chose de tout à fait nouveau par rapport à la politique courante tant pour le gouvernement que pour le CRTC.

Le sénateur Eyton : Les actionnaires y trouvent leur compte?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Eyton : Pourriez-vous me dessiner le profil des sources de recettes pour ACCESS sur une base annuelle? Par exemple, avez-vous des recettes publicitaires?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Eyton : Des contributions?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Eyton : Des fonds gouvernementaux?

M. Mayot : Oui. C'est un service intégré. Il y a ACCESS, Canadian Learning Television et Book Television, tous basés à Edmonton, donc ces chaînes sont plus ou moins regroupées, ce qui nous permet des économies d'infrastructure et de coûts. Les recettes d'ACCESS sont d'un peu moins de 10 millions par an, dont environ la moitié correspondent à des contrats avec les ministères du gouvernement. Le reste des recettes est pratiquement couvert par la publicité et le parraine des programmes.

Le sénateur Eyton : Si j'ai bien compris une de vos réponses précédentes, vos coûts sont inférieurs à ce chiffre, vous faites donc un petit bénéfice.

M. Mayot : Oui, un petit bénéfice. Lorsque nous avons lancé ce service, nous ne faisons pas de bénéfice, mais depuis cinq ans nous donnons la preuve que ce modèle fonctionne tant sur le plan financier que sur le plan, tout aussi important, éducatif. Aujourd'hui, nous faisons un bénéfice. Pour certains diffuseurs commerciaux, cela ne suffirait peut-être pas, mais nous faisons un bénéfice.

Le sénateur Eyton : Puisque c'est un succès, savez-vous s'il y a d'autres modèles de ce genre dans d'autres régions du Canada?

Mr. Mayot: Four or five years ago there were notions of it in Ontario, again with some prospect of privatizing a public enterprise. Ontario looked into privatizing TVOntario. We offered our perspective on it. More recently the Government of British Columbia entertained the idea of dissolving the Knowledge Network or considering financial models that could be sustained other than through public funding. British Columbia, to my knowledge, is still entertaining that idea. They have not made a decision.

Senator Eyton: You are talking about relationships with other like services. Can I assume that there is good cooperation between them?

Mr. Mayot: Our programming people get together and look at whether they can make group buys, because, frankly, the story of education in Canada is a very balkanized one. Every province jealously protects its jurisdiction. Even though there are many commonalities, they have been silos, and that has gotten in the way of a lot of cooperation.

A producer may start in the east and come west trying to sell a series. He may find individual buyers. However, if we identify programming to be the sort that all education broadcasters will buy, then the price will come down and it is more widely disbursed. That has been accepted by some of our colleagues.

Senator Eyton: Would CLT be one of the vehicles for doing that?

Mr. Mayot: CLT participates in that, yes.

Senator Eyton: Does it overlap along borderlines in any way?

Mr. Mayot: I am hopeful that we share audiences and sustain audiences. In the scheme of 120-odd channels, five or six educational services need to be cooperative. We need to create critical mass and ensure that the argument for educational television is in people's minds. If they know of us, then they will know others such as CLT or Knowledge Network. We are small in the scheme of things.

Senator Eyton: But you are together.

Mr. Mayot: Yes. Part of our strategy is to try to cooperate more than we have in the past.

Senator Eyton: What would you like our report to reflect about learning television?

Mr. Mayot: I would love you to say that it continues to be, and should be, not only a spot on the dial, but the mission of educational television as a learning resource and as a champion for lifelong learning. It is an issue that faces Canada at large. Not many national or provincial vehicles are driving home that message to the public, but we are, and any support you can give in terms of championing that message, would be greatly appreciated.

M. Mayot : Il y a quatre ou cinq ans, il en a été vaguement question en Ontario, où il s'agissait encore une fois de l'éventualité de privatisation d'une entreprise publique. L'Ontario avait envisagé de privatiser TVOntario. Nous leur avons fait part de notre expérience. Plus récemment, le gouvernement de Colombie-Britannique a envisagé de dissoudre le Knowledge Network ou de réfléchir à des modèles financiers qui reposeraient sur d'autres sources que des fonds publics. À ma connaissance, la Colombie-Britannique continue de réfléchir à cette idée. Ils n'ont pas encore pris de décision.

Le sénateur Eyton : Vous avez parlé de relations avec d'autres services analogues. Puis-je en déduire que la coopération entre eux est bonne?

M. Mayot : Nos responsables de la programmation se réunissent pour étudier les possibilités d'achats groupés car, pour être franc, l'éducation au Canada est fort balkanisée. Toutes les provinces défendent jalousement leur juridiction. Même s'il y a beaucoup de points communs, il reste toujours des silos qui font obstacle à la coopération.

Un producteur peut commencer dans l'est et venir dans l'ouest pour essayer de vendre une série d'émissions. Il peut trouver des acheteurs individuels. Cependant, si nous pouvons trouver des émissions du genre que tous les radiodiffuseurs éducatifs voudront acheter, le prix diminue et le coût est plus largement partagé. Certains de nos collègues ont fini par l'accepter.

Le sénateur Eyton : Est-ce que CLT est l'un des outils utilisés?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Eyton : Y a-t-il débordement aux frontières?

M. Mayot : Mon espoir est de partager les auditoires et de les conserver. Lorsqu'il y aura 120 canaux, il faudra que les cinq ou six chaînes éducatives coopèrent. Il faut créer une masse critique d'auditeurs et de téléspectateurs pour que la télévision éducative ne disparaisse pas. S'ils nous connaissent, ils en connaîtront forcément d'autres comme CLT ou le Knowledge Network. Nous sommes un élément infime de cet univers.

Le sénateur Eyton : Mais vous travaillez ensemble.

M. Mayot : Oui. Un des objectifs de notre stratégie est de multiplier les efforts de coopération.

Le sénateur Eyton : Qu'aimeriez-vous lire dans notre rapport sur la télévision éducative?

M. Mayot : Qu'elle continue d'exister et qu'elle ne soit pas un simple canal parmi tant d'autres car la télévision éducative a pour mission d'être une ressource d'apprentissage et le champion de l'éducation permanente. C'est une question qui concerne tout le Canada. Il n'y a pas beaucoup de supports nationaux ou provinciaux qui peuvent véhiculer ce message au public. Nous, nous le faisons et toute l'aide que vous pourrez nous apporter à véhiculer ce message sera des plus appréciée.

Senator Munson: I live in Ontario and I have become an avid viewer of TVO. You talked about cooperation. Do the programs that they produce have a chance to be on ACCESS?

Mr. Mayot: Certainly. Our programming people meet at the television markets and they talk. They know one other intimately. They consider what is available and, where the price is right, they buy and sell to one another.

Senator Munson: You have taken programming that was produced in Ontario about, say, Northern Ontario or Aboriginals, and shown it to your viewers in Alberta; is that right?

Mr. Mayot: Yes. Increasingly, senator, there is more co-production at the initiation stage. It is not just a matter of buying or selling a finished product. There is more of an attempt to co-produce, whether it is done through an independent producer or through an in-house production. We will be asked, "Here is what we are doing as a programming priority. Do you want to come in as a co-producer and help produce it, not just buy it when it is finished?" The frequency of that approach is increasing.

Senator Munson: It is fascinating that there can be this educational thread running across the country. I would certainly enjoy seeing a program out of Alberta being televised on TVO.

Mr. Mayot: I would enjoy seeing that too.

Senator Munson: What is your market share?

Mr. Mayot: It is in the range that educational television has traditionally shared, and that depends on whether it is on the Canadian side or in the United States. It is a share of under 5 per cent. That does not fluctuate much, whether through our model or anybody else's.

Senator Munson: How does *Speakers Corner* work?

Mr. Mayot: That involves a mobile video unit that allows anybody to talk into the camera. We put it in malls, in schools and in community centres. Sometimes we prompt with a question. However, it is *Speakers Corner* which means that you can get up on your soapbox and talk into the camera. We then compile that material and, every week, we create a half-hour show of what Albertans have to say. It could be a rant, a tribute, or an issue that they want to deal with or feel is not being addressed. It is our way of hearing from the public direct in their own language.

Senator Munson: CTV tried that, but they did not seem to find many people with diverse views, so they dropped it. It was a very short experiment.

Mr. Mayot: It is certainly not a big money maker, but it is an important outreach dimension for us.

Senator Merchant: When do you air *Speakers Corner*?

Le sénateur Munson : J'habite en Ontario et je suis un téléspectateur assidu de TVO. Vous avez parlé de coopération. Est-ce que les programmes produits par TVO ont une chance d'être diffusés sur ACCESS?

M. Mayot : Certainement. Nos responsables de la programmation se rencontrent dans les foires consacrées à la télévision et ils discutent. Ils se connaissent tous entre eux. Ils voient ce qui est disponible et si le prix est juste, ils achètent et ils vendent.

Le sénateur Munson : Vous avez acheté des émissions produites en Ontario sur, par exemple, le nord de l'Ontario ou les Autochtones, et vous les avez montrées à vos téléspectateurs en Alberta, n'est-ce pas?

M. Mayot : Oui. Monsieur le sénateur, de plus en plus de projets reposent sur la coproduction. Il n'est plus question d'acheter ou de vendre simplement des produits finis. La coproduction est devenue une réalité, qu'elle soit le fait de producteurs indépendants ou de producteurs maison. Il arrive qu'on nous dise : « Nous avons l'intention de produire cette série. Est-ce que cela vous intéresserait de la coproduire, de nous aider à la produire plutôt que d'acheter le produit fini? » C'est de plus en plus fréquent.

Le sénateur Munson : Je trouve fascinant ce maillage éducatif à l'échelle du pays. J'aimerais beaucoup voir une émission en provenance de l'Alberta diffusée sur TVO.

M. Mayot : Moi aussi.

Le sénateur Munson : Quelle est votre part de marché?

M. Mayot : La part qui est toujours revenue traditionnellement à la télévision éducative, mais ce n'est pas la même chose du côté canadien que du côté américain. Cela représente moins de 5 p. 100. Cela ne bouge pas beaucoup que cela soit notre modèle ou un autre.

Le sénateur Munson : Quelle est la recette de *Speakers Corner*?

M. Mayot : Il faut une unité vidéo mobile qui permet à tout le monde de parler à la caméra. Nous l'installons dans les malls, dans les écoles, dans les centres communautaires. Il nous arrive de proposer un thème. Cependant, c'est *Speakers Corner*, ce qui veut dire que vous pouvez monter sur votre boîte à savon et dire ce que vous voulez à la caméra. Nous regroupons toutes ces interventions et chaque semaine nous créons une émission d'une demi-heure sur ce que les Albertains ont à dire. Ils peuvent râler, louer ou parler d'une question qui les intéresse ou qui est, à leur avis, ignorée. C'est notre manière de donner directement la parole au public.

Le sénateur Munson : CTV avait essayé mais il semblerait qu'il n'arrivait pas à trouver suffisamment de points de vue divergents, ils ont donc abandonné. L'expérience a été très courte.

M. Mayot : Il est certain que cela ne rapporte pas gros, mais c'est une dimension de communication importante pour nous.

Le sénateur Merchant : Quand programmez-vous *Speakers Corner*?

Mr. Mayot: It is an evening show on Thursday nights.

Senator Merchant: Do you have any trouble compiling a half-hour show every week?

Mr. Mayot: No. Young people can talk for a long time.

Senator Merchant: Do you make efforts to, for instance, run a campaign against drinking and driving or usage of drugs? Around election time the Government of Canada runs ads trying to encourage young people to vote. Do you zero in on events during the year and try to solicit local participation, encourage it or somehow promote it? Do you, for instance, participate in career days, or do you let students come into your space?

Mr. Mayot: Yes. There is a mention in my formal brief about *Careers TV* and *Help!tv*. *Help!tv* is a unique daily show in Canadian television. It is an hour-long, supertime show that deals with every issue under the sun. It is a live show with phone-in, email and fax interaction. We have a bank of topical subject area experts who attend every show. The show deals with everything. It could be a complete show on substance abuse; bullying; obesity; or any of social issue. The show invites viewers to call in and express their views, and to talk to the experts. People who are dealing with the issue of obesity can talk candidly and privately. They get expert advice on how to deal with their issue off line, off the air. The expert will help them by informing them of the kind of resources that are out there.

Help!tv is a very energetic, high tempo show aimed at young people. It talks to their issues in a way that they can relate to, both in format and in style, and it is a remarkable vehicle for addressing those issues. Doctors, social workers and experts of every kind come in to deal with those issues.

Senator Merchant: Do you have any way of measuring your audience?

Mr. Mayot: We do. We measure the audience. Again, the audience would not challenge *America's Funniest Videos*, but we have a healthy audience for the nature of the programming, and the value the program has in terms of sending a message to young people and others.

Senator Merchant: Do you sell advertising?

Mr. Mayot: Yes, there is advertising in that program.

Senator Merchant: Do you make a conscious effort to avoid certain types of advertising, because you are trying to reach all age levels, but you are an educational television? For instance, some people object to hospitals having McDonald's or doughnut shops in the hospital because they are supposed to be promoting healthy habits. I recognize that we cannot legislate what people will eat

M. Mayot : Le jeudi soir.

Le sénateur Merchant : Vous n'avez pas de problème à alimenter une émission d'une demi-heure toutes les semaines?

M. Mayot : Non. Parler longtemps ne fait pas peur aux jeunes.

Le sénateur Merchant : Apportez-vous votre participation, par exemple, à des campagnes contre l'alcool au volant ou la consommation de drogues? Au moment des élections le gouvernement du Canada fait une campagne de publicité encourageant les jeunes à voter. Est-ce que vous choisissez des événements pendant l'année pour lesquels vous essayez de solliciter la participation locale, l'encourager ou, en quelque sorte, la promouvoir? Par exemple, participez-vous aux journées consacrées aux carrières, ou laissez-vous les étudiants intervenir sur votre chaîne?

M. Mayot : Oui. Je dis quelques mots dans mon mémoire sur *Careers TV* et *Help!tv*. *Help!tv* est une émission quotidienne unique dans le paysage télévisé canadien. C'est une émission d'une heure, à l'heure du souper, qui aborde toutes les questions possibles et imaginables. C'est une émission en direct avec appels, courriels et télécopies en direct. Nous avons une banque de spécialistes de toutes les questions qui participent à chaque émission. Cette émission aborde tout. Elle peut être consacrée entièrement à la toxicomanie; aux brimades; à l'obésité ou à toute question sociale. Elle invite les téléspectateurs à appeler et à s'exprimer, à dialoguer avec les spécialistes. Ceux qui veulent parler d'obésité peuvent le faire en toute candeur et en privé. Les conseils qui leur sont donnés par les spécialistes le sont hors antenne. Les spécialistes les aident en les informant sur les ressources disponibles.

Help!tv est une émission pleine d'énergie et de rythme destinée au jeune public. Elle leur parle de leurs problèmes dans une langue qu'ils comprennent, dans un format qui leur convient, et c'est un véhicule remarquable pour ce genre de questions. Il y a toutes sortes de médecins, de travailleurs sociaux et de spécialistes qui participent à ces émissions.

Le sénateur Merchant : Pouvez-vous mesurer votre audience?

M. Mayot : Oui. Nous mesurons notre audience. Encore une fois, le taux est loin d'atteindre celui de *America's Funniest Videos* mais nous avons un bon auditoire compte tenu de la nature de nos émissions et de la valeur des messages adressés aux jeunes et aux moins jeunes.

Le sénateur Merchant : Vous vendez des écrans de publicité?

M. Mayot : Oui, il y a de la publicité dans cette émission.

Le sénateur Merchant : Est-ce que vous essayez consciemment d'éviter certains types de publicité puisque votre objectif est d'atteindre tous les niveaux d'âge, mais dans le contexte de la télévision éducative? Par exemple, d'aucuns n'admettent pas la présence dans les hôpitaux de McDonald ou de stands de beignets puisque les hôpitaux sont censés promouvoir des habitudes

and that it is up to people to make their own choices. Do you make some concerted effort to avoid running certain ads at certain times of the day?

Mr. Mayot: As a condition of their licence, all broadcasters have codes of advertising setting out what is and what is not allowed. I would not claim that we are more diligent about that than other broadcasters. We may be, but I would have no way to quantify that.

We deal with those things through the editorial content of the show. We have an engagement on the issues rather than a screening of the advertising because, frankly, we need the advertising.

Senator Merchant: You might have a program on trans fats and then turn around and have an ad advertising fast foods right on the heels of the show.

Mr. Mayot: I cannot say I am aware of that example, but it is possible, yes.

Senator Merchant: This might be very confusing to a 4- or a 5-year-old child.

Senator Munson: I am involved with CAYFO, Child and Youth friendly Ottawa. An anti-bullying conference was held in Ottawa in March when we heard from various speakers, including Peter Yarrow of Peter, Paul and Mary, the vocal group. I have just been sending messages to TVO. It is very inspirational for me to be involved, because I enjoy educational programs. They are outlets for good, positive things and where people can make a difference in the lives of others.

Mr. Mayot: A similar conference on bullying was held here in Edmonton, Alberta, in June or July of last year. We were the only broadcaster to cover it wall to wall.

Senator Eyton: I am fascinated by your programming and what you are doing. Is there an opportunity for individuals to fund a particular program, and do they do that?

Mr. Mayot: Do you mean through sponsorship?

Senator Eyton: Yes, a type of sponsorship.

Mr. Mayot: Yes.

Senator Eyton: Not typically advertising?

Mr. Mayot: No. Program sponsorship has been a hallmark of educational television where they have not had advertising. It was a model used by the PBS in the United States. Educational broadcasting in Canada will have a line where we tell our audience: This program is brought to you by so-and-so, or is supported in part by company X.

Senator Eyton: Is that all?

Mr. Mayot: Yes.

Senator Eyton: Does that include individuals?

alimentaires saines. Je sais que nous n'avons pas le droit d'interdire aux gens de manger ce qu'ils veulent et que c'est à eux de prendre leur décision. Est-ce que malgré tout vous faites des efforts pour éviter de faire passer certaines publicités à certaines heures de la journée?

M. Mayot : Comme condition de l'attribution de leur licence, tous les diffuseurs doivent respecter des codes de publicité qui indiquent ce qui est permis et ce qui ne l'est pas. Je ne prétendrai pas que nous sommes plus diligents que d'autres radiodiffuseurs. C'est possible, mais il est impossible de le mesurer.

Nous réglons ces problèmes au niveau du contenu éditorial de ces émissions. Nous prenons des engagements vis-à-vis de certaines questions mais nous n'assujettissons pas la publicité à notre philosophie car, pour être honnêtes, nous avons besoin de ces recettes de publicité.

Le sénateur Merchant : Vous pourriez avoir une émission sur les acides gras trans suivie de publicité sur les produits de restauration rapide.

M. Mayot : Je n'ai pas connaissance d'exemple de ce genre, mais c'est possible, oui.

Le sénateur Merchant : Pour un enfant de 4 ou 5 ans, cela peut poser des problèmes de compréhension.

Le sénateur Munson : Je prête mon concours à Ottawa : l'amie de la jeunesse. Une conférence antibrimade a été organisée à Ottawa en mars au cours de laquelle nous avons entendu plusieurs conférenciers, y compris Peter Yarrow de Peter, Paul and Mary, le trio de chanteurs. Je viens d'envoyer des messages à TVO. Je trouve que participer est très inspirant car j'adore les programmes éducatifs. Ils ont un côté positif et des conséquences positives sur la vie des autres.

M. Mayot : Une conférence analogue a été organisée ici à Edmonton, en Alberta, en juin ou juillet de l'année dernière. Nous avons été les seuls à la télédiffuser intégralement.

Le sénateur Eyton : Je trouve votre programmation et ce que vous faites fascinant. Les particuliers peuvent-ils financer certains de vos programmes, et le font-ils?

M. Mayot : Sous forme de parrainage?

Le sénateur Eyton : Oui, c'est une forme de parrainage.

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Eyton : Ce n'est pas vraiment de la publicité?

M. Mayot : Non. Le programme du parrainage a été l'image de marque de la télévision éducative qui ne présente pas de publicités. C'est le modèle qu'a utilisé PBS aux États-Unis. La télévision éducative au Canada présente à ses téléspectateurs un message du genre : cette émission vous est présentée grâce à un tel ou un tel, ou a reçu l'appui notamment de la société X.

Le sénateur Eyton : Est-ce que c'est tout?

M. Mayot : Oui.

Le sénateur Eyton : Est-ce qu'il peut s'agir de personnes?

Mr. Mayot: I wish that individuals would come forward and say that they want to be associated with us and help make a program happen. That does not happen.

Senator Eyton: I would have thought that, especially in Calgary which is a wealthy city, a fair number of good people who had done very well, would want to do something.

Mr. Mayot: We have had sponsorship in relation to foundations, but not individuals at this stage.

The Chairman: Do you accept ads aimed at children?

Mr. Mayot: No, we do not.

The Chairman: What is the cutoff?

Mr. Mayot: The cutoff is established by the conditions of the licence that every broadcaster is obliged to adhere to by the CRTC. In our case — this is not a condition, this is not a requirement of ours, it is a discretionary choice of ours — none of our children's programming contains any advertising at all.

The Chairman: I am assuming there would be some spillover from the rest of your programming.

Mr. Mayot: We have very little of that kind of programming. The nature of the daytime and evening programs we run does not lend itself to advertising, say, Cheerios or kids' toys.

The Chairman: You told us that you are not in the news business. However, listening to you, I was reminded of what, in the newspaper business maybe in the 1980s, was a buzz word "music and news." You are not in the news business. You do not cover the political speeches of the day. You do not have a daily newscast. However, you do broadcast *Help!tv*, *Careers TV* and *Speakers Corner*. You may even cover business matters. These are the kinds of things that news organisations do, and a lot. I am not complaining about the volume of such material. I am trying to get a fix on where the dividing line should be drawn. If one is trying to understand the whole news information continuum, that is one matter for consideration.

Do you have any interest in edging further into the public affairs arena with politically oriented chat shows or panel shows of the type that TVOntario and Télé-Québec put on?

Mr. Mayot: I take your point that it is a spectrum. Where does one begin and one end? I was saying that we do not do news and we do not do news gathering in the convention of newscasts, as they have come to be known in commercial television; or news gathering, or news in content as it is packaged. I am speaking within the realm of television. That is not the world we are in. We have no interest in being in that world. It is an expensive world. It is not what we think educational television should be all about — the ephemeral side of news today, news tomorrow or news the next day.

M. Mayot : J'aimerais que des personnes se présentent en se disant prêtes à s'associer avec nous pour permettre la diffusion d'une émission. Mais cela n'arrive jamais.

Le sénateur Eyton : Je pensais en particulier à Calgary, qui est une ville prospère. On trouverait un certain nombre de personnes de bonne volonté, ayant parfaitement réussi dans la vie, qui seraient prêtes à faire quelque chose.

M. Mayot : Jusqu'à maintenant, des fondations nous ont accordé des parrainage, mais pas des personnes.

La présidente : Est-ce que vous acceptez la publicité destinée aux enfants?

M. Mayot : Non.

La présidente : Quel est le seuil critique?

M. Mayot : Le seuil critique est fixé par les conditions de la licence qu'impose le CRTC à tous les radiodiffuseurs. Dans notre cas — et ce n'est pas une condition, c'est une exigence de notre part, un choix délibéré — aucune de nos émissions pour enfants ne contient la moindre publicité.

La présidente : Je suppose que le reste de votre programmation a quand même certaines retombées.

M. Mayot : Nous avons très peu d'émissions de ce genre. La nature des émissions que nous présentons en journée et en soirée ne se prête pas à la publicité de Cheerios ou des jouets pour enfants.

La présidente : Vous dites que vous n'êtes pas dans la nouvelle à proprement parler. Cependant, à vous écouter, je me souviens que dans les années 80, la formule à la mode, c'était « de la musique et des nouvelles ». Vous ne présentez pas de nouvelles. Vous ne transmettez jamais les discours politiques de l'heure. Vous n'avez pas de journal télévisé quotidien. Cependant, vous diffusez *Help!tv*, *Careers TV* et *Speakers Corner*. Vous avez même des émissions d'affaires. C'est le genre de choses auxquelles s'intéressent de près les organismes de nouvelles. Je ne me plains pas de la quantité de nouvelles qu'on nous propose. J'essaie de voir où il faut placer la limite. Quand on essaye de comprendre le monde de l'information, c'est là un élément à prendre en considération.

Est-ce que vous envisagez de pénétrer davantage la scène des affaires publiques avec des tribunes à caractère politique comme celles que proposent TVOntario et Télé-Québec?

M. Mayot : Je comprends ce que vous dites, c'est effectivement un spectre. Où commence un élément et où finit l'autre? Je disais que nous ne faisons pas de nouvelles et nous ne préparons pas de journal télévisé, comme on dit dans le monde de la télévision commerciale, pas plus que de collecte de l'information. Je parle ici du domaine de la télévision. Nous n'intervenons pas dans le domaine des nouvelles. Nous ne nous y intéressons pas. C'est une activité qui coûte cher. À notre avis, ce n'est pas un domaine auquel la télévision éducative doit s'intéresser, c.-à-d. au côté éphémère des nouvelles d'aujourd'hui, de demain ou d'après-demain.

Our goal is to help people engage issues, understand, build their awareness, and that includes everything from programs on health to programs on science, history or forensics.

I am not trying to set us up as being holier than those who do news programming. I am just saying that is the niche that we can concentrate on — and it is a niche by mandate — we think is an important one to bring to Canadians and Albertans, and so there is no idea of where one begins and one ends. In the format we do not do news. We do not do a 6 o'clock, an 11 o'clock or a 10 o'clock news show. We do this other kind of informational programming.

As to edging into public affairs and running a *Studio 2* kind of program as does TVOntario, no, we would not do that. Frankly, the resources required to do that would be large. *Studio 2* is an excellent but expensive program. It started when I was at TVOntario, but it is an expensive proposition for a small operation, a \$9- or \$10-million operation like ACCESS.

The Chairman: Thank you.

Mr. Mayot: It has been a pleasure.

The Chairman: I would ask Rebecca Aizenman to come forward.

Welcome to the committee. I would ask you to talk for maybe four minutes and then we will ask you questions

Ms. Rebecca Aizenman, as an individual: I would like to thank the committee for acknowledging the public in this city. Seldom do individual members of the have the opportunity to present a point of view to official government committees, so I thank you for this opportunity, and I compliment you on that process.

I would like to deal with standards and responsibility in the print media using specific examples from my hobby of reading newspapers. I subscribe to the three dailies in Calgary, which take up the better part of the day to read as best as I can.

I would also like to deal with some omissions and some very good examples of journalism in TV as was recently evidenced by the scene in Southeast Asia.

On the second day of the disaster in Southeast Asia, the State of Israel supplied a fully equipped EL AL Airline to travel to the disaster area. There was a fleeting glimpse of equipment on that plane going to wherever. It had a split second showing on CBC TV. Never again was it shown.

A week ago someone brought an item to my attention. It came from the B'nai Brith online site somewhere in the United States. The State of Israel supplied 80 tonnes of food and supplies to a particular area. I believe it was Ache in Northwest Indonesia. At no point was that story reported in the Canadian press. I went through *The Globe and Mail*, the *National Post* and, of course, the *Calgary Herald*. At no point was it reported. Here was this tiny, tiny country doing what it had to do to help other countries

Notre objectif est d'aider les gens à comprendre ce qui se passe, à se sensibiliser et cela comprend toutes sortes d'émissions, sur la santé, les sciences, l'histoire ou la médecine légale.

Je ne prétends pas que nous sommes meilleurs que ceux qui présentent des émissions de nouvelles. Je dis simplement que nous pouvons nous concentrer sur un autre créneau, conformément à notre mandat, qu'il est important de proposer nos émissions aux Canadiens et aux Albertains, et on ne peut donc pas parler d'un domaine qui commence où un autre finit. Nous ne faisons pas de nouvelles. Nous n'avons pas de bulletin de nouvelles à 18 heures, à 22 heures pas plus qu'à 23 heures. Nous avons des émissions d'information, mais d'un autre genre.

Quant à une intrusion dans les affaires publiques pour présenter une émission du genre *Studio 2*, comme TVOntario, nous ne le souhaitons pas. Pour cela, il faudrait des ressources considérables. *Studio 2* est une émission excellente, mais coûteuse. Elle a commencé lorsque j'étais à TVOntario, mais c'est un projet qui coûterait cher pour une petite station au budget de neuf ou dix millions de dollars comme ACCESS.

La présidente : Merci.

M. Mayot : Le plaisir était pour moi.

La présidente : J'aimerais demander à Rebecca Aizenman de s'avancer.

Soyez la bienvenue au comité. Je vais vous demander de parler pendant quatre minutes, puis nous vous poserons des questions.

Mme Rebecca Aizenman, à titre personnel : Je tiens à remercier le comité de donner la parole à la population de cette ville. Il est rare que de simples citoyens aient l'occasion d'exprimer leur point de vue à des comités officiels du gouvernement, et je vous remercie donc de me permettre de le faire, et je vous en félicite.

J'aimerais parler des normes et responsabilités des médias écrits en prenant quelques exemples précis trouvés dans les journaux, dont la lecture est un de mes passe-temps favoris. Je suis abonnée à trois journaux de Calgary, dont la lecture m'occupe une bonne partie de la journée. J'essaye d'en tirer l'essentiel.

J'aimerais également aborder certaines omissions et certains exemples du journalisme télévisuel tel qu'il s'est récemment manifesté en Asie du Sud-Est.

Le lendemain de la catastrophe d'Asie du Sud-Est, l'État d'Israël a fourni un avion d'EL AL tout équipé qui s'est rendu dans la zone du sinistre. On a aperçu furtivement l'équipement avant le départ de l'avion. Le reportage a été présenté pendant quelques secondes à la télévision de CBC. Il n'a jamais été rediffusé.

Il y a quelques semaines, quelqu'un a porté un problème à mon attention. L'information provenait du site Internet de B'nai Brith aux États-Unis. L'État d'Israël a envoyé 80 tonnes de nourriture et de fournitures dans une certaine région. Je crois que c'était à Ache, dans le nord-ouest de l'Indonésie. La presse canadienne n'en a jamais parlé. J'ai parcouru le *Globe and Mail*, le *National Post* et, bien sûr, le *Calgary Herald*. Ils n'en ont jamais parlé. Le tout petit pays d'Israël fait ce qu'il peut pour aider d'autres pays à

survive, and the national media did not report it — and you ask about the role of the media in understanding international relations. I leave that with you.

I would like to now deal with standards in the print medium. I have been a subscriber to *The Globe and Mail* for 35 years. As a former educator, *The Globe and Mail* was a textbook in my Canadian studies courses many years ago. If it is in *The Globe and Mail*, it is the truth; it is correct. Very seldom is *The Globe and Mail* sued for incorrect or improper reporting or disparaging character stories. I say this to you because *The Globe and Mail* sets the standard for print journalism in this country. I cannot live without that newspaper. I also compliment the *National Post* on its business sections. They are factual. They are exceedingly informative and, again, that sets a standard. I will not deal with editorial content, because that is the prerogative of each paper. However, I would like to deal with local print media, and I ask your indulgence for a few extra moments.

The Davey commission, in the early 1970s, travelled throughout the country looking at print media. Even in those days when the *Calgary Herald* was under the “editorialship” of Parker Kent, it was an excellent city newspaper. Although I do not think it rated in the first top 10 newspapers in Canada, it was a good paper.

I am a native Calgarian. I have seen the paper devolve into what I would call a “glitz and glamour” newspaper. In my opinion, one cannot use that paper as an authoritative source of news. The paper prides itself on appealing to the demography of Calgary, so most of the paper deals with lifestyle and real life entertainment. For one week we got a series on the spas in Calgary, or “how to outdo Martha Stewart.” I have not made this up. That is not a standard for information.

I cannot cite a reference but, several years ago, a study was done that showed people who use print media are far better informed voters than people who watch TV. However, 10 days ago there was an excellent source of TV journalism on the television. The stories that Mr. Don Murray did on China set an all time high. Anybody who watched those two shows was motivated to go out and learn about China. That is a standard of journalism that sets the standard for his colleagues to follow.

The Chairman: Would I be correct in saying that it was, in fact, Patrick Brown?

Ms. Aizenman: I stand corrected.

The Chairman: I watched those shows and I agree with you that they were superb. So much was covered in those evenings.

Senator Munson: It seems that there are fewer and fewer reporters covering the national scene. When I was a reporter based in Ottawa, the *Calgary Herald* did have a national reporter. Do you see a slippery slope here of profit driven newspapers at the expense of more voices in a democracy?

survivre, et les médias nationaux n'en parlent pas, alors que vous posez une question concernant le rôle des médias dans la compréhension des relations internationales. À vous de juger.

J'aimerais maintenant parler des normes de la presse écrite. Je suis abonnée au *Globe and Mail* depuis 35 ans. J'étais autrefois éducatrice, et le *Globe and Mail* m'a servi de référence dans mes études canadiennes il y a plusieurs années. Si le *Globe and Mail* en parle, c'est que c'est vrai; c'est exact. Le *Globe and Mail* a été très rarement poursuivi pour avoir publié des articles inexacts ou inconvenants, ou pour avoir présenté quelqu'un de façon désobligeante. Je vous dis cela parce que le *Globe and Mail* fixe la norme du journalisme écrit dans ce pays. Je ne pourrais pas vivre sans lui. Je félicite également le *National Post* pour son cahier sur les affaires. On y trouve des faits exacts, bourrés d'informations, et ce journal fixe lui aussi la norme. Je ne parlerai pas de son contenu éditorial, car c'est là la prerogative de chaque journal. Cependant, j'aimerais parler de la presse écrite locale, si vous voulez bien m'accorder quelques instants supplémentaires.

Au début des années 70, la commission Davey a parcouru le pays pour étudier la presse écrite. Même à l'époque où Parker Kent signait l'éditorial du *Calgary Herald*, c'était un excellent journal local. Je ne l'aurais sans doute pas classé parmi les dix premiers journaux canadiens, mais c'était un bon journal.

Je suis née à Calgary. J'ai vu ce journal se transformer pour se consacrer aux paillettes et au tape-à-l'oeil. À mon avis, il ne peut plus servir de source de nouvelles faisant autorité. Il se flatte de rejoindre les couches populaires de la population de Calgary et traite essentiellement de vie quotidienne et de loisirs. Pendant une semaine, on a eu une série sur les spas de Calgary ou sur la façon de faire mieux que Martha Stewart. Je n'invente rien de cela. Ce n'est pas de l'information.

Je ne peux pas citer de référence mais, il y a quelques années de cela, une étude qui a été faite a démontré que les gens qui lisent les médias imprimés sont des électeurs beaucoup plus informés que ceux qui regardent la télévision. Cependant, il y a 10 ans de cela, la télévision était une excellente source journalistique. Les reportages de M. Don Murray sur la Chine ont suscité un intérêt sans précédent. Toux ceux qui ont regardé ces deux émissions avaient envie de sortir de chez eux et de se renseigner sur la Chine. Il a établi ce faisant une norme journalistique pour ses collègues.

La présidente : Est-ce que je me trompe en disant qu'il s'agissait en fait de Patrick Brown?

Mme Aizenman : Vous avez raison.

La présidente : J'ai regardé ces émissions, et je suis d'accord avec vous pour dire qu'elles étaient parfaites. On avait dit tant de choses ces soirs-là.

Le sénateur Munson : On dirait qu'il y a de moins en moins de journalistes affectés à la couverture de la scène nationale. Lorsque j'étais reporter à Ottawa, le *Calgary Herald* y avait un reporter chargé des affaires nationales. Entrevoyez-vous ici une pente savonneuse où les journaux à but lucratif font entendre moins de voix dans une démocratie?

Ms. Aizenman: Yes, I do. Again, my frame of reference is from here. I have to go beyond my local paper to get news from Ottawa. Maybe I am a political junky, but I like to know what is happening in my country.

As another example of good print journalism, Madam Chair, yesterday *The Globe and Mail* did a full-page breakout story about how members of Parliament would vote on the same-sex issue. It was an excellent piece of journalism investigation. It is to be retained for future reference, and let us see how it breaks out when the final vote is taken. That, to me, is what backgrounders should be about. At the local level, I really have to search for backgrounders.

Were it not for the national newspapers, I would not know what is going on. I would watch TV, but my point is that print journalism should give you that background. It may not be profit driven, but what is a newspaper about? I have some background of having to research newspapers to find news in order to know what was going on in the country.

Senator Munson: As an aside, when we were in Vancouver yesterday I read *The Vancouver Sun*, and there was not one international story.

Ms. Aizenman: There you are.

Senator Trenholme Counsell: We heard repeatedly in Vancouver that there is little or no coverage of the provincial legislature. What would be your comment about the situation in Alberta?

Ms. Aizenman: When the House is sitting, there is coverage because that is the big news from Edmonton. Until the House sits, there is little news, but it does depend on the issues of the day. That raises the question of how that news is reported. There are times when you would think that the local paper was an arm of the communications division of the government, because it is pointed in a certain direction. At least one columnist writes columns that are very snappy and they are always in favour of the government point of view, to which you can reply with letters to the editor. I do not see that in *The Globe and Mail*. That is a personal observation.

The Chairman: It is important for me to note that it is not part of a Senate committee's job to tell newspapers what their politics should be. Your perspective as a resident of Calgary and a reader of newspapers is important to us, but do not expect us to come out with a report saying that any particular newspaper has the wrong columnist writing for it.

Ms. Aizenman: I realize that. It is just a point of view. For that reason you read other papers to get a point of view and nothing is more enlightening than to read about what is happening in Alberta in a national paper.

The Chairman: Thank you very much indeed.

Mme Aizenman : Oui, je le crois. Encore une fois, mon cadre de référence est ici. Pour obtenir des nouvelles d'Ottawa, je dois lire autre chose que mon journal local. Je suis peut-être une aficionado de la politique, même j'aime savoir ce qui se passe dans mon pays.

Je mentionne un autre exemple de bon journalisme imprimé, madame la présidente, hier le *Globe an Mail* a publié une pleine page en primeur sur la manière dont les députés fédéraux allaient voter dans le débat sur le mariage gai. C'était de l'excellent journalisme d'enquête. Cela doit nous servir de référence future, et nous verrons comment les choses se seront passées lorsque le vote ultime aura lieu. Pour moi, c'est à cela que servent les reportages de fond. Au niveau local, j'ai peine à trouver des reportages de fond.

Sans les journaux nationaux, je ne saurais pas ce qui se passe. Je regarderais la télévision, mais je crois que le journalisme imprimé doit vous donner des renseignements de fond. Ce n'est peut-être pas rentable, mais quelle est la raison d'être d'un journal? J'ai l'habitude de chercher dans les journaux pour trouver des nouvelles afin de savoir ce qui se passe dans le pays.

Le sénateur Munson : Soit dit en passant, lorsque nous étions à Vancouver hier, j'ai lu le *Vancouver Sun*, et je n'y ai pas trouvé un seul article sur l'étranger.

Mme Aizenman : C'est bien ce que je dis.

Le sénateur Trenholme Counsell : On nous a dit à maintes reprises à Vancouver qu'on ne couvre pas ou à peu près pas l'assemblée législative provinciale. Qu'en est-il de la situation en Alberta?

Mme Aizenman : Lorsque l'assemblée siège, il y a une couverture parce que ce sont les grandes nouvelles qui nous proviennent d'Edmonton. Quand l'assemblée ne siège pas, on en parle peu, mais cela dépend des questions du jour. Ce qui pose la question de savoir comment on rapporte les nouvelles. Il y a des moments où il y a lieu de croire que le journal local est un instrument de la division des communications du gouvernement parce qu'il privilégie une certaine orientation. Il y a au moins un chroniqueur dont les chroniques sont très mordantes, et celles-ci sont toujours favorables au point de vue gouvernemental, ce à quoi on peut répondre en écrivant à la rédaction. Je ne vois pas ce genre de choses dans le *Globe and Mail*. C'est une observation personnelle.

La présidente : J'ai l'obligation de signaler qu'il n'entre pas dans les attributions d'un comité du Sénat de dire aux journaux quel doit être leur parti pris politique. Votre perspective en tant que résidente de Calgary et lectrice de journaux nous importe, mais ne vous attendez pas à ce que nous produisions un rapport où nous dirions qu'un certain journal ne devrait pas employer tel ou tel chroniqueur.

Mme Aizenman : Je comprends cela. C'est seulement mon point de vue. C'est pour cette raison qu'on lit d'autres journaux, pour obtenir un autre point de vue, et il n'y a rien de plus instructif que d'apprendre d'un journal national des choses qui se passent en Alberta.

La présidente : Merci beaucoup.

For what it is worth, I have to tell you that, the next day, I knew about the 80 tonnes from Israel. I do not recall how I came to know about it, but I did. I knew that Israel had made a massive, immediate effort, for a population the same as that in my Greater Montreal area. It was very impressive, and I registered that. Somebody told me about it.

Senator Merchant: I knew about it, too. I do not know where I saw it but I saw it. I may have seen it on American television.

The Chairman: I wish I could give you the reference, but I cannot. I do know that I knew about it. Somehow, the news is getting out, if that is any comfort.

Ms. Aizenman: Thank you for this opportunity.

Senator Merchant: I may have seen it on CNN, because I scan all the American stations.

Ms. Aizenman: It came from American sources.

Senator Merchant: I believe you are correct.

The Chairman: Thank you so much.

I would now ask Mr. Oscar Fech to come forward.

Mr. Oscar Fech, as an individual: Good morning, senators. I study world history. I have travelled to over 50 countries. I ran as a MLA candidate twice, and I find it atrocious when the news media does not pick up on true justice and fairness. I was sort of barred from TV, from the papers and from the *Calgary Herald*. I could go on and on.

The reality is that I met Mr. Gorbachev. I met George Bush Sr. here at this hotel. I am sort of politically inclined. I met Senator Hays at the convention here in Calgary, and I also talked to Senator Michael Kirby. He spoke about health care. I indicated to him that I think everything has been spin-doctored so much that we have to get back to the meat, and create good accountability in everything.

It seems that, with globalization, we are living just like people did in the Roman Empire days. All of us are being manipulated. We have to stand up. I do stand up. I have been harassed and my phone is bugged. It is frightening. We are living in a democratic world, so-called, but that is not the case. We are not. We are living in a dictatorship, globally, and we have got to stop that. If we do not, we will not save the environment. We are not doing anything for the poor, the homeless and the needy. The news media does not cover that. All they are inclined to do is make money, and that is wrong.

I put an ad in about my campaign, just a little ad, and it cost me \$3,000 or \$4,000. That is highway robbery. Two lines cost you \$200 or whatever. I have listened in at the House of Commons gallery and at the Senate gallery. Unless we all start standing up, fighting for true justice, fairness, we are going to self-implode.

À tout hasard, je dois vous dire que, le lendemain, j'ai appris cette histoire à propos des 80 tonnes d'Israël. Je ne me souviens pas comment je l'ai appris, mais le fait est que je l'ai appris. Je savais qu'Israël avait fait un effort massif, immédiat, pour une population qui est la même que celle de mon secteur du Grand Montréal. C'était très impressionnant, et j'ai noté cela. Quelqu'un m'en a parlé.

Le sénateur Merchant : J'étais au courant aussi. Je ne sais pas où je l'ai vu, mais je l'ai vu. Il se peut que je l'aie vu à la télévision américaine.

La présidente : J'aimerais vous donner la référence, mais j'en suis incapable. Je sais que j'étais au courant. D'une manière ou d'une autre, la nouvelle sort, si cela peut vous rassurer.

Mme Aizenman : Je vous remercie de m'avoir écoutée.

Le sénateur Merchant : Il se peut que je l'aie vue sur CNN parce que je zappe tous les postes américains.

Mme Aizenman : La nouvelle provenait de sources américaines.

Le sénateur Merchant : Je crois que vous avez raison.

La présidente : Merci beaucoup.

Je vais maintenant demander à M. Oscar Fech de s'avancer.

M. Oscar Fech, à titre personnel : Bonjour, mesdames et messieurs les sénateurs. J'étudie l'histoire mondiale. J'ai parcouru plus de 50 pays. Je me suis présenté comme député provincial deux fois, et je trouve affreux que les médias ne parlent pas de vraie justice et d'équité. J'ai été en quelque sorte interdit de télévision, des journaux et du *Calgary Herald*. Je pourrais vous en parler longtemps.

Le fait est que j'ai rencontré M. Gorbachev. J'ai rencontré George Bush père ici même, dans cet hôtel. Je m'intéresse en quelque sorte à la politique. J'ai rencontré le sénateur Hays au congrès ici à Calgary, et j'ai également parlé au sénateur Michael Kirby. Il a parlé des soins de santé. Je lui ai dit qu'à mon avis, il y a tellement de conditionnement médiatique partout qu'il nous faut revenir aux vraies choses, et exiger une vraie reddition de comptes en toute chose.

Il me semble qu'avec la mondialisation, nous vivons exactement comme les gens à l'époque de l'empire romain. Nous sommes tous manipulés. Nous devons nous défendre. Moi je me défends. J'ai été harcelé et mon téléphone est mis sur écoute. C'est terrifiant. Nous vivons dans un monde que l'on dit démocratique mais qui ne l'est pas. Ce n'est pas le cas. Nous vivons dans une dictature mondiale, et il faut y mettre fin. Si nous ne faisons rien, nous ne sauverons l'environnement. Nous ne faisons rien pour les pauvres, les sans-abri et les nécessiteux. Les médias n'en parlent pas. Une seule chose les intéresse, c'est faire de l'argent, et cela est mauvais.

J'ai fait passer une annonce à propos de ma campagne, juste une petite annonce, et il m'en a coûté 3 000 ou 4 000 \$. C'est du vol de grand chemin. Il vous en coûte 200 et quelques dollars pour deux lignes. J'ai écouté les débats dans la tribune de la Chambre des communes et du Sénat. Si nous ne commençons pas tous à

The news media is not doing much about it. It seems that all they care about is money. That is the way it was during the days of the Roman Empire.

We all have ancestry. My family's ancestry goes back to the Tsar family that ruled Russia. We have all been in the States and Canada for the last 300 years. At first we were Italian, French, Spanish and German. I speak out and, like I said, and I am being harassed. It is frightening. We live in a democratic country, but there is no freedom here. I have been blocked from going to the mike and sometimes I am told, "Oscar, you can't ask any questions."

Senator Hays knows that too. I have known him for years. I met Brian Mulroney, and I have been at some of the sessions. I am not trying to put anything on. I am just giving you the facts.

The reality is that we all have to stand up, whether we are senators, MLAs, MPs or whoever. A handful of people run the world, and that is the whole problem. It was the same in the days of the Roman Empire. We are going back to the Sodom and Gomorrah days.

When you take away morale, the whole thing implodes, and can happen sooner than we think. People are afraid to speak out, and I do not blame them. People have come to me and said, "Oscar, I like what you are doing. You speak out and tell the truth." Ladies and men have said to me, "I spoke out and I got fired, and I have kids to feed."

As senators your top priority is to legislate what the news media can and cannot do. The main reason I am saying this is that they must be accountable.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Fech. Before I ask the senators if they have questions, I would like to thank you for your kind words about Senator Hays, who is our Speaker. He never loses an opportunity to tell us what a wonderful place Alberta is, I might add.

Did you hear the presentation from the Alberta Press Council?

Mr. Fech: Yes.

The Chairman: Is that the kind of mechanism you are talking about when you talk about "accountability"?

Mr. Fech: Right. I understand.

The Chairman: Have you ever appealed to the press council?

Mr. Fech: I have talked to the news media. They say, "Oscar, we listen to what you are saying." I take it in and it is edited. They will not put you on the air. They have you on camera. They say, "Oscar, you say the things that we do not want to publicise, because you believe in truth, justice, fairness, and that is a no-no."

nous défendre, à lutter pour la vraie justice, l'équité, notre société va imploser. Les médias ne s'en préoccupent pas beaucoup. L'argent est leur seule préoccupation, semble-t-il. Il en était ainsi à l'époque de l'empire romain.

Nous avons tous des ancêtres. L'origine de ma famille remonte à la famille des Tsars qui gouvernait la Russie. Nous sommes tous aux États-Unis et au Canada depuis 300 ans. Au début, nous étions Italiens, Français, Espagnols et Allemands. Je dis ce que je pense et, comme je l'ai dit, je suis harcelé. C'est terrifiant. Nous vivons dans un pays démocratique, mais il n'y a pas de liberté ici. On m'a empêché d'aller au micro, et on m'a dit parfois : « Oscar, tu n'as pas le droit de poser des questions. »

Le sénateur Hays sait cela aussi. Je le connais depuis des années. J'ai rencontré Brian Mulroney, et j'ai assisté à certaines séances. Je n'essaie pas de vous impressionner. J'énonce simplement les faits.

Le fait est que nous devons tous nous défendre, que nous soyons sénateurs, députés provinciaux, fédéraux ou autre chose. C'est une poignée de gens qui gouvernent le monde, et tout le problème est là. C'était la même chose à l'époque de l'empire romain. Nous revenons à l'époque de Sodome et Gomorrhe.

Quand on supprime la morale, tout implose, et cela peut arriver plus tôt qu'on ne le croit. Les gens ont peur de parler, et je les comprends. Des gens m'ont dit : « Oscar, j'aime ce que vous faites. Vous prenez la parole et vous dites la vérité. » Des femmes et des hommes m'ont dit : « J'ai dit ce que je pensais et j'ai été congédié, et j'ai des enfants à nourrir. »

En votre qualité de sénateur, votre priorité est de légiférer sur ce que les médias peuvent et ne peuvent pas faire. La principale raison pour laquelle je dis cela, c'est qu'ils doivent rendre des comptes.

La présidente : Merci beaucoup, monsieur Fech. Avant de demander aux sénateurs s'ils ont des questions, je tiens à vous remercier pour ces bonnes paroles à propos du sénateur Hays, notre président. J'ajoute qu'il ne rate jamais une occasion de nous dire quelle merveilleuse province est l'Alberta.

Avez-vous entendu l'exposé du Conseil de presse de l'Alberta?

M. Fech : Oui.

La présidente : Est-ce le genre de mécanisme que vous aviez à l'esprit lorsque vous avez parlé de « reddition de comptes »?

M. Fech : Exactement. Je comprends.

La présidente : Vous êtes-vous déjà adressé au conseil de presse?

M. Fech : J'ai parlé aux médias. Ils m'ont dit : « Oscar, nous écoutons ce que vous dites. » J'envoie quelque chose et on épure mon texte. On ne vous fera pas de place sur les ondes. On vous filme. Ils disent : « Oscar, vous dites des choses que nous ne voulons pas faire connaître, parce que vous croyez dans la vérité, la justice et l'équité, et cela ne passe pas. »

I met Mr. David Asper, in Calgary when I ran as a MLA candidate. I said to Mr. Asper, “The mayor here does not want to have any debates. You’re the boss. Why don’t you tell your news people that they have to have a debate?” He said, “Oscar, talk to my news people.” You see, this is what I am saying.

Senator Carney: Very few members of the public have come out to talk to us. You are one of two. In Vancouver we had 17.

How did you know about this hearing, or how did you hear that you would have an opportunity to come and talk to us?

Mr. Fech: I would not have known if I had not read the paper. I clipped it out of the *Calgary Herald*.

Senator Carney: The *Calgary Herald* did report it?

Mr. Fech: Yes.

The Chairman: We placed an ad in the *Calgary Herald*, as we did in other newspapers. Maybe they also reported on it, I do not know, but we did place an ad.

Senator Carney: It was as a result of the advertising. The previous witness is nodding her head. It is very encouraging to know that it is worth the money to place the advertisement. Sometimes we are criticized for spending money on advertising for the Senate, but if that is the way we reach the public, that is very encouraging to know. I just wish we could hear from more of you.

Mr. Fech: I would like to make one more comment. The Alberta news media is like one big family, and I do not like that.

The Chairman: Actually, it is two big families.

I would like to explain to both of the members of the public who turned up here — and we are so grateful to you for doing that — that if I am cutting you off after a brief period of time it is because we are trying to give equal treatment to members of the public all across the country. That is the format that we decided upon. If I were a member of the public who had turned up in Vancouver and been cut off after four minutes, I would be furious to discover that somebody else was given a whole lot more time.

We are grateful to you for being here, and we hope that you found listening to our work today both interesting and encouraging. If you have any further thoughts, do not hesitate to write to us. We would be grateful to receive any further input. We hope that when you see our final report, you will approve of the work we are trying to do.

Mr. Fech: Is there a chance of getting a report?

The Chairman: It has not been written yet. We have your address, Mr. Fech and Ms. Aizenman.

Mr. Fech: Fight for truth, justice and fairness.

The Chairman: Yes.

Senators, that concludes our meeting.

The committee adjourned.

J’ai rencontré M. David Asper à Calgary lorsque je me suis présenté aux élections provinciales. J’ai dit à M. Asper : « Le maire chez nous ne veut pas de débat. C’est vous le patron. Pourquoi ne dites-vous pas à vos journalistes qu’un débat doit avoir lieu? » Il a répondu : « Oscar, allez parler à mes journalistes. ». Vous voyez, c’est ce que je dis.

Le sénateur Carney : Très peu de citoyens sont venus nous parler. Vous n’êtes que deux ici. À Vancouver, ils étaient 17.

Comment avez-vous entendu parler de notre audience, ou comment avez-vous su qu’il vous était permis de venir nous parler?

M. Fech : Je n’aurais pas su si je n’avais pas lu le journal. J’ai découpé l’annonce dans le *Calgary Herald*.

Le sénateur Carney : Le *Calgary Herald* en a parlé?

M. Fech : Oui.

La présidente : Nous avons fait mettre une annonce dans le *Calgary Herald*, comme nous l’avons fait dans d’autres journaux. Ils en ont peut-être parlé aussi, je l’ignore, mais nous avons mis une annonce.

Le sénateur Carney : C’est grâce à la publicité. Le témoin précédent hoche la tête. Il est très encourageant de voir qu’il valait la peine de payer pour mettre l’annonce. On nous critique parfois parce qu’on dépense de l’argent pour faire connaître le Sénat, mais si c’est la seule façon de rejoindre le public, c’est très encourageant de voir cela. J’aimerais seulement vous écouter plus longtemps.

M. Fech : J’aimerais faire une autre observation. Les médias de l’Alberta forment une seule grande famille, et cela ne me plaît pas.

La présidente : Il s’agit en fait de deux grandes familles.

Je tiens à expliquer aux deux citoyens qui se sont présentés ici — et nous vous sommes reconnaissants de vous être déplacé — que si je vous interromps après un bref moment, c’est parce que nous tâchons de traiter sur le même pied tous les citoyens partout au pays. C’est la formule sur laquelle nous nous sommes entendus. Si j’étais un citoyen qui s’était présenté à Vancouver et qui s’était fait couper la parole après quatre minutes, je serais furieuse d’apprendre qu’on a donné beaucoup plus de temps à quelqu’un d’autre.

Nous vous sommes reconnaissants d’être ici aujourd’hui et nous espérons que vous avez à la fois été intéressés et encouragés en nous écoutant aujourd’hui. Si vous avez d’autres réflexions, n’hésitez pas à nous les communiquer par écrit. Nous vous serions reconnaissants de toute contribution supplémentaire. Nous espérons que, quand vous verrez notre rapport définitif, vous approuverez le travail que nous nous efforçons de mener à bien.

M. Fech : Serait-il possible d’obtenir un exemplaire du rapport?

La présidente : Il n’a pas encore été rédigé, mais nous avons votre adresse, la vôtre, monsieur Fech, et la vôtre, madame Aizenman.

M. Fech : Battez-vous pour la vérité, la justice et l’équité.

La présidente : Oui.

Sénateurs, cela conclut notre réunion.

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

Alberta Press Council:

Bruce Hogle, Chair;
Colleen Wilson, Vice-Chair;
Robert Ardiel, Executive Secretary-Treasurer.

Alberta Weekly Newspapers Association:

Dennis Merrell, Executive Director;
Roger Holmes, President, AWWNA, and Publisher, *Wainwright Star Chronicle*.

Access Media Group:

Ross Mayot, Vice-President, Administration and Business Affairs.

As individuals:

Rebecca Aizenman;
Oscar Fech.

TÉMOINS

Alberta Press Council :

Bruce Hogle, président;
Colleen Wilson, vice-présidente;
Robert Ardiel, secrétaire-trésorier exécutif.

Alberta Weekly Newspapers Association :

Dennis Merrell, directeur exécutif;
Roger Holmes, président, AWWNA, et éditeur du *Wainwright Star Chronicle*.

Access Media Group :

Ross Mayot, vice-président, Administration et affaires commerciales.

À titre personnel :

Rebecca Aizenman;
Oscar Fech.