

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, November 19, 2024

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met with videoconference this day at 9 a.m. [ET] to study matters relating to transport and communications generally.

Senator Leo Housakos (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: Good morning, honourable senators. I am Leo Housakos, senator from Quebec and the chair of this committee.

I would like to invite my colleagues to briefly introduce themselves.

Senator Simons: Senator Paula Simons, Alberta, Treaty 6 territory.

Senator Cuzner: Rodger Cuzner, senator from Nova Scotia.

Senator Quinn: Jim Quinn, New Brunswick.

Senator Clement: Bernadette Clement, Ontario.

Senator Cardozo: Andrew Cardozo, Ontario.

[*Translation*]

Senator Miville-Dechêne: Julie Miville-Dechêne from Quebec.

[*English*]

Senator Dasko: Donna Dasko, senator from Ontario.

The Chair: We also have with us senator Clément Gignac from Quebec, who just joined us.

[*Translation*]

This morning, we continue our study of the local and regional services provided by CBC/Radio-Canada.

[*English*]

Joining us by video conference this morning, the committee welcomes David Clinton, publisher of *The Audit*; and Sue Gardner, former CBC executive, who is here with us.

Welcome and thank you both for joining us.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 19 novembre 2024

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 heures (HE), avec vidéoconférence, pour étudier toute question concernant les transports et les communications en général.

Le sénateur Leo Housakos (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

Le président : Bonjour, honorables sénatrices et sénateurs. Je m'appelle Leo Housakos, je suis sénateur du Québec et président de ce comité.

Je voudrais inviter mes collègues à se présenter brièvement.

La sénatrice Simons : Sénatrice Paula Simons, de l'Alberta, territoire du Traité n^o 6.

Le sénateur Cuzner : Rodger Cuzner, sénateur de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Quinn : Jim Quinn, du Nouveau-Brunswick.

La sénatrice Clement : Bernadette Clement, de l'Ontario.

Le sénateur Cardozo : Andrew Cardozo, de l'Ontario.

[*Français*]

La sénatrice Miville-Dechêne : Julie Miville-Dechêne, du Québec.

[*Traduction*]

La sénatrice Dasko : Donna Dasko, sénatrice de l'Ontario.

Le président : Nous accueillons également le sénateur Clément Gignac, du Québec, qui vient de se joindre à nous.

[*Français*]

Aujourd'hui, nous poursuivons notre étude sur les services locaux et régionaux de CBC/Radio-Canada.

[*Traduction*]

Nous accueillons ce matin, par vidéoconférence, David Clinton, éditeur de *The Audit*, et Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, qui est ici avec nous.

Bienvenue et merci à vous deux de votre présence.

We will first hear opening remarks of five minutes each, and then we'll turn it over to a Q & A. We'll be starting with Mr. Clinton. Sir, you have the floor.

David Clinton, Publisher, The Audit: Thank you very much, chair. I'm honoured to be able to speak to the senators.

I publish *The Audit*. Its claim to fame is that I use data analytics to work with public-facing data, mostly from the federal government, to do policy analysis. In that capacity, I took a look in advance of this hearing at some data points I would like to share with you about the Ontario market in the local broadcast industry.

Specifically, I looked at the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission's, or CRTC's, local broadcast markets data from 2011 to 2024. I saw that the Greater Toronto Area, or GTA, is doing fine. As far as media properties, there are at least as many now as there were in 2011. Outside the GTA, there has been a 25% drop in the number of media properties, which suggests that a number of companies have gone out of business. This is by media property; I don't mean newspapers, just radio and TV. I think it is just traditional TV.

Oddly enough, I don't think that's a crisis. It's not great for the companies that were lost, but I don't believe that's a crisis. I think it's a natural evolution of the industry. To give that a bit of context, there are other CRTC data from their annual highlights of the broadcasting sector, which suggest that between 2015 and probably 2023 the annual compounded rate of decrease of radio listenership is 4.8%. That means that each year for the past eight or nine years the audience for traditional radio across Canada is 4.8% lower. That's a catastrophic drop. That's off a cliff. If it extends, of course, it means that there will be almost nothing left of its audience.

The corollary to that — as we are all aware — is that the internet has taken over a lot of the entertainment-information market. According to the same CRTC data source, the rates of increase of use of digital properties — that is, internet streaming of one type or other — in the audio sector is 9.3%. That means that far more people are jumping on the internet and getting their audio from the internet than there are leaving traditional radio.

Specifically to the CBC, their problem — and this may be no criticism of the CBC at all; it may not be their fault at all — is that they are losing, I would assume, 4.8% of their radio listenership every year, and they are not picking it up on the internet. For instance, among the Spotify rankings for the top 200 ranked podcasts in Canada, CBC has only four. Again, this may not be their fault. That's not their primary focus.

Nous entendrons d'abord les déclarations préliminaires de cinq minutes chacune, puis nous passerons à une période de questions. Nous commencerons par M. Clinton. Monsieur, vous avez la parole.

David Clinton, éditeur, The Audit : Merci beaucoup, monsieur le président. Je suis honoré de pouvoir m'adresser aux sénateurs.

Je suis l'éditeur de *The Audit*, une publication qui doit sa renommée à l'analyse de politiques en fonction des données publiques provenant surtout du gouvernement fédéral. À ce titre, avant cette audience, j'ai relevé quelques points dont je voudrais vous toucher un mot au sujet du marché ontarien de l'industrie de la radiodiffusion à l'échelle locale.

Plus précisément, j'ai examiné les données du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, sur les marchés de radiodiffusion locaux de 2011 à 2024. J'ai constaté que la région du Grand Toronto se porte bien et on y retrouve aujourd'hui au moins autant de propriétés médias qu'il y en avait en 2011. À l'extérieur de la région, il y a eu une baisse de 25 % du nombre de ces propriétés, ce qui laisse entendre que certaines entreprises ont fermé leurs portes. Je ne parle pas des journaux, mais de la radio et de la télévision. Je pense qu'il s'agit seulement de la télévision traditionnelle.

Curieusement, je n'ai pas l'impression qu'il s'agit d'une crise. Ce n'est pas une bonne nouvelle pour les entreprises qui ont été perdues, certes, mais je pense que ça s'inscrit dans l'évolution naturelle de l'industrie. Pour vous donner un peu de contexte, il y a d'autres données tirées des faits saillants que le CRTC publie annuellement sur le secteur de la radiodiffusion, qui donnent à penser qu'entre 2015 et probablement 2023, le taux composé annuel de diminution de l'écoute radiophonique est de 4,8 %. Cela signifie que, chaque année depuis huit ou neuf ans, l'auditoire de la radio traditionnelle au Canada a chuté de 4,8 %. C'est une baisse catastrophique. C'est le précipice. Il va de soi que si la situation s'aggrave, il ne restera presque plus rien de son auditoire.

Le corollaire — comme nous le savons tous —, c'est qu'Internet a accaparé une grande partie du marché de l'information et du divertissement. Selon la même source de données du CRTC, les taux d'augmentation de l'utilisation des propriétés numériques — c'est-à-dire la diffusion en continu sur Internet d'un type ou d'un autre — dans le secteur de l'audio sont de 9,3 %. Cela veut dire qu'il y a beaucoup plus de gens qui sontonisent Internet au lieu de la radio traditionnelle.

En ce qui concerne CBC en particulier, son problème — et il ne s'agit pas de critiquer la société, car ce n'est peut-être pas de sa faute — c'est qu'elle perd, je présume, 4,8 % de son auditoire radiophonique chaque année, et qu'elle ne se rattrape pas en offrant des émissions sur Internet. Par exemple, dans le classement Spotify des 200 meilleurs balados au Canada, CBC n'en a que quatre. J'insiste sur le fait que ce n'est peut-être pas

Nonetheless, those 9.3% of listeners who are adding themselves to internet properties each year are not going to CBC products.

Similarly, in the TV range, the CRTC data shows that between 2014 or so and now — I'll get this exactly right; I want to quote this properly: “. . . English language CBC TV weekly viewing hours dropped from 35 million to 20 million.” People are watching the CBC an awful lot less than they were. It may not be CBC's fault, but their consumption is not what they would like it to be. Their own annual report, the most recent report, tells us that the CBC News Network audience share is 2%; that is, 2% of people watching TV during a news broadcast are watching CBC channels. That's across Canada and specifically, I believe, English language.

CBC consumption is down on every metric I have seen. Specifically, to the question of local programming — I did pay attention to the previous hearings in this series, and there was a lot of discussion of underfunded local programming. That's possible within the context of the big picture of CBC funding. It's hard for me to tell because the data that the CBC and the CRTC provide about their spending don't break out local and national line items all that well. All I know is the big picture. I know, for instance, that between English and French, the CBC spends \$195 million a year on drama and comedy production. That's all national, I would imagine; that's not local. They spend \$207 million on news production and \$237 million on radio production. Those are their big-ticket items. I don't know how much of that is local and how much is national.

However, if there were a funding shortfall at the local level — the newsgathering level, for instance — I would imagine there is a lot of slack in the budget to take from some of the national programming that is not getting a whole lot of audience. As was mentioned correctly in a previous hearing, the Parliament has no right to tell the CBC how to spend their funding. That is an independent organization, and that's correct. However, the CBC could take that under advisement themselves, or, alternatively, Parliament could amend the Broadcasting Act and share their views that way. As it stands, it would seem to me that the CBC is not consumed as much as they would like. It is not a resource having as much of an impact as they would like, and the funding keeps rising and perhaps is misallocated.

Thank you. That's what I would like to start with.

The Chair: Thank you, Mr. Clinton. Now I turn the floor over to Ms. Gardner. You have the floor.

de sa faute. Ce n'est pas son principal souci. L'ennui c'est qu'elle ne récoltera rien des 9,3 % d'auditeurs qui l'abandonnent en faveur d'Internet chaque année.

De la même façon, dans le domaine de la télévision, les données du CRTC montrent qu'entre 2014 et aujourd'hui — je vais m'assurer de ne pas me tromper; je veux citer ces chiffres correctement : « [...] Le nombre d'heures d'écoute hebdomadaire de CBC en langue anglaise est passé de 35 à 20 millions. » Les gens regardent CBC beaucoup moins qu'avant. Ce n'est peut-être pas la faute de la société, mais le degré de consommation n'est pas à la hauteur de ses attentes. Son propre rapport annuel le plus récent nous apprend que la part d'écoute des actualités de CBC est de 2 %; c'est-à-dire que seuls 2 % des gens qui prennent leurs nouvelles à la télé regardent une chaîne de CBC. C'est à l'échelle du Canada et, plus précisément, en anglais, je crois.

La consommation de CBC est à la baisse sur tous les fronts à ce que j'ai pu constater. Plus précisément, en ce qui concerne la question de la programmation locale — je me suis intéressé aux audiences précédentes de cette étude, et je sais qu'on a beaucoup parlé du sous-financement de la programmation locale. C'est possible dans le contexte général du financement de CBC. Je ne saurais trop vous dire parce que les données fournies par la société et le CRTC au sujet de leurs dépenses ne sont pas bien ventilées pour les postes locaux et nationaux. Tout ce que je connais, c'est la situation dans son ensemble. Je sais, par exemple, qu'entre l'anglais et le français, CBC consacre 195 millions de dollars par année à la production d'émissions dramatiques et de comédies. Tout cela a une envergure nationale, j'imagine; ce n'est pas local. La société dépense 207 millions de dollars pour la production de nouvelles et 237 millions pour la production radiophonique. Ce sont là ses plus grosses dépenses. Je ne sais pas dans quelle mesure c'est local ou national.

Cependant, s'il y avait un manque de financement au niveau local — au niveau de la collecte de nouvelles, par exemple —, j'imagine qu'il y a toute la latitude qu'il faut dans le budget pour pouvoir retirer une partie de la programmation nationale qui n'a pas beaucoup d'adeptes. Comme on l'a mentionné à juste titre lors d'une audience précédente, le Parlement n'a pas le droit de dire à CBC comment dépenser ses fonds. C'est un organisme indépendant, certes, mais la société pourrait prendre cela en délibéré elle-même, ou encore le Parlement pourrait modifier la Loi sur la radiodiffusion pour faire connaître son point de vue. Dans l'état actuel des choses, il me semble que CBC est moins consommée qu'elle le voudrait. C'est une ressource qui n'a pas autant d'impact qu'elle le voudrait, et le financement ne cesse d'augmenter tout en étant peut-être mal réparti.

Merci. Voilà pour mes propos liminaires.

Le président : Merci, monsieur Clinton. Je cède maintenant la parole à Mme Gardner. Vous avez la parole.

Sue Gardner, former CBC executive, as an individual: Hi. Thank you for inviting me here today.

My name is Sue Gardner. I worked at the CBC in English Services for 17 years. I started as an intern at “As It Happens”; I worked in radio and TV and then later on the internet. In 2000, I moved over to online, and my last position at the CBC was running CBC.ca. I left in 2007 to move to San Francisco to run the Wikimedia Foundation, which is the non-profit that operates Wikipedia.

I have spent the last 25 years of my career working in “internet stuff.” I make digital products and services, and I am an advocate for a free and open internet that operates in the public interest. I don’t make any money from the CBC these days, and I have no personal interest in what happens to it. It doesn’t affect me personally. That’s my experience, and those are the perspectives I bring to the table.

I’ll start by acknowledging that the CBC is in trouble. As we just heard, and as we all know, people are using CBC products and services less than they used to. People trust the CBC less than they used to, and they are more likely to think that it is biased than they used to think. The CBC is not as present, as central and doesn’t have as much power and influence in this country as it had 20 years ago.

I believe that most of that is not the CBC’s fault. You can attribute it to 34 years of financial cutbacks that were started in 1978 by Pierre Trudeau and continued until 2012 with Stephen Harper. You can’t cut hundreds and hundreds of millions of dollars out of an organization’s budget and not have a suffering in quality.

The other big factor is, of course, the advent of the internet, and the internet has had a revolutionary effect on communications and on the landscape, and it has dethroned the previous media incumbents. So, in effect, we have traded in the CBC for YouTube, Netflix and Elon Musk.

The decline of the CBC is a problem, and the reason it’s a problem is because the CBC has a job to do in this country, and it can’t do its job if people aren’t using it and don’t like it.

A lot of people have come here — I think pretty much unanimously — and said that the CBC should invest in local; local is important. My instinct is to agree with that, and it’s because I think that being present at the local level is the path to increasing trust and closeness between the CBC and the people whom it is mandated to serve.

Sue Gardner, ancienne dirigeante de CBC, à titre personnel : Bonjour. Merci de m’avoir invitée ici aujourd’hui.

Je m’appelle Sue Gardner. J’ai travaillé aux services anglais de CBC pendant 17 ans. J’ai commencé comme stagiaire à l’émission *As It Happens*; j’ai travaillé à la radio et à la télévision, puis sur Internet. En 2000, je suis passée à Internet, et mon dernier poste à CBC était celui de directrice du site CBC.ca. Je suis partie en 2007 pour déménager à San Francisco pour diriger la Wikimedia Foundation, l’organisme sans but lucratif qui exploite Wikipedia.

J’ai passé les 25 dernières années de ma carrière à travailler dans le domaine d’Internet. Je fabrique des produits et des services numériques et je revendique un Internet libre et ouvert qui fonctionne dans l’intérêt public. Je ne gagne pas d’argent de CBC ces jours-ci, et je n’ai aucun intérêt personnel là-dedans. L’avenir de la société ne me touche pas personnellement. Ce que j’apporte à la table, c’est mon expérience et mes propres opinions.

Je vais commencer par reconnaître que CBC est en difficulté. Comme nous venons de l’entendre, et comme nous le savons tous, les gens utilisent ses produits et ses services moins qu’auparavant. Ils lui font moins confiance qu’autrefois, et ils sont plus susceptibles de penser qu’elle est tendancieuse. La société n’est pas aussi présente, aussi centrale et n’a pas autant de pouvoir et d’influence au Canada que ce qu’elle avait il y a 20 ans.

Je crois qu’une bonne partie de tout cela n’est pas la faute de CBC/Radio-Canada. Ce serait plutôt attribuable à 34 ans de compressions financières que Pierre Trudeau a commencées en 1978 et qui se sont poursuivies jusqu’en 2012 avec Stephen Harper. On ne peut pas couper des centaines et des centaines de millions de dollars du budget d’une organisation sans que ce soit aux dépens de la qualité.

L’autre facteur important est, bien sûr, l’avènement d’Internet, qui a eu un effet révolutionnaire sur les communications et sur le paysage, et qui a détrôné les anciens titulaires des médias. Donc, en fin de compte, nous avons échangé CBC contre YouTube, Netflix et Elon Musk.

Le déclin de CBC est un problème, et la raison en est que la société a un travail à faire dans ce pays, et qu’elle ne peut pas s’acquitter de la tâche si les gens ne l’utilisent pas et ne l’aiment pas.

Beaucoup de gens sont passés par ici pour dire — presque à l’unanimité, je crois — que CBC/Radio-Canada devrait investir dans les services locaux; les services locaux sont importants. Je suis instinctivement d’accord avec cela, et c’est parce que je pense que le fait d’être présent au niveau local est la voie vers une confiance et une proximité accrues entre CBC et les gens qu’elle a le mandat de servir.

But I want to also urge some caution. The reason for that is because everybody is always very happy to add to the CBC's task list, but nobody ever wants to take anything away, so the CBC is drowning in unfunded mandates. It has been for decades. That means that if you're going to press the CBC to do more of something, you need to either give it more money, which we all know is not going to happen, or you need to let it take things off the table. Otherwise it gets stretched too thin and ends up doing everything poorly, and you can't hold it accountable, because everybody knows that the job is impossible.

We are short on time, so I am going to quickly go through my three-point plan for the CBC because, like all Canadians, I think we have an obligation to have a three-point plan for the CBC.

First, I want to add my voice to the chorus of people who are saying that the CBC needs to get out of the business of commercial revenues. It is completely understandable why the CBC chose to go down that road — and I speak as the person who put advertising on CBC.ca, so I was very much part of this. But it does pull the CBC away from its public service mission. It's not good for the CBC, and it's time for it to get out of that.

Second point, CBC does need to reinvest in local news and information programming. But I want to say, importantly, any new emphasis on local programming needs to be focused on digital services, not on conventional, traditional radio and television. Money and energy need to move from services where audiences are declining into services where audiences are growing, especially when the size of the financial pie is fixed.

My third point is on people and culture. The CBC has been traumatized by 34 years of severe cuts, and that trauma is now part of its culture. It makes the CBC think of itself as a beleaguered underdog, and it makes it defensive. That's not appropriate for an organization that gets \$1.4 billion of public funding every year. So the CBC needs itself to develop a vision and a culture that do not centre it and its fears and its trauma and its past, but instead understand it to be a public service, working for the people of this country.

Thank you very much. I look forward to your questions.

The Chair: Thank you, Ms. Gardner. My first question to both of you is a very general question, and I think you brought it up in your opening statement as well — that there is an existential crisis going on across the board with traditional broadcasting. Yesterday, I was trying to get a hockey game on TV — Montreal Canadiens against the Edmonton Oilers — and I couldn't find it on any channel. I turned to my son, who is the expert of all things when it comes to these types of things —

Mais je tiens aussi à vous exhorter à la prudence. La raison en est que tout le monde y va allègrement s'il s'agit d'ajouter quelque chose à la liste de tâches de CBC, mais personne ne veut jamais supprimer quoi que ce soit, de sorte que la société étouffe sous des mandats non financés. C'est le cas depuis des décennies. Autrement dit, si on veut insister pour qu'elle fasse davantage, il faudra soit lui donner plus d'argent, ce qui, nous le savons tous, ne se produira pas, soit la laisser supprimer ce qu'il faut. Sinon, elle sera trop limitée et finira par tout mal faire sans qu'on puisse lui exiger des responsabilités, car tout le monde sait que son travail est impossible dans ces conditions.

Comme nous manquons de temps, je vais passer rapidement en revue mon plan en trois points pour CBC. parce que, comme tous les Canadiens, je crois que nous avons l'obligation d'avoir ce genre de plan.

Premièrement, je veux ajouter ma voix à celle des gens qui affirment que la société doit renoncer à des revenus commerciaux. Il est tout à fait compréhensible que CBC ait choisi cette voie — et j'en sais quelque chose puisque c'est moi qui ai introduit la publicité sur CBC.ca et j'étais vraiment plongée là-dedans. Mais cela empêche la société de remplir sa mission de service public. Ce n'est pas bon pour elle, et il est temps qu'elle s'en défasse.

Deuxièmement, CBC doit réinvestir dans les émissions de nouvelles et d'information locales. Mais je tiens à dire, et c'est important, que tout nouvel accent placé sur la programmation locale doit être transmis au moyen des services numériques, et non sur la radio et la télévision traditionnelles. L'argent et l'énergie doivent passer des services où les auditoires sont en baisse à ceux où les auditoires sont en croissance, surtout lorsque la taille du camembert financier est fixe.

Troisièmement, il y a la question des gens et de la culture. CBC a été traumatisée par 34 années de compressions importantes, et ce traumatisme fait maintenant partie de sa culture. Elle se considère comme un organisme assiégé et sur la défensive. Ce n'est pas approprié pour une organisation qui reçoit 1,4 milliard de dollars de fonds publics chaque année. CBC doit donc se doter d'une vision et d'une culture qui ne sont pas au centre de ses craintes, de ses traumatismes et de son passé, mais plutôt comprendre qu'il s'agit d'un service public qui travaille pour les gens de ce pays.

Merci beaucoup. Je serai heureuse de répondre à vos questions.

Le président : Merci, madame Gardner. Ma première question, qui s'adresse à vous deux, est une question très générale, et je crois que vous l'avez soulevée dans votre déclaration préliminaire également, à savoir qu'il y a une crise existentielle dans l'ensemble de la radiodiffusion traditionnelle. Hier, j'essayais d'obtenir un match de hockey à la télévision — les Canadiens de Montréal contre les Oilers d'Edmonton — et je n'ai pu le trouver sur aucune chaîne. Je me suis tourné vers mon

Montreal Canadiens, yes — and he says, “Dad, they are trying something new. It is being streamed on I don’t know what.” I said, “What do you mean it’s being streamed?” So we went from “Hockey Night in Canada” being a religion in this country on CBC to find CBC botched that a number of years ago and lost the contract. Now, it seems Rogers will be out of that business in a very short time. I see the NFL is doing similar things, according to my son, who no longer watches TV and laughs at me every night when I turn on the television set.

How do we overcome this tremendous existential crisis with a whole generation of people who have abandoned traditional broadcasting? I know that’s not an easy question.

Mr. Clinton: Thank you. I would argue that it is not necessarily a crisis. It is a natural evolution of the consumer market to some degree. The internet, for better or worse, is the elephant in every room. It dominates all media, and it is a delivery mechanism, a delivery stream that is more economically persuasive. The economic argument for streaming over the internet is persuasive far beyond anything that traditional broadcasting can do. That’s where people are now. I’m not sure that while this obviously is disruptive for a lot of people and their careers and industries, and it is not something we should take lightly, but it’s not necessarily something we can fight. If that’s where people are, I’m not sure we are going to win that battle if we try to tell them they shouldn’t be where they want to be.

“Hockey Night in Canada” is an example. I grew up with it. I am from Toronto, so that would have made me a Leafs fan had the Leafs done anything significant in the last 60 years, but I will leave that out.

If that’s where people are now, I don’t see why we should try to fight it. We should redirect our energies toward the internet, where the audience is.

Ms. Gardner: I completely agree with David. I would say, number one, I’m not sure it is a problem, and if it is a problem, it doesn’t matter because you can’t turn back the clock anyway. We’re headed where we’re headed. But I’m not saying that there aren’t also downsides to it. I think what you mentioned is one of the big downsides — that we used to have a media landscape where there were big shared, common experiences that everybody joined into. “Hockey Night in Canada” was one of them. The Olympics was another one. Election nights were others. There were lots of entertainment events: the finale of “Seinfeld,” whatever. We don’t have those as much anymore because everything has fragmented and become decentralized.

fil, qui est le grand spécialiste pour ce genre de choses — les Canadiens de Montréal, oui — et il m’a dit : « Papa, ils essaient quelque chose de nouveau. Ils passent la partie en continu je ne sais trop où. » Je lui ai demandé ce qu’il voulait dire au juste par en continu. Ainsi, CBC s’était arrangée pour bâcler les choses et perdre le contrat de *Hockey Night in Canada*, qui était une véritable religion au pays. Or, il paraît que Rogers va se retirer de ce secteur dans très peu de temps. Je vois que la NFL, la ligue nationale de football, fait des choses semblables, selon mon fils, qui ne regarde plus la télé et qui se moque de moi tous les soirs lorsque j’allume le téléviseur.

Comment pouvons-nous surmonter cette énorme crise existentielle avec toute une génération de gens qui ont abandonné la radiodiffusion traditionnelle? Je sais que ce n’est pas une question facile.

M. Clinton : Merci. Je dirais que ce n’est pas nécessairement une crise. Dans une certaine mesure, il s’agit d’une évolution naturelle du marché de consommation. Pour le meilleur ou pour le pire, Internet est l’éléphant dans chaque pièce. Il domine tous les médias, et c’est un mécanisme de prestation, un volet de prestation qui est plus persuasif sur le plan économique. L’argument économique en faveur de la diffusion en continu sur Internet est beaucoup plus convaincant que tout ce que la radiodiffusion traditionnelle peut offrir. C’est là que les gens en sont maintenant. Je ne suis pas certain que cela perturbe beaucoup de gens, leur carrière et leur industrie, et il ne s’agit surtout pas de le prendre à la légère, mais ce n’est pas nécessairement quelque chose que nous pouvons combattre. Si c’est là où en sont les gens, je vois mal comment nous pourrions remporter cette bataille si nous essayons de leur dire qu’ils ne devraient pas être là où ils veulent être.

Hockey Night in Canada en est un exemple. J’ai grandi avec. Je viens de Toronto, alors cela aurait fait de moi un partisan des Leafs s’ils avaient fait quelque chose de moindrement épatant au cours des 60 dernières années, mais ça c’est une autre histoire.

Si c’est là où les gens en sont maintenant, je ne vois pas pourquoi nous devrions vouloir nous y opposer. Nous devrions réorienter nos énergies vers Internet, où se trouve l’auditoire.

Mme Gardner : Je suis tout à fait d’accord avec M. Clinton. Je dirais, premièrement, que je ne suis pas certaine que ce soit un problème, et si ça l’est, peu importe, parce qu’on ne peut pas rebrousser chemin de toute façon. Nous allons dans la bonne direction. Mais je ne dis pas qu’il n’y a pas d’inconvénients. Je pense que ce que vous avez mentionné est l’un des grands inconvénients... que nous avons un paysage médiatique où il y avait de grandes expériences communes auxquelles tout le monde participait. *Hockey Night in Canada* était l’une d’elles. Les Jeux olympiques en étaient une autre. Les soirées d’élection aussi. Il y a eu des moments phares comme la finale de *Seinfeld*, ou que sais-je encore. Nous n’en avons plus autant parce que tout s’est fragmenté et décentralisé.

There are really good aspects of that. I don't like hockey. Sorry, I don't. So for me, the fact that there is something else to do other than watch the hockey game is really great. But it does have a downside to it, and the downside is that we don't have those shared, common experiences, and those shared, common experiences and that shared sense of ourselves were among the reasons that the CBC was created. So it is a challenge for the CBC to imagine for itself how it is going to reflect the stories of the country back to itself. How is it going to explain regions to other regions, et cetera, if there isn't a big mass audience in the way that there used to be? But it's a question it has to answer because that is the way that the world is changing.

The Chair: My last question is in regards to your comment about there being cuts for an extended period of time that have affected the organization. Since 2015, there has been an injection of an enormous amount of taxpayer dollars. They went from \$950 million back in 2015 to over \$1.4 billion. It seems over the last nine years, despite that huge injection, ratings are getting worse, ad dollars are getting worse, and they are cutting. The more money they get, the more they are cutting services on their own accord. How do we explain that to taxpayers?

Ms. Gardner: I think that's understandable. I think it is in part what I was talking about before, which was the cultural thing that has happened to the CBC where it sees itself as beleaguered and as never having enough money. Part of that is culture. It is intergenerational trauma passed on. People who work at the CBC today who didn't personally experience the cuts still see themselves as constrained and really limited financially in what they can do. The CBC doesn't see itself as something with agency, as something with optimism that looks to the future with an expansive kind of view.

I would also say that part of it is mandate. Because when those cuts happened, nothing came off the plate of the CBC. So it is and has been overstretched because it is required to do so many things and be all the things to all the people. I was there when the internet was added to its plate. That didn't come with any more money. A plethora of platforms, many more things that we wanted to be able to do, a whole online news operation, podcasts, all manner of things, CBC Gem now — all of that is on top of what it has always been required to do.

Especially in today's media context, I don't think that very many people are arguing that the CBC should be further invested and should get a larger amount of dollars to do its work. However, I do think there are people — and I'm among them — who think that some things' coming off the table would enable the CBC to achieve more excellence in what it does do.

The Chair: Mr. Clinton, would you like to add something?

Il y a de très bons aspects à cela. Je n'aime pas le hockey. Désolée, mais ce n'est pas mon truc. Donc, pour moi, c'est vraiment formidable d'avoir autre chose à faire que de regarder le match. L'ennui, c'est que nous n'avons plus ces expériences communes, ce sentiment de communion entre les uns et les autres qui est justement l'une des raisons pour lesquelles CBC a été créée. La société elle-même a de la difficulté à imaginer comment refléter les histoires du pays, comment expliquer les avatars d'une région à une autre, etc., s'il n'y a pas un auditoire aussi vaste qu'auparavant? Mais c'est une question à laquelle elle doit répondre, car c'est ainsi que le monde évolue.

Le président : Ma dernière question porte sur ce que vous avez dit au sujet des compressions de longue durée qui ont touché l'organisation. Depuis 2015, il y a eu une injection énorme de fonds publics. Ils sont passés de 950 millions de dollars en 2015 à plus de 1,4 milliard. Il semble qu'au cours des neuf dernières années, malgré cette injection massive de fonds, les cotes d'écoute ont baissé, la publicité rapporte de moins en moins et les compressions ne font que continuer. Plus ils reçoivent d'argent, plus ils réduisent les services de leur propre chef. Comment expliquer cela au contribuable?

Mme Gardner : Je pense que c'est compréhensible. C'est en partie ce dont je parlais tout à l'heure, c'est-à-dire l'aspect culturel qui est arrivé à CBC, qui se considère comme assiégée et comme n'ayant jamais assez d'argent. C'est en partie une question de culture, un traumatisme intergénérationnel. Les gens qui travaillent à CBC/Radio-Canada aujourd'hui sans avoir vécu les compressions personnellement se considèrent toujours comme étant limités dans ce qu'ils peuvent faire, surtout financièrement parlant. CBC/Radio-Canada ne se voit pas comme un organisme, une société optimiste qui envisage l'avenir avec clairvoyance et une soif d'expansion.

J'ajouterais que cela fait partie du mandat, parce que lorsque ces compressions ont eu lieu, CBC n'a renoncé à rien. Son fardeau s'est donc alourdi puisqu'elle doit faire 36 000 choses et faire plaisir à tout le monde. J'étais là lorsque Internet est venu s'ajouter à la donne. Cela ne s'est pas fait avec plus d'argent. Des dizaines de plateformes, des tas d'autres émissions que nous voulions pouvoir faire, toute une série de nouvelles en ligne, des balados, toutes sortes de choses, CBC Gem à présent — tout cela vient s'ajouter à ce que la société a toujours été tenue de faire.

Surtout dans le contexte médiatique d'aujourd'hui, je ne pense pas que beaucoup de gens trouvent qu'il faut investir plus dans CBC/Radio Canada, que la société devrait recevoir plus d'argent pour faire son travail. Cependant, il y a des gens — et je suis de ceux-là — qui pensent que si la société renonçait à certaines choses, elle serait mieux en mesure de faire preuve d'excellence dans ce qu'elle fait.

Le président : Monsieur Clinton, voulez-vous ajouter quelque chose?

Mr. Clinton: First, the \$1.4-billion allocation that we talk about is actually not the whole story. There have been ups and downs in CBC funding over the years, but it is never just the parliamentary allocation. I discovered recently that the Canada Media Fund, or CMF, which is a federal program to subsidize media production — the way they work is there are individual media producers who submit applications, and if their applications are accepted, then the Canada Media Fund will provide them with funding, but through a specific envelope. For each production company, the money comes through a specific envelope. The CBC/RC envelope in the 2023-24 fiscal year was worth \$97 million. There was actually \$97 million more in federal funding to the CBC in addition to the parliamentary allocation. That's not the only one; I'm sure there are others. That's all legal, and that's what the Government of Canada is doing upfront, and they are not hiding it.

However, to the point of funding levels themselves, I am of the opinion that money doesn't solve all problems. It certainly can be critically useful in some contexts, but some big systemic problems, for whatever reason, some external, can't be solved by more funding. I used an example in my writing recently of health care in Canada. If the federal transfers to the provinces for health care were doubled tomorrow, I'm not sure many problems in health care would be solved. I'm not sure they would find twice as many doctors to provide primary family services than they have now. I believe 4 million people don't have primary health care providers. I don't think they would suddenly get health care providers. There are systemic issues that are probably more critical to solving that particular problem. For the CBC, for all the good will and the hard work that the people of the CBC do, I'm not sure they are positioned to solve many of the problems we are throwing at them.

The Chair: Thank you, sir. I'm well over my time.

Senator Simons: Ms. Gardner, one of the important things that I'm not sure people outside of Toronto and Montreal understand is how important CBC.ca is to local news coverage. When I think about the news environment in my city of Edmonton, as the *Edmonton Journal*, which is the major broadsheet daily, has wound down its operations, many of those people have moved to the CBC. You don't see them on TV, and you don't hear them on the radio. They are producing online news copy, which is functionally the paper of record for the community.

That would be the same in Calgary, Saskatoon, Regina and places like that. What concerns me a little bit, having come from print, is that those sites are competing for ad dollars as well as for talent. As the CBC becomes the functional daily newspaper

M. Clinton : Tout d'abord, on ne saurait résumer la chose à l'affectation de 1,4 milliard de dollars dont nous parlons. Le financement de CBC a connu des hauts et des bas au fil des ans, mais il ne s'agit pas seulement de l'allocation parlementaire. J'ai découvert récemment que le Fonds des médias du Canada, ou FMC, qui est un programme fédéral de subventions à la production médiatique — la façon dont ça fonctionne, c'est qu'il y a des producteurs de médias individuels qui soumettent des demandes, et si leurs demandes sont acceptées, alors le Fonds des médias du Canada leur fournit du financement, mais il s'agira d'une enveloppe ponctuelle. Pour chaque maison de production, l'argent vient d'une enveloppe particulière. L'enveloppe de CBC pour l'exercice 2023-2024 s'élevait à 97 millions de dollars. En fait, le gouvernement fédéral lui a accordé 97 millions de plus, en sus de l'allocation parlementaire. Ce n'est pas la seule fois; je suis sûr qu'il y en a d'autres. Tout cela est légal, et c'est ce que le gouvernement du Canada fait ouvertement, sans se cacher.

Cependant, pour ce qui est des niveaux de financement, je suis d'avis que l'argent ne règle pas tous les problèmes. Ça peut certainement être extrêmement utile dans certains contextes, mais pour quelque raison que ce soit, il y a de grands problèmes systémiques et certains problèmes externes qu'un financement accru ne saurait résoudre. J'ai évoqué un exemple dans mes écrits récents sur les soins de santé au Canada. Si les transferts fédéraux aux provinces pour les soins de santé étaient doublés demain, j'hésite à croire que les problèmes seraient réglés. Je ne pense pas qu'on trouvera deux fois plus de médecins pour fournir des services primaires aux familles. À ce que sache, quatre millions de personnes n'ont pas de fournisseurs de soins de santé primaires, et je ne les vois pas y avoir accès subitement. Il y a des problèmes systémiques qui sont probablement plus critiques pour résoudre ce problème. Quant à CBC/Radio-Canada, malgré toute la bonne volonté et le travail acharné de ses gens, je ne suis pas persuadé qu'elle sera en mesure de régler bon nombre des problèmes que nous ajoutons à son fardeau.

Le président : Merci, monsieur. J'ai largement laissé dépasser le temps.

La sénatrice Simons : Madame Gardner, je me demande si les gens à l'extérieur de Toronto et de Montréal comprennent l'importance de CBC.ca pour la couverture des nouvelles locales. Quand je pense à l'environnement de l'information dans ma ville, Edmonton, où l'*Edmonton Journal*, qui est le principal journal télévisé quotidien, a mis fin à ses activités, bon nombre de ces gens ont opté pour CBC. Ça ne se passe ni à la télé ni à la radio. Il s'agit de bulletins de nouvelles qui sont produits en ligne et qui sont pratiquement la publication officielle de la collectivité.

C'est la même chose à Calgary, à Saskatoon, à Regina et ailleurs. Ce qui me préoccupe un peu, puisque je viens de la presse écrite, c'est que ces sites se font concurrence pour obtenir des fonds publicitaires ainsi que des talents. À mesure que

in many mid-sized Canadian cities, how do we make sure that they are doing that without destroying what remains of print culture?

Ms. Gardner: That's an excellent question. What's the role of the CBC vis-à-vis the local journalism community? It warms my heart to hear you say that about local because I was there when we started it. We had 12 journalists across the country, mostly repurposing radio and TV news at that time. Obviously, it has grown enormously since then. You can look to the BBC, for example, which has done significant partnerships at the local level where it coordinates with newspapers and sometimes hires people together and shares positions.

I have been thinking how in Canada Village Media is an organization that is expanding at the local level. I don't know how many sites they have, maybe 25 or 30. I could imagine the CBC partnering with some organization like that or multiple organizations. People have talked about the idea — and I think it is an interesting idea — that the CBC could freely license its news material so it could be used by other organizations. I think that makes sense for an organization like the CBC. What it creates was paid for by the people of Canada and therefore should belong to the country and should be used by people in the way they see fit.

I also think the CBC can and ought to serve as a training ground for journalists. The CBC used to send people out to the regions at the beginning of their career to be trained up. That's what happened to me. That's what we all did. It is the single biggest journalistic resource in the country, so it has a lot of expertise and ability to train, coach and nurture talent. I would like to see it function as a partner at the local level to other journalistic organizations. You have to have friendly competition too, but as a partner as opposed to purely as a competitor.

And, to conclude, yes, getting out of advertising — part of the reason to get out of advertising is because in a super healthy ecosystem that is awash in money, it might make sense to have the CBC be part of that, but in an ecosystem where ad dollars are pennies on what used to be dollars, it doesn't make sense to have the CBC competing against local organizations that have such scarce resources.

Senator Simons: Mr. Clinton, you mentioned CBC not doing well in Spotify rankings. I listen to the CBC audio online all the time, but I never use Spotify because I can just download it directly without using Spotify as my agent.

There was a time — these are my war stories — I used to work as a producer on the CBC program “Ideas,” where I was the youngest producer. I remember suggesting at the time that we

CBC devient le quotidien officiel dans de nombreuses villes canadiennes de taille moyenne, comment pouvons-nous veiller à ce qu'elle le fasse sans détruire les vestiges de la culture imprimée?

Mme Gardner : C'est une excellente question. Quel est le rôle de CBC par rapport à la communauté journalistique locale? Ça me fait chaud au cœur de vous entendre dire cela au sujet des services locaux, car j'étais là lorsque nous avons commencé. Nous avions 12 journalistes dans tout le pays, la plupart se consacrant à l'adaptation des nouvelles à la radio et à la télévision à l'époque. De toute évidence, cet effectif a énormément augmenté depuis. C'est un peu comme pour BBC, par exemple, qui a établi d'importants partenariats au niveau local, où elle assure la coordination avec les journaux et où elle engage parfois des gens et des postes en commun.

J'ai réfléchi au fait que Canada Village Media est un organisme qui prend de l'expansion à l'échelle locale. Je ne sais pas combien il a de sites, peut-être 25 ou 30. Je verrais bien CBC/Radio-Canada s'associer à une ou à plusieurs organisations de la sorte. On a parlé de l'idée — et je pense que c'est une idée intéressante — que CBC/Radio-Canada puisse librement octroyer des licences pour la diffusion de ses actualités par d'autres organismes. Je pense que c'est logique pour une organisation comme CBC/Radio-Canada. Ce qu'elle crée a été payé par les Canadiens et devrait donc appartenir au pays et être utilisé par les gens comme bon leur semble.

Je pense aussi que CBC peut et doit servir de terrain de formation pour les journalistes. Elle envoyait des gens en région au début de leur carrière pour être formés. C'est ce qui m'est arrivé. C'est ce que nous avons tous fait. C'est la plus importante ressource journalistique au pays, et elle a donc toute l'expertise et la capacité voulues pour former, encadrer et soutenir les talents. J'aimerais la voir fonctionner comme un partenaire au niveau local pour d'autres organisations journalistiques. Il faut aussi avoir une concurrence amicale, mais comme partenaire plutôt que comme concurrent.

Et, pour conclure, oui, il s'agit de renoncer à la publicité — notamment parce que dans un écosystème hyper sain qui nage dans l'argent, il serait peut-être logique que CBC soit de la partie, mais dans un écosystème où les dollars publicitaires d'autrefois ne sont plus que des clopinettes, il n'est pas logique que la société fasse concurrence à des organisations locales qui ont des ressources tellement limitées.

La sénatrice Simons : Monsieur Clinton, vous avez mentionné que CBC ne s'en tire pas bien dans le classement Spotify. J'écoute l'audio de la CBC en ligne tout le temps, mais je n'utilise jamais Spotify parce que je peux le télécharger directement.

Il fut un temps — ce sont mes histoires de guerre — où je travaillais comme productrice à l'émission *Ideas* de la CBC, où j'étais la plus jeune de l'équipe. Je me souviens d'avoir proposé

should take our most popular documentaries and put them on CDs and sell them at the CBC gift shop. This is before the internet. The established CBC producers were horrified that this kid from the West had this crazy commercial idea, and one of them said to me, “‘Ideas’ is appointment radio. People sit down at nine o’clock and listen to it. We would never debase ourselves by selling.” Now, the CBC has not just purpose-built podcasts but the replays of its programming online. I don’t know how popular they are, but that’s certainly how I consume the CBC mostly these days: while walking my dog, listening on my phone. Presumably, the CBC tracks that. Ms. Gardner, it has been a long time since you worked there, but do you have a sense of how well that transition to audio online has worked for them?

Ms. Gardner: I do know that “Ideas” is keen on getting its material out there. Greg Kelly is very invested in that.

Senator Simons: They have a great podcast. I listen to it all the time now.

Ms. Gardner: They also have transcripts going back a thousand years, so there are many different ways to interact with that stuff. I don’t know how popular it is these days. I haven’t seen the data. Of course, that’s how people are getting their media, and there are many different ways they can get podcasts. They can download them from the CBC website or they can use Apple or whatever. I’m sure they track all that, but I don’t know the numbers.

Senator Simons: Mr. Clinton, apart from the Spotify data, which I don’t find very telling, do you have those numbers?

Mr. Clinton: As I noted before, the absolute overall radio listening numbers from the CRTC — not just for CBC but for all traditional radio — tell us that it is dropping off a cliff. You are not alone in listening to the CBC directly on the internet, but there are fewer and fewer of you. I’m not indicative, but I don’t even own a TV or a radio. I guess there’s one in my car, but I’m never in my car. Whatever media I consume — and it’s a lot — is always coming from the internet. Everybody has their own preferences, and all is good, but it does seem clear from CRTC data that the trend is away from traditional radio and TV and to the internet. I don’t see anything on the horizon that is going to stop that.

Senator Simons: Thank you both very much.

à l’époque que nous prenions nos documentaires les plus populaires et que nous les mettions sur CD pour les vendre à la boutique de souvenirs de la CBC. C’est avant Internet. Les producteurs seniors ont été horrifiés de voir cette gamine de l’Ouest proposer une idée commerciale aussi farfelue, et l’un d’entre eux m’a dit : « *Ideas* est une émission sur rendez-vous. Les gens s’assoient à 9 heures pile et écoutent. Nous ne nous rabaisserons jamais à vendre nos produits. » Aujourd’hui, la CBC n’a pas seulement des balados sur des sujets concrets, mais aussi des enregistrements de ses émissions en ligne. Je ne sais pas à quel point ils sont acclamés, mais c’est certainement ainsi que je suis la CBC surtout ces jours-ci, en promenant mon chien, en écoutant mon téléphone. On peut supposer que la société se renseigne sur le niveau d’écoute. Madame Gardner, cela fait longtemps que vous n’y avez pas travaillé, mais avez-vous une idée de la façon dont la transition vers l’audio en ligne a fonctionné pour la CBC?

Mme Gardner : Je sais que les producteurs de *Ideas* tiennent à ce que son contenu soit diffusé. Greg Kelly s’y investit à fond.

La sénatrice Simons : Ils ont un excellent balado. Je l’écoute tout le temps maintenant.

Mme Gardner : Ils ont aussi des transcriptions qui remontent à un millier d’années, alors il y a de nombreuses façons d’interagir. Je ne sais pas à quel point l’émission est populaire de nos jours. Je n’ai pas vu les données. Bien sûr, c’est ainsi que les gens obtiennent leurs nouvelles, et il y a des façons aussi nombreuses que diverses d’obtenir des balados. On peut les télécharger à partir du site Web de la CBC ou à l’aide d’Apple ou d’un autre système. Je suis certaine qu’ils suivent tout cela, mais je ne connais pas les chiffres.

La sénatrice Simons : Monsieur Clinton, à part les données de Spotify, que je ne trouve pas très révélatrices, avez-vous ces chiffres?

M. Clinton : Comme je l’ai déjà dit, les chiffres globaux absolus d’écoute à la radio que donne le CRTC — pas seulement pour CBC/Radio-Canada, mais pour l’ensemble de la radio traditionnelle — nous disent que l’écoute est en chute libre. Vous n’êtes pas les seuls à écouter CBC/Radio-Canada directement sur Internet, mais vous êtes de moins en moins nombreux. Je ne suis pas vraiment représentatif, mais je ne possède même pas de télévision ou de radio. Je suppose qu’il y en a une dans ma voiture, mais je ne suis jamais dans ma voiture. Les médias que je consomme — et ils sont nombreux — proviennent toujours d’Internet. Tout le monde a ses propres préférences, et c’est parfait, à en croire les données du CRTC, il est manifeste que la tendance est à l’abandon de la radio et de la télévision traditionnelles au profit d’Internet. Je ne vois rien à l’horizon qui puisse arrêter cela.

La sénatrice Simons : Merci beaucoup à vous deux.

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: Let me start by saying that I was a long-time employee of Radio-Canada. I also worked with the CBC at various times.

Ms. Gardner, I heard you say with some surprise that, yes, it's true that the CBC is in trouble and is perceived as biased. Few people listen or watch. You concluded by saying:

[English]

“... most of that is not the CBC's fault.”

[Translation]

Of course, I can't help but make connections with Radio-Canada, which has suffered the same cuts and no doubt even greater cuts, because, as you know, the percentages are such that it probably has a greater impact. However, Radio-Canada is getting away with it. These budgets, which you say have been cut, are still much higher than what the competition often invests in public affairs and polished programs, so I have a hard time reconciling your observation with the Canadian reality.

Of course, there's a language issue, but beyond that, the CBC could choose what it does and what it does better. If it is doing podcasts, as Mr. Clinton said, and only 2% of CBC's podcasts are being listened to, there is a problem. It's true that we can't do everything. Try to reconcile that, because I'm a big believer in public television and public radio — I think that's very important — but I also think it's a bit radical to say that nothing that happens to the CBC is its fault or due to its own choices.

[English]

Ms. Gardner: If I left you with the impression — which I clearly did — that I felt the CBC has no agency, plays no role and isn't the master of its own path, I didn't mean to do that. I was trying to say that there are two big external factors: The funding is a big factor, and the advent of the internet is an enormous factor. They are what has made the biggest difference in terms of the place that the CBC occupies in the cultural landscape of the country.

I take your point about Radio-Canada. I can't speak to it, but I understand that —

Senator Miville-Dechêne: The ratings are much better.

Ms. Gardner: Yes, I know that. My understanding is that it is because of the unique context for it. It's the language, and the competitive environment is somewhat different. I think

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : En commençant, je dois dire que j'ai été longtemps employée de Radio-Canada. J'ai aussi travaillé avec la CBC à plusieurs moments.

Madame Gardner, je vous ai entendue dire avec une certaine surprise que oui, c'est vrai que la CBC est dans le trouble et qu'on perçoit cette dernière comme ayant des biais. Peu de gens l'écoutent. Vous avez conclu en disant ces quelques mots :

[Traduction]

« ... en gros, ce n'est pas la faute de CBC. »

[Français]

Évidemment, je ne peux faire autrement que de faire des liens avec Radio-Canada, qui a subi les mêmes coupes et sans doute des coupes encore plus considérables, parce que, comme vous le savez, les pourcentages sont tels que cela a probablement un impact plus important. Pourtant, Radio-Canada s'en tire. Ces budgets que vous dites amputés restent quand même beaucoup plus élevés que ce que la concurrence investit souvent dans des émissions d'affaires publiques, dans des émissions léchées. J'ai donc de la difficulté à réconcilier votre constat avec la réalité canadienne.

Bien sûr, il y a une question de langue, mais au-delà de cela, CBC pourrait choisir ce qu'elle fait et ce qu'elle fait mieux. Si elle fait des balados, comme le disait M. Clinton, et que seulement 2 % des balados de la CBC sont écoutés, il y a un problème. C'est vrai qu'on ne peut pas tout faire. Essayez de réconcilier cela, parce que je crois beaucoup à la télévision et à la radio publiques — je pense que c'est très important —, mais je crois également que dire que rien de ce qui arrive à la CBC n'est de sa faute ou ne tient à ses propres choix est un peu radical.

[Traduction]

Mme Gardner : Si je vous ai donné l'impression — ce que j'ai clairement fait — que j'estimais que CBC/Radio-Canada n'avait pas d'agentivité, qu'elle ne jouait aucun rôle et qu'elle n'était pas maîtresse de sa propre voie, ce n'était pas mon intention. J'essayais de dire qu'il y a deux grands facteurs externes, soit le financement et l'avènement d'Internet. Ce sont eux qui ont fait la plus grande différence en ce qui concerne la place que CBC occupe dans le paysage culturel du pays.

Je comprends ce que vous dites au sujet de Radio-Canada. Je ne peux pas en parler, mais je comprends que...

La sénatrice Miville-Dechêne : Les cotes d'écoute sont bien meilleures.

Mme Gardner : Oui, je le sais. D'après ce que je comprends, c'est en raison du contexte particulier dans lequel il s'inscrit. C'est la langue, et l'environnement concurrentiel est quelque peu

Radio-Canada has a different relationship with francophones in Canada than CBC English has with anglophones in Canada. There are probably lots of contributing factors to that, some of which are inside its authority to control, and some of which aren't.

But I did not mean to say that the CBC doesn't bear responsibility for where it finds itself. It does, but it is also acted upon by external forces.

Senator Miville-Dechêne: You have worked at the CBC a long time. Isn't there a difficulty to shift to less costly methods? I'm speaking about Toronto and Montreal, which are the head offices and which work in a certain fashion, with a lot of resources, versus what they give out to regions, which are much more agile doing, for example, editing, reporting — a lot of stuff. Isn't there some slowness in moving to a more agile television and radio?

Ms. Gardner: I think there is inherently going to be a lack of agility in any organization of the CBC's size and its complexity with the many stakeholders and the many different players involved.

I had what I found to be a surprising experience about 18 months ago, I think. I was called by the CBC. They did a pre-interview with me for something they were doing. The person doing the pre-interview with me — we had to change the time, and they told me they couldn't change it to a particular time because they had to book the "Zoom room." I just thought that was so odd — a world in which Zoom is a special room in the organization that you have to book in advance. That doesn't feel nimble or flexible. It doesn't feel like an organization that is really moving quickly relative to everybody else.

There are real reasons for that. I don't like to make fun of the CBC for things like that, because there are real reasons and contributing factors for them. But it is very hard for them to be responsive. That's a challenge because one of the things that has happened in the media landscape is that it's a lot cheaper now to do certain kinds of things. The real argument for the internet is that it is where the people are, but another great thing about the internet is that it is significantly cheaper. People's understanding of what professional broadcast quality looks like is a lot more relaxed now. Technology also just makes it possible to do a lot more with a lot less. It's probably the case that the CBC is not fully benefiting from that for many different reasons.

Senator Miville-Dechêne: Thank you. Did you have anything to add, Mr. Clinton?

Mr. Clinton: I would go back to something you said before, which I very much agree with: The CBC should and perhaps could step back and take a look at everything they do and decide to focus on what they do well and what is successful. Parts of the

différent. Je pense que Radio-Canada, a une relation différente avec les francophones au Canada que CBC avec les anglophones. Il y a probablement beaucoup de facteurs qui contribuent à cela, dont certains relèvent de son pouvoir de contrôle, et d'autres non.

Mais je ne voulais pas dire que la CBC n'est pas responsable de la situation dans laquelle elle se trouve. Oui, mais des forces extérieures interviennent également.

La sénatrice Miville-Dechêne : Vous avez travaillé longtemps à CBC. N'est-il pas difficile de passer à des méthodes moins coûteuses? Je parle de Toronto et de Montréal, qui sont les sièges sociaux et qui travaillent d'une certaine façon, avec beaucoup de ressources, par rapport à ce qu'ils distribuent aux régions, qui sont beaucoup plus agiles, par exemple, pour la révision, la production de rapports — beaucoup de choses. N'y a-t-il pas une lenteur de passer de la télévision et à une radio plus agiles?

Mme Gardner : Je pense qu'il y aura un manque inhérent d'agilité dans toute organisation de la taille de CBC et de sa complexité avec les nombreux intervenants et les divers joueurs concernés.

J'ai vécu une expérience que j'ai trouvée surprenante il y a environ 18 mois, je crois. La CBC m'a appelée. Ils ont fait une entrevue préalable avec moi pour une de leurs productions, mais il a fallu changer l'heure prévue pour l'entrevue sous prétexte de devoir réserver la « salle Zoom ». J'ai trouvé cela tellement étrange — un monde dans lequel Zoom est une salle spéciale dans l'organisation qu'il faut réserver à l'avance. Cela ne me semble ni pratique ni flexible. On n'a pas l'impression que l'organisation évolue rapidement par rapport aux autres.

Il y a de vraies raisons à cela. Je n'aime pas me moquer de la CBC pour ce genre de choses, parce qu'il y a de vraies raisons et des facteurs contributifs. Mais il est très difficile pour eux de réagir. C'est un défi parce que l'une des choses qui se sont produites dans le paysage médiatique, c'est que certaines choses coûtent beaucoup moins cher qu'avant. Le véritable argument en faveur d'Internet, c'est que c'est là où se trouvent les gens, mais un autre aspect intéressant, c'est qu'il coûte beaucoup moins cher. Les gens comprennent maintenant beaucoup mieux à quoi ressemble la qualité professionnelle de la diffusion. La technologie permet aussi de faire beaucoup plus avec beaucoup moins. Il est probable que CBC n'en profite pas pleinement pour de nombreuses raisons.

La sénatrice Miville-Dechêne : Merci. Avez-vous quelque chose à ajouter, monsieur Clinton?

M. Clinton : J'aimerais revenir sur une chose que vous avez dite tout à l'heure, et avec laquelle je suis tout à fait d'accord, à savoir que CBC/Radio-Canada devrait et pourrait peut-être prendre du recul et examiner tout ce qu'elle fait et décider de se

CBC's Broadcasting Act mandate are very old — 30 or 40 years; I'm not sure exactly — and things change. Large companies and organizations don't change that nimbly, as you said.

I definitely agree that a solution to many of the problems we are discussing might be found in rationalization, which doesn't mean cutting, necessarily, but it does mean reassessing what they do well and focusing on just that and those platforms where they are doing well. So I agree with that completely.

Another small side point is whether things can be done more efficiently and more cost-effectively now because we have the internet. I would say absolutely, 100%.

What I do, which is take public-facing data and use data-analytics tools to build stories, is something that perhaps in a different time a team of reporters would have done and been stressed to do it.

And I'm not the only person doing it. This model is not mine; I didn't make it up or come up with it. There is an organization in Toronto called City Hall Watcher. They have a very popular Substack with 8,000 subscribers, I see. As far as I can tell — I have no contact with them inside — they use internal data that Toronto produces. For transparency, they make a lot of their data available for free. They build a really excellent, distilled picture of everything Toronto City Hall does. Now, the Toronto City Council has a budget larger than many countries. It's a huge organization. City Hall Watcher makes it understandable. They bring it into context, and you feel you're not missing anything from City Hall. You can just pick it up in 15 minutes a week via a fantastic summary.

That kind of thing is something anyone who loves data — I have Statistics Canada so ingrained in my browser that I don't need a bookmark; it goes naturally to Statistics Canada website — people like that can build interfaces with public life, with government and with other things going on in the world very inexpensively and very efficiently.

Senator Miville-Dechêne: Thank you.

The Chair: Ms. Gardner, you have 30 seconds, because the senator's time has elapsed.

Ms. Gardner: I will speak quickly, just to say that, yes, the CBC should take things off the table, but it's important to acknowledge that the CBC is not the master of its own ship. It

concentrer sur ce qu'elle fait bien et ce qui réussit. Certaines parties du mandat de la Loi sur la radiodiffusion de CBC/Radio-Canada sont très anciennes — 30 ou 40 ans, je n'en suis pas certain exactement — et les choses changent. Les grandes entreprises et les organisations ne changent pas aussi rapidement, comme vous l'avez dit.

Je suis tout à fait d'accord pour dire qu'une solution à bon nombre des problèmes dont nous discutons pourrait être la rationalisation, ce qui ne signifie pas nécessairement qu'il faut faire des compressions, mais plutôt qu'il faut réévaluer ce qui est bien fait et se concentrer uniquement sur cela et sur les plateformes où la société réussit bien. Je suis donc tout à fait d'accord.

Un autre petit point secondaire, c'est de savoir si les choses peuvent être faites de façon plus efficiente et plus rentable maintenant que nous avons Internet. Absolument, à 100 %.

Ce que je fais, c'est prendre des données publiques et utiliser des outils d'analyse de données pour créer des histoires, c'est quelque chose qu'une équipe de journalistes aurait peut-être fait à un autre moment, et on aurait peut-être insisté pour qu'elle le fasse.

Et je ne suis pas le seul à le faire. Ce modèle n'est pas le mien; je ne l'ai pas inventé. Il y a un organisme à Toronto qui s'appelle City Hall Watcher. Ils ont un site Substack très populaire avec 8 000 abonnés, je vois. Pour autant que je sache — je n'ai aucun contact avec eux à l'intérieur —, ils utilisent des données internes produites par Toronto. Par souci de transparence, ils rendent une grande partie de leurs données accessibles gratuitement. Ils créent une excellente image distillée de tout ce que fait l'hôtel de ville de Toronto. Le conseil municipal de Toronto a un budget plus important que celui de nombreux autres pays. C'est une organisation énorme. Le City Hall Watcher le rend compréhensible. Il met les choses en contexte, et on a l'impression de ne manquer aucune nouvelle touchant l'hôtel de ville. Il offre un excellent résumé et il suffit de 15 minutes par semaine pour demeurer au courant.

Tous ceux qui aiment les données — Statistique Canada est tellement ancré dans mon navigateur que je n'ai pas besoin d'un signet; mon système va tout naturellement sur le site Web de Statistique Canada — peuvent créer des interfaces avec la vie publique, avec le gouvernement et avec d'autres choses qui se passent dans le monde, et ce de façon très peu coûteuse et très efficace.

La sénatrice Miville-Dechêne : Merci.

Le président : Madame Gardner, il vous reste 30 secondes, car le temps de parole de la sénatrice est écoulé.

Mme Gardner : Je vais parler rapidement, simplement pour dire que, oui, CBC devrait retirer certaines choses de la table, quitte à reconnaître qu'elle n'est pas le maître de son propre

has the CRTC, Canadian Heritage, Parliament, the Treasury Board, unions and its own board of directors. I think you have to acknowledge that complexity when you think about it taking things off the table and focusing on what it can do well.

The Chair: Thank you.

I can say, though, that when it comes to the CRTC and Canadian Heritage before this committee, they seem to think they have no influence over them whatsoever. You can listen to the testimony.

Senator Quinn: Thank you, witnesses, for being here today. I agree with the chair's opening remarks about the frustration of not being able to watch a hockey game, although I'm a hockey fan. To the chagrin of at least one of my colleagues in this room, the outcome was the right outcome.

In any case, I have never worked for the CBC or any media outlet. I'm a heavy consumer of things.

The Chair: You're in the minority.

Senator Quinn: I'm a minority. I must admit that in order to get the result of the hockey game last night, if you miss that five minutes of sports in the morning at 6:55, you don't hear anything else for the rest of the day about sports on CBC Radio, of which I'm a heavy consumer.

In any case, my question is about the Broadcasting Act. As I understand it, there are seven mandates, seven things the CBC is supposed to do. One of these is to "reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special needs of those regions." I'm from New Brunswick. When you look at the budget distribution of the CBC, we're told that 84% goes to Quebec and Ontario, and 16% to the rest of Canada. Most of that money goes to TV. A little goes to radio. It seems that the CBC has lost its way in terms of promoting the regional aspects of its business.

I agree with what you said about the commercial revenue streams, by the way. I think that's probably driving a lot of that in the big, populated marketplace.

If the CBC is to survive at all, are we looking at a fundamental review of the Broadcasting Act and its mandate and force the cultural change? One of my colleagues talked about culture. Does that cultural change have to be forced by the government? If the government is going to be the principal funder, shouldn't they have a say in how that organization needs to change to serve Canadians, particularly in the regions where sometimes it's the only act in town? CBC is the only coverage people can receive.

navire. Elle doit compter sur le CRTC, Patrimoine canadien, le Parlement, le Conseil du Trésor, les syndicats et son propre conseil d'administration. Je pense que vous devez reconnaître cette complexité lorsque vous songez à lui faire renoncer à certaines choses pour se concentrer sur ce qu'elle peut faire de bien.

Le président : Merci.

Je peux dire, cependant, que lorsqu'il est question du CRTC et de Patrimoine canadien devant ce comité, ils semblent penser qu'ils n'ont aucune influence sur CBC/Radio-Canada. Vous n'avez qu'à écouter les témoignages.

Le sénateur Quinn : Merci aux témoins d'être ici aujourd'hui. Je suis d'accord avec le président lorsqu'il dit qu'il est frustrant de ne pas pouvoir regarder un match de hockey, et je suis amateur moi-même. Au grand dam d'au moins un de mes collègues dans cette salle, le résultat a été le bon.

De toute façon, je n'ai jamais travaillé pour CBC ni aucun média. Je ne suis qu'un gros consommateur de choses.

Le président : Vous êtes minoritaire.

Le sénateur Quinn : Je suis minoritaire. Je dois admettre que pour connaître le résultat du match de hockey d'hier soir, si on manque les cinq minutes de sport diffusées le matin à 6 h 55, il n'y aura plus un traître mot sur les sports de toute la journée à la radio de CBC, dont je suis un gros consommateur.

Quoi qu'il en soit, ma question porte sur la Loi sur la radiodiffusion. Si j'ai bien compris, il y a sept mandats, sept choses que CBC est censée faire. L'une d'elles consiste à « refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions ». Je viens du Nouveau-Brunswick. Quand on regarde la distribution du budget de CBC, on nous dit que 84 % vont au Québec et en Ontario et 16 % au reste du Canada. La plus grande partie de cet argent va à la télévision. Un peu à la radio. Il semble que la société ait perdu le contrôle de la promotion des aspects régionaux de ses activités.

Soit dit en passant, je suis d'accord avec ce que vous avez dit au sujet des sources de revenus commerciaux. Je pense que c'est probablement ce qui explique en grande partie la situation sur le grand marché.

Si CBC doit survivre, envisage-t-on de procéder à un examen fondamental de la Loi sur la radiodiffusion et de son mandat et d'imposer un changement de culture? Une de mes collègues a parlé de culture. Ce changement de culture doit-il être imposé par le gouvernement? Si le gouvernement doit être le principal bailleur de fonds, ne devrait-il pas avoir son mot à dire sur la façon dont cet organisme doit changer pour servir les Canadiens, surtout dans les régions où c'est parfois la seule source

Is that something that needs to be done? Does government need to rethink this whole thing and force the CBC into a different space?

Ms. Gardner: Yes, I think so. The Broadcasting Act needs to be revised in light of the changes in the landscape, in light of the internet and the way that things are different from how they used to be. That's part of taking things off the table.

I don't think the government should be overly directive for many different reasons. It's not an expert in media, but also it is supposed to have an arm's-length relationships with the CBC. At a high level, laying out a mandate that makes sense in today's context, I think that is the right thing to do.

I'll just say quickly that when it comes to spending on local, especially in financially difficult times — when the CBC spends money locally, if you spend a dollar in every region, that's \$12 or \$14; if you spend a dollar nationally, that's a dollar. So it's cheaper to spend money nationally. That's just a reality when you're looking at budgets.

Senator Quinn: I understand that, but it's at the expense of having regional coverage.

Ms. Gardner: Yes.

Mr. Clinton: I would agree that the Broadcasting Act is a blunt object. There are conflicting streams in it. Some of the more recent amendments almost sound at odds to other parts of the act. The CBC itself may be receiving mixed messages from that. I think they are trying to faithfully fulfill their obligations under the act, but I would agree that a revisit of the Broadcasting Act would be useful, in part, to remove some fads, some trendy language and requirements in the act that come in and out of fashion rather quickly. Perhaps make it more universalist in a way, more in absolute terms rather than in subjective terms. That's what I would suggest.

I'm not a lawyer, so I can't speak to the value of the Broadcasting Act internally.

Senator Quinn: In the interests of time, because I want to let my other colleagues speak who have expertise in this area, why don't we let the marketplace determine the fate of the CBC? If this were the private sector, the CBC would die. Should we allow the CBC to die?

Mr. Clinton: I'll start. By inclination, I'm a free market adherent, and I guardedly welcome the idea of letting the market decide. I would add that the CBC's funding is a distortion on the market in many ways — on the commercial market, of course; everyone agrees with that, but even taking the commercial angle out of it, it is a distortion. But there are some things the

d'information que l'on peut recevoir en ville? Est-ce quelque chose qui doit être fait? Le gouvernement doit-il repenser tout cela et forcer la CBC à se forger une place ailleurs?

Mme Gardner : Je crois que oui. La Loi sur la radiodiffusion doit être révisée à la lumière des changements survenus dans le paysage médiatique, de l'importance de l'Internet et du simple fait que les choses sont différentes de ce qu'elles étaient. Cela fait partie de la réduction nécessaire des services.

Le gouvernement doit s'abstenir d'être trop directif, et ce, pour de nombreuses raisons. Il n'est pas un expert en matière de médias et il est censé préserver l'indépendance de CBC. Il faut établir un mandat qui soit adapté au contexte actuel, voilà ce qu'il faut faire.

Juste un mot sur les dépenses locales, surtout en période de difficultés financières. Lorsque CBC effectue des dépenses à l'échelle locale : si elle dépense 1 \$ dans chaque région, cela en vient à totaliser 12 \$ ou 14 \$. Si un dollar est dépensé à l'échelle nationale, cela représente un seul dollar. Il est donc moins coûteux de dépenser à l'échelle nationale. C'est une simple réalité budgétaire.

Le sénateur Quinn : Je comprends, mais cela se fait aux dépens de la couverture régionale.

Mme Gardner : Oui.

M. Clinton : Je conviens que la Loi sur la radiodiffusion peut-être implacable. Elle comporte des volets contradictoires et certaines des modifications les plus récentes semblent incompatibles avec d'autres parties de la loi. CBC reçoit elle-même des messages contradictoires à cause de cela. Elle tente de s'acquitter fidèlement de ses obligations en vertu de la loi, mais je suis d'accord pour dire qu'une révision de la Loi sur la radiodiffusion serait pertinente, ne serait-ce que pour y éliminer certaines modes passagères, des expressions à la mode et des exigences qui deviennent rapidement désuètes. Il faudrait peut-être la rendre plus universelle dans l'absolu, et non au plan subjectif. Voilà ce que je propose.

Je ne suis pas juriste, je ne peux pas me prononcer sur la valeur du libellé de la Loi sur la radiodiffusion.

Le sénateur Quinn : Pour gagner du temps, car je veux laisser la parole à mes autres collègues qui ont une expertise dans le domaine, pourquoi ne pas laisser le marché décider du sort de CBC? Si elle œuvrait dans le secteur privé, CBC disparaîtrait. Faut-il laisser disparaître CBC?

M. Clinton : Je vais commencer. Je suis un partisan convaincu du libre marché et j'accueille avec circonspection l'idée de laisser le marché en décider. J'ajouterais que le financement de CBC/Radio-Canada est une distorsion du marché à bien des égards — du marché commercial, bien entendu. Tout le monde s'entend là-dessus. Mais sans égard à l'aspect

government is good at doing, and, perhaps on some level, a national broadcaster or provider of content is a valuable resource that we shouldn't so quickly throw away. However, certainly a reassessment of what it can be and ensuring that you're not distorting the market by destroying competition — those would be important elements of a reassessment.

Ms. Gardner: There is a school of thought that the CBC should do what the market does not do. If the market isn't covering Sudbury, the CBC should go into Sudbury. I'm not of that school of thought. I think the CBC's purpose is at a higher level. It's a market corrective, certainly, but at a higher level.

Almost every democratic country has a public media organization, and they were all created in the 20th century, in the 30s, 40s and 50s, with the same motivation. The idea was that the market would not provide everything that was needed, especially in a country like Canada, with a tiny population and two languages, spread thinly across the country. The idea was that you needed to have somebody whose mandate was to tell the stories and reflect people to each other. Otherwise, it wasn't going to happen. In this country, we would just drown in American content. That's why the thing was made.

I do not see any argument today for that being less valid and less important than it was when the CBC was created in 1936.

Senator Quinn: Thank you.

Senator Dasko: Thank you to our witnesses for being here today. I first want to focus on Ms. Gardner. In the scenario of less funding, if the CBC is going to give up its revenues, obviously, the revenue that they are going to have is going to be considerably smaller. There may not be more government funding; in fact, there may be less. Therefore, what do you do in this scenario?

You suggested a number of things, such as reinvesting in digital. I'm trying to understand what a digital service would look like. What kind of programming would be on this service?

Also, what happens to television? I would like to get back to basics. You turn on the TV to a blank screen for 10 hours a day, and then it comes on at 7? What does this all look like? Help me to understand what stays, what is added to, what gets developed. What does digital look like? What does television look like?

Ms. Gardner: Before I speak to it, I will say again that my area is only English services, so I'm not speaking to Radio-Canada.

commercial, elle crée une distorsion. Pourtant, le gouvernement excelle dans certaines choses et d'un certain point de vue, un diffuseur ou un fournisseur de contenu national est une ressource précieuse dont nous ne devrions pas nous débarrasser avec autant de légèreté. Une révision de sa définition assortie d'une garantie qu'elle ne fausse pas le marché en détruisant la concurrence pourrait constituer des éléments importants dans une réévaluation.

Mme Gardner : Il existe une certaine école de pensée selon laquelle CBC doit combler les lacunes du marché. Si le marché ne couvre pas Sudbury, CBC doit diffuser à Sudbury. Je ne suis pas de cette école. Je pense que la raison d'être de CBC se situe à un plan plus élevé. Certes, elle comble les lacunes du marché, mais à un plus haut niveau.

Presque tous les pays démocratiques possèdent une organisation médiatique publique. Ces organisations ont toutes été créées au XX^e siècle, dans les années 1930, 1940 et 1950 et pour la même raison. On se rendait compte que le marché ne suffirait pas, surtout dans un pays vaste comme le Canada, qui dispose d'une population peu nombreuse, très dispersée et parlant deux langues. Il fallait une organisation dont le mandat était de raconter les récits nationaux et de faire connaître les habitants les uns aux autres. C'était impossible autrement. Le Canada aurait tôt fait d'être inondé de contenu américain et c'est là la raison de sa création.

Aucun argument ne prouve aujourd'hui que CBC soit moins valable et moins importante qu'au moment de sa création en 1936.

Le sénateur Quinn : Merci.

La sénatrice Dasko : Merci à nos témoins d'être ici aujourd'hui. J'aimerais d'abord m'adresser à Mme Gardner. Dans le scénario d'un financement réduit, si CBC renonce à ses revenus, de toute évidence, ses revenus seront moindres. Le financement gouvernemental n'augmenterait pas, en fait, il serait peut-être réduit. Quoi faire dans ce scénario?

Vous avez proposé un certain nombre de choses, comme le réinvestissement dans le numérique. J'essaie de comprendre à quoi ressemblerait un service numérique. Quel genre de programmation serait offerte par ce service?

Qu'advierait-il de la télévision? J'aimerais revenir à l'essentiel : on allume le téléviseur sur un écran vide 10 heures par jour, puis la programmation reprend à 19 heures? À quoi cela ressemblerait-il? Aidez-moi à comprendre ce qui est conservé, ce qui est ajouté, ce qui est développé. À quoi ressemble le numérique? Il y a quoi à la télévision?

Mme Gardner : Avant d'entrer dans le vif du sujet, je tiens à répéter que ma spécialité est le service anglophone. Je ne parle pas de Radio-Canada.

Senator Dasko: I would be happy to talk about the English services.

Ms. Gardner: On the English side, the question and the challenging area has always been English television. That was the case when Richard Stursberg came in and wanted the CBC to focus on being more popular on the English TV side. It has been the case throughout CBC's history since the beginning.

English television is a nut that the CBC has never cracked. It has had quite a few successes, but it has never been able to create an extremely popular, distinctively Canadian schedule from beginning to end. The money isn't there to do it, and the infrastructure in this country probably isn't there to do it.

An increasing number of people are suggesting that the CBC should get out of the business of entertainment programming, given the upheavals. Should there be over-the-air broadcasting of drama and "Family Feud" reruns and things like that? It's a question. It costs money to do that work, and it's not clear whether it's possible to win in this environment, with the competition that exists.

It also takes up a lot of the air in the room in terms of discussion. I would like to hear the CBC talk more about and focus more on the areas in which it can and should grow rather than focusing on fixing a problem that has been around for a long time and is not easy to fix.

When you think about what the CBC could look like in the digital space, we see a lot of it already. You can see a lot of what they have been doing. Online news makes a ton of sense because it's very efficient to produce news in that way, and you can be across the country. That makes sense.

What has been mostly missed is the opportunity to get out of the way and facilitate discussion among Canadians: rather than speaking to Canadians, allowing Canadians to speak to each other. I used to sometimes use the example of Reddit. It is a place where people go, and they have all kinds of conversations about all kinds of things. The CBC should perform a function similar to that for Canadians. It should be a platform that allows people to talk directly to each other.

It used to be that you needed a journalistic or some form of intermediary, and now you don't. To some degree, it should be providing the infrastructure for Canadians to have their own conversations.

Senator Dasko: Back to turning on the television, is there any television? Is it the blank screen? Is there a CBC network in the future of this — let's talk about English-language television. Is there or not?

La sénatrice Dasko : Je serais heureuse de parler du service anglophone.

Mme Gardner : Du côté anglophone, le défi a toujours été la télévision. C'était déjà un défi lorsque Richard Stursberg est entré en poste avec le souhait que la CBC mise sur une plus grande popularité de la télévision anglaise. Ce défi existe depuis le début de l'histoire de la CBC.

La télévision anglaise est un casse-tête que la CBC n'a jamais résolu. Elle a connu certains succès, mais elle n'a jamais réussi à créer une programmation fortement populaire et typiquement canadienne du début à la fin. L'argent n'est pas au rendez-vous et l'infrastructure nationale n'est pas à la hauteur non plus.

De plus en plus de gens laissent entendre que la CBC devrait se retirer du créneau divertissement, compte tenu des bouleversements en cours. Faudrait-il diffuser des dramatiques et des reprises de *Family Feud* sur les ondes ou des trucs du genre? La question se pose. Il faut des fonds pour effectuer ce travail, et il n'est pas certain qu'il soit possible de remporter la mise dans le contexte actuel, vu la concurrence.

Ces discussions occupent une grande place. J'aimerais que CBC parle davantage des domaines dans lesquels elle peut et doit prendre de l'expansion, plutôt que de se concentrer sur la résolution d'un vieux problème difficile à régler.

Nous voyons déjà, en bonne partie, à quoi pourrait ressembler la CBC/Radio-Canada dans l'espace numérique, grâce à ce qui a déjà été fait. Présenter les nouvelles en ligne est plein de bon sens, car c'est une façon efficace de produire des nouvelles tout en assurant une présence partout au pays. C'est tout à fait logique.

Nous avons raté l'occasion de laisser le champ libre aux Canadiens pour qu'ils puissent discuter entre eux. Plutôt que de nous adresser à eux, il faut leur permettre de se parler. Il m'arrivait de donner l'exemple de Reddit. C'est un forum où les gens discutent de toutes sortes de choses. CBC doit jouer un rôle semblable pour les Canadiens. Elle doit représenter une plateforme qui permet aux gens de se parler directement.

Auparavant, il fallait un journaliste ou un intermédiaire quelconque, mais ce n'est plus le cas aujourd'hui. Dans une certaine mesure, elle doit fournir l'infrastructure nécessaire pour que les Canadiens puissent avoir leurs propres conversations.

La sénatrice Dasko : Pour revenir à la télévision, est-ce qu'il y aura de la télévision? Est-ce qu'il y aura un écran vide? Y aura-t-il un réseau de la CBC dans l'avenir — parlons de la télévision de langue anglaise. Elle existera encore, oui ou non?

Ms. Gardner: One day there won't be, right? One day there will not be. It's just a question of what that day is. So few people are watching over the air television, like sitting down in the old way with appointment viewing. That's not what people are doing. Decreasingly, people are doing that, so one day that will just not happen anymore.

Senator Dasko: Okay. I think that helps me. Is there any model of a foreign country, BBC or any other models, that you think are helpful for us understanding and dealing with the CBC?

Ms. Gardner: I think that everybody is having the same challenges. The BBC is always the gold standard, so it's always what other public broadcasters look to, because it's so successful, so incredibly successful.

But I think everybody is grappling with the exact same challenges everywhere around the world. That's a thing that is important to acknowledge because, again, that suggests it's external factors, it's the external environment. All the public broadcasters used to have shares of 40%, 50%, 60%, depending on their environment, even 100%. They have all dropped off a cliff. It's not just us; it's a problem that everyone is engaged in trying to figure out.

Senator Dasko: Of course. Now my question is about radio. So many Canadians say that they love CBC Radio. It connects them with the country. They wake up to it or whatever. Can radio exist, especially English-language radio, without television?

Ms. Gardner: Why wouldn't it be able to exist without television? Why wouldn't it?

Senator Dasko: I'm just asking your opinion on whether it actually can continue to operate as a service, even if television is transformed.

Ms. Gardner: I think inside the CBC, they talk more now about audio and video than radio and television. So you always have to distinguish, right? Are you talking about the over-the-air, old-school broadcast model, or are you talking about the production of audio? Production of audio is something that the CBC has always been excellent at. It has always won international awards at all the festivals. Part of the reason for that is because audio is a more intimate medium. It feels more like somebody is talking to me as opposed to broadcast, which feels more top-down. So in some ways, it's better suited to today as well. But yes, the CBC has always produced audio in a really solid way that is helpful to the country; we can see it in people's connections to CBC Radio. I do not see any reason why that wouldn't continue.

Senator Dasko: Thank you.

Mme Gardner : Viendra le jour où il n'y en aura plus. C'est un fait, reste à savoir quel sera ce jour. Très peu de gens regardent la télévision par ondes, comme dans le bon vieux temps, quand on regardait les émissions à heure fixe. Les gens ne font plus cela, du moins, ils le font de moins en moins, alors le jour viendra où ils ne le feront plus du tout.

La sénatrice Dasko : D'accord. Je pense que cela m'aide. Y a-t-il un modèle dans un pays étranger, la BBC ou un autre, susceptibles de nous aider à comprendre CBC et à aborder ses problématiques?

Mme Gardner : Je pense que tous ont les mêmes défis. La BBC est toujours la référence. Elle connaît un tel succès que les autres diffuseurs publics s'y intéressent en priorité.

Partout dans le monde, tous font face aux mêmes défis. Il est important de le reconnaître, car cela signifie que ce sont des facteurs et un contexte externes qui sont en jeu. Tous les diffuseurs publics avaient autrefois des parts de marché de 40 %, 50 %, 60 %, selon le milieu, parfois même de 100 %. Ils ont tous connu une chute brutale. Nous ne sommes pas les seuls : c'est un problème que tout le monde tente de résoudre.

La sénatrice Dasko : Bien sûr. Ma question porte maintenant sur la radio. Beaucoup de Canadiens disent aimer la radio de CBC. Elle les relie au pays. Ils se réveillent en l'écoutant, par exemple. La radio peut-elle exister, surtout la radio de langue anglaise, sans la télévision?

Mme Gardner : Pourquoi ne pourrait-elle pas exister sans la télévision? Pourquoi pas?

La sénatrice Dasko : Je vous demande simplement votre opinion sur la question de savoir si la radio peut continuer à fonctionner comme un service, même si la télévision se trouve transformée.

Mme Gardner : Je pense qu'à CBC, on parle davantage d'audio et de vidéo que de radio et de télévision. Il faut toujours faire la distinction. Parlez-vous de l'ancien modèle de radiodiffusion en direct ou de la production audio? CBC a toujours fait de l'excellent travail dans le domaine de la production audio. Elle remporte des prix internationaux dans tous les festivals, et ce, depuis toujours. Cela s'explique en partie par le fait que l'audio constitue un média plus intime. On a l'impression que quelqu'un nous parle directement, au contraire de la télévision, où la communication repose sur un principe plus hiérarchique. D'une certaine façon, elle est mieux adaptée à la situation actuelle. Mais oui, CBC a toujours été solide en production audio et cela sert bien le pays. On le constate au lien que les gens entretiennent avec la radio de CBC. Je ne vois pas pourquoi cela devrait cesser.

La sénatrice Dasko : Merci.

Senator Cardozo: We are having a really good discussion on viewer numbers and listener numbers. I want to ask you about the other major critique of the CBC, and that's bias. I point you to the article by Harrison Lowman entitled "Why conservatives despise the CBC, why they can't wait to tear it to shreds, and why they have a point."

Do the numbers in a sense reflect bias or perceived bias by listeners and watchers? And what is the role of a public broadcaster in ensuring that it doesn't have a reputation of bias? It portrays itself as this centre of bias-free or at least bringing all the voices together. I'll stop there; you have heard the critique. What is your sense of the role going forward?

Ms. Gardner: It's a serious problem. Tara Henley is a journalist who has written extensively about this. I think she has been invited, and I hope she comes and speaks with you. It's a really important problem. There used to be a mass audience, and everybody sat down and consumed the same things. That is gone, and now it's fragmented and dispersed and decentralized. So the centre hasn't held.

One of the things that has meant is that you can't speak to the fullness of the people in the same way that you used to be able to. The CBC has always been accused of bias, always, but I think more so today than it has been, and I think that there are lots of people who feel alienated, not reflected, not represented and patronized and talked down to by the CBC. That's a huge problem because they pay for it. Your job is to meet the needs of everybody and represent faithfully their interests and what they want to talk about, what they think is important.

If you're not doing that, at best, you will appear out of touch and irrelevant; at worst, you will appear arrogant. So it's a big problem. This is why I make the argument that the CBC needs to focus itself more on the people, and it's part of why local is so important. You can't drift from them. You have to stay with them. You have to stay near them. Local is the least polarized and the least partisan, at the local level. It's less divisive and less divided, right? It's a good place for the CBC to be present and to make the kind of intimate bonds with people that it needs to be having.

Senator Cardozo: Mr. Clinton?

Mr. Clinton: I would agree with what Ms. Gardner just said. I would say that a lot of it comes down to editorial decisions. An editor — a newspaper editor, radio news editor, whatever — will choose five, six or seven stories to present a day, but on that day in their market, there are probably 1,000 or 10,000 stories to actually tell. Each might be as interesting as the ones that are chosen, so the editor has an enormous amount of power to set

Le sénateur Cardozo : Notre discussion sur le nombre de téléspectateurs et d'auditeurs est fort intéressante. J'aimerais vous poser une question au sujet de l'autre critique importante à l'endroit de CBC, à savoir son parti pris idéologique. Je vous renvoie à l'article de Harrison Lowman intitulé « Why conservatives despise the CBC, why they can't wait to tear it to shreds, and why they have a point. »

Les statistiques reflètent-elles, d'une certaine façon, le parti pris ou les préjugés perçus par les auditeurs et les téléspectateurs? Quel rôle un diffuseur public doit-il jouer pour s'assurer une réputation d'impartialité? Il prétend ne pas avoir de parti pris ou, du moins, il tente de réunir toutes les voix. Je vais m'arrêter ici, vous avez entendu la critique. Comment voyez-vous son rôle pour l'avenir?

Mme Gardner : C'est un grave problème. La journaliste Tara Henley a beaucoup écrit à ce sujet. Je pense qu'elle a été invitée et j'espère qu'elle viendra vous parler. Il s'agit d'un problème vraiment important. Auparavant, il y avait un auditoire de masse, et tout le monde consommait les mêmes choses. Cet auditoire a disparu : il est maintenant fragmenté, dispersé et décentralisé. Le centre n'a donc pas tenu bon.

L'une des choses que cela signifie, c'est qu'on ne peut plus parler à l'ensemble des gens de la même façon qu'auparavant. CBC a toujours été accusée de partialité, mais je pense qu'elle est plus partielle qu'elle ne l'a jamais été et que beaucoup de gens se sentent aliénés, non représentés et traités avec condescendance par CBC. C'est un énorme problème parce que ces gens paient pour ce service. Votre travail consiste à répondre aux besoins de tous et à représenter fidèlement les intérêts de tous en traitant de ce qui les intéresse, de ce qu'ils jugent important.

Si on ne le fait pas, on paraît, au mieux, déconnecté et non pertinent. Au pire, on passe pour arrogant. C'est un problème important et c'est pourquoi je soutiens que CBC/Radio-Canada doit être davantage axée sur les gens, de là que les émissions locales soient si importantes. On ne peut pas s'éloigner des gens : il faut toujours les avoir à l'esprit, rester près d'eux. Le niveau local est le moins polarisé et le moins partisan. Il divise moins. CBC/Radio-Canada a la possibilité d'être présente et d'établir des liens intimes avec les gens, et c'est ce qu'elle doit faire.

Le sénateur Cardozo : Monsieur Clinton?

M. Clinton : Je suis d'accord avec ce que Mme Gardner vient de dire. Je dirais que cela dépend en grande partie de décisions éditoriales. Le rédacteur en chef d'un journal ou le chef de pupitre d'un bulletin radiophonique, peu importe, choisira 5, 6 ou 7 articles à présenter chaque jour, mais ce jour-là, dans son marché, il peut y avoir 1 000 ou 10 000 reportages possibles. Chacun peut être aussi intéressant que ceux qui ont été choisis,

the narrative: This is what is important in our city or province or country.

The editorial — if you want to call it bias, and it probably is a bias; I would actually have some data to support the idea that there was a bias in the CBC and other media organizations — the editorial power is the lynchpin that can make or break any solution to the issue. Now, I'm not pointing to any one editor or one person playing the role of the editor, but whoever participates in that process, whether it's people pressuring from the outside or insiders making the conscious choice, things can change there. When they choose the stories that they choose to highlight, that's where I think the impressions are solidified among listeners and viewers.

Senator Cardozo: Are there things that the CBC can do to — well, there are things. What are some of the things they could do to have more diversity of views so they don't have a sense of bias? I remember a show with Claire Hoy and Judy Rebick some years back named "Face Off" where they had a right-wing and a left-wing person; they would invite two guests and they would have this debate every night or whenever the show was on. There is not a lot of that kind of programming happening now.

Ms. Gardner: The classic example of that was Kierans, Camp and Lewis. Do you remember that, on "Morningside"?

Senator Cardozo: Yes.

Ms. Gardner: That was not a debate. They were not fighting with each other. They were finding common ground, and they were talking like real human beings to each other.

Yes, I think that solutions may not lie quite so much in terms of the official sort of party positions and the sort of political spectrum and that formal way, but more so in representing the diversity of real people — not that politicians aren't real people.

I have developed a practice of asking average people I run into what they think of the CBC. I ask the guy who fixes my car and the guy who cuts my hair and my dental hygienist. They don't feel close to it; they don't. Finding out what interests those people, covering what interests those people — it doesn't have to be capital-P politics is what I'm saying.

Senator Cardozo: Right.

Senator Cuzner: Just to push back on some opening comments from Mr. Clinton. He had said that it has been 60 years of futility for the Toronto Maple Leafs; it has only been 57. I'd like to be clear and concise here.

de sorte que le décideur dispose d'un énorme pouvoir pour établir le récit, et c'est cela qui est important dans notre ville, dans notre province ou notre pays.

Pour ce qui est de la ligne éditoriale — vous pouvez parler de parti pris, c'est probablement ce que c'est — je mobiliserais des données appuyant la présence d'un parti pris à CBC/Radio-Canada et dans d'autres organisations médiatiques. Le pouvoir éditorial est déterminant, car il peut garantir le succès tout comme il peut faire échouer toute solution au problème. Et je ne parle pas d'un chef de pupitre ou d'une personne qui joue ce rôle, mais de quiconque participe au processus de sélection, qu'il s'agisse de groupes exerçant des pressions extérieures ou de personnes de l'intérieur faisant un choix conscient, c'est là que le changement peut s'opérer. C'est lors du choix des reportages à présenter que les impressions se cristallisent chez les auditeurs et les téléspectateurs.

Le sénateur Cardozo : CBC/Radio-Canada peut-elle mettre certaines choses en place? Oui, elle le peut. Quelles sont ces choses qui permettraient de diversifier les points de vue, afin de dissiper cette impression de parti pris? Je me souviens d'une émission avec Claire Hoy et Judy Rebick, il y a quelques années, qui s'intitulait *Face Off*. On y présentait une personne de droite et une personne de gauche, deux invités, qui tenaient un débat tous les soirs ou quand l'émission était diffusée. On ne voit pas beaucoup d'émissions de ce genre à l'heure actuelle.

Mme Gardner : Kierans, Camp et Lewis constituaient le trio classique. Vous souvenez-vous de cela, à l'émission *Morningside*?

Le sénateur Cardozo : Oui.

Mme Gardner : Il ne s'agissait pas d'un débat. Ils ne se disputaient pas entre eux. Ils trouvaient un terrain d'entente et se parlaient comme de vrais êtres humains.

Oui, je pense que les solutions ne résident peut-être pas tant dans les positions officielles des partis, dans un quelconque spectre politique formel, mais plutôt dans la présentation d'une diversité des gens réels — non pas que les politiciens ne soient pas de vraies personnes.

J'ai pris l'habitude de demander aux gens ordinaires ce qu'ils pensent de CBC/Radio-Canada. Je pose la question au type qui répare ma voiture, à celui qui me coupe les cheveux et à mon hygiéniste dentaire. Ils ne se sentent pas concernés. Trouver ce qui intéresse ces gens, couvrir ce qui intéresse ces gens — cela n'a pas à être de la politique avec un grand « P ».

Le sénateur Cardozo : C'est vrai.

Le sénateur Cuzner : J'aimerais revenir sur certaines des observations préliminaires de M. Clinton. Il a dit que cela faisait 60 ans que les Maple Leafs de Toronto étaient médiocres. J'aimerais être clair et concis : cela fait seulement 57 ans.

Mr. Clinton: I stand corrected.

Senator Cuzner: I take your point, Ms. Gardner, that things have been added on to the CBC. They have Gem and digital and what have you. It is obvious: In any organization, you have to weed that garden in order to let it flourish and grow. As the chair said in his opening question, there has been that increase in funding to the CBC. Was that not for the additional duties, or is there a disconnect there between the additional funding and the additional tasks? That's what one would assume.

Ms. Gardner: I don't know the exact numbers, but if you look at the math, the increases in funding offset some — not all — of the 34 years of cuts. None of that speaks to the proliferation of new platforms and new places where the CBC is required to be present.

When I was at CBC.ca, it was founded out of a 3% cut to radio and television budgets. There was no other money; it is a fixed pie. That came, therefore, at the expense of radio and TV, which was not good for our popularity inside the organization, but it also speaks to the fact that it is a fixed pie.

As the CBC became required — it is required; it must go where audiences are and must be where the people are — as it moves into those spaces, it doesn't have any extra money to do that and isn't allowed to raise money and get investors. That means it is doing more with less. How we used to talk about it when we were going through the cuts was “watering the wine,” doing more with less. We couldn't take things off the table. We weren't allowed to.

Senator Cuzner: I have one more comment. I think the vast majority of Canadians believe in a public broadcaster and support a public broadcaster. The fake news narrative has drifted into Canada, and it has been used politically to attack the CBC. I think they have been a victim of that fake news. If we leave it entirely to the free market, then you end up with the Fox News types of outlets and the Alex Joneses of the world who purposely try to sell false narratives.

We don't see that locally. I don't think we see it with the CBC; I'm a defender of the CBC. Certainly from a local perspective, you don't see that drift into the narrative at all. It keeps us honest. It celebrates our culture. It continues to defend our democracy. It does those things. It is trying to take the battle to where the people are. I guess that is what we are trying to do with this study as well.

That is just a comment.

M. Clinton : Je reconnais mon erreur.

Le sénateur Cuzner : Je comprends ce que vous dites, madame Gardner : le réseau de CBC/Radio-Canada s'est agrandi. Il y a maintenant Gem, le numérique et tout le reste. C'est évident : comme dans toute organisation, il faut désherber le jardin pour qu'il croisse et s'épanouisse. Comme le président l'a affirmé lors de sa première question, il y a eu une augmentation du financement de CBC/Radio-Canada. Ce n'était pas pour les mandats supplémentaires? Ou le financement supplémentaire est-il dissocié des mandats supplémentaires? C'est ce qu'on pourrait supposer.

Mme Gardner : Je ne connais pas les chiffres exacts, mais si on fait le calcul, les augmentations de financement compensent une partie — pas la totalité — des 34 années de compressions. Rien de tout cela n'a servi à la prolifération des nouvelles plateformes et aux nouvelles exigences en matière de présence en région pour CBC/Radio-Canada.

J'ai travaillé à CBC.ca, qui a été fondée à même une réduction de 3 % des budgets de radio et de télévision. Ce n'était pas du nouvel argent : les fonds étaient pris à même un budget fixe. Cela s'est donc fait aux dépens de la radio et de la télévision, ce qui n'a pas favorisé notre popularité au sein de l'organisation, mais cela illustre bien que c'est un budget fixe.

Même lorsque la présence de CBC/Radio-Canada est requise quelque part — et on la demande, elle doit s'installer là où se trouvent les auditoires et les gens —, elle n'a pas d'argent supplémentaire pour le faire, il lui est interdit de lever des fonds et d'attirer des investisseurs. Elle doit faire plus avec moins. À l'époque où nous subissions des compressions, nous parlions de « mettre de l'eau dans le vin ». Il était impossible de retirer des services, on ne nous permettait pas de le faire.

Le sénateur Cuzner : J'ai une autre observation. Je pense que la grande majorité des Canadiens croient en un diffuseur public et l'appuient. Les fausses nouvelles ont envahi le Canada et ont été utilisées à des fins politiques pour attaquer CBC/Radio-Canada. Je pense qu'elle a été victime de ces fausses nouvelles. Si nous nous en remettons entièrement au libre marché, nous nous retrouverons avec des médias de type Fox News et avec les Alex Jones de ce monde qui essaient délibérément de vendre de faux récits.

Cela ne se voit pas à l'échelle locale. Je ne crois pas que ce soit le cas chez CBC/Radio-Canada. Je suis un défenseur de CBC/Radio-Canada. Sur le plan local, on ne constate pas du tout cette dérive. Cela nous permet de demeurer honnêtes. Elle honore notre culture. Elle continue de défendre notre démocratie. Elle arrive à faire tout cela. Elle tente de joindre les gens là où ils se trouvent pour mener la bataille. Je suppose que c'est le but de cette étude également.

Ce n'est qu'une observation.

Senator Gignac: Welcome, witnesses. Just to follow up on what Senator Dasko has raised regarding what is going on with other countries, is there a way that CBC and Radio-Canada could innovate and think differently?

I will explain myself. In Canada — take Toronto, for example — we have close to a 50% foreign-born population. People want to have news from Asia, Europe, Africa, et cetera. Is that something to consider, since Canada is part of the Commonwealth or la Francophonie for Radio-Canada? People might want the “African hour,” the “European hour” or the “Asian hour” — something like that. I’m surprised that the public broadcaster does not have more alliances with other types of public in the country. Is that a way to consider to increase the ratings and impacts on people?

Ms. Gardner: I think so.

As part of the cuts, CBC ended up closing most of its international bureaus. I think there are now five. There are three in the United States, I think, and there is London and another place I can’t remember. So there is less presence internationally in that way, and that’s a concern because it means our Canadians are getting more and more of their international news from international sources, which means it’s not being seen through a Canadian lens.

But you are right about the opportunity there. I have not been involved in the space for a long time, but I do remember that when I was at CBC.ca, we were beginning to run experiments. For example, we did a collaboration with the Australian Broadcasting Corporation and the New Zealand Broadcasting Corporation. I can’t remember why it was with them. We traded stories and gave each other the rights to use each other’s stories.

Senator Gignac: In a one-hour segment? Or share?

Ms. Gardner: We could freely share. It was frictionless because we could just take it; it was allowed. It wasn’t a formal part of our licensing, but we allowed each other to do it.

I think there is a lot of power and potential in public media organizations working together in that way. One of the principles that should underlie that is the principle that the people have paid for the stuff, so the stuff is public and should be accessible to everybody and able to be used by everybody in whatever way they want.

If public broadcasters were able to work together in that way internationally and give each other free access, that would amplify everybody’s power, influence and importance.

Le sénateur Gignac : Je souhaite la bienvenue aux témoins. Pour faire suite à ce que la sénatrice Dasko a soulevé au sujet des médias dans d’autres pays, CBC/Radio-Canada pourrait-elle innover et penser différemment?

Je m’explique : au Canada, à Toronto, par exemple, près de 50 % de la population est née à l’étranger. Les gens veulent avoir des nouvelles de l’Asie, de l’Europe, de l’Afrique, etc. Doit-on envisager cela, puisque le Canada fait partie du Commonwealth et de la Francophonie, dans le cas de Radio-Canada? Certaines personnes pourraient vouloir visionner *L’heure des nouvelles africaines*, *L’heure de l’info européenne* ou *À l’heure de l’Asie*, des émissions du genre. Je suis surpris que le diffuseur public n’ait pas davantage d’alliances avec d’autres segments du public au pays. Cela pourrait-il constituer une façon d’augmenter les cotes d’écoute et d’améliorer la réception des gens?

Mme Gardner : Je crois que oui.

Dans le cadre des compressions, CBC/Radio-Canada a fini par fermer la plupart de ses bureaux internationaux. Je pense qu’il en reste cinq. Il y en a trois aux États-Unis, il y en a un à Londres et un dans un autre endroit dont je ne me souviens plus. La société d’État est donc moins présente à l’échelle internationale, et c’est préoccupant parce que cela signifie que nos Canadiens reçoivent de plus en plus de nouvelles internationales de sources internationales, dont le point de vue canadien est exempt.

Vous avez raison au sujet de cette possibilité. Je ne travaille plus dans ce domaine depuis longtemps, mais je me souviens que lorsque j’étais à CBC.ca, nous avons commencé à faire des expériences. Nous avons collaboré avec l’Australian Broadcasting Corporation et la New Zealand Broadcasting Corporation. Je ne me souviens pas pour quelle raison elles avaient été sélectionnées. Nous échangeons des reportages et nous permettons d’utiliser les reportages les uns des autres.

Le sénateur Gignac : Dans un segment d’une heure? Vous les partagez?

Mme Gardner : Nous pouvions les diffuser librement. Il n’y avait aucune friction, car il nous était simplement permis de les utiliser. Cela ne faisait pas officiellement partie de notre licence, mais nous nous permettions mutuellement de le faire.

La collaboration entre médias publics est porteuse. L’un des principes qui doit sous-tendre cette collaboration est celui de payer pour que les productions soient publiques, de sorte qu’elles soient accessibles à tous et puissent être utilisées par tous de la façon dont ils le souhaitent.

Si les diffuseurs publics pouvaient travailler ensemble de cette façon à l’échelle internationale et s’accorder un accès gratuit, cela amplifierait le pouvoir, l’influence et l’importance de chacun.

Senator Gignac: Thank you.

The Chair: On behalf of the committee I thank both witnesses for being with us this morning and sharing their views. It was very helpful for our study.

[Translation]

Honourable senators, we are now resuming to continue the Standing Senate Committee on Transport and Communications study of local services provided by CBC/Radio-Canada. For our second panel this morning, the committee is joined in person by Annick Forest, President of the Canada Media Guild.

[English]

We also have with us Karim Bardeesy, Executive Director of The Dais at Toronto Metropolitan University; and Heather Bakken, President of World Press Freedom Canada, founding partner of Pendulum Group and former journalist and publisher.

Welcome to our witnesses this morning. Each of you will get five minutes for opening statements before we turn it over to my colleagues for Q & A.

[Translation]

We'll begin with Ms. Forest. You have the floor.

Annick R. Forest, President, Canadian Media Guild: Good morning, everyone. I'm an Acadian and a Quebecer, and I grew up in Dieppe, New Brunswick. If I grew up in French in a francophone minority community, it's largely thanks to Radio-Canada and its programs *La souris verte*, *Bobino*, *Fanfreluche*, *Chez Denise* and, of course, *Téléjournal* every evening after supper.

I hadn't yet completed my journalism training at the Université de Moncton in 1992, but I was already working for Radio-Canada. My career with the French-language public broadcaster took place in a minority francophone region, first as a news reporter for Vancouver's *Téléjournal*, then in Halifax, then again in Vancouver, on television and radio news, and finally for digital services, in the last 10 years of my career before taking up this position.

I'm familiar with Radio-Canada and CBC services in the regions. One thing is clear: The services offered by Radio-Canada outside Quebec and possibly Moncton, New Brunswick, will cease to exist if CBC funding is abolished. The sharing of information, equipment, visual materials, staff and interviews between Radio-Canada and CBC is essential to the services provided by the public broadcaster in the regions. Today, it has also become essential to the services provided by the public broadcaster in major centres.

Le sénateur Gignac : Merci.

Le président : Au nom du comité, je remercie les deux témoins d'être ici ce matin et de nous avoir fait part de leurs points de vue. Cela a été très utile pour notre étude.

[Français]

Honorables sénatrices et sénateurs, le Comité sénatorial permanent des transports et des communications poursuit maintenant son étude sur les services locaux fournis par CBC/Radio-Canada. Pour notre deuxième groupe ce matin, nous accueillons en personne Mme Annick Forest, présidente de la Guilde canadienne des médias.

[Traduction]

Nous accueillons également Karim Bardeesy, directeur général de The Dais à l'Université Toronto Metropolitan, et Heather Bakken, présidente de Liberté de la presse Canada, associée fondatrice du Pendulum Group et ancienne journaliste et éditrice.

Bienvenue à nos témoins de ce matin. Vous disposerez chacun de cinq minutes pour faire une déclaration préliminaire avant que je cède la parole à mes collègues pour la période de questions.

[Français]

Nous allons commencer avec Mme Forest. Vous avez la parole.

Annick R. Forest, présidente, Guilde canadienne des médias : Bonjour à tous. Acadienne et Québécoise, j'ai grandi à Dieppe, au Nouveau-Brunswick. Si j'ai grandi en français dans un milieu francophone minoritaire, c'est en grande partie grâce à Radio-Canada, à ses émissions *La souris verte*, *Bobino*, *Fanfreluche* et *Chez Denise* et, bien sûr au *Téléjournal*, tous les soirs après le souper.

Je n'avais pas terminé ma formation en journalisme à l'Université de Moncton en 1992 que je travaillais déjà pour Radio-Canada. Ma carrière chez le diffuseur public francophone a eu lieu en région francophone minoritaire, d'abord comme journaliste aux nouvelles pour le *Téléjournal* de Vancouver, puis à Halifax, puis encore à Vancouver, aux nouvelles à la télé et à la radio, et enfin pour les services numériques, durant les 10 dernières années de ma carrière avant d'occuper ce poste.

Je connais les services de Radio-Canada et CBC en région. Une chose est claire : à l'extérieur du Québec et possiblement de Moncton, au Nouveau-Brunswick, les services offerts par Radio-Canada cesseront d'exister si le financement de CBC est aboli. Le partage d'information, d'équipement, de matériel visuel, de personnel, d'entrevues entre Radio-Canada et CBC est essentiel aux services offerts par le diffuseur public en région. Aujourd'hui, il est également devenu essentiel aux services offerts par le diffuseur public dans les grands centres.

On a day-to-day basis, the data collected by a journalist in the field can easily be found in four television services, two radio services and a dozen digital services.

[English]

The solution is not to defund the CBC. The solution is long-term, stable funding to enable the public broadcaster to fulfill the mandate it was given by Canadians.

[Translation]

CBC/Radio-Canada needs to be able to inform farmers on more than 34,000 farms in Saskatchewan that are helping to feed Canadians about the price of livestock and grain and new discoveries to improve their operations. Who will talk about the conditions of the ice roads, which is the only land link for dozens of communities in Ontario, Manitoba, and the Northwest Territories in the winter, and the impact of global warming on these vital links, if not the public broadcaster? Who will inform Franco-Ontarians about the new Indigenous pavilion at Collège Boréal in Sudbury or the impact of the spruce budworm on Thunder Bay's cross-country ski trails, if not the public broadcaster? Private media won't go into communities where the market doesn't allow them to make a profit. When fires consumed Fort McMurray and Lytton, when southern Alberta was flooded, when hurricane Fiona hit the Atlantic, when Yellowknife was evacuated, the public broadcaster and its infrastructure were there to inform the victims and maintain their connection with the rest of the country.

For workers in New Brunswick and Newfoundland making their monthly migration to the Alberta oil sands, the public broadcaster allows them to continue to follow what's going on in their communities. CBC/Radio-Canada employees have always adapted to new technologies. When I started in 1991, some of my colleagues were still typing their reports, and we were editing our radio reports with a blade. You had to book a satellite to send a TV report to Montreal or Toronto. Today, our members can write their reports on their laptops and, in most cases, send them by internet or cell phone. The tools for transmitting information are changing. What hasn't changed is the need for journalists to go out and gather information, and, for example, to visit James Parker, a disaster victim from Glencoe, in southern Ontario, and tell the story of how his life and that of his neighbours came to a halt when 13 centimetres of rain fell over their neighbourhood in a few hours, flooding their basements.

Au quotidien, la cueillette effectuée par un journaliste sur le terrain peut facilement se retrouver dans quatre services télévisés, deux services de radio et une dizaine de services numériques.

[Traduction]

Réduire le financement de CBC/Radio-Canada n'est pas la solution. Il lui faut plutôt un financement stable et à long terme pour permettre au diffuseur public de remplir le mandat que lui ont confié les Canadiens.

[Français]

CBC/Radio-Canada doit être en mesure d'informer les fermiers de plus de 34 000 fermes de la Saskatchewan qui aident à nourrir les Canadiens au sujet du prix du bétail et du grain et des nouvelles découvertes pour améliorer leur exploitation. Qui parlera des conditions des routes de glace, qui est l'unique lien terrestre pour des douzaines de communautés de l'Ontario, du Manitoba et des Territoires du Nord-Ouest en hiver, et de l'impact sur ces liens vitaux du réchauffement climatique, si ce n'est pas le diffuseur public? Qui informera les Franco-Ontariens du nouveau pavillon autochtone du collège Boréal à Sudbury ou de l'impact de la tordeuse des bourgeons de l'épinette sur les pistes de ski de fond de Thunder Bay, si ce n'est pas le diffuseur public? Les médias privés n'iront pas dans les communautés où le marché ne leur permet pas de faire de profits. Quand les incendies ont dévoré Fort McMurray et Lytton, quand le Sud de l'Alberta a été inondé, quand la tempête *Fiona* s'est abattue sur l'Atlantique, quand Yellowknife a été évacuée, le diffuseur public et ses infrastructures étaient là pour informer les sinistrés et maintenir leur lien avec le reste du pays.

Pour les travailleurs du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve qui font leur migration mensuelle vers les sables bitumineux de l'Alberta, le diffuseur public leur permet de continuer de suivre ce qui se passe dans leur communauté. Les employés de Radio-Canada/CBC se sont toujours adaptés aux nouvelles technologies. Quand j'ai commencé en 1991, certains de mes collègues écrivaient encore leurs topos à la dactylo et nous montions nos reportages radio à la lame. Il fallait réserver un satellite pour envoyer un reportage télé à Montréal ou Toronto. Aujourd'hui, nos membres peuvent monter leur reportage sur leur ordinateur portable et, dans la majorité des cas, envoyer le tout par Internet ou par cellulaire. Les outils pour transmettre l'information changent. Ce qui ne change pas, c'est qu'il faut des journalistes pour aller cueillir l'information et, par exemple, pour visiter James Parker, un sinistré de Glencoe, dans le Sud de l'Ontario, et raconter comment sa vie et celle de ses voisins se sont arrêtées quand 13 centimètres de pluie sont tombés en quelques heures sur leur quartier, inondant leurs sous-sols.

[English]

How do we serve Canadians better? We improve CBC/Radio-Canada's funding model so that the public broadcaster can put more journalists and the equipment they need in more communities across the country to give a voice to those who never get access to the microphone. Thank you.

The Chair: Thank you, Ms. Forest. Now I turn it over to Mr. Karim Bardeesy. You have the floor, sir.

Karim Bardeesy, Executive Director, The Dais, Toronto Metropolitan University, as an individual: Thank you very much. My name is Karim Bardeesy. I am the Executive Director of The Dais, a policy and leadership think tank at Toronto Metropolitan University, or TMU. We look at the key digital drivers to Canada's economy, education and democracy systems with a view toward building a more shared prosperity and shared citizenship for Canada.

Thank you for this invitation and opportunity to address you today and thank you for undertaking this critical study for our national unity and for our democracy.

[Translation]

Most of my opening remarks will be in English, but I will be available to answer your questions in English or French. I really enjoyed Annick Forest's testimony. I'm from Bathurst, New Brunswick, and I know the power of Radio-Canada from a different perspective, especially when it comes to radio, to create a community in our region of New Brunswick.

[English]

CBC/Radio-Canada is a vital and storied national institution, and it plays a special role in the province of Quebec and, as Ms. Forest indicated, for Canada's francophone minorities. It is increasingly the main or only journalistic presence in communities across Canada. It is also a key force for connectivity of people and communities, but we need to understand its role in relation to the local services and local news through three lenses: One is the distinct features of the CBC. Second is its role in relation to other news providers. Third is its role more generally in this media/attention ecosystem.

Specifically, CBC/Radio-Canada, it is important to look at some of its key features. It is generally free. It exists both on over-the-air television and on radio. The Dais research on the digital divide shows that even in Toronto a small digital divide

[Traduction]

Comment pouvons-nous mieux servir les Canadiens? En améliorant le modèle de financement de CBC/Radio-Canada afin de lui permettre d'installer plus de journalistes et d'équipement dans un plus grand nombre de collectivités partout au pays, et ce, afin de donner une voix à ceux qui n'ont jamais accès au micro. Merci.

Le président : Merci, madame Forest. Je cède maintenant la parole à M. Karim Bardeesy. Vous avez la parole, monsieur.

Karim Bardeesy, directeur général, The Dais, Université Toronto Métropolitaine, à titre personnel : Merci beaucoup. Je m'appelle Karim Bardeesy. Je suis le directeur général de The Dais, un groupe de réflexion sur les politiques et le leadership à l'Université Toronto Métropolitaine. Nous examinons les principaux moteurs numériques de l'économie, de l'éducation et des systèmes démocratiques du Canada en vue de bâtir une prospérité et une citoyenneté plus égalitaires pour le Canada.

Je vous remercie de m'avoir invité et de me donner l'occasion de m'adresser à vous aujourd'hui et je vous remercie d'entreprendre cette étude cruciale pour notre unité nationale et notre démocratie.

[Français]

Mon témoignage se fera en grande partie en anglais, mais je serai disponible pour répondre à vos questions en anglais ou en français. J'apprécie beaucoup le témoignage d'Annick Forest. Je suis de Bathurst, au Nouveau-Brunswick, et je connais le pouvoir de Radio-Canada d'une perspective différente, en particulier pour ce qui est de la radio, pour créer une communauté dans notre région du Nouveau-Brunswick.

[Traduction]

CBC/Radio-Canada est une institution nationale vitale et riche en histoire. Elle joue un rôle particulier dans la province de Québec et, comme Mme Forest l'a indiqué, pour les minorités francophones du Canada. De plus en plus, elle constitue la principale ou la seule présence journalistique dans les collectivités partout au Canada. Elle représente également une force clé pour relier les gens et les collectivités, mais il faut interpréter son rôle dans les services locaux et les nouvelles locales de trois points de vue : d'abord, celui des caractéristiques distinctes de CBC/Radio-Canada; deuxièmement, celui de son rôle par rapport aux autres fournisseurs de nouvelles; troisièmement, celui de son rôle plus général dans l'écosystème des médias et de la quête d'attention.

Il est particulièrement important d'examiner certaines des principales caractéristiques de CBC/Radio-Canada : elle est généralement gratuite; elle assure une présence en direct à la fois à la télévision et à la radio. La recherche de The Dais démontre

exists, and outside the city there is an even greater digital divide, so those services remain critical.

It operates in both official languages. It also has a brand and history that are distinct in Canada. Our research at The Dais shows that trust in CBC/Radio-Canada has been steady over the last few years — 48% of Canadians in a number of recent surveys say they trust the organization to act in the public interest. Of all the organizations we survey, private and public, the CBC is now the most highly trusted organization we survey. These features of the CBC are really important and allow it to step into communities to create local news.

I think one of the questions for policy-makers, though, is, what are the governance guardrails around which that happens? Does this body, does the House, does the government have sufficient governance oversight and direction to be able to direct it in some of its public interest? This is particularly important when we look at the CBC's role in relation to other providers. As the CBC steps in and becomes more of a local news presence, in part because other news organizations are withdrawing — and my colleague April Lindgren at Toronto Metropolitan University has some very stark data on the hundreds of news organizations that have folded in Canada in the last 15 years — the CBC is often a dominant presence in communities. What we know about media and media ecosystems is to have only one voice, whether it is public or private, is not good for the longer-term health of the media ecosystem or for the accountability of that media organization.

So it is very important that you as policy-makers attempt to help build a strong and locally relevant CBC but not one that is so dominant that it doesn't allow the emergence of other public or private sector players, who have an important role in the marketplace.

Finally, I'll make a comment in relation to the larger media ecosystem in which this operates. There have been a few remarks in earlier testimony about the declining audiences, the decline of shared spaces. I'll share some data from the recent Reuters Digital News Report 2024, with a survey of Canada. It shows that the CBC remains a trusted source for those who get their news from TV, radio and print. It is number 3 after CTV and Global News, but online, it is the number one news site in Canada.

However, what's important is the proportion of Canadians, especially younger Canadians, who are seeking news from these sources in general is declining. This is also in the context of

que, même à Toronto, il existe une légère fracture numérique, et qu'à l'extérieur de la ville, cette fracture numérique est encore plus importante. Ses services demeurent donc essentiels.

Elle exerce ses activités dans les deux langues officielles. Son image de marque et son histoire sont distinctives au Canada. Nos recherches indiquent que la confiance à l'égard de CBC/Radio-Canada est demeurée stable au cours des dernières années. En effet, 48 % des Canadiens interrogés dans un certain nombre de sondages récents ont dit croire que l'organisation agissait dans l'intérêt public. Parmi toutes les organisations que nous sondons, qu'elles soient privées ou publiques, CBC/Radio-Canada constitue maintenant l'organisation la plus digne de confiance. Ces caractéristiques de CBC/Radio-Canada sont vraiment importantes et lui permettent d'intervenir dans les collectivités pour créer des nouvelles locales.

Je crois que les décideurs devraient se demander quelles mesures pourraient encadrer CBC/Radio-Canada. Est-ce que le Sénat, la Chambre des communes et le gouvernement disposent d'un pouvoir de supervision assez efficace pour l'orienter vers l'intérêt public? Cette question s'applique particulièrement au rôle que joue la société CBC/Radio-Canada par rapport aux autres fournisseurs médiatiques. Quand elle prend de l'ampleur dans les nouvelles locales, en partie parce que d'autres organes de presse se retirent, elle devient souvent une présence dominante dans les collectivités. D'ailleurs, ma collègue April Lindgren, de l'Université Toronto Metropolitan, a des données frappantes sur les centaines d'organes de presse qui ont fermé leurs portes au Canada au cours de ces 15 dernières années. Nous savons parfaitement que si les écosystèmes médiatiques ne sont représentés que par une seule voix, qu'elle soit publique ou privée, la santé à long terme de cet écosystème et la responsabilisation de l'organe de presse en souffrent.

Il est donc très important que vous, les décideurs, tentiez de renforcer cette société d'État et de la rendre localement pertinente, tout en évitant qu'elle ne domine au point d'empêcher l'émergence d'autres acteurs du secteur public et privé, qui jouent un rôle important dans le marché.

Mon dernier commentaire porte sur l'écosystème médiatique global dans lequel tout cela évolue. Certains témoins ont mentionné le déclin des auditoires et des espaces partagés. Je vais vous présenter des données du rapport annuel sur les informations en ligne que l'Institut Reuters a publié en 2024. Il comprend une enquête sur le Canada. Les résultats démontrent que la société CBC/Radio-Canada demeure une source fiable pour ceux qui suivent l'actualité à la télévision, à la radio et dans la presse écrite. Elle se classe au 3^e rang après CTV et Global News. Cependant, en ligne, son site d'informations est le premier au Canada.

Soulignons toutefois que de moins en moins de Canadiens, surtout les jeunes, suivent les nouvelles à partir de ces chaînes. On constate une baisse globale de la confiance envers les sources

overall decline in trust in news generally, which is down to 39% this year compared to about 50% in 2016. We have a context of a decline in trust overall for news, although there are still strong trust scores for the CBC generally, and trends whereby more and more Canadians are getting their news from online platforms, including YouTube and — until the Meta news ban — Facebook and Instagram and other sources.

The CBC has an opportunity to go where the audiences already have their attention, in particular educational institutions and workplaces, and discover and pioneer new methods of reaching those audiences where the attention is gained and can be further used to help share its journalism. Thank you very much.

The Chair: Thank you, sir.

Heather Bakken, President, World Press Freedom Canada, as an individual: Thank you, Mr. Chair and members of the committee. I would like to make clear that my remarks today reflect my experience with the CBC's English services only, particularly in news.

I am the President of World Press Freedom Canada, which has a mission to advocate for and defend our Charter right to a free press and issues that affect press freedom globally, because that is the world we live in now. My professional experience as a journalist included 16 years at CBC News on both sides of the camera and five years in the private sector, including as publisher for two political news sites.

In this capacity, there are three points I would like to touch on today, and some have been already been talked about. One is the CBC's position with its bureaucratic masters; the second is its broken business model; the final one is its role in preserving our sovereignty.

As the CBC stands today, we are dealing with a Frankenstein. One part is the CRTC, which determines licensing requirements for a five-year term. The other part is the government, which determines its mandate and annual budget. These mismatched parts put the corporation in the untenable position of being told what it must do without being told how to get there and not knowing what resources the following year will bring. Instability has an impact on morale and decisions on the programming and products that you read, see and hear as Canadians. This Frankenstein also includes a TV service that is commercial, a digital service that is largely commercial and a radio service that is a public broadcast model.

habituelles d'informations. De 50 % qu'elle était en 2016, cette confiance a chuté à 39 % cette année. Les gens font de moins en moins confiance aux nouvelles, bien que la confiance envers CBC/Radio-Canada soit encore relativement élevée. Toutefois, de plus en plus de Canadiens suivent les nouvelles présentées sur des plateformes en ligne comme YouTube et — jusqu'à l'interdiction de Meta News — Facebook, Instagram et d'autres sources.

La société CBC/Radio-Canada peut servir les auditoires qui ont déjà son attention, notamment dans les établissements d'enseignement et dans les milieux de travail. Elle peut trouver de nouvelles méthodes pour rejoindre ces auditoires et les mettre au point pour mieux étendre ses activités journalistiques. Merci beaucoup.

Le président : Merci, monsieur.

Heather Bakken, présidente, Liberté de la presse Canada, à titre personnel : Merci, monsieur le président et membres du comité. Je tiens à préciser que les observations que je vous présente aujourd'hui ne reflètent que mon expérience des services anglophones de CBC/Radio-Canada, particulièrement dans le cas des nouvelles.

Je suis présidente de Liberté de la presse Canada, qui a pour mission de défendre le droit à la liberté de la presse et de lutter contre les entraves à la liberté de la presse dans le monde, car tout est mondial à l'heure actuelle. J'ai acquis mon expérience professionnelle de journaliste en travaillant pendant 16 ans à CBC News des deux côtés de la caméra. J'ai aussi passé cinq ans dans le secteur privé, notamment comme éditrice de deux sites d'actualité politique.

Je vais donc souligner trois observations que d'autres témoins ont déjà mentionnées. La première est la position de CBC/Radio-Canada face à ses maîtres bureaucratiques. La deuxième concerne son modèle d'affaires défaillant. La troisième souligne le rôle qu'elle joue pour préserver notre souveraineté.

À l'heure actuelle, la société CBC/Radio-Canada ressemble à Frankenstein. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le CRTC, fixe les exigences sur l'obtention de licences pour une période de cinq ans. De son côté, le gouvernement détermine le mandat et le budget annuel de la société. Ces pièces mal appariées l'ont placée dans la position intenable de se faire dire ce qu'elle doit faire sans savoir comment s'y prendre et sans savoir quelles ressources lui seront fournies l'année suivante. Cette instabilité nuit au moral des responsables qui choisissent et qui préparent les émissions et les articles destinés aux Canadiens. Ce Frankenstein doit aussi satisfaire un service télévisé commercial, un service numérique qui est lui aussi avant tout commercial ainsi qu'un modèle de radiodiffusion publique.

The CBC cannot be all of those things at once. It's time to pick a lane, and the lane I think we need to pick is the CBC Radio model from the business side. CBC Radio One is still number one in many major markets, with a loyal audience that includes people of all political stripes. This is unifying for our country.

The corporation's success overall requires a new mandate, one with stable, predictable long-term funding that allows it to function with neither fear nor favour — which is important for trust — and removes it from economic competition with private broadcasters and other digital platforms. In other words, it's time for the CBC to get out of advertising and get back to public broadcasting. I believe this is fundamental to Canada's future.

CBC North delivers news to remote northern communities in eight Indigenous languages. As in the case of many other places we have heard about today, it is the sole source of news and information. During an emergency, it provides a lifeline.

This service was created during the Cold War to provide Canadian content to radio listeners who could more readily hear broadcasts from Radio Moscow and the Voice of America. Today, that infrastructure plays a critical role in our sovereignty. Russia and the U.S. are currently making territorial claims in the Arctic, but CBC transmitters, which have been there for several decades, are among the pieces of evidence that bolster our claims.

While the border dispute is an attack on our sovereignty from the outside, on the inside we are being attacked by a global disinformation network that is polluting our information ecosystem with false flags and false promises. This could have a profound impact on public opinion and jeopardize our very democracy as we know it. While we are debating whether or not to defund the CBC, the Kremlin has doubled down on refunding propaganda campaigns. This coincides with the loss of local media, creating vast news deserts across the country. But nature abhors a vacuum. Online influence peddlers are being paid to "Astroturf" our people and our communities.

The information space has changed dramatically since the CBC was created in 1936, but it has evolved at warp speed since smartphones became ubiquitous. Without any guardrails, our adversaries are leveraging our openness and accessibility to individuals to define the narratives they want us to believe. In the absence of any substantive policy, they have found a way into the consciousness of Canadians.

CBC/Radio-Canada ne peut pas mener tout cela à bien. Il faut lui choisir une voie, et à mon avis, nous devrions choisir le modèle radiophonique et abandonner le modèle commercial. CBC Radio One se maintient au premier rang dans de nombreux grands marchés. Cette chaîne jouit d'un auditoire fidèle qui appartient à toutes les allégeances politiques. Elle unit notre pays.

Pour réussir, cette société d'État a besoin d'un nouveau mandat soutenu par un financement stable et prévisible à long terme. Elle pourrait ainsi fonctionner sans crainte ni faveurs, ce qui l'aiderait à regagner la confiance de son auditoire. Elle éviterait aussi de se soustraire à la concurrence économique des radiodiffuseurs privés et d'autres plateformes numériques. Autrement dit, il est temps que CBC/Radio-Canada cesse de faire de la publicité et revienne à la radiodiffusion publique. Je crois que c'est fondamental pour l'avenir du Canada.

CBC North transmet l'actualité dans huit langues autochtones aux collectivités éloignées du Nord. Comme dans les autres régions dont nous avons entendu parler aujourd'hui, cette chaîne est la seule source d'actualité et d'information. Pendant les situations de crise, elle fournit aux gens un filin de sécurité.

Ce service a été créé pendant la guerre froide pour offrir du contenu canadien aux auditeurs qui recevaient plus facilement les émissions de Radio Moscou et de Voice of America. À l'heure actuelle, il joue un rôle essentiel pour assurer notre souveraineté. La Russie et les États-Unis revendiquent actuellement des territoires dans l'Arctique, mais les émetteurs de CBC/Radio-Canada, qui sont ancrés chez nous depuis plusieurs décennies, nous aident à défendre solidement nos territoires.

Si le conflit frontalier est une attaque contre notre souveraineté de l'extérieur, à l'intérieur, nous sommes bombardés par un réseau mondial de désinformation qui pollue notre écosystème d'actualité avec de faux signaux et de fausses promesses. Cela risque d'influer profondément sur l'opinion publique et de mettre notre démocratie en péril. Pendant que nous débattons de la question de savoir s'il faut ou non supprimer le financement de CBC/Radio-Canada, le Kremlin a redoublé ses campagnes de propagande. Cela coïncide avec la disparition des médias locaux, qui a créé de vastes déserts d'information partout au pays. Cependant, la nature a horreur du vide. Les trafiquants d'influence en ligne sont payés pour inonder nos citoyens et nos collectivités de désinformation populaire.

L'espace de l'information a changé de façon spectaculaire depuis la création de la société CBC/Radio-Canada en 1936, et il a évolué à une vitesse vertigineuse depuis que les téléphones intelligents sont omniprésents. Sans mesures de protection, nos adversaires tirent parti de notre ouverture et de l'accès à la population pour définir ce qu'ils veulent lui faire croire. En l'absence d'une politique solide, ils ont trouvé un moyen d'influencer la pensée des Canadiens.

We have our own story to tell. For national unity to prevail, we need a public broadcaster that serves as a bulwark against disinformation, one that will strengthen the democratic values and freedoms we have fought for, shed blood for and should continue to go to bat for. Our centre of gravity is local communities. We need to re-engage with people who have felt unheard, and CBC Town Halls are fit for purpose. Public broadcasting must be viewed as a reliable source of news as well as a platform for a national dialogue that keeps one end of the country informed about what the other end thinks and is doing.

The CBC is still Canada's most trusted news source, as we have heard several times today. Canada needs a national network that is locally rooted in the regions, with stable funding, and is commercial free. The CBC is uniquely positioned to provide that service. It has the infrastructure, it has scale, and no other organization can do it. The CBC is worth saving. It is critical to our sovereignty, and we must find a way to make it work. Thank you.

The Chair: Thank you. I have a short question for Mr. Bardeesy. You mentioned the trust factor with the CBC is high in terms of your study or your data, whereas I have seen a number of studies that have been made public about how the trust factor of the CBC right now has declined to as low as 17%. In the study you are referring to, is the polling sample composed of viewers of the CBC or Canadian taxpayers at large? And how do you address the discrepancy from previous studies and testimony before this committee that trust is down?

Mr. Bardeesy: This is a longitudinal study we have been running for five years now. It is called the Survey of Online Harms in Canada. It is of 2,000 Canadians, not just viewers. What we do is survey a common question across a series of organizations, asking, "Do you trust this organization to work in the best interests of the public?" It is that question to which we have had these consistently high responses in the 44% to 48% range. Maybe it is a different question than what others are being asked.

The Chair: Can you share that data with the clerk?

Mr. Bardeesy: Absolutely.

The Chair: Thank you so much.

Le Canada a ses propres récits. Pour que l'unité nationale l'emporte, il lui faut un radiodiffuseur public qui le protège de la désinformation. Il faut qu'il renforce les valeurs et les libertés démocratiques pour lesquelles nous nous sommes battus, pour lesquelles nous avons versé du sang et pour lesquelles nous devrions continuer de nous battre. Concentrons-nous sur les collectivités locales. Renouons avec les gens qui ne se sentent pas écoutés. Pour cela, les assemblées publiques de CBC/Radio-Canada sont idéales. Il faut que les gens considèrent la radiodiffusion publique comme une source d'information fiable et comme une tribune de dialogue national qui renseigne les gens d'une extrémité du pays sur ce que leurs concitoyens de l'autre extrémité pensent et font.

CBC/Radio-Canada demeure la source d'information la plus fiable au pays, comme plusieurs témoins nous l'ont dit aujourd'hui. Le Canada a besoin d'un réseau national ancré dans les régions, doté d'un financement stable et libre de toute activité commerciale. La société CBC/Radio-Canada est particulièrement bien placée pour offrir ce service. Elle possède les infrastructures et la portée nécessaires. Aucun autre organe de presse ne peut le faire. La société CBC/Radio-Canada vaut la peine d'être sauvée. Elle est essentielle à notre souveraineté, et nous devons l'aider à réussir. Merci.

Le président : Merci. J'ai une brève question pour M. Bardeesy. Vous nous avez dit que les résultats de votre étude indiquent que le facteur de confiance à l'égard de CBC/Radio-Canada est élevé. Cependant, j'ai vu un certain nombre d'études dont les résultats indiquent que ce facteur de confiance est tombé à 17 %. Est-ce que l'échantillon de l'étude dont vous parlez se composait de téléspectateurs de CBC/Radio-Canada ou de contribuables canadiens en général? Que pensez-vous de l'écart entre les données de votre étude et celles d'autres études et de témoignages qui soulignent que ce facteur de confiance est à la baisse?

M. Bardeesy : Nous menons cette étude longitudinale depuis cinq ans. Elle s'intitule *Survey of Online Harms in Canada*. Nous avons consulté 2 000 Canadiens, mais ils ne regardent pas tous la télévision. Nous posons une question très générale qui s'appliquerait à de nombreux organismes : « Pensez-vous que le travail de cet organisme vise à satisfaire l'intérêt du public? », et les réponses se situent toujours entre 44 et 48 %. Cette question est peut-être différente de celles des autres études.

Le président : Pouvez-vous transmettre ces données au greffier?

M. Bardeesy : Mais bien sûr.

Le président : Merci beaucoup.

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: Thank you, Ms. Forest, for your opening remarks, which show just how interested and committed you are to the public broadcaster.

For the benefit of those who aren't familiar with Radio-Canada, could you explain how much the small Radio-Canada newsrooms in the regions depend on the infrastructure and their CBC colleagues, because it's not necessarily something that's well known.

Ms. Forest: I'll explain it to you as succinctly as possible by telling you a bit about my experience. I worked in Vancouver.

[English]

— maybe I can explain this in English so it is easier for everyone to understand.

When I arrived in Vancouver in 1990, one of the greatest things I could do for my colleagues in French is run over to the English side and borrow the video cassettes. In those days, you had to get the video cassettes and, in real time, dub it so both people could edit something different. The English and the French don't cover the stories the same way, but they use the same materials. So that's one of the things — now, things have changed, obviously. We now use computers. Everything is downloaded into a mainframe, and everybody uses the same pictures or the same videos.

In my days at the CBC, I have worked pretty much all the jobs. I've been a producer for radio and television. I have also done resources. For those of you who don't know what "resources" means, it means you are the person sending out the videographers with the reporters to cover the stories.

When I started in 1990, and you would go cover a press conference, there would be four cameras: English national, French national, English local and French local when there wasn't somebody else for some other show, like "Enquête" or "The Fifth Estate," who wanted to shoot stuff.

Now we have one. On very important stories, we'll send two. The first one is there to film you. The second one, so we don't miss anything that you say or any clips, will be taking what we call "off shots" or the background image; "B roll," we call it. That's how things are done today.

One thing that I think is not clear to a lot of Canadians is how much information is shared among the two groups.

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : Merci, madame Forest, pour vos notes d'introduction qui montrent à quel point vous êtes intéressée et engagée pour le diffuseur public.

J'aimerais que vous expliquiez, au bénéfice de ceux qui ne connaissent pas Radio-Canada, à quel point les petites salles de nouvelles de Radio-Canada en région dépendent de l'infrastructure et de leurs collègues de CBC, parce que ce n'est pas forcément quelque chose qui est connu.

Mme Forest : Je vais vous l'expliquer le plus succinctement possible en vous parlant un peu de mon expérience. J'ai travaillé à Vancouver.

[Traduction]

Je vais expliquer cela en anglais pour que tout le monde me comprenne bien.

Quand je suis arrivée à Vancouver, en 1990, l'une des meilleures choses que je pouvais faire pour mes collègues francophones était d'aller du côté anglais pour emprunter les cassettes vidéo. À l'époque, il fallait se procurer les cassettes vidéo et, en temps réel, les doubler pour que les deux parties puissent monter un reportage différent. Les Anglais et les Français ne couvrent pas les sujets de la même manière, mais ils utilisent le même matériel. Alors c'était une chose. Aujourd'hui, évidemment, tout est différent. Nous avons des ordinateurs. Tout est téléchargé dans un ordinateur central, et nous utilisons tous les mêmes images et les mêmes vidéos.

Quand je travaillais à CBC/Radio-Canada, j'ai occupé à peu près tous les emplois. J'ai été productrice d'émissions de radio et de télévision. J'ai aussi travaillé à Ressources. Pour ceux qui ne savent pas en quoi cela consiste, j'étais la personne qui envoyait les vidéographes avec les journalistes pour produire les reportages.

En 1990, quand nous couvrons une conférence de presse, il y avait quatre caméras : une anglaise nationale, une française nationale, une anglaise locale et une française locale. Il y avait parfois d'autres caméramans qui couvraient la conférence de presse pour une émission comme *Enquête* ou *The Fifth Estate*.

Maintenant, nous envoyons un caméraman, mais si l'événement est très important, nous en envoyons deux. Le premier est là pour filmer l'événement. Le deuxième est là pour que nous ne perdions rien de ce qui se dit ou de ce qui se passe. Il prend des séquences vidéo supplémentaires et des images d'arrière-plan, et nous appelons cela la « bobine B ». C'est ainsi que les choses se passent aujourd'hui.

Je crois que bien des Canadiens ne savent pas quelle quantité d'information les deux groupes échangent.

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: Was it always with anglophones?

Ms. Forest: No.

[English]

Things have changed. It used to be that we were the “biggers.” We’d go and grab the tape, and that’s why you sent me — because I spoke English; I come from New Brunswick, eh? I could sweet-talk them into giving me the tape and promise to bring it back.

Nowadays, most people or a lot of people are able to go, and we’ll send a reporter out and say, “You speak French,” for example. “You’re going to go ask the questions of the farmer over there. I’m going to get the politician over there, and you’re going to get the organization over there, and we share that information.” It’s easier to cover more ground and get the information. Everything gets sent in.

The person who speaks French will ask the question in French and then say, “Can you say that to me in English now, please?” Same thing in English. The person in English will ask the question in English and say, “Can you say that in French for me now?”

[Translation]

Senator Miville-Dechêne: You’re a fascinating person. I do have another question for you, though.

Ms. Forest: Go ahead.

Senator Miville-Dechêne: Our study focuses more generally on local and regional coverage. You are the president of the union that works in every province except Quebec. What are your observations? Is there enough money and energy invested into news outside the major centres, or are the major centres still keeping too much for productions that often use resources that have nothing to do with those in the regions?

Ms. Forest: I think that in the regions, we have learned to operate with what we have. We had to cover what had to be covered with what we had.

For the future of CBC/Radio-Canada, it’s really necessary to go to the regions. Why are people abandoning CBC/Radio-Canada? Why aren’t they listening and watching? It’s because they aren’t hearing themselves. Why is that? Because CBC/Radio-Canada isn’t present in the region and doesn’t have a foothold in Prince George or Yarmouth.

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : Est-ce toujours dans le sens des anglophones?

Mme Forest : Non.

[Traduction]

Les choses ont changé. Autrefois, nous étions les « gros joueurs ». Nous allions chercher la cassette, et c’est pourquoi vous me déléguez — parce que je parlais anglais; je viens du Nouveau-Brunswick, eh? À coup de belles paroles, je pouvais les convaincre de me donner la cassette et leur promettre de la leur rapporter.

Aujourd’hui, la plupart des gens ou beaucoup de gens sont capables d’y aller, et nous envoyons un journaliste en disant : « Tu parles français », par exemple. « Tu vas aller poser les questions à l’agriculteur là-bas. Je vais interviewer le politicien là-bas, et tu vas t’occuper de l’organisation là-bas, et nous allons échanger cette information. » Il est plus facile de couvrir plus de terrain et d’obtenir l’information. Tout est transmis instantanément.

La personne qui parle français posera la question en français et dira ensuite : « Pouvez-vous me le répéter en anglais, s’il vous plaît? » Même chose en anglais. La personne qui parle anglais posera la question en anglais et dira : « Pouvez-vous me le répéter en français? »

[Français]

La sénatrice Miville-Dechêne : Vous êtes passionnante. Toutefois, j’ai une autre question à vous poser.

Mme Forest : Allez-y.

La sénatrice Miville-Dechêne : Notre étude porte plus généralement sur la couverture locale et régionale. Vous êtes présidente du syndicat qui travaille dans toutes les provinces, à l’exception du Québec. Quel est votre constat? Y a-t-il suffisamment de fonds investis et d’énergie déployée dans les nouvelles à l’extérieur des grands centres, ou est-ce que les grands centres en gardent encore trop pour des productions qui se font souvent à l’aide de moyens qui n’ont rien à voir avec ceux des régions?

Mme Forest : Je crois qu’en région, nous avons appris à fonctionner avec les moyens du bord. Il fallait couvrir ce qu’il y avait à couvrir avec les moyens que l’on avait.

C’est sûr que pour l’avenir de CBC/Radio-Canada, il faudra vraiment aller en région. Pourquoi les gens délaissent-ils CBC/Radio-Canada? Pourquoi ne l’écoutent-ils pas? C’est parce qu’ils ne s’entendent pas. Et pourquoi? Parce que CBC/Radio-Canada n’est pas présente dans la région et n’a pas de pied-à-terre à Prince George ou à Yarmouth.

When I worked out of Halifax, I'd drive five hours to cover a story in Yarmouth. Can you imagine that? I would drive five hours, ask my questions, write my report, do my live broadcast on the radio, return to Halifax to do my television report and send it. I'm not even talking about what it was like in the winter.

The idea would be to have more people on site in the regions to be able to do it. Some people talked about the ability to do the job today. Of course, it was cumbersome.

[English]

It was so hard in the past. You had to send a reporter, a camera and sometimes sound people or whatever. That was a lot. Now you send a person with a phone, right? I know, even for my members at the start, when the phones came in, it was like "ugh" because the reality is just because you're a good journalist doesn't mean you can frame a picture very well. The videographers are the ones who can give you a perfect picture.

We have to decide where we want to put our money, how we want to use it, and how much coverage we want to have.

Senator Miville-Dechêne: What do you want? What do you think? Telephone? Light stuff? Or let's stay with a big, huge camera —

Ms. Forest: We need to step away from how we do the news and start thinking about why we do the news. The mandate of Radio-Canada is a message. It's the message that we bring. That's what it is. The tools that we use, they have changed so much over the years, and they will keep changing. And if we're doing it on TV, or we're doing it online — no, we just need to bring that message in the best place possible. We need to adapt.

When you say, "What are we going to do — turn on the TV, and it shuts off?" TV is digital now. We have smart TVs. When you turn on the TV, you go to CBC Gem on your television. I turn on my TV, I watch TOU.TV on my television. I don't go to Radio-Canada; I go to TOU.TV because I can choose what I want to watch. That's the difference with our audience now and the audience we had before.

Now, that's the medium. What we're concerned about is the message, talking about Canada to Canadians, giving a voice to everyone. When we say, "Oh, the internet is everywhere. You have to think about that." No, it's not. The witness we had before, half of his words were cut off. Why? Because he was over the internet. If you're sending something in from Whitehorse — and I know because I worked resources, and I used to bring in reports and images from Whitehorse — it doesn't always work. Do you know how often the line to

Lorsque je travaillais à partir d'Halifax, je faisais cinq heures de route pour couvrir une histoire à Yarmouth. Pouvez-vous imaginer cela? Je faisais cinq heures de route, je posais mes questions, je montais mon reportage, je faisais mon direct à la radio, je revenais à Halifax pour faire mon reportage télé et l'envoyer. Je ne vous parle même pas de ce que c'était en hiver.

L'idée, ce serait d'avoir davantage de gens sur place en région pour être en mesure de le faire. Certaines personnes ont parlé de la capacité à faire le travail aujourd'hui. Bien sûr, c'était lourd.

[Traduction]

C'était tellement difficile dans le temps. Il fallait envoyer un journaliste, un caméraman et parfois un preneur de son ou que sais-je encore. C'était beaucoup. Aujourd'hui, vous envoyez une personne avec un téléphone, n'est-ce pas? Je sais que même pour mes membres au début, quand les téléphones sont arrivés, leur réaction était plutôt « pouah! » parce qu'en réalité, vous pouvez être un bon journaliste sans savoir très bien cadrer une image. Ce sont les vidéastes qui peuvent vous donner une image parfaite.

Nous devons décider où nous voulons investir notre argent, comment nous voulons l'utiliser et quelle couverture nous voulons assurer.

La sénatrice Miville-Dechêne : Que voulez-vous? Qu'en pensez-vous? Un téléphone? Du léger? Ou gardons notre grosse, notre énorme caméra...

Mme Forest : Nous devons nous éloigner de la façon dont nous produisons les nouvelles et commencer à penser à la raison pour laquelle nous les produisons. Le mandat de CBC/Radio-Canada est le message. C'est le message que nous apportons. C'est ainsi. Nos outils ont beaucoup changé au fil des ans et ils évolueront encore, et si nous le faisons à la télévision, ou en ligne... non, nous devons simplement offrir ce message au meilleur endroit possible. Nous devons nous adapter.

Quand vous dites : « Qu'allons-nous faire — allumons la télé, et elle s'arrête? » La télévision est maintenant numérique. Nous avons des téléviseurs intelligents. Quand vous allumez la télévision, vous allez sur CBC Gem sur votre téléviseur. J'allume ma télé, je regarde TOU.TV sur mon téléviseur. Je ne regarde pas Radio-Canada; je regarde TOU.TV parce que je peux choisir ce que je veux regarder. C'est la différence entre notre auditoire actuel et celui que nous avions.

Aujourd'hui, c'est le médium. Nous nous préoccuons du message, parler du Canada aux Canadiens, donner une voix à tout le monde. Quand nous disons : « Oh, Internet est partout. Il faut y penser. » Non, c'est faux. Nous avons perdu la moitié des propos du témoin précédent. Pourquoi? Parce qu'il était sur Internet. Si vous transmettez quelque chose à partir de Whitehorse — et je le sais parce que j'ai travaillé sur les ressources, et je produisais des reportages et des images à partir de Whitehorse —, ça ne fonctionne pas toujours. Savez-vous à

Whitehorse gets cut off; how often they lose their phone services? They have one supplier, and sometimes it just doesn't work. You lose connection.

That is why certain CBC infrastructure has to stay in place so we can keep communicating with all of Canada.

Senator Simons: I have to say, cards on the table, Ms. Bakken, I won one of your awards a few years back, so I have a fondness for your organization because they gave me a prize.

Leaving that aside, I want to come back to the issue you raised about disinformation and the need to have a trusted news source. You mentioned Russian interference. I'm mindful of the fact that Elon Musk is nominated to be a member of President Trump's cabinet. He runs X, which is still, somewhat to my distress, an important news vector in this country. The person who has been suggested as the new head of the U.S. Federal Communications Commission, or FCC, is somebody whose views may be antithetical to our ideas of a free press.

I wondered if you could explain from a local and regional context why it is so important to have a trusted news source in communities, not just a network voice, but those local, regional voices that are trusted.

Ms. Bakken: When you're dealing in business, there is this expression: If you don't understand people, you don't understand business. That applies to the CBC as well.

The challenge that we have, if I can rein this in regarding the global network, when we compare ourselves to the BBC, that is a smaller geography that is more densely populated. As Ms. Forest said, when you're sending resources out there, you can hop on a train and be anywhere in an hour or two. In Canada, that's not the case, even if we go local. I have an idea of how we would create a mesh, but there are so many different things at play.

I would take your point here, but I believe the first thing we have to do is make broadband a utility. People are not willing to connect us across the country. In the North, because we were trying to get to remote regions, initially during the Cold War, I believe the CBC was the first place to connect the network with the low-orbiting satellite. We invented the instant replay with hockey. There was a lot of innovation here.

quelle fréquence la connexion avec Whitehorse est coupée; à quelle fréquence les gens perdent leurs services téléphoniques? Ils n'ont qu'un seul fournisseur, et parfois ça ne fonctionne tout simplement pas. On perd la connexion.

C'est pourquoi certaines infrastructures de CBC/Radio-Canada doivent rester en place pour que nous puissions continuer à communiquer avec l'ensemble du Canada.

La sénatrice Simons : Je dois mettre cartes sur table, madame Bakken : j'ai remporté l'un de vos prix il y a quelques années, alors j'ai un faible pour votre organisation parce qu'elle m'a décerné un prix.

Cela dit, je voudrais revenir au point que vous avez soulevé à propos de la désinformation et de la nécessité de disposer d'une source d'information fiable. Vous avez parlé de l'ingérence russe. Je n'oublie pas qu'Elon Musk a été nommé membre du cabinet du président Trump. Il dirige X, qui demeure, à mon grand désespoir, un vecteur d'information important dans ce pays. La personne proposée pour diriger la Commission fédérale des communications des États-Unis, la FCC, a des opinions qui peuvent être contraires à notre idée d'une presse libre.

Je me demandais si vous pouviez nous expliquer, dans un contexte local et régional, pourquoi il est si important d'avoir une source d'information fiable dans les collectivités, pas seulement la voix d'un réseau, mais ces voix locales et régionales en qui on a confiance.

Mme Bakken : Dans le monde des affaires, une expression dit : « Si vous ne comprenez pas les gens, vous ne comprenez pas les affaires. » Cela s'applique également à CBC/Radio-Canada.

Si je peux me permettre de faire le lien avec le réseau mondial, notre défi, si nous nous comparons à la BBC, c'est une région plus circonscrite qui est plus densément peuplée. Comme Mme Forest l'a dit, lorsque vous envoyez des ressources à l'étranger, elles peuvent sauter dans un train et être n'importe où en une heure ou deux. Au Canada, ce n'est pas le cas, même à l'échelle locale. J'ai une idée de la manière dont nous pourrions créer un maillage, mais tellement d'éléments différents entrent en jeu.

Je comprends ce que vous dites, mais je pense que la première chose à faire est de faire de la large bande un service public. Les gens ne sont pas prêts à nous brancher à la grandeur du pays. Dans le Nord, parce que nous voulions joindre les régions éloignées, initialement pendant la guerre froide, je crois que CBC/Radio-Canada a été la première à connecter le réseau par satellite en orbite basse. Nous avons inventé la retransmission instantanée des matchs de hockey. Il y a eu beaucoup d'innovation ici.

What the problem is now is we have no line of sight into these networks; in other words, it's our inability as a democracy in the U.S. and Canada to get ahead of tech and understand what the algorithms were doing. I feel that horse has left the barn. You talk about Elon Musk. His market cap is bigger than the GDP of most developed nations. These technocrats are not accountable and don't answer to anyone. They have found their way into the hearts and minds and the heads of our children.

Now, if we're talking about trust in news, it starts as kids, right? My childhood companions were "Mr. Dressup" and "The Friendly Giant." I'm dating myself. I was watching an alarming story yesterday about this metaverse for children, little kids, called Roblox. It reaches 60 million to 80 million kids, and, in that, their experience can be pornography, violence, grooming, Snapchat, grooming, violence, pornography. We're talking about 5- and 6-year-olds seeing this stuff.

If we can start from the bottom up with the CBC and our kids' programming, and parents know they can put their kids on their computer with CBC Kids, and they watch something that has been verified; there is accountability, and there is transparency, you can feel safe with your kids. Right now, this mentality of Musk and all the actors in the U.S. — by the way, the "Magnificent Seven" has been floating that economy, so the U.S. is between a rock and hard place. If they use antitrust and break down those companies, they no longer have an asymmetrical domination in the world, which means our adversaries have an advantage. So we are stuck with what they are doing.

We need to build trust early on because the mentality of "move fast and break it" has actually broken late Millennials and Gen X. They are the audience that need to grow into us. When I was a kid, CBC Radio was always on. I would roll my eyes at Gordon Lightfoot and Anne Murray because they flooded airwaves. Oh, my God. Thank God for them. They are storytellers. Think of the musical talent that came out of this country.

It goes back to a lot of people who say it's about the values and what this means. We do have to take, as Sue Gardner said, stuff off the table. We are now a digital provider. We need to get broadband covering this country. We need to be able to provide a digital service because most of the stuff you see, even on the nightly newscast, has been clipped from a phone. We need to have some kind of stringers or some network of humans set up in local communities where they have professional training. They come into CBC for training. They go back into their community. They are building the relationships with the locals. This takes time.

Le problème, c'est que nous n'avons pas de stratégie à l'égard de ces réseaux; autrement dit, c'est notre incapacité en tant que démocratie aux États-Unis et au Canada à prendre le pas sur la technologie et à comprendre ce que faisaient les algorithmes. J'ai l'impression que l'oiseau s'est envolé. Vous avez parlé d'Elon Musk. Sa capitalisation boursière est supérieure au PIB de la plupart des pays développés. Ces technocrates n'ont de comptes à rendre à personne. Ils se sont introduits dans le cœur, l'esprit et la tête de nos enfants.

Si nous parlons de confiance dans les nouvelles, ça commence dès l'enfance, n'est-ce pas? Mes compagnons d'enfance étaient *Mr. Dressup* et *The Friendly Giant*. Je trahis mon âge. Hier, j'ai regardé un reportage alarmant sur un métavers destiné aux enfants, aux jeunes enfants, appelé Roblox. Il touche entre 60 et 80 millions d'enfants et, dans cet univers, leur expérience peut être la pornographie, la violence, la manipulation psychologique, Snapchat, la manipulation psychologique, la violence, la pornographie. On parle ici d'enfants de 5 ou 6 ans qui voient ce genre de choses.

Si nous pouvons partir de la base avec CBC/Radio-Canada et nos émissions pour enfants et que les parents savent qu'ils peuvent laisser leurs enfants devant leur ordinateur avec CBC Kids et qu'ils regardent un contenu qui a été vérifié; il y a une reddition de comptes et une transparence, vous sentez qu'il n'y a pas de danger pour vos enfants. À l'heure actuelle, cette mentalité de Musk et de tous les acteurs aux États-Unis... en passant, les « Magnificent Seven » ont stimulé cette économie, de sorte que les États-Unis sont entre l'arbre et l'écorce. S'ils invoquent les dispositions antitrust et démantèlent ces sociétés, ils n'exerceront plus une domination asymétrique dans le monde, ce qui signifie que nos adversaires ont un avantage. Nous n'avons donc pas le choix de suivre leur exemple.

Nous devons établir la confiance dès le début parce que la mentalité du « agir vite et sortir la nouvelle » a fait fuir l'auditoire des millénariaux plus âgés et des membres de la génération X. C'est le public que nous devons séduire. Quand j'étais enfant, la radio était toujours syntonisée à CBC Radio. Je roulais des yeux en entendant Gordon Lightfoot et Anne Murray parce qu'ils inondaient les ondes. Oh, mon Dieu. Dieu merci pour eux. Ce sont des conteurs. Pensez au talent musical qui est issu de ce pays.

Nous devons tenir compte du fait que bien des gens disent que c'est une question de valeurs et de ce que cela signifie. Comme Sue Gardner l'a dit, nous devons élaguer notre offre. Nous sommes maintenant un diffuseur numérique. Il faut que la large bande couvre tout le pays. Nous devons être en mesure d'offrir un service numérique parce que même dans le bulletin de nouvelles du soir, la plupart des choses que vous voyez sont tirées de séquences filmées à l'aide d'un téléphone. Nous avons besoin de pigistes ou d'un réseau d'humains établis dans les collectivités locales qui reçoivent une formation professionnelle. Ils viennent à CBC/Radio-Canada pour suivre une formation. Ils

I can tell you that as we have centralized — and it's not just the CBC. All the privates have centralized into an urban centre that is the most expensive place to live in Canada. Who can afford to be a journalist there? Not the average person. So instead of driving down the highway and figuring out what we need to do to get from A to B the fastest, take a side trip on the back roads, calm down, chill out, get to know people, and then we can be that fit-for-purpose local broadcaster that sparks discussion, has special interest stories.

By the way, you put them in your region and maybe a few of them get through to the national level, but when we keep on in a content factory where you cannot nurture relationships because you have to file to multiple platforms — you're doing online, you're tweeting and doing clips — I just want to give one human example and then I'll stop. I was producing a reporter once. She was doing a live hit. Something changed in the control room, so we had to delay it. I tried to phone her. She wasn't answering her phone. This is not good. You have a reporter doing a live hit, and she's not answering her phone. She didn't answer it for 10 minutes. Then she phoned me and said, "What's happening?" I said, "Well, they have changed the programming. There was breaking news that came. Why didn't you answer your phone?" She said, "Oh, because it was on the tripod, and I had to turn my ringer off to do the hit." So it is a very efficient organization. There is no fat to trim on some of these stories.

Again, we need to step back, re-evaluate, look at what our country needs, take things off the table, serve the people and make sure that our discussions are about people, by the people, for the people, and then we're going to find levels of trust at the local level. Your experience in Edmonton is a great one. That will filter out in a province where people don't trust news. By the way, when they don't trust news, they don't trust politicians.

Let's all work together and try to restore the faith and trust in our institutions, and then we'll be cooking with gas, as they say.

Senator Cardozo: Thank you, witnesses, for being here.

Ms. Bakken, you talked about CBC being fundamental to Canada's future. Professor Bardeesy, you talked about it being the most trusted network. I want to ask about bias. There have always been accusations about bias over the years: too Central Canadian, too separatist, too Indigenous, too White, et cetera.

retournent dans leur collectivité. Ils tissent des liens avec les gens du coin. Il faut prendre le temps.

Je peux vous dire qu'au fil de notre centralisation... et ce n'est pas seulement à CBC/Radio-Canada. Toutes les chaînes privées ont centralisé leurs activités dans un centre urbain où la vie est la plus chère au Canada. Qui peut se permettre d'y être journaliste? Pas le citoyen moyen. Alors, au lieu de prendre la route et de déterminer ce que nous devons faire pour nous rendre du point A au point B le plus rapidement possible, faites un détour par les routes de campagne, calmez-vous, détendez-vous, apprenez à connaître les gens et devenez un radiodiffuseur local adapté qui suscite la discussion, qui présente des sujets d'intérêt particulier.

En passant, vous les affectez à votre région et peut-être que quelques-uns d'entre eux feront le saut au niveau national, mais si nous conservons un modèle d'usine de contenu où il est impossible d'entretenir des relations parce qu'il faut alimenter plusieurs plateformes... vous diffusez en ligne, vous gazouillez et vous produisez des clips. Je veux juste donner un exemple humain avant de m'arrêter. J'étais productrice pour une journaliste. Elle faisait un direct. Un changement est survenu dans la salle de contrôle et nous avons dû retarder son intervention. J'ai essayé de lui téléphoner. Elle ne répondait pas à son téléphone. Ce n'était pas bon signe. Vous avez une journaliste qui fait un direct et elle ne répond pas à son téléphone. Elle n'a pas répondu pendant 10 minutes. Elle m'a ensuite téléphoné pour me demander ce qui se passait. J'ai dit : « Eh bien, ils ont changé la programmation. Il y a eu des nouvelles de dernière minute. Pourquoi n'as-tu pas répondu à ton téléphone? » Elle m'a répondu : « Oh, parce qu'il était fixé au trépied et que j'ai dû le mettre en sourdine pour faire le direct ». C'est donc une organisation très efficace. Il n'y a pas de gras à couper dans certains de ces reportages.

Je le répète, nous devons prendre du recul, réévaluer, examiner les besoins de notre pays, élarger l'offre, servir les gens et nous assurer que nos discussions traitent des gens, par les gens, pour les gens, et nous trouverons alors des niveaux de confiance à l'échelle locale. Votre expérience à Edmonton est excellente. Elle se fera sentir dans une province où les gens ne font pas confiance aux médias d'information. En passant, lorsqu'ils ne font pas confiance aux médias d'information, ils ne font pas confiance aux politiciens.

Travaillons tous ensemble et essayons de rétablir la confiance dans nos institutions, et nous serons en voiture, comme on dit.

Le sénateur Cardozo : Je remercie les témoins de leur présence.

Madame Bakken, vous avez dit que CBC/Radio-Canada est essentielle à l'avenir du Canada. Monsieur Bardeesy, vous avez dit que c'est le réseau le plus fiable. J'aimerais vous poser une question au sujet de la partialité. Il y a toujours eu des accusations de partialité au fil des ans : trop centro-canadien, trop séparatiste, trop autochtone, trop blanc, et ainsi de suite.

There is an issue now, and I mentioned an article by Harrison Lowman, who succinctly made the point about the concern that small-c conservatives across the country feel it's missing their point of view. This time, there is a political party that is really serious about cutting a large part of the corporation. What are your views about bias? Is it too late to correct that? Can that be corrected? Does it start at the local level?

Ms. Forest, I want to add to that in terms of Radio-Canada. Can Radio-Canada exist or what is the future of Radio-Canada if you cut out CBC?

I'll start with Ms. Bakken.

Ms. Bakken: There is always a way to turn it around. There is bias. I think if we magnify that, you take the U.S. example.

Think about who is going into journalism. Let's put it this way: Our salaries flatlined for a few decades. We've been living under cuts since the 1980s. The only people who can afford the luxury of going into an industry where you are not well compensated compared to your peers and, over time, you get left behind are the people who already have money or are social justice warriors, and they find a way to live with less. They don't reflect the average person.

You see it in academia. People aren't going into journalism anymore. If I come from a small community, and I'm poor and super smart and get a scholarship, I'm not blowing that on a job that is not going to compensate me. I'm going to go to the private sector, go to Silicon Valley and look up to Elon Musk, not up to Adrienne Arseneault. That is, I think, one of the problems.

But we do need to decentralize, to democratize it. It's not the CBC's fault there is a bias. If you're going to liberal arts in general, you're probably not conservative-bent.

Senator Cardozo: Shouldn't management see that bias and find a way to overcome it?

Ms. Bakken: Management is part of the issue. They are the people who have stayed in an industry that is attacking. Enterprise journalism has gone the way of the dodo bird. There is no time for it anymore. You need money for that. Think of the people who are trying to manage it under the dark clouds of not knowing if they will have a job next year, not knowing how many of their friends and colleagues they have to lay off.

This is not a money issue. This is an ingenuity issue. Everybody in here has the ability to create broadcast-quality product. I'm not saying it's journalism. If we can find a way to

Il y a un problème à l'heure actuelle, et j'ai fait référence à un article de Harrison Lowman, qui a fait valoir succinctement la préoccupation selon laquelle les conservateurs de tout le pays, avec un « c » minuscule, estiment que leur point de vue n'est pas représenté. Cette fois-ci, un parti politique est vraiment sérieux au sujet de l'élimination d'une grande partie de la société. Que pensez-vous de la partialité? Est-il trop tard pour rectifier le tir? Peut-on le rectifier? Est-ce que cela commence à l'échelle locale?

Madame Forest, j'aimerais ajouter quelque chose au sujet de Radio-Canada. Est-ce que Radio-Canada peut exister ou quel est l'avenir de Radio-Canada si on élimine CBC?

Je vais commencer par Mme Bakken.

Mme Bakken : Il y a toujours moyen de renverser la vapeur. La partialité existe. Je pense qu'il est utile d'adopter une perspective plus large. Prenons l'exemple des États-Unis.

Pensez à qui se lance en journalisme. Disons-le autrement : nos salaires stagnent depuis des dizaines d'années. Nous sommes aux prises avec des compressions budgétaires depuis les années 1980. Les seuls qui peuvent s'offrir le luxe d'entrer dans un secteur où ils sont mal rémunérés par rapport à leurs pairs et où, avec le temps, ils sont laissés pour compte sont ceux qui sont déjà bien nantis ou qui sont des guerriers de la justice sociale et qui trouvent un moyen de vivre avec moins. Ce n'est pas la moyenne des ours.

On le voit à l'université. Les étudiants ne s'inscrivent plus en journalisme. Si je viens d'une petite collectivité, que je suis pauvre et très intelligente et que j'obtiens une bourse d'études, je ne gaspille pas cette chance sur un emploi qui ne me rapportera rien. Je vais aller dans le secteur privé, à Silicon Valley et prendre pour modèle Elon Musk, pas Adrienne Arseneault. À mon avis, c'est l'un des problèmes.

Cependant, nous devons décentraliser, démocratiser le réseau. Ce n'est pas la faute de CBC/Radio-Canada si la partialité existe. Si vous étudiez les arts libéraux en général, vous n'avez probablement pas un penchant conservateur.

Le sénateur Cardozo : La direction ne devrait-elle pas voir ce parti pris et trouver un moyen de le surmonter?

Mme Bakken : La direction fait partie du problème. Ce sont eux qui sont restés dans un secteur qui attaque. Le journalisme d'entreprise a connu le même sort que le dodo. Le temps manque pour faire ce genre de journalisme. Il coûte cher. Pensez à ceux qui essaient de gérer la situation sous un ciel orageux et qui ne savent pas s'ils auront un emploi l'an prochain ni combien de leurs amis et collègues ils devront mettre à pied.

Ce n'est pas une question d'argent. C'est une question d'ingéniosité. Tout le monde ici a la capacité de créer des produits de qualité télévisuelle. Je ne dis pas que c'est du

train people and have stringers and a mesh system across the country, they will get to know the people they are talking about. Again, you need to go to the audience, not go where you want the audience to be.

We just saw the results of this in the U.S. election. All the major American networks missed this. It goes back to technology, too, as Sue was saying. When you think that Fox News has an outsized impact or influence on the people in the States, its audience is something like 3 million to 5 million. It's chump change. But they clip stuff and put it on YouTube. Now you get former host Tucker Carlson not reaching an audience of 3 million to 5 million but 18 million to 20 million.

When I was a news anchor for Newsworld International, we served an American audience. We had international news from a Canadian perspective for an American audience. Our reach at the time was 22 million. This was 20 years ago. Donald Rumsfeld, during the Iraq war, had us on as one of three channels because he felt that Canada had an objective perspective. We have value in the global community, not just in Canada, but we cut that. We sold the property, and we cut the funding.

Senator Cardozo: Professor Bardeesy, could you comment briefly?

Mr. Bardeesy: Thank you, Senator Cardozo. Bias is a current topic and a really existential topic in newsrooms and in journalism schools. I teach at TMU, though not in the journalism school. I can tell you that questions about bias and whether it's okay to be partial, to not be objective, is part of the current conversation among a lot of young journalists today.

I'll endorse a lot of what Heather Bakken said, and I'll just make a focus on the audience and accountability. At the CBC, it ought to be the editorial controls, and neither the CRTC nor the government overseers directly who are ensuring that there are strong editorial controls. It has to be at the editorial level to ensure that there is either minimal bias or, frankly, a reflection of the audience in the way that Heather reflected.

It's important to have a voice at the CBC that is pluralistic and some leadership willing to take some hits when things are said that people in certain communities are upset about.

Senator Cardozo: Thank you. Ms. Forest?

journalisme. Si nous pouvons trouver une façon de former les gens, d'avoir des pigistes et un système de maillage à l'échelle du pays, ils apprendront à connaître les gens dont ils parlent. Je me répète, il faut aller vers l'auditoire, et non pas là où vous voulez le trouver.

Nous venons de voir les résultats des élections américaines. Tous les grands réseaux américains ont raté le coche. Cela revient aussi à la technologie, comme Sue Gardner l'a dit. Quand on pense que Fox News a un impact ou une influence démesurés sur la population des États-Unis, son auditoire est de l'ordre de 3 à 5 millions de personnes. C'est négligeable, mais ils découpent des séquences et les diffusent sur YouTube. Ainsi, vous avez l'ancien animateur Tucker Carlson qui n'atteint pas un auditoire de 3 à 5 millions, mais bien de 18 à 20 millions.

Lorsque j'étais cheffe d'antenne pour Newsworld International, nous servions un auditoire américain. Nous présentions des actualités internationales d'un point de vue canadien pour un auditoire américain. À l'époque, nous avions un auditoire de 22 millions. C'était il y a 20 ans. Pendant la guerre en Irak, Donald Rumsfeld nous a choisis comme l'une de trois chaînes parce qu'il estimait que le Canada avait une perspective objective. Nous avons l'estime de la communauté internationale, pas seulement au Canada, mais nous y avons mis la hache. Nous avons vendu l'immeuble et réduit le financement.

Le sénateur Cardozo : Monsieur Bardeesy, pourriez-vous commenter brièvement?

M. Bardeesy : Merci, sénateur Cardozo. La partialité est un sujet d'actualité et un sujet vraiment existentiel dans les salles de rédaction et dans les écoles de journalisme. J'enseigne à l'Université Toronto Metropolitan, mais pas à l'école de journalisme. Je peux vous dire que les questions concernant la partialité et la question de savoir s'il est acceptable d'être partial, de ne pas être objectif, font partie de la conversation actuelle entre beaucoup de jeunes journalistes.

J'appuie en grande partie ce qu'a dit Heather Bakken, et je vais me concentrer sur l'auditoire et la responsabilisation. À CBC/Radio-Canada, il faut s'en remettre aux contrôles éditoriaux, et ni le CRTC ni les autorités gouvernementales ne veillent directement à ce qu'il y ait des contrôles éditoriaux rigoureux. Il faut s'en remettre à la rédaction pour faire en sorte qu'il y ait le moins de partialité possible ou, franchement, pour être un reflet de l'auditoire, comme Heather Bakken l'a dit.

Il est important d'avoir une voix pluraliste à CBC/Radio-Canada et des dirigeants qui sont prêts à encaisser les coups quand on dit des choses qui déplaisent aux membres de certaines communautés.

Le sénateur Cardozo : Merci. Madame Forest?

Ms. Forest: I'm going to speak to bias a little bit. The first thing is this: We have in our contract something called "producer's authority." Producer's authority means that the director of a station in Vancouver can't tell me as a producer what I'm going to put online as news. That's producer's authority.

About bias, yes, we all have a penchant for one side or the other, but the reality is that our job as journalists is to give every side of the story. If you want to avoid bias, you have journalists who give every side of the story. I'm not talking about opinion pieces and editorials. As long as you're transparent and make it clear that it's an opinion piece or an editorial, it's all good.

About bias, if we have people in the regions, we will have that. Look at a map of Canada and see who was elected where. Outside of the big cities, things change. Things shift. The reality is different. If we don't have people in those areas, we won't hear their ideas and opinions. They won't have the microphone. That's why we need to have CBC/Radio-Canada in as many communities as possible.

A journalist is not necessarily somebody who went through university. A journalist is someone who is able to read, understand an issue and give you all the different points of view about that issue whether they like the point of view or not.

I have young journalists who come and write stories, and they will write a story advocating that we save the trees and the forests. We're in B.C., which is tree-hugger territory. I love trees; my last name is Forest. It is what it is. The reality is that in B.C. we still have to talk about the people who make their living from the forest. We have a big industry of harvesting wood in B.C. How does that affect the people in the different places where the entire city works at the lumber plant? However much we love the trees, we need to give both sides of the story and what it means economically to everyone who lives there. Then, Canadians will make up their mind. They will decide what they prefer. But our job is to give them all the information they need to make informed decisions. That's how we avoid bias. We are where the people are.

You were asking me about the symbiosis. My understanding of how things work is that if the CBC disappears, Radio-Canada disappears. Let's not fool ourselves. Right now, the whole organization is based on revenue. My members are not going to like this, but CBC/Radio-Canada shouldn't be receiving any advertising revenue. Let's cut that out. Let's make sure that we are not in competition with the private because we need the

Mme Forest : Je vais parler un peu de la partialité. Le premier point est le suivant : notre contrat prévoit ce que l'on appelle « l'autorité du producteur ». L'autorité du producteur signifie que le directeur d'une station de Vancouver ne peut pas me dicter, comme productrice, le contenu que je vais mettre en ligne comme nouvelles. C'est l'autorité du producteur.

En ce qui concerne la partialité, oui, nous avons tous un penchant pour un côté ou l'autre, mais la réalité, c'est que notre travail de journalistes consiste à présenter les deux côtés de la médaille. Pour éviter la partialité, vous demandez aux journalistes de présenter tous les points de vue. Je ne parle pas des articles d'opinion et des éditoriaux. Tant que vous faites preuve de transparence et que vous dites clairement qu'il s'agit d'un article d'opinion ou d'un éditorial, c'est parfait.

En ce qui concerne la partialité, si nous avons des gens dans les régions, il y en aura. Regardez une carte du Canada et voyez qui a été élu où. Hors des grandes villes, les choses changent. Le portrait évolue. La réalité est différente. Si nous n'avons personne dans ces régions, nous n'entendrons pas les idées et les opinions de leurs habitants. Ils n'auront pas le micro. C'est la raison pour laquelle CBC/Radio-Canada doit être présente dans le plus grand nombre de collectivités possible.

Un journaliste n'est pas nécessairement quelqu'un qui a fait des études universitaires. Un journaliste, c'est quelqu'un qui est capable de lire, de comprendre un sujet et de vous donner tous les différents points de vue sur ce sujet, qu'il aime ou non le point de vue en question.

J'ai de jeunes journalistes qui écrivent des articles, et ils peuvent écrire un article préconisant de sauver les arbres et les forêts. Nous sommes en Colombie-Britannique, un territoire peuplé d'écologistes. J'aime les arbres; mon nom de famille est Forest. C'est ainsi. La réalité, c'est qu'en Colombie-Britannique, nous devons encore parler des gens qui vivent de la forêt. Nous avons un important secteur de l'exploitation forestière en Colombie-Britannique. Comment cela touche-t-il les gens des différents endroits où toute la ville travaille à la scierie? Peu importe à quel point nous aimons les arbres, nous devons présenter les deux côtés de la médaille et ce que cela signifie sur le plan financier pour tous les résidents. Ensuite, les Canadiens se feront une opinion. Ils décideront ce qu'ils préfèrent, mais notre travail consiste à leur fournir toute l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions en connaissance de cause. C'est ainsi que nous évitons la partialité. Nous sommes là où se trouvent les gens.

Vous m'avez posé une question sur la symbiose. D'après ce que je comprends du fonctionnement, si CBC disparaît, Radio-Canada disparaît aussi. Ne nous leurrions pas. À l'heure actuelle, toute l'organisation dépend des revenus qu'elle génère. Cela ne plaira pas à mes membres, mais CBC/Radio-Canada ne devrait pas recevoir de revenus publicitaires. Fermons ce robinet. Assurons-nous de ne pas concurrencer les chaînes privées parce

private. For us to have a good media ecosystem, we need multiple sources giving information to Canadians.

CBC/Radio-Canada has a mandate and a specific job that it needs to do. The privates do something else. Why don't people tune into CBC television? If you are bilingual like I am, and you listen to both CBC and Radio-Canada, I can tell you why. I watch Radio-Canada. Why? Because they talk about us. There is a series right now called "Temps de Chien," which is done in Îles de la Madeleine. Who will go there and talk about the people who are there? I can hear people talk with my accent from The Maritimes. I'm Acadian. I have an accent. Sometimes it doesn't show, but sometimes it does.

It is what it is. We want to hear about ourselves. The shows coming out of Quebec are called, for example, "La Maison-Bleue." It's about the government in Quebec. Do you know how many shows I have watched about the White House? People talk about the Miranda rights in Canada. Why is that? Because they are watching American TV all the time. I'm bored with American TV. You go to the different providers online, and you watch shows that come from Spain, Brazil, Portugal, France and England. I watch various programs. I'm tired and fed up with American programs. I want to hear about Canadian stuff, but are there shows that talk about Canadian stuff? The ones that do, for example, "Schitt's Creek," go viral and do very well. But where do people watch them? Netflix. Do they know they are watching CBC? No.

One of my colleagues was talking to me about someone watching Olympic coverage. They are watching Olympic coverage on their phone. If they do like I do, in a meeting you have your phone, and you're kind of watching because you want to see hockey or soccer — I don't do that all the time. The idea is that they don't know they are watching CBC coverage. "I'm watching it on my phone. I'm on my phone. This is TELUS or Prime." No, in fact, it is CBC coverage.

What did Radio-Canada and CBC do for the last Olympics? I was able to watch surf competitions. Mind you, there was no commentary, but I was able to watch the surf competitions live.

The Chair: I hate to interrupt, but we have exceeded Senator Cardozo's time.

Ms. Forest: I can talk forever.

The Chair: The chair is benevolent.

que nous en avons besoin. Pour que nous ayons un bon écosystème médiatique, nous devons offrir de multiples sources d'information aux Canadiens.

CBC/Radio-Canada a un mandat et un travail précis à faire. Les chaînes privées font autre chose. Pourquoi les gens ne regardent-ils pas les émissions de CBC? Si vous êtes bilingue comme moi et que vous écoutez tant Radio-Canada que CBC, je peux vous dire pourquoi. Je regarde Radio-Canada. Pourquoi? Parce qu'on parle de nous. Le réseau diffuse actuellement une série intitulée *Temps de chien*, qui est tournée aux Îles-de-la-Madeleine. Qui se rendra là-bas pour parler des gens qui sont là? J'entends les acteurs parler avec mon accent des Maritimes. Je suis Acadienne. J'ai un accent. Parfois, il s'estompe, mais parfois, on l'entend.

C'est ainsi. Nous voulons entendre parler de nous-mêmes. Les émissions produites au Québec s'intitulent, par exemple, *La Maison-Bleue*. L'émission met en scène le gouvernement du Québec. Savez-vous combien d'émissions j'ai regardées à propos de la Maison-Blanche? Les gens parlent des droits Miranda au Canada. Pourquoi? Parce qu'ils regardent constamment la télévision américaine. La télévision américaine m'ennuie. On se tourne vers les différents diffuseurs en ligne et on regarde des émissions qui viennent d'Espagne, du Brésil, du Portugal, de France et d'Angleterre. Je regarde différentes émissions. J'en ai assez des émissions américaines. Je veux entendre parler de contenu canadien, mais y a-t-il des émissions qui parlent de contenu canadien? Celles qui le font, *Schitt's Creek* par exemple, deviennent virales et s'en tirent très bien, mais où les gens les regardent-elles? Sur Netflix. Savent-ils qu'ils regardent une émission de CBC? Non.

Un de mes collègues m'a parlé de quelqu'un qui suivait la couverture des Jeux olympiques sur son téléphone. Si cette personne fait comme moi, dans une réunion, nous avons notre téléphone et nous le regardons d'un œil parce que nous voulons voir du hockey ou du soccer... je ne le fais pas tout le temps. L'idée, c'est que cette personne ne sait pas qu'elle regarde la couverture de CBC/Radio-Canada. « Je la regarde sur mon téléphone. Je suis sur mon téléphone. C'est TELUS ou Prime. » Non, en fait, c'est la couverture de CBC/Radio-Canada.

Qu'ont fait Radio-Canada et CBC pour les derniers Jeux olympiques? J'ai pu regarder des compétitions de surf. Remarquez, il n'y avait pas de commentaire, mais j'ai pu regarder les compétitions de surf en direct.

Le président : Je suis désolé de vous interrompre, mais nous avons dépassé le temps de parole du sénateur Cardozo.

Mme Forest : Je suis intarissable.

Le président : La présidence est indulgente.

Senator Dasko: I want to focus on Senator Cardozo's last question. Given the sharing of resources that you spoke about earlier, I just want to be clear that you don't think that Radio-Canada can survive without English. Could you just focus on that?

Ms. Forest: I'll give you the example of Vancouver. If CBC Vancouver disappears with all its equipment and everything else, and they sell off CBC Vancouver, where is Radio-Canada going to be? What camera will people use? How will they send the information? Where are they going to sit, Starbucks?

Senator Dasko: So it's because of the sharing.

Ms. Forest: It's the sharing of the equipment. Then there is the sharing of information. You will receive a lot less information.

Senator Dasko: What about in Quebec or Eastern Canada?

Ms. Forest: You have to look at the budgets. If the budgets disappear, then the CBC doesn't have any money. You have shared services, and a lot of stuff is shared.

We have members who work for the French side and all of the English members except the ones in Quebec.

Senator Dasko: Thank you. That's great. I have a question for the other two witnesses, Mr. Bardeesy and Ms. Bakken. We talked about fewer viewers for the CBC, especially CBC English television, and fewer listeners. We have also talked about funding caps down the road and the fact that many of us don't think the resources will be there, whether it is because CBC will cut advertising revenues or because government funding will decline. These are the concerns.

Given this situation, what do you think will or should happen to CBC English television? How do you see the future of it? What should happen? What do you think will happen? Professor Bardeesy, I know you spoke about the trust data, which I really appreciated. You mentioned the Reuters survey, which is a good source. I have used that survey many times. That's trust data. It's important. What about the two conditions I just said? What does the future of English-language television look like?

Mr. Bardeesy: Perhaps we can distinguish between news and non-news content. It's important, as I said earlier, to have a competitive marketplace for news content. CBC TV news exists in a competitive marketplace, in fact, in a marketplace where the

La sénatrice Dasko : J'aimerais revenir sur la dernière question du sénateur Cardozo. Compte tenu du partage des ressources dont vous avez parlé plus tôt, je tiens simplement à être certaine que vous ne croyez pas que Radio-Canada puisse survivre sans son pendant anglophone. Pourriez-vous vous concentrer sur ce point?

Mme Forest : Je vais vous donner l'exemple de Vancouver. Si CBC Vancouver disparaît avec tout son équipement et tout le reste et qu'on vend CBC Vancouver, qu'arrivera-t-il à Radio-Canada? Quelle caméra les gens vont-ils utiliser? Comment vont-ils diffuser l'information? Où vont-ils s'asseoir, chez Starbucks?

La sénatrice Dasko : C'est donc une question de partage.

Mme Forest : Il s'agit du partage de l'équipement. Ensuite, il y a l'échange d'information. Vous allez recevoir beaucoup moins d'information.

La sénatrice Dasko : Qu'en est-il du Québec ou de l'Est du Canada?

Mme Forest : Il faut examiner les budgets. Si les budgets disparaissent, CBC/Radio-Canada n'a plus d'argent. Il y a un partage de services et de beaucoup d'autres choses.

Nous avons des membres qui travaillent pour le côté francophone et tous nos membres anglophones, sauf ceux du Québec.

La sénatrice Dasko : Merci. C'est très bien. J'ai une question pour les deux autres témoins, M. Bardeesy et Mme Bakken. Nous avons parlé de la baisse du nombre de téléspectateurs de CBC/Radio-Canada, en particulier de son réseau anglais, et de la baisse du nombre d'auditeurs. Nous avons également parlé des compressions budgétaires à venir et du fait que beaucoup d'entre nous pensent que les ressources disparaîtront, que ce soit parce que CBC/Radio-Canada renoncera à ses recettes publicitaires ou parce que le financement public diminuera. Telles sont les préoccupations.

Compte tenu de cette situation, qu'arrivera-t-il ou que devrait-il arriver au réseau anglais de CBC/Radio-Canada, à votre avis? Comment entrevoyez-vous son avenir? Que devrait-il se passer? Que pensez-vous qu'il se passera? Monsieur Bardeesy, je sais que vous avez parlé des données sur la confiance, ce que j'ai grandement apprécié. Vous avez évoqué l'enquête Reuters, une source fiable. J'ai utilisé cette enquête à de nombreuses reprises. Il s'agit de données sur la confiance. Elles sont importantes. Qu'en est-il des deux conditions que je viens de mentionner? Quel est l'avenir de la télévision de langue anglaise?

M. Bardeesy : Nous pouvons peut-être faire la distinction entre le contenu d'information et le reste. Comme je l'ai dit, il est important d'avoir un marché concurrentiel pour le contenu d'information. Les nouvelles télévisées de CBC existent dans un

private providers are scaling back significantly. I would assert that we need a strong English-language TV news presence, both nationally and in local communities.

With respect to non-news, I think Ms. Forest made a passionate case for the high-quality CBC-televised English-language content that can be produced. Again, it's in a marketplace. At The Dais, we don't have a policy view on the specific points that Ms. Bakken was making with regard to advertising, but it's reasonable to expect the CBC, while having a very strong public mission, to not be immune to market or political preferences. It's important that it not be seen as an island unto itself. What that means specifically on those policy questions regarding advertising, we haven't yet formed our conclusions, but I wanted to identify that as an issue.

Senator Dasko: Ms. Bakken, you talked about disinformation as another important reason for the CBC to exist as a news source, a source of real information. In any case, back to my question, what do you think CBC English television will and should look like?

Ms. Bakken: Well, if they leverage their advantage, which is transparency of ownership, with stable funding, there is an opportunity to go out into the communities, so decentralize it to a certain degree. When you have reporters in local communities, their salaries don't have to support living in a major urban centre, so you can ultimately have more content coming in at a lower cost. TV is irrelevant now. Digital means video. Everything has gone video. We are visually hard-wired, and we can now deliver those services digitally. We don't need big TV studios.

If we look at where the market has headed, long-form podcasts are in today. I don't know what will be in tomorrow. You can do that for nothing. Buy a \$350 mic, sitting in a community of Fort McMurray, and have someone talking about their experience and bringing in people in the community. That is a very low-cost opportunity to appeal to that incoming audience. Instead of throwing the baby out with the bathwater and trying to figure out how to fix what we have, maybe "The National," appointment television, one hour — I love the people on the show and what they are trying to do, but when your mandate says you have to cover certain things, and the first eight minutes of the show is about one thing that I am not really interested in, I've already turned to the privates. That was back in the day; now I watch everything online. Maybe have a 15-minute national newscast? That's what Walter Cronkite used to have. Everybody watched it: 15 minutes, solid national interest. And then maybe that has universal appeal. We can all watch right now anything from the

marché concurrentiel, en fait, dans un marché où les fournisseurs privés réduisent considérablement leur présence. Je dirais que nous avons besoin d'une forte présence des actualités télévisées de langue anglaise, tant à l'échelle nationale que dans les collectivités locales.

En ce qui concerne les autres émissions, je pense que Mme Forest a défendu avec passion la qualité du contenu télévisé en anglais de CBC qui peut être produit. Encore une fois, c'est dans un marché. Chez The Dais, nous n'avons pas de position de principe sur les points précis que Mme Bakken a soulevés au sujet de la publicité, mais il est raisonnable de s'attendre à ce que CBC/Radio-Canada, tout en ayant un mandat public très fort, ne soit pas à l'abri des préférences du marché ou des préférences politiques. Il est important qu'elle ne soit pas considérée comme une île en soi. Pour ce qui est des politiques concernant la publicité, nous n'avons pas encore formulé nos conclusions, mais je voulais signaler qu'il s'agit d'un problème.

La sénatrice Dasko : Madame Bakken, vous avez dit que la désinformation était une autre raison importante pour que CBC/Radio-Canada soit une source d'information, une source d'information réelle. Quoi qu'il en soit, pour en revenir à ma question, à quoi pensez-vous que le réseau anglais de CBC va et devrait ressembler?

Mme Bakken : Eh bien, s'il tire parti de son avantage, c'est-à-dire la transparence de la propriété, avec un financement stable, il est possible d'aller dans les collectivités, alors il faut décentraliser le réseau dans une certaine mesure. Si vous avez des journalistes dans les collectivités locales, il n'est pas nécessaire que leur salaire soit proportionnel au coût de la vie dans un grand centre urbain, de sorte qu'en fin de compte, vous pouvez produire plus de contenu à moindre coût. La télévision n'a plus sa raison d'être. Numérique est synonyme de vidéo. Tout est en mode vidéo. Nous sommes visuellement câblés, et nous pouvons maintenant offrir ces services par voie numérique. Nous n'avons pas besoin de grands studios de télévision.

Si nous prenons l'évolution du marché, les balados de longue durée sont en vogue. Je ne sais pas ce qu'il en sera demain. Ça ne coûte rien à produire. Il suffit d'acheter un micro à 350 \$, de s'asseoir dans un centre communautaire de Fort McMurray et de demander à quelqu'un de parler de son vécu et de faire intervenir des membres de la collectivité. C'est une façon très peu coûteuse d'attirer ce nouveau public. Au lieu de jeter le bébé avec l'eau du bain et d'essayer de trouver un moyen de réparer ce que nous avons, peut-être que « The National », le rendez-vous télévisé d'une heure — j'aime les gens à l'écran et ce qu'ils essaient de faire, mais lorsque votre mandat dit que vous devez couvrir certaines choses, et que les huit premières minutes de l'émission sont consacrées à un sujet qui ne m'intéresse pas vraiment, je me suis déjà tournée vers les chaînes privées. C'était à l'époque; aujourd'hui, je regarde tout en ligne. Peut-être faudrait-il un journal télévisé national de 15 minutes? C'est ce que Walter Cronkite faisait. Tout le monde le regardait : 15 minutes, un

region, so why not have local communities that are a part of it with a big catchment area?

Senator Dasko: Are you talking about local and national public affairs and news, and not the drama and entertainment programming that the CBC does?

Ms. Bakken: Yes. My level of expertise is not there. That's from a consumer's point. That's why I brought the kids' television up. I think we have to look at the incoming audience with a different lens and protect them. Again, it goes back to ownership. The disinformation and the problem we have is in the private sector. When a company is privately owned, we don't have a line of sight into who is influencing the decision making. So Canada will not have that problem with the public broadcaster.

The other thing I would say is when I worked there, what used to really bother me was we didn't self-promote. When you think about journalism, we are supposed to be the conduit for stories that other people want to tell and don't have a platform to tell it. If we can get back to first principles and do that, I think people will want to tune in with us. So we have to understand what it is that people need to know.

The other thing I would say with the newspaper model, there used to be something called the "dull but necessary" section on page 5, things like Supreme Court appointments. Very few people read it, but the people who read it really understood and cared about it and often were decision makers. We have to find a way to weave in what people need to know to be informed in a way that disinformation is now providing for them. Again, nature abhors a vacuum. Where do we not have coverage? Where can we have coverage? Really, it takes a laptop and a cellphone, maybe a \$300 microphone. You have got a studio. We can experiment without a lot of money. Does that answer your question?

Senator Dasko: Yes, thank you.

The Chair: As chair, I'll take the liberty of asking the final question. I have listened carefully to the remarks and the responses from our witnesses. I think it was Ms. Bakken who mentioned how we are expecting the CBC to do so many things and that we need to figure out what it is.

I hear Ms. Forest talk about how there is such an intricate attachment between French services and English services, and one cannot survive without the other. I find it very difficult. One is a comment here to understand why something that is getting

grand intérêt national, et peut-être que cela a un attrait universel. Nous pouvons tous regarder aujourd'hui ce qui vient de la région, alors pourquoi des collectivités locales n'en feraient-elles pas partie pour couvrir un vaste territoire?

La sénatrice Dasko : Parlez-vous des affaires publiques et des nouvelles locales et nationales, et non des émissions dramatiques et de divertissement que CBC/Radio-Canada produit?

Mme Bakken : Oui. Mon champ d'expertise n'est pas là. C'est le point de vue du consommateur. C'est pourquoi j'ai parlé des émissions pour enfants. Je pense que nous devons examiner le nouvel auditoire sous un angle différent et le protéger. Je le rappelle, c'est une question de propriété. La désinformation et le problème que nous avons se trouvent dans le secteur privé. Lorsqu'une entreprise appartient à des intérêts privés, nous ne savons pas qui influe sur les décisions. Le Canada n'aura donc pas ce problème avec le radiodiffuseur public.

Je dirais aussi que lorsque j'y travaillais, ce qui me dérangeait vraiment, c'était que nous ne faisons pas d'autopromotion. Quand on pense au journalisme, nous sommes censés être le canal des histoires que d'autres personnes veulent raconter, mais qui n'ont pas de tribune pour le faire. Si nous pouvons revenir aux principes de base et faire cela, je pense que les gens voudront nous écouter. Nous devons donc comprendre ce que les gens doivent savoir.

L'autre chose que je dirais au sujet du modèle des journaux, c'est qu'il y avait ce qu'on appelait la section « ennuyeuse, mais nécessaire » en page 5, des choses comme les nominations à la Cour suprême. Très peu de gens la lisaient, mais ceux qui le faisaient la comprenaient vraiment et s'y intéressaient, et il s'agissait souvent de décideurs. Nous devons trouver un moyen d'incorporer ce que les gens doivent savoir pour être informés d'une manière que la désinformation leur fournit aujourd'hui. Encore une fois, la nature a horreur du vide. Où n'avons-nous pas de couverture? Où pouvons-nous avoir une couverture? En réalité, il suffit d'un ordinateur portable et d'un téléphone cellulaire, peut-être d'un microphone à 300 \$. Vous avez un studio. Nous pouvons expérimenter sans y consacrer beaucoup d'argent. Cela répond-il à votre question?

La sénatrice Dasko : Oui, merci.

Le président : En ma qualité de président, je vais me permettre de poser la dernière question. J'ai écouté attentivement les observations et les réponses de nos témoins. Je crois que c'est Mme Bakken qui a dit que nous nous attendons à ce que CBC/Radio-Canada fasse tellement de choses et que nous devons déterminer de quoi il s'agit.

J'entends Mme Forest dire qu'il existe un lien très étroit entre le réseau français et le réseau anglais et que l'un ne peut pas survivre sans l'autre. Je trouve la situation très difficile. Je vais faire d'abord un commentaire afin de comprendre pourquoi

ratings, something that is successful, something that is offering a service, which is Radio-Canada, why they would have a hard time surviving without an entity right now that is their master, who takes all decisions in Toronto, who gets more and more money, yet they keep cutting in sectors where those sectors are getting ratings. They are being successful. There is an obvious need to grow.

When I was in business, I always believed you shut down the departments that cost you money, that don't bring you anything, and you spend more on the departments that are making you money and promoting your business. That's on the comment side.

On the question side to Ms. Bakken, what would you carve out? What is it that the CBC right now isn't doing well in their mandate and is not redeemable and we can carve out in order to alleviate resources because they are getting scarcer and scarcer?

Ms. Bakken: That's a really good question, Mr. Chair.

The Chair: If you had to pick one thing.

Ms. Bakken: It would take me a year to filter that. What I would say is the one thing we can do is get back to the local level. We have very few municipal reporters, like beat reporting. If we could get back to beat reporting and have people with expertise and then collaborate instead of having a behemoth in a few city centres with the overhead costs associated, I think we could reallocate those funds.

I will leave it to my colleagues here to talk about budget allocation. It is not equivalent. My understanding is if you take the news from the CBC's English services' budget, it is equivalent to one season of "The Crown." The question would be this: What would you do if you had that much money to serve a country our size? Probably not a lot. I wish I could give you a definitive answer, but it is a tricky question.

The Chair: You have given a very good one, and you didn't need a year to think about it, so I appreciate that. Unfortunately, we have run out of time. All three of our witnesses have been very helpful in this study. I think the committee will agree. We thank you.

[Translation]

Thank you very much for being here today. It was much appreciated.

quelque chose qui obtient de bonnes cotes d'écoute, quelque chose qui réussit, quelque chose qui offre un service, c'est-à-dire Radio-Canada, aurait de la difficulté à survivre sans une entité qui est actuellement son maître, qui prend toutes les décisions à Toronto, qui reçoit de plus en plus d'argent et qui, malgré tout, continue de faire des compressions dans des secteurs qui obtiennent de bonnes cotes d'écoute. Ils ont du succès. Il y a un besoin évident de croissance.

Dans le milieu des affaires, j'ai toujours cru qu'il fallait fermer les services qui vous coûtent de l'argent, qui ne rapportent rien, et qu'il fallait dépenser davantage pour les services qui rapportent de l'argent et qui font la promotion de votre entreprise. Voilà pour le commentaire.

Une question maintenant pour Mme Bakken : quelle partie amputeriez-vous? Qu'est-ce que CBC ne fait pas bien dans le cadre de son mandat, qui n'est pas récupérable et que nous pourrions supprimer afin d'alléger les ressources parce qu'elles se font de plus en plus rares?

Mme Bakken : C'est une très bonne question, monsieur le président.

Le président : Si vous deviez choisir une chose.

Mme Bakken : Il me faudrait un an pour faire le tri. Je dirais que la chose la plus importante que nous pouvons faire, c'est revenir à l'échelle locale. Nous avons très peu de journalistes affectés aux affaires municipales, qui font du journalisme de terrain. Si nous pouvions revenir au journalisme de terrain, avoir des spécialistes qui peuvent collaborer au lieu d'avoir un mastodonte dans quelques centres urbains avec les frais généraux qui s'y rattachent, je pense que nous pourrions réaffecter ces fonds.

Je vais laisser à mes collègues ici présents le soin de parler des affectations budgétaires. Ce n'est pas équivalent. D'après ce que je comprends, si vous retirez les nouvelles du budget des services en anglais de CBC/Radio-Canada, c'est l'équivalent d'une saison de « The Crown ». La question est la suivante : que feriez-vous si vous disposiez de ce budget pour servir un pays de notre taille? Probablement pas grand-chose. J'aimerais pouvoir vous donner une réponse définitive, mais c'est une question délicate.

Le président : Vous en avez donné une très bonne, et vous n'avez pas eu besoin d'un an pour y réfléchir, alors je vous en remercie. Malheureusement, nous n'avons plus de temps. Nos trois témoins ont été très utiles dans le cadre de cette étude. Je pense que le comité sera d'accord. Nous vous remercions.

[Français]

Merci infiniment pour votre présence aujourd'hui; c'était très apprécié.

[*English*]

Colleagues, I will see you at our next meeting.

(The committee adjourned.)

[*Traduction*]

Chers collègues, nous nous reverrons à notre prochaine réunion.

(La séance est levée.)
