

**LE SÉNAT DU
CANADA**

**THE SENATE
OF CANADA**

**RAPPORT FINAL SUR
LES MÉDIAS D'INFORMATION CANADIENS**

Volume 1 de 2

Comité sénatorial permanent
des
transports et des communications

Présidente

L'honorable Lise Bacon

Vice-président

L'honorable David Tkachuk

Juin 2006

This document is available in English.

* * *

Le présent rapport et les délibérations du comité peuvent être consultés en ligne en visitant www.senate-senat.ca/transcom.asp.

Des copies de ces documents sont aussi disponibles en communiquant avec la Direction des comités du Sénat au (613) 990-0088 ou par courriel à transcom@sen.parl.gc.ca.

MEMBRES

L'honorable sénateur Lise Bacon, *présidente*

L'honorable sénateur David Tkachuk, *vice-président*

et

Les honorables sénateurs,

Willie Adams

Pat Carney, C.P.

John Trevor Eyton

*Daniel Hays (ou Joan Fraser)

Janis G. Johnson

*Marjorie Lebreton, C.P. (ou Gerald
Comeau)

Terry M. Mercer

Pana Merchant

Jim Munson

Gerard A. Phalen

Rod A.A. Zimmer

* *Membres d'office*

Les honorables sénateurs George Baker, C.P., Tommy Banks, Michel Biron, Eymard G. Corbin, Pierre De Bané, C.P., Consiglio Di Nino, Joyce Fairbairn, C.P., J. Michael Forrestall, Aurélien Gill, B. Alasdair Graham, C.P., Leonard Gustafson, Laurier L. LaPierre, John Lynch-Staunton, Lorna Milne, Wilfred P. Moore, Nancy Ruth, Pierre-Claude Nolin, Mira Spivak, Gerry St. Germain C.P., Terry Stratton, et Marilyn Trenholme Counsell ont participé aux travaux du Comité relativement à cette étude depuis le dépôt du *Rapport intérimaire* en avril 2004.

Personnel de recherche :

Joseph Jackson, Bibliothèque du Parlement

Terrence Thomas, Bibliothèque du Parlement

David M. Black, conseiller spécial du Comité

Adam Thompson

Greffier du Comité

Le Comité tient à remercier aussi Alexandre Drago du bureau de la présidente, Rhonda Walker et Robin Hay du bureau du vice-président, Céline Éthier, du bureau de l'ancienne présidente (sénateur Fraser), Tracy Bellefontaine du bureau de la sénateur Johnson, Till Heyde, ancien greffier du Comité, de même que Jessica Richardson à la Direction des comités, pour leur apport à la présente étude.

ORDRE DE RENVOI

Extrait des *Journaux du Sénat* du jeudi 27 avril 2006 :

L'honorable sénateur Robichaud, C.P., au nom de l'honorable sénateur Bacon, propose, appuyé par l'honorable sénateur Dallaire,

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

Que le Comité fasse rapport au Sénat au plus tard le 30 juin 2006 et qu'il conserve jusqu'au 31 juillet 2006 tous les pouvoirs nécessaires pour diffuser ses conclusions;

Que les mémoires reçus, les témoignages entendus et les travaux accomplis sur la question par le Comité depuis la deuxième session de la trente-septième législature soient déferés au Comité.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Le greffier du Sénat
Paul C. Bélisle

(Cet ordre de renvoi est similaire à celui reçu par le Comité au cours des sessions parlementaires précédentes.)

TABLE DES MATIÈRES

MOT DE LA PRÉSIDENTE	1
PARTIE I : INTRODUCTION	2
A. La technologie : un élément catalyseur et perturbateur	2
B. Le plan du Comité.....	5
C. Les avis exprimés.....	6
D. L’objectif du rapport.....	7
PARTIE II : LES SOURCES DE PRÉOCCUPATION	9
A. Les répercussions de la concentration de la propriété sur.....	9
1) Les bureaux de presse à l’étranger.....	10
2) Les bureaux nationaux et provinciaux	11
3) Centralisation de la couverture des nouvelles.....	12
4) Répercussions possibles sur les analyses et les opinions.....	13
B. Les chiens de garde ne mordent pas	14
1) Le rôle législatif	14
2) Les organismes de réglementation négligent les nouvelles	16
C. Le radiodiffuseur public répond à trop d’attentes à la fois	21
1) Un vaste mandat.....	21
2) Un budget limité	22
PARTIE III : À LA DÉFENSE DE L’INTÉRÊT PUBLIC.....	25
A. La propriété mixte et la concentration des médias.....	25
1) Les médias et la <i>Charte des droits</i>	25
2) Pratiques internationales	26
3) Un nouveau mécanisme	27
4) La transparence est essentielle	30
B. Politiques visant à promouvoir les émissions de nouvelles et d’information....	30
1) Clarifier la <i>Loi sur la radiodiffusion</i>	31
2) Réduire les obstacles à l’entrée dans un marché.....	31
3) Accroître la surveillance des conditions de licence	32
4) Un éventail de pouvoirs de contrainte pour le CRTC.....	33
5) Programmation communautaire.....	34
C. Retour aux sources de la SRC.....	36
1) Un mandat révisé	36
2) Les radiodiffuseurs publics doivent compléter les radiodiffuseurs privés, et non les concurrencer	38
3) La gouvernance.....	40
4) Questions budgétaires	41
5) Reddition de comptes.....	42
PARTIE IV : POLITIQUES FÉDÉRALES CONNEXES	43
A. Aide directe.....	43
1) Aide aux magazines	43
2) Subvention postale	45
3) Accès à large bande	46
B. Un régime fiscal approprié.....	47
1) Une définition plus inclusive de « fondation de bienfaisance »	47

2)	Exécution des règles sur la propriété étrangère	48
3)	Régime fiscal des entreprises médiatiques héritées	49
C.	Protéger la liberté de la presse	50
1)	Protection des sources et des documents	50
2)	Accès à l'information.....	51
3)	Protection des dénonciateurs.....	52
4)	Droit d'auteur.....	53
D.	Diversité.....	54
1)	Accès pour les minorités linguistiques	54
2)	Publicité gouvernementale.....	56
PARTIE V : ET SANS OUBLIER... ..		58
A.	Agences de presse	58
B.	Autoréglementation.....	59
1)	Le médiateur (ombudsman)	59
2)	Les conseils de presse	60
3)	Les énoncés de principes et les codes de déontologie	61
4)	Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR).....	62
C.	Le rôle de l'éducation et de la recherche	62
1)	Formation des journalistes	63
2)	Soutien aux écoles de journalisme et autres formations	64
3)	Recherche.....	65
4)	Initiation aux médias.....	67
D.	La diversité dans la salle de rédaction	67
PARTIE VI : POUR RÉSUMER.....		69
ANNEXE A : L'ÉTUDE, LES TÉMOINS ET LES MÉMOIRES		72
ANNEXE B : LISTE DES RECOMMANDATIONS ET PROPOSITIONS.....		95

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Le 19 mars 2003, le Sénat a autorisé le Comité à entreprendre une étude sur les médias canadiens. Un rapport intérimaire a été déposé par le Comité en mai 2004. L'étude du Comité s'est étalée sur plus de trois ans, à partir du mandat initial jusqu'au dépôt du rapport final. Au cours de cette période, nous avons eu droit à deux élections fédérales et une prorogation du Parlement. Le Comité a dû être reconstitué et recevoir un nouveau mandat du Sénat à chaque fois.

Pour la première session de la trente-neuvième législature, j'ai eu le privilège d'être élue à la présidence du Comité par mes collègues. N'étant pas membre du Comité au moment des audiences publiques et des délibérations des membres sur la préparation des différentes ébauches du rapport, j'ai n'ai pris part aux délibérations que récemment. Je dois, en toute justice, reconnaître la contribution de l'ensemble des membres ayant participé aux travaux du Comité à un moment ou à un autre au cours des trois années sur lesquelles s'est étalée notre étude. En particulier, nous devons souligner l'apport du sénateur Joan Fraser, qui a présidé le Comité du début de l'étude jusqu'à tout récemment et aussi l'apport des deux vice-présidents successifs durant cette même période, les sénateurs Leonard Gustafson et David Tkachuk.

Je tiens, par ailleurs, à remercier chaleureusement tous ceux et celles, des greffiers de Comité au personnel de soutien en passant par le personnel de recherche de la Bibliothèque du Parlement, qui ont apporté leur contribution afin de faire de cette étude une réalité. Merci pour votre dévouement et votre travail acharné. Sans la conjugaison de multiples efforts, l'achèvement de ce rapport n'aurait pas été possible.

La présidente,

L'honorable Lise Bacon, sénateur

PARTIE I : INTRODUCTION

La liberté de presse et la liberté d'expression constituent la dernière ligne de défense de tous les autres types de liberté.

...

Peu importe le degré d'imperfection des choses, quand il y a liberté de presse, tout peut se corriger, alors qu'en son absence, tout peut se dissimuler.

Tom Stoppard
Night and Day

Il ne fut jamais au monde deux opinions pareilles, non plus que deux poils ou deux grains. Leur plus universelle qualité, c'est la diversité.

Montaigne
De la ressemblance des enfants aux pères

Pour prendre des décisions éclairées, les citoyens doivent disposer d'un vaste éventail de nouvelles et d'informations, ainsi que d'opinions et d'analyses très diverses sur les questions d'intérêt public. Les journalistes et les médias jouent un rôle de premier plan à cet égard. C'est pourquoi il est généralement admis que la liberté de la presse est un élément fondamental de toute démocratie.

Au Canada, l'article 2 de la *Charte des droits et libertés* garantit non seulement la liberté d'expression, mais aussi la liberté de la presse et des autres moyens de communication. Les Canadiens ont de la chance de jouir de telles protections; notre pays a une longue tradition d'excellence en journalisme, et nous pouvons être fiers de la qualité générale de nos médias.

N'empêche, les innovations technologiques combinées aux récents changements de propriété qui se sont opérés dans le secteur des médias canadiens soulèvent des inquiétudes et des questions. On craint pour la diversité, tant sur le plan de la propriété des médias que de l'information. On redoute que la variété des opinions exprimées diminue et que les régions petites ou éloignées soient pénalisées par la nouvelle réalité où règnent les grandes entreprises médiatiques.

A. La technologie : un élément catalyseur et perturbateur

Il fut un temps où les nouvelles étaient présentées dans un format donné, comme le journal, ou selon un horaire fixe, par exemple le bulletin de nouvelles de 18 heures. Les organes de presse décidaient des informations à transmettre, des événements à couvrir et des ressources à y consacrer. Dans ce modèle traditionnel, les lecteurs et les auditeurs étaient des consommateurs relativement passifs de l'information.

Les innovations dans les technologies des communications – en particulier l'accès à Internet et son utilisation généralisée – ont modifié la situation au point de la rendre méconnaissable. La plupart des grands quotidiens offrent maintenant des éditions électroniques; les services de nouvelles télévisées continus transmettent les nouvelles de dernière heure au fur et à mesure; les outils de recherche sur Internet permettent aux utilisateurs de chercher de l'information dans un nombre incalculable de sites; les sites Web personnels (carnets Web ou blogues) offrent tout un éventail de points de vue sur les nouvelles et l'actualité; et les téléphones cellulaires et les autres appareils portables fournissent des nouvelles et de l'information adaptées aux intérêts de chacun. Prises ensemble, ces innovations relativement récentes ont permis aux citoyens de devenir des participants plus actifs dans ce qu'on appelle parfois la culture des « nouvelles sur demande ».

Ces changements ont entraîné la segmentation des marchés de consommation pour toutes les formes de médias d'information, ce qui a déclenché chez les grandes entreprises médiatiques du Canada une lutte pour la survie. Parmi les stratégies d'adaptation les plus frappantes signalons la fusion, la vente, le re-fusionnement et le dessaisissement d'entreprises de la presse écrite et parlée. Certains grands quotidiens ont commencé à distribuer de petits journaux gratuits pour faire contrepoids à la baisse du tirage et attirer ou reprendre les lecteurs¹.

Certains avancent que la culture des « nouvelles sur demande » risque de rendre bientôt désuet le modèle traditionnel. Cependant, ce résultat est loin d'être inéluctable, et ce pour plusieurs raisons :

1. Les médias traditionnels continuent de générer la plupart des informations.

En effet, une grande partie des nouvelles diffusées sur Internet sont fournies par des sources traditionnelles, particulièrement les journaux et les radiodiffuseurs. Rares sont les services en ligne qui offrent une quantité et une qualité de reportages originaux comparables à ce que génèrent les médias d'information traditionnels². À l'heure actuelle, il existe peu d'exemples d'organes de presse qui réussissent à survivre en diffusant uniquement sur Internet.

¹ Toutefois, la baisse de tirage des quotidiens n'est pas universelle. Certains journaux ont récemment enregistré des augmentations. Cependant, de nombreux journaux subissent une baisse graduelle de leur tirage depuis plusieurs années, et il semble que cette tendance s'accélère. Ce problème n'est pas propre au Canada puisque, aux États-Unis, le tirage global des journaux est en baisse lui aussi.

² Il existe relativement peu d'organes de presse électroniques. *The Tyee*, un service de nouvelles Internet en Colombie-Britannique, et *Allnovascotia.com*, une publication professionnelle électronique en Nouvelle-Écosse, en sont deux exemples au Canada.

2. **Si le prix des nouvelles et de l'information en ligne augmente, la consommation pourrait diminuer.** Il est vrai qu'Internet et d'autres technologies offrent certaines économies au niveau du coût de production et de distribution physique de l'information, mais il reste des coûts liés à la couverture des nouvelles et à la production de bulletins. Si leurs recettes publicitaires ne couvrent pas leurs coûts, les fournisseurs de nouvelles et d'information pourraient être forcés d'imposer des frais d'abonnement pour survivre.
3. **La crédibilité des nouvelles et de l'information en ligne est parfois douteuse.** Il faudra du temps avant que les sources d'information en ligne aient la même crédibilité que les sources traditionnelles. Les utilisateurs d'Internet seront donc plus susceptibles de douter de l'exactitude d'une nouvelle en ligne, particulièrement si la source n'est pas très bien connue.

Du point de vue des producteurs de nouvelles imprimées et radiodiffusées, un des effets les plus perturbateurs de l'arrivée des sources de nouvelles en ligne est le détournement des recettes publicitaires. En effet, la vente d'annonces classées représente une large part des recettes totales de la plupart des journaux; or, divers sites Internet comme EBay et Craigslist leur font maintenant concurrence à ce chapitre. Les sites en ligne sont plus concurrentiels du fait qu'ils rejoignent un plus vaste marché et offrent des annonces plus informatives et interactives. Ce phénomène risque d'avoir d'importantes répercussions sur les journalistes, mais il est difficile pour l'instant de dire lesquelles.

Soulignons, à titre d'exemple, la consolidation des organes de presse, la segmentation de l'auditoire et leurs effets sur les recettes. Les changements structurels et les pressions exercées par les actionnaires entraînent souvent des compressions budgétaires, notamment des réductions du nombre de journalistes. De là à conclure que certains sujets risquent d'être moins bien couverts, voire carrément passés sous silence, il n'y a qu'un pas.

Le Comité estime que même si les nouvelles et l'information en ligne prennent de plus en plus de place, leur présence n'est peut-être pas la solution à nombre des questions soulevées dans le présent rapport. La prolifération et la popularité des blogues en constituent un exemple. S'il est vrai que les carnets Web représentent un élément stimulant dans l'environnement actuel des nouvelles et de l'information, et qu'ils ont un effet pratiquement instantané sur le débat public, il reste qu'ils ne génèrent pas le volume ou le type de nouvelles que créent les fournisseurs de nouvelles traditionnels. Au contraire, la plupart des blogues apportent surtout un complément d'information ainsi qu'un large éventail d'opinions.

Pour toutes ces raisons, le Comité estime qu'à moyen terme – c'est-à-dire d'ici 15 ou 20 ans, nous disposerons de multiples types d'organes de presse : des sources électroniques sur Internet, des sources traditionnelles imprimées et radiodiffusées et d'autres qui utiliseront plus d'un mode de distribution. D'ailleurs, malgré la prolifération des médias électroniques, la presse parlée et écrite continuera de générer une bonne partie des nouvelles et de l'information que consultent les citoyens.

B. Le plan du Comité

Le Comité a publié en avril 2004 un rapport intérimaire dont le contenu doit être considéré comme faisant partie intégrante du présent rapport³.

Le mandat officiel du Comité était vaste (voir page ii) puisqu'il couvrait l'ensemble du secteur des médias. Cependant, le Comité a rapidement résolu de concentrer son attention sur les médias d'information qui, ces dernières années, ont reçu moins d'attention que les autres médias. C'est la troisième étude sur la politique relative aux médias d'information depuis 35 ans⁴. L'objectif était simple : déterminer comment remanier la politique fédérale afin de favoriser des médias d'information vigoureux et indépendants au XXI^e siècle. Chemin faisant, le Comité en est venu à un certain nombre de conclusions touchant des questions qui échappent à la compétence fédérale; certaines propositions à cet égard figurent dans la partie V du rapport.

Le Comité a évité les propositions qui risquaient d'enfreindre la liberté d'expression ou la liberté de la presse et des autres médias. Il y a eu dans l'histoire du Canada des cas de tentatives inopportunes d'ingérence dans les affaires internes des médias d'information⁵. Le Comité est convaincu que les organes de presse doivent être libres de toute ingérence de la part du gouvernement. Les propriétaires doivent être libres d'offrir un produit d'excellente qualité, médiocre ou même très mauvais. Dans un système où les médias sont libres et indépendants, il y en aura pour tous les goûts en matière de nouvelles et d'information. Certes, il est important d'avoir des services de

³ On peut consulter le Rapport intérimaire du Comité en ligne à l'adresse suivante :

<http://www.parl.gc.ca/37/3/parlbus/commbus/senate/com-f/tran-f/rep-f/rep04apr04-f.htm>.

⁴ Les deux autres étaient *Le miroir équivoque*, Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse (Rapport Davey), Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1970, et *le Rapport de la Commission royale sur les quotidiens* (Commission Kent), Ottawa, 1981.

⁵ En voici deux exemples. En 1937, la province de l'Alberta a adopté l'*Accurate News and Information Act* (Loi sur l'exactitude des nouvelles et de l'information), qui obligeait la presse à publier les réponses du gouvernement à toute déclaration importante sur la politique du Parti du Crédit social. Cette loi a ensuite été annulée par la Cour suprême du Canada. En Ontario, la *Loi sur les dons de bienfaisance* de 1949 a mené à une ingérence du gouvernement dans le fonctionnement du *Toronto Star*.

nouvelles et d'information de grande qualité, mais leur existence ne saurait être imposée par voie législative.

Le Comité a aussi gardé à l'esprit que l'État doit favoriser la viabilité des organes de presse; après tout, des sociétés en faillite ne peuvent pas fournir les nouvelles, l'information et la diversité des points de vue nécessaires pour répondre aux besoins et aux attentes des Canadiens.

C. Les avis exprimés

De nombreux Canadiens estiment que la politique gouvernementale n'a pas évolué en fonction de la situation. Les témoins qui ont comparu devant le Comité ont exprimé des craintes concernant l'état des organes de presse, la pluralité des propriétaires et l'accès à une diversité de points de vue. Le Comité remercie tous ceux qui ont comparu d'avoir fait part de leurs idées sur l'état des médias d'information au Canada.

Le Comité, dans son rapport intérimaire, présentait un compte rendu détaillé de ce qu'il a entendu jusqu'en mars 2004; le volume II du présent rapport résume une bonne partie de ce qui a été entendu depuis. Les observations les plus marquantes dans le contexte du mandat du Comité concernent les questions suivantes :

La concentration des médias. De nombreux témoins ont exprimé des craintes au sujet de la concentration de la propriété dans certaines régions et des dangers que cela peut représenter pour la diversité d'opinion. Certains témoins ont reproché au Bureau de la concurrence et au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) une certaine négligence à cet égard. Certaines des préoccupations les plus vives ont été exprimées par les journalistes.

Le radiodiffuseur public national. Le Comité a appris que tout ne va pas pour le mieux à la Société Radio-Canada (SRC)⁶, le radiodiffuseur public national. Le manque de financement, le manque de clarté quant au rôle et au mandat de la SRC et la réduction de la couverture médiatique des nouvelles régionales et locales figurent parmi les principales préoccupations exprimées par les témoins.

Le contexte juridique et professionnel dans lequel travaillent les journalistes. Les témoins ont fait part de leurs inquiétudes au sujet de l'impact du système judiciaire sur le travail des journalistes : les problèmes d'accès à l'information, l'absence de mesures législatives pour la protection des dénonciateurs, l'absence de politiques protégeant les

⁶ Radio-Canada offre divers services en français et en anglais. Dans le présent rapport, Radio-Canada ou SRC désigne tous les services fournis par la Société. S'il s'agit de services particuliers, on le précise (p. ex., la télévision de langue anglaise ou la CBC).

journalistes contre les perquisitions policières et l'article 4 de la *Loi sur la protection de l'information*, qui criminalise la possession par un journaliste d'un secret gouvernemental.

La formation et la recherche. Des témoins ont déploré le manque de mesures de soutien relativement à la formation des journalistes et ont souligné que le Canada ne possède pas de centre permanent doté de financement stable en vue de la recherche sur les médias, selon le modèle, par exemple, du Pew Institute aux États-Unis.

Les programmes de soutien fédéraux. Le Comité a appris que l'appui du gouvernement fédéral aux publications (notamment la subvention postale et le programme d'aide aux périodiques) ne tient pas compte de la disponibilité d'Internet comme mécanisme de distribution ni des défis connexes engendrés par les changements qui s'opèrent dans le monde des médias.

D. L'objectif du rapport

Par sa géographie, sa faible densité de population et sa proximité des États-Unis, le Canada présente des défis aux décideurs fédéraux depuis les premiers jours de la Confédération. Les observateurs affirment depuis longtemps qu'il est dans l'intérêt du public de se doter de médias d'information vigoureux et diversifiés. De nombreux témoins ont avancé que l'intérêt public doit être le principe directeur qui sous-tend le fonctionnement de la SRC, les actions du CRTC, le Bureau de la concurrence et la réglementation régissant la propriété des médias d'information canadiens.

De nombreux témoins ont aussi affirmé que le souci de maximiser les bénéfices avait entraîné une plus grande concentration dans les médias, ce qui suscite des préoccupations quant à la détérioration possible de la qualité des nouvelles au Canada. D'autres ont fait valoir que le libre marché offre au consommateur ce qu'il demande, puisqu'une entreprise à but lucratif ne va pas chercher à vendre un produit dont personne ne veut. Les propriétaires des médias affirment pour leur part que la consolidation est la clé de la survie de leur entreprise en raison de la segmentation toujours plus grande des marchés de la presse écrite et parlée.

Le Comité reconnaît l'importance d'organismes de presse viables, mais il pense aussi qu'un marché libre et sans entrave n'est pas aussi optimal ou anodin que l'affirment ses promoteurs. La consolidation, c'est-à-dire la centralisation de certaines activités, se distingue de la concentration, et le Comité a pu constater que certains groupes médiatiques occupent des positions excessivement dominantes dans certains marchés

canadiens. Une telle concentration de la propriété pourrait avoir des effets néfastes pour l'intérêt public, et la situation est attribuable à l'absence de réglementation.

Le présent volume du rapport final du Comité sur les médias d'information canadiens examine ces questions et d'autres en profondeur; il présente des recommandations et des propositions, quand le sujet s'y prête.

- La partie II du présent volume porte sur les principaux domaines de préoccupation du Comité, notamment l'incidence de la concentration de la propriété des médias d'information sur la diversité des sources et des analyses offertes aux Canadiens, l'absence de contrôle fédéral sur la propriété des médias d'information et le rôle du radiodiffuseur public national.
- La partie III comprend les recommandations du Comité visant à ce que la politique sur les médias d'information canadiens tienne mieux compte de l'intérêt public.
- La partie IV contient des recommandations visant les politiques actuelles à l'appui des médias d'information et des journalistes, ainsi que les droits des minorités linguistiques.
- La partie V présente des propositions et des recommandations sur des questions qui échappent à la compétence fédérale, notamment l'autoréglementation de l'industrie des médias d'information, l'éducation continue des journalistes et la diversité dans la salle de presse.

Le deuxième volume du rapport contient un compte rendu plus détaillé des discussions relatives aux grandes questions soulevées ici, ainsi que des informations complémentaires et des documents de référence qui ont contribué à façonner le rapport final.

PARTIE II : LES SOURCES DE PRÉOCCUPATION

Parmi les nombreux atouts du système canadien de médias d'information, il convient de souligner la présence de nombre d'entreprises lucratives qui gèrent avec succès des médias de haute qualité dans les secteurs de la presse écrite et parlée. La SRC, les réseaux provinciaux de télévision éducative, les services sans but lucratif comme le câblodistributeur d'affaires publiques CPAC et le réseau de télévision autochtone APTN, et les stations de radio et de télévision communautaires contribuent aussi beaucoup aux nouvelles et à l'information diffusées.

Il reste cependant que l'on observe par ailleurs des signes inquiétants. On constate quatre problèmes graves :

1. La concentration de la propriété et la propriété mixte sont extrêmement élevées dans de nombreuses régions et de nombreux marchés.
2. Le radiodiffuseur national public du Canada, important complément du secteur privé, semble en danger de perdre le cap.
3. Il n'existe aucun mécanisme reconnu permettant un débat ouvert, transparent et démocratique sur l'intérêt public en la matière.
4. Les règles et les programmes actuels découragent ou empêchent l'expression de points de vue nouveaux ou l'arrivée dans le système de nouvelles organisations.

Le premier, le deuxième et le quatrième problèmes sont abordés dans les sections qui suivent, et le troisième est examiné dans la partie III.

A. Les répercussions de la concentration de la propriété sur la diversité dans les médias d'information canadiens

Certains témoins, notamment des porte-parole de grandes entreprises médiatiques, affirment que les inquiétudes que suscitent la concentration et la consolidation des médias ne sont pas fondées et que rien n'indique que les récentes modifications de la structure de propriété des médias aient été nuisibles. Par contre, d'autres témoins, principalement des journalistes, ont souligné plusieurs sujets d'inquiétude, dont la fermeture de bureaux de presse internationaux, nationaux et provinciaux, et, de façon générale, la centralisation de la couverture des informations. Ces pratiques, ont-ils avancé, nuisent à la diversité des nouvelles et des analyses offertes aux Canadiens.

1) Les bureaux de presse à l'étranger

Jeffrey Dvorkin, l'ombudsman de la National Public Radio (NPR) des États-Unis, a signalé au Comité, quand celui-ci s'est rendu à Washington, la réduction des bureaux à l'étranger des médias américains. Il a affirmé par exemple que, dans les années 1980, le réseau CBS avait 28 bureaux à l'étranger, alors qu'il n'en a plus que quatre⁷.

Les compressions budgétaires réalisées dans la foulée des acquisitions d'entreprises médiatiques ont entraîné la fermeture de bureaux canadiens à l'étranger. Or, à l'ère de la mondialisation, les Canadiens ont besoin d'avoir leurs propres sources pour rendre compte de l'actualité internationale d'un point de vue canadien. Le tableau suivant, établi par le personnel du Comité, indique le nombre de bureaux à l'étranger des entreprises médiatiques canadiennes en novembre 2005.

Bureaux canadiens à l'étranger (novembre 2005)		
Organisation	Nombre	Emplacement
CanWest	2 ⁸	Washington et Londres
Radio-Canada	12	Bangkok, Beijing, Dakar, Jérusalem, Londres, Mexico, Moscou, New York, Paris, Rio de Janeiro, Shanghai ⁹ et Washington
CTV	9	Beijing, Jérusalem, Kampala, Londres, Los Angeles, Moscou, New Delhi, New York et Washington
Globe and Mail	7	Beijing, Jérusalem, Johannesburg, Londres, Moscou, New York et Washington
La Presse (Gesca)	3	Londres, Paris et Washington
TorStar	6	Delhi, Hong Kong, Israël, Londres, Mexico et Washington

James Travers, journaliste, a expliqué au Comité l'importance des bureaux étrangers :

Préserver des bureaux étrangers garantit que les lecteurs ne sont pas pris par surprise en cas d'événements graves. Cela n'a jamais été plus important

⁷ Toutefois, la NPR compte toujours 18 bureaux à l'étranger. Les nouvelles internationales comptent pour 40 p. 100 de ses reportages et constituent l'un des éléments les plus prisés de sa programmation.

⁸ Southam News, dont les principaux journaux ont été rachetés par CanWest Global, avait auparavant 11 bureaux à l'étranger.

⁹ Ce bureau n'est devenu opérationnel qu'en mars 2006.

qu'aujourd'hui, et ce le sera encore plus avec l'accélération des crises mondiales au sein desquelles notre pays essaie de trouver sa juste place. Sur un plan plus pratique, maintenir des journalistes canadiens sur le terrain garantit que le gouvernement et ses agences n'agissent pas à l'étranger dans un unanimité que les contribuables ne toléreraient jamais chez eux. Si nous voulons nous comprendre et être des citoyens à part entière de la communauté mondiale, si nous voulons saisir l'importance d'événements en évolution constante, il faut que nos journaux aient les ressources nécessaires pour jouer leur rôle. Sans ces ressources, les lecteurs, les salles de nouvelles et la qualité des débats publics subiront un tort irréparable.

Allan Thompson, ancien journaliste maintenant professeur de journalisme à l'Université Carleton, a signalé qu'il ne reste plus en Afrique qu'une poignée de journalistes affectés à temps plein à la couverture de ce continent :

[...] pour couvrir 56 pays, une demi-douzaine de guerres, trois famines naissantes, l'industrie minière la plus corrompue au monde — et, bien sûr, le fait que 36 millions d'individus sont atteints du VIH/sida et qu'ils mourront dans moins de 10 ans, [à moins d'une] intervention internationale [énergique].

2) Les bureaux nationaux et provinciaux

Auparavant, de nombreux journaux locaux avaient des correspondants à Ottawa qui couvraient l'actualité fédérale pouvant avoir un impact sur les auditoires locaux. De nos jours, la plupart des chaînes couvrent principalement l'actualité fédérale et parlementaire à partir d'un seul bureau central. Une telle politique a certes permis de réduire les coûts mais, selon certains témoins, elle peut aussi avoir des conséquences fâcheuses.

Christopher Waddell, ancien journaliste maintenant professeur à l'Université Carleton, a présenté quelques éléments de preuve dans un mémoire remis au Comité¹⁰. Il a examiné la participation aux élections fédérales dans trois villes de l'Ontario dont les journaux locaux avaient fermé leur bureau à Ottawa. Il a constaté que la baisse de la participation électorale était plus marquée dans les trois villes qui avaient perdu leur bureau national que dans l'ensemble de l'Ontario ou dans un échantillon de villes dont les journaux n'avaient jamais eu de bureau à Ottawa.

M. Waddell a souligné la nature préliminaire de sa recherche et précisé que de nombreux facteurs influent sur la participation électorale. Une possibilité est que, lorsqu'ils perdent l'interprétation locale des événements d'envergure nationale, les

¹⁰ Son mémoire au Comité s'intitule « Newspaper Cutbacks and Falling Voter Turnout – Is There a Link? ».

citoyens se sentent moins interpellés par les politiques nationales et moins enclins à voter pour ceux qui les instituent. Comme l'a souligné M. Waddell :

Les services de nouvelles nationaux ne produisent pas la même qualité de reportages que les journaux qui avaient leurs propres journalistes à Ottawa dans les années 1980. Les services nationaux ne sont pas à même de fournir des exemples locaux ou de mettre en contexte des nouvelles sur le gouvernement ou les politiques. Ils ne cherchent pas la nouvelle qui aura une incidence particulière dans une ville donnée, comme Hamilton, Windsor, London, Regina ou Saskatoon. Ils ne cherchent pas non plus à donner le point de vue local concernant une question d'ordre national.

Il serait utile que des chercheurs approfondissent cette question.

Certains bureaux couvrant les assemblées législatives des provinces ont aussi fermé ou ont vu leur effectif réduit. À Vancouver, par exemple, le Comité a appris que les grands quotidiens de la ville, soit le *Sun* et le *Province*, n'affectent plus de journaliste à l'assemblée provinciale à Victoria. Ils comptent plutôt sur les reportages de l'autre journal du groupe, le *Times-Colonist* de Victoria. Le Comité a aussi appris que le *Province* n'a plus de journaliste affecté à l'industrie de la foresterie, alors que celle-ci constitue l'une des activités économiques les plus importantes de la province.

3) Centralisation de la couverture des nouvelles

La centralisation de la couverture des nouvelles est une autre source de préoccupation. En période de compressions budgétaires, les chaînes de médias ont toujours tendance à centraliser en partie la couverture de l'information parce que cela permet de rationaliser l'emploi des ressources. Par exemple, si les membres d'une chaîne de journaux se regroupent pour s'abonner ensemble à une source de nouvelles du sport, ils économiseront probablement des sommes qui pourront alors servir à des reportages qu'ils n'auraient peut-être pas pu se permettre de réaliser autrement.

Toutefois, la centralisation a parfois un prix. Ainsi, l'impression que seul le « centre » importe s'est trouvée exacerbée par la décision prise par la télévision de langue anglaise de la CBC au début des années 1990 (décision qui a été en partie renversée depuis), de réduire la couverture des actualités locales et provinciales. Des témoins de l'extérieur du Québec et de l'Ontario ont exprimé leur frustration, disant que les radiodiffuseurs nationaux, et particulièrement la SRC, concentrent leur attention sur Toronto et Montréal. Comme l'a dit un témoin francophone au Nouveau-Brunswick, les auditeurs des régions n'ont rien à faire des embouteillages de Montréal, tandis qu'ils n'entendent pas parler des nouvelles locales qui les concernent.

D'autres témoins ont parlé avec inquiétude de la décision de CanWest Global de créer une salle de presse centrale, le Canadian News Desk (CND), où une grande quantité d'articles télégraphiés et d'articles provenant des journaux de CanWest et portant sur la mode, l'alimentation, l'immobilier, les finances personnelles, l'automobile et la santé, sont remaniés et diffusés dans toute la chaîne¹¹.

La centralisation peut aussi se produire à l'échelon local. On a dit au Comité que le groupe de journaux Gesca au Québec avait réduit la couverture des actualités locales en dehors de Montréal. À Halifax, des témoins ont parlé d'une réduction de 75 p. 100 du personnel des salles de presse, qui devait ensuite produire les bulletins de nouvelles pour deux et parfois trois autres stations de radio privées¹².

Bref, certains témoins craignent qu'une plus grande centralisation par les groupes de médias canadiens réduise la diversité des nouvelles et de l'information. La centralisation a des avantages, c'est certain; tout est affaire de mesure. Elle risque en effet de nuire tant au propriétaire de médias qu'au consommateur si la perte de couverture locale rend les produits de la franchise moins intéressants et réduit la diversité des nouvelles et de l'information au Canada.

4) Répercussions possibles sur les analyses et les opinions

Les craintes concernant la diversité s'appliquent aussi aux analyses et aux opinions. Le débat public basé sur des opinions divergentes est la pierre angulaire de la démocratie, et les médias d'information sont un espace vital où se tient le débat. Le droit des propriétaires d'exprimer leur opinion dans leur page éditoriale est considéré depuis longtemps comme faisant fondamentalement partie du principe de la liberté de la presse. La difficulté apparaît toutefois lorsqu'un propriétaire possède de si nombreux médias que son opinion écarte celle des autres.

Plusieurs témoins ont dit craindre une diminution possible de la diversité des analyses et opinions. Leurs craintes ont été exacerbées quand CanWest Global a annoncé en 2001 que deux ou trois fois par semaine, tous ses quotidiens présenteraient des éditoriaux nationaux. Aucun journal de langue anglaise de CanWest ne serait autorisé à publier des éditoriaux dissidents.

¹¹ Les critiques ne tiennent pas au fait que le CND est situé à Winnipeg et non à Toronto. Une salle de presse située en dehors des métropoles peut très bien atteindre une stature importante. Il suffit de penser au *Guardian* de Manchester ou à CNN, fondé à Atlanta. D'ailleurs, grâce aux efforts de John W. Dafoe, le *Winnipeg Free Press* a été pendant des années l'un des plus importants journaux du Canada et exerçait une influence non négligeable au niveau national.

¹² Murray Brewster, représentant du chapitre de la Nouvelle-Écosse de l'Association canadienne des journalistes, 19 avril 2005.

CanWest a fini par renoncer de son propre gré aux éditoriaux nationaux, mais l'annonce initiale a soulevé une polémique chez les journalistes. Certains chroniqueurs qui dénonçaient publiquement la politique ont vu leurs articles sur le sujet refusés, même si l'entreprise avait déclaré qu'elle autoriserait la parution d'opinions divergentes en page éditoriale. À *The Gazette* de Montréal, les journalistes ont protesté contre la politique en participant à un retrait de signature (refus de signer leurs articles). La direction du journal a réagi en affichant une note de service avertissant les employés que les déclarations publiques dénonçant la politique :

contreviennent à l'obligation légale de première fidélité à l'employeur. La jurisprudence appuie les sanctions, y compris la suspension ou la cessation d'emploi, contre ceux qui persistent à manquer à leurs obligations envers l'employeur après avoir reçu un clair avertissement [...]

Personne, journaliste ou autre, n'a le droit de travailler au quotidien *The Gazette*. C'est un privilège qui suppose les obligations de prudence, diligence, honnêteté et fidélité à l'employeur¹³.

Peu importe si ces observations étaient fondées ou non selon la loi, c'était un message clair : contester les opinions venant du siège social pouvait entraîner un congédiement. Or, comme plusieurs témoins l'ont rappelé, plus les médias sont concentrés, plus il est difficile pour un journaliste de trouver un emploi ailleurs.

B. Les chiens de garde ne mordent pas

Le cadre législatif et réglementaire doit favoriser la diversité, sans s'ingérer dans les nouvelles, le contenu rédactionnel des informations ou la discussion des affaires publiques. Le gouvernement fédéral a plusieurs responsabilités importantes à cet égard. Il finance le radiodiffuseur public national et nomme les membres du CRTC, lequel réglemente le système de radiodiffusion; le Bureau fédéral de la concurrence a compétence sur certains aspects économiques des médias privés.

1) Le rôle législatif

La *Charte canadienne des droits et libertés* garantit des libertés fondamentales telles que la « liberté de pensée, de croyance, d'opinion et d'expression, y compris la liberté de la presse et des autres moyens de communication ». Certains affirment que la liberté d'expression fait échapper la presse et les autres organes d'information aux lois et règlements qui ne sont pas d'application générale; les médias d'information sont donc

¹³ *The Gazette*, Note de service : Avis/Rappel à tout le personnel. Signé par Peter Stockland, rédacteur en chef, et Raymond Brassard, rédacteur administratif, 14 décembre 2001.

soumis aux mesures législatives au même titre que les citoyens canadiens, pas plus¹⁴. Les partisans de cette affirmation estiment que les droits des organes d'information aux termes de la Charte l'emportent sur toute loi spéciale les visant.

Il semble un peu exagéré de dire qu'il est impossible d'adopter une loi qui s'appliquerait uniquement à la presse. Comme le montre le tableau qui suit, il existe déjà au Canada des mesures législatives qui s'appliquent uniquement aux médias, par exemple celles qui portent sur la subvention postale. De plus, la *Loi de l'impôt sur le revenu*, qui est une loi générale, contient des dispositions qui visent spécifiquement les journaux et les périodiques (par exemple des conditions permettant de déduire les dépenses en publicité dans les journaux et périodiques).

Influences du gouvernement sur les médias

Charte canadienne des droits et libertés

Article 2 (« ... liberté de la presse et des autres moyens de communication »)

Lois

Loi sur la concurrence

Loi générale (aucune disposition précise concernant les médias)

Application supervisée par le Bureau de la concurrence

Loi sur la radiodiffusion

Réglemente tous les radiodiffuseurs (la seule influence qui s'exerce sur les médias imprimés provient de la réglementation des entreprises mixtes; en 1999, le CRTC a décidé que les nouveaux médias sur Internet ne seraient pas réglementés à titre de radiodiffuseurs)

Application supervisée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Loi de l'impôt sur le revenu

Loi concernant l'investissement au Canada

Loi sur le droit d'auteur

Loi sur la protection de l'information

Loi sur l'accès à l'information

Politiques gouvernementales applicables

Culture

Éducation (responsabilité provinciale)

Sécurité nationale

¹⁴ La *Loi sur la radiodiffusion* constitue un cas spécial. Sa raison d'être à l'origine était que le spectre des radiofréquences était limité, de sorte qu'il fallait en légiférer l'utilisation.

Langues officielles

Programmes gouvernementaux applicables

Fonds du Canada pour les magazines

Programme d'aide aux publications

Une loi qui, selon de nombreux témoins, devrait être appliquée plus précisément au secteur des médias d'information est la *Loi sur la concurrence*. La *Charte* protège la liberté d'expression, mais n'établit pas de lien entre cette liberté et la propriété d'une entreprise donnée. D'ailleurs, le fait d'avoir une pluralité de propriétaires dans le secteur des médias peut accroître et favoriser la liberté d'expression, voire faciliter son exercice.

2) Les organismes de réglementation négligent les nouvelles

Deux organismes fédéraux appliquent les lois et règlements qui influent sur les pratiques institutionnelles des organes de presse canadiens. Le Bureau de la concurrence est chargé des questions qui relèvent de la *Loi sur la concurrence*, notamment les fusions de médias qui risquent d'avoir un effet sur la concurrence dans un marché donné. Pour sa part, le CRTC s'occupe de la réglementation du système de radiodiffusion, et les changements de propriété d'entreprises titulaires d'une licence de radiodiffusion doivent être soumis à son approbation.

Un historique de l'approche qu'empruntent le Bureau de la concurrence et le CRTC relativement aux organes de presse et aux médias d'information figure dans un document préparé à l'intention du Comité par M. Richard Schultz¹⁵. Le document confirme que le Bureau a une vision étroite des marchés publicitaires et que le CRTC a pratiquement cessé de s'inquiéter au sujet des nouvelles et de l'information et se concentre dorénavant sur les questions « culturelles », c'est-à-dire qu'il voit surtout à l'observation des règles sur le contenu canadien.

a) Le Bureau de la concurrence

Le Bureau de la concurrence applique au comportement des entreprises une forme générale d'analyse économique pour déterminer si un marché particulier est concurrentiel ou non, comme il l'explique dans un résumé de son travail concernant les médias qu'il a remis au Comité :

¹⁵ Richard J. Schultz, *Mandats et activités du CRTC et du Bureau de la concurrence concernant les fusions et les acquisitions dans les médias*, mars 2005.

Le Bureau s'efforce d'assurer le caractère concurrentiel du marché canadien et de faire en sorte que toute la population canadienne profite des avantages de prix concurrentiels, d'un choix de produits et de services de qualité.

La *Loi sur la concurrence* étant une loi d'application générale qui régit toutes les entreprises au Canada, elle ne contient pas de dispositions qui s'appliquent particulièrement à la radiodiffusion, aux télécommunications, aux journaux ni à d'autres médias. En outre, la *Loi sur la concurrence* est essentiellement une loi économique. Lorsque nous l'appliquons à des cas précis, nous le faisons au moyen d'un cadre analytique commun à tous les produits et services¹⁶.

Dans la pratique, ce sont les *prix* qui servent à évaluer les conditions du marché des produits et services. Dans le marché des médias, où les émissions de radio et de télévision et certains journaux sont gratuits, le Bureau focalise généralement son attention sur le prix de la publicité.

Il est vrai que certains lecteurs achètent un journal pour la publicité qui y figure. Toutefois, la plupart y recherchent des nouvelles et de l'information ou d'autres articles. Il en va de même pour les auditeurs d'émissions de radio et les téléspectateurs : ils s'intéressent au contenu, et non aux annonces publicitaires. Manifestement, c'est surtout la diversité des nouvelles et des opinions qui concerne l'intérêt public en matière de médias. Par conséquent, le coût de la publicité n'est pas toujours le meilleur indicateur des conditions du marché pour les médias d'information, étant donné que les taux peuvent rester les mêmes (voire diminuer) en conséquence d'une concentration accrue de la propriété.

Le mode par lequel le Bureau de la concurrence définit un marché risque aussi de l'empêcher d'interdire les pratiques anticoncurrentielles dans l'industrie canadienne des médias d'information. Le cadre général d'analyse qu'applique le Bureau risque de l'amener à délimiter des marchés locaux d'une manière préjudiciable à certains marchés régionaux ou nationaux. Comme l'explique le Bureau :

Sur le plan conceptuel, un marché pertinent correspond au groupe le plus restreint de produits incluant au moins un produit des parties à la fusion, et à la plus petite région géographique pour laquelle un vendeur unique cherchant à maximiser ses profits (un monopoleur hypothétique) peut imposer et maintenir une hausse de prix relativement importante et non transitoire par rapport aux prix qui seraient vraisemblablement pratiqués en l'absence de la fusion¹⁷.

¹⁶ Bureau de la concurrence, *Intervention du Bureau de la concurrence dans l'industrie des médias : Document d'information destiné au Comité sénatorial permanent des transports et des communications*, 2003.

¹⁷ Bureau de la concurrence, *Fusions - Lignes directrices pour l'application de la loi* (Partie 3 : Définition du marché), septembre 2004, paragraphes 3.3 et 3.4. Une note en bas de page du

Cette définition du marché des nouvelles, conjuguée à une analyse des prix du marché de la publicité qui peut être trompeuse, a entraîné une importante concentration de la propriété de divers médias au Canada, notamment des journaux communautaires, dans plusieurs régions. On peut citer la décision de 2004 concernant Transcontinental inc. et Optipress inc., qui a autorisé Transcontinental à mettre la main sur tous les quotidiens et hebdomadaires de Terre-Neuve¹⁸.

Les méthodes de fonctionnement du Bureau de la concurrence peuvent fort bien convenir à l'analyse de la majorité des marchés de produits et services au Canada, mais pas à l'analyse du marché médiatique. Le cadre de référence du Bureau – qualifié d'approche « en silos » par certains – omet une dimension critique des nouvelles et de l'information, c'est-à-dire l'importance de la pluralité des propriétaires et de la diversité des sources, non seulement dans une collectivité en particulier, mais à l'échelle régionale et nationale.

Cela fait nettement contraste avec les régimes de réglementation de pays comme la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Australie ou les États-Unis. Chacun de ces pays possède des lois et des règlements qui contrôlent ou préviennent une grande concentration de la propriété dans les marchés médiatiques. L'objectif est de privilégier une pluralité de propriétaires dans des marchés précis et de veiller à assurer la diversité dans les nouvelles et l'information.

b) Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Le ministère du Patrimoine canadien est responsable de la politique de diffusion, mais l'élaboration de cette politique a été en grande partie confiée au CRTC. À l'heure actuelle, la politique du CRTC se concentre surtout sur l'intérêt public en matière de radiodiffusion, par exemple le genre de musique que diffusent les stations de radio, et suit plutôt une optique de laisser-faire à l'égard des nouvelles et de l'information. Le CRTC se préoccupe aussi de la viabilité financière des diffuseurs canadiens et de l'offre de contenu canadien. Cependant, l'absence de politiques touchant les émissions de nouvelles et d'information a entraîné une diminution des émissions d'actualités, particulièrement remarquable à la radio.

Le CRTC tire son mandat de la *Loi sur la radiodiffusion*, ce qui explique peut-être pourquoi l'accent est mis sur la culture et l'économie plutôt sur les nouvelles et

document précise : « Un marché peut être formé d'un seul produit homogène ou d'un groupe de produits différenciés. »

¹⁸ Bureau de la concurrence, Rapport annuel 2004 – Examiner les fusions.

l'information. La *Loi sur la radiodiffusion*¹⁹ précise que le système canadien de radiodiffusion doit :

favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui **fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien.** [C'est nous qui soulignons]

Mais cette mention de « l'information et de l'analyse » survient après l'énumération d'une longue liste d'objectifs, donnant à penser qu'elle est de moindre importance.

La Politique de 1998 concernant la radio commerciale et la Politique télévisuelle au Canada (1999) témoignent de la faible priorité accordée à la programmation d'émissions de nouvelles et d'information.

La politique concernant la radio commerciale permet à un propriétaire unique de posséder trois stations d'une même langue dans les petits marchés – un maximum de deux stations sur la même bande de fréquences – et quatre – deux AM et deux FM – dans les marchés comptant huit stations ou plus. La politique énonce trois objectifs :

1. faire en sorte que l'industrie de la radio soit solide et bien financée;
2. assurer la meilleure place possible aux artistes canadiens;
3. garantir le maintien d'une présence du français à la radio²⁰.

Les nouvelles et l'information ne constituent donc pas un objectif principal, quoique la diversité des sources de nouvelles figure comme objectif de politique dans la discussion des questions de propriété :

Un des objectifs de la politique de longue date du Conseil concernant la propriété commune a été de préserver la disponibilité des sources de nouvelles distinctes dans une collectivité. Le Conseil fait remarquer que, ces dernières années, le nombre de sources de nouvelles locales, régionales et nationales disponibles a augmenté sensiblement dans la plupart des marchés, y compris les nouvelles stations de radio et de télévision conventionnelles, les services d'émissions spécialisées, les stations de radio communautaire et les journaux régionaux, ainsi que les nouvelles sources d'information de rechange comme Internet. ... [L]e Conseil a voulu établir un équilibre raisonnable et acceptable entre le fait de préserver une diversité des sources de nouvelles dans un marché

¹⁹ Voir le sous-alinéa 3(1)d)(ii). On trouvera le texte de l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* dans le volume II.

²⁰ Avis public du CRTC 1998-41 (Politique de 1998 concernant la radio commerciale).

et les avantages de permettre une consolidation accrue de la propriété au sein de l'industrie de la radio. [par. 32]

Dans le domaine de la télévision, la politique du CRTC de 1999 n'exige un contenu canadien que lorsque c'est nécessaire. En ce qui touche les émissions de nouvelles locales et régionales, le CRTC a indiqué que : « Lors des prochains renouvellements de licences des stations de télévision locales traditionnelles, le Conseil **n'**obligera **pas** les requérants à prendre des engagements quantitatifs à l'égard des émissions de nouvelles locales »²¹. Le CRTC demandait cependant aux requérants que « leurs émissions de nouvelles et les autres répondent aux attentes de l'auditoire et reflètent la réalité des communautés qu'ils desservent », mais ajoutait que les évaluations seraient faites au cas par cas.

Le CRTC semble avancer que les nouvelles n'exigent aucune intervention.

Le Conseil estime que dans le nouvel environnement de la télévision, les forces du marché permettront aux auditoires de continuer à recevoir une diversité de nouvelles locales sans exigences réglementaires. Les émissions de nouvelles représentent un élément clé dans l'établissement de l'identité d'une station auprès des téléspectateurs et sont généralement rentables. De plus, les télédiffuseurs ne peuvent pas solliciter de publicité locale dans un marché, à moins de fournir des nouvelles locales ou d'autres émissions locales. [par. 47]

Bref, l'attitude non interventionniste du CRTC à l'égard des nouvelles radiodiffusées semble reposer sur deux arguments. Premièrement, il estime que les nouvelles sont rentables ou à tout le moins qu'elles font leurs frais; en fait, les profits découlant d'émissions d'information originales ne sont souvent pas très élevés, ce qui pousse certains diffuseurs à acheter des émissions plus lucratives, par exemple des comédies de situation américaines. Deuxièmement, le CRTC estime qu'il existe de nombreuses autres sources de nouvelles; pourtant, comme le montre le présent rapport, la présence de nombreux systèmes de prestation ne garantit pas l'existence de sources diverses de nouvelles, particulièrement dans les petites villes.

Pour ce qui a trait à la concentration des médias et la propriété mixte, l'actuel système de réglementation n'offre qu'une maigre protection contre leurs conséquences néfastes sur la diversité des sources d'information. Cette absence de réglementation a permis à des acteurs individuels de dominer les paysages médiatiques de Vancouver, du Québec et du Nouveau-Brunswick, et la même situation pourrait aisément se produire dans

²¹ Avis public du CRTC 1999-97 (La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès), par. 44, [c'est nous soulignons].

d'autres marchés canadiens; en fait, elle s'est déjà produite dans le secteur des journaux communautaires²².

En résumé, le paysage médiatique canadien a été en partie façonné par l'attitude du CRTC en matière de réglementation des nouvelles. Soulignons notamment que les stations de radio canadiennes offrent maintenant moins de nouvelles et que peu de Canadiens nomment la radio comme principale source d'informations²³.

C. Le radiodiffuseur public répond à trop d'attentes à la fois

Depuis les tout débuts de la radio, on a dit de la radiodiffusion qu'elle pouvait servir à informer, à éduquer et à rassembler les gens. Ces objectifs ont entraîné la création de radiodiffuseurs publics partout dans le monde, notamment la British Broadcasting Corporation (BBC), très souvent citée en exemple. Le radiodiffuseur public du Canada, la Société Radio-Canada, est une composante importante de notre système de radiodiffusion depuis plus de 70 ans.

1) Un vaste mandat

Le mandat de la SRC a été modifié et peaufiné au fil des ans. La révision de 1991 de la *Loi sur la radiodiffusion* a modifié le mandat de la Société dont la programmation doit :

- (i) être principalement et typiquement canadienne,
- (ii) 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,
- (iii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,
- (iv) être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue,
- (v) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,
- (vi) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,
- (vii) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens,
- (viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

Selon certains observateurs, l'ampleur du mandat de la SRC a donné lieu à une concurrence inutile avec le secteur privé. La télévision de la SRC, du moins depuis les années 1950, essaie d'être un réseau de services complets. En effet, elle s'est efforcée d'offrir sur les réseaux anglais et français une vaste gamme d'émissions – nouvelles et

²² On trouvera un complément d'information à ce sujet dans le volume II.

²³ Voir dans le volume II les résultats des recherches du Comité sur les préférences médiatiques des Canadiens.

information, affaires publiques, dramatiques et sport. Cette approche a bien fonctionné jusqu'à la fin des années 1980, soit jusqu'à l'arrivée d'une vaste palette de chaînes spécialisées accessibles à la plupart des ménages canadiens. Depuis, la part d'auditoire des services de la SRC en langue anglaise et française est en chute libre.

Les émissions de nouvelles et d'information de Radio-Canada ont cependant une part de l'auditoire comparable à celle des radiodiffuseurs privés. Par exemple, en 2004-2005, le téléjournal de soirée *The National*, émission phare du réseau anglais diffusée sur le réseau principal et sur Newsworld, avait un auditoire total moyen d'environ 1 057 000 téléspectateurs contre 714 000 pour le *National News* de Global et 1 480 000 pour l'*Evening News* de CTV²⁴.

2) Un budget limité

Bien que le mandat de la SRC soit très vaste, les ressources mises à la disposition de l'organisme ont été réduites au fil des années. Le budget actuel de la SRC comprend des crédits parlementaires de près de 1 milliard de dollars et des recettes gagnées de près de 400 millions, provenant surtout de la publicité. Ce budget est plutôt modeste si on le compare à celui d'autres radiodiffuseurs publics nationaux²⁵ et si l'on regarde le nombre de services fournis, soit principalement : des réseaux nationaux de télévision et de radio en anglais et en français, des services spécialisés de télévision numérique et un vaste service de nouvelles et d'information sur le Web. La British Radiodiffusion Corporation (BBC) a un budget quatre fois supérieur à celui de la SRC pour desservir un pays beaucoup plus petit et plus densément peuplé que le Canada.

Comme le montre la figure qui suit, le budget actuel de la SRC est inférieur à celui du début des années 1990 et il a subi une énorme baisse en dollars constants. Les budgets de la SRC subissent donc des pressions continues depuis au moins deux décennies. Les réductions les plus fortes ont eu lieu au cours des années 1990, à l'époque où le gouvernement fédéral tentait de maîtriser les budgets déficitaires. S'il y a eu un certain rétablissement budgétaire, les budgets actuels de la SRC sont encore très inférieurs à ceux de 1990-1991. La figure montre aussi que les budgets de la SRC n'ont pas connu de longues périodes de stabilité. Comme il peut s'écouler trois ans avant qu'un programme télévisé soit porté à l'écran, l'instabilité budgétaire rend le processus de

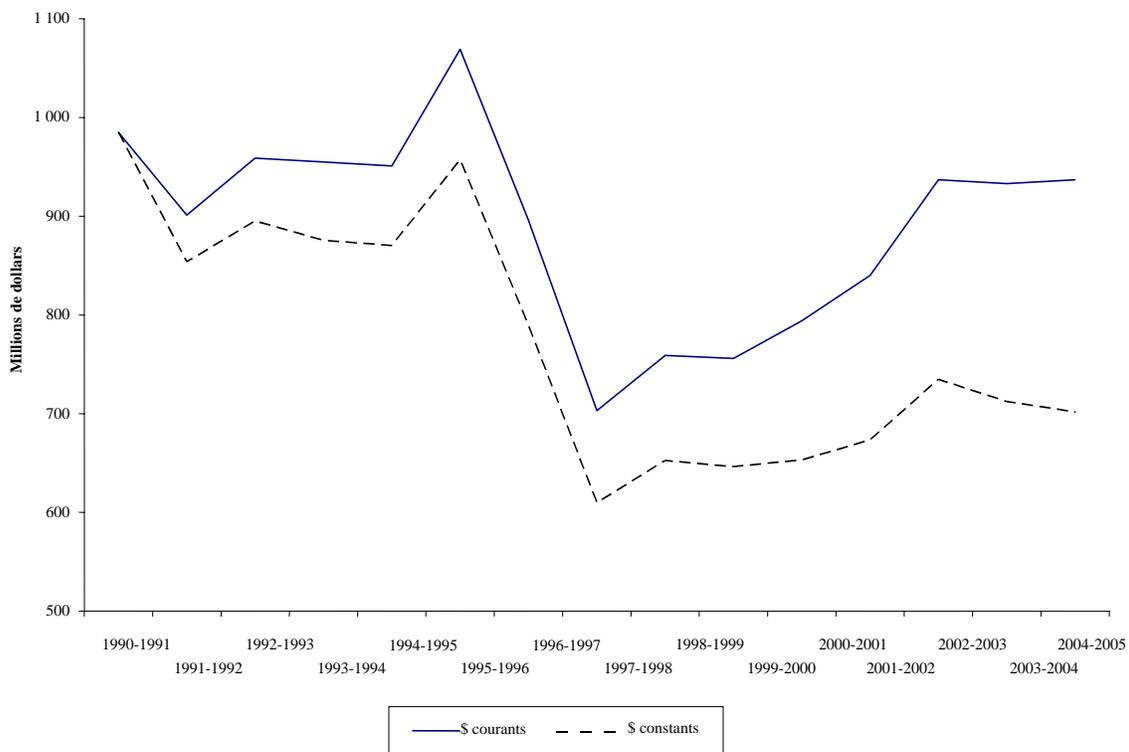
²⁴ Le volume II contient des renseignements sur les journaux télévisés diffusés le jour entre le 30 août 2004 et le 3 avril 2005.

²⁵ En 1999, le financement de la radiodiffusion publique au Canada en pourcentage du PIB se classait bien en dessous de la moyenne des pays de l'OCDE. *Notre souveraineté culturelle*, deuxième rapport du Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes, deuxième session, trente-septième législature, Clifford Lincoln, député et président, juin 2003, p. 180.

planification et de conception de nouvelles émissions et de nouveaux services encore plus difficile.

La diminution de la valeur des crédits parlementaires (environ 20 p. 100 en dollars réels) a contraint la SRC à compter davantage sur les recettes gagnées – provenant en grande partie de la publicité de ses réseaux de télévision –, ce qui a forcé la télévision de la Société à se concentrer sur ses cotes d’écoute et non sur sa mission première, la radiodiffusion publique²⁶. Le manque de ressources a aussi obligé la Société à prendre des décisions qui ont été mal reçues, par exemple celle de réduire le nombre des émissions locales d’actualités et d’affaires publiques dans certaines régions, décision qui a été en partie renversée depuis.

Figure 1 – Crédits parlementaires accordés à Radio-Canada



Source : Rapports annuels, Radio-Canada.

Dans les régions où il y a déjà une vaste gamme d’émissions de nouvelles locales (à Toronto, par exemple), il est moins important pour la SRC de diffuser des nouvelles locales que dans les régions où elle est le principal fournisseur de nouvelles et

²⁶ La radio de Radio-Canada est exempte de publicité depuis les années 1970.

d'information, sinon le seul. Il est cependant important d'avoir les ressources locales suffisantes pour assurer une couverture efficace des nouvelles locales et régionales pouvant être transmises dans l'ensemble du pays. Il se produit des événements importants aux quatre coins du pays, mais si la SRC ne les couvre pas, peu de Canadiens en auront connaissance. Le Comité est d'accord avec les nombreux témoins qui affirment que la décision de couper les nouvelles dans les régions éloignées était une grave erreur. C'était bien mal comprendre le rôle de la SRC en tant que service public essentiel qui sert l'intérêt général.

PARTIE III : À LA DÉFENSE DE L'INTÉRÊT PUBLIC

La partie I du présent rapport souligne les changements qui s'opèrent dans la façon dont les nouvelles et l'information sont recueillies et diffusées, ainsi que l'incidence des nouvelles technologies sur les médias d'information canadiens. À ces changements s'ajoutent d'importantes questions d'intérêt public qu'il convient d'étudier attentivement. Le Comité a examiné diverses solutions pour défendre l'intérêt public et assurer la diversité des sources de nouvelles; celles-ci vont du maintien du statu quo au réalignement fondamental des mandats des deux organismes fédéraux de réglementation²⁷. Quatre considérations ont guidé le Comité dans ses efforts pour établir un mécanisme viable permettant de définir et de défendre l'intérêt public :

1. La solution proposée doit reconnaître que, sur les plans politique et législatif, tous les types de fusion de médias d'information présentent un intérêt public.
2. L'intérêt du public devrait être admis et reconnu, et ce, dans une série de mécanismes institutionnels, lors de l'examen des projets de fusion dans le secteur des médias d'information.
3. Les mandats du CRTC et du Bureau de la concurrence devraient être modifiés pour que ces deux premières considérations soient reconnues et développées.
4. Toute solution doit tenir compte des enjeux liés à la *Charte canadienne des droits et libertés* et de l'intérêt public.

A. La propriété mixte et la concentration des médias

Comme on l'a déjà souligné, il est dans l'intérêt public de voir à la diversité de la propriété des médias d'information afin d'assurer une plus grande variété de sources de nouvelles, d'information et d'analyses dans chaque région ou marché. Même si bien des villes canadiennes ne peuvent accueillir un grand nombre de propriétaires différents, il demeure important, sur le plan de l'intérêt public, d'encourager la pluralité des propriétaires et des sources de nouvelles.

1) Les médias et la *Charte des droits*

Les entreprises médiatiques jouissent d'un statut privilégié en vertu de la *Charte canadienne des droits et libertés*. Elles sont promptes à invoquer leur statut spécial

²⁷ Le Comité présente l'analyse de ces diverses solutions dans le volume II.

lorsqu'elles veulent par exemple obtenir un plus grand accès à l'information ou protéger la confidentialité de leurs sources.

Dans leurs témoignages devant le Comité, les propriétaires et les dirigeants ne se limitent pas à réclamer un « statut spécial » (c.-à-d. une protection contre toute ingérence du gouvernement dans les activités de presse). Leur revendication est plus vaste et plus contestable : ils voudraient que toutes leurs activités soient exemptes de toute forme de réglementation gouvernementale autre que celle contenue dans les lois d'application générale (comme les lois portant sur le libelle, la calomnie, les impôts et l'emploi). Le Comité estime que cette exigence est exagérée et que les protections contenues dans la *Charte* ne peuvent s'étendre jusque-là.

Cela étant dit, le Comité adhère au principe selon lequel le gouvernement n'a aucun rôle à jouer dans les salles de presse de la nation. Aucune proposition dans le présent rapport ne doit être interprétée comme une volonté d'ingérence dans les activités de la presse. Le Comité est aussi d'avis que les propriétaires doivent pouvoir diriger leur entreprise à leur gré, que leurs produits soient de calibre mondial ou médiocres, voire très mauvais. Ils sont libres, bien entendu, dans leurs pages d'opinion, d'adopter la position politique de leur choix.

Toutefois, ce droit d'être protégé contre l'ingérence du gouvernement ne s'étend pas au point d'autoriser les propriétaires à posséder une proportion excessive d'entreprises médiatiques dans un marché particulier, surtout pas dans le marché national. Pourtant, le régime de réglementation canadien fait peu de chose pour prévenir une telle situation.

2) Pratiques internationales

La situation canadienne relative aux fusions ou à la concentration des médias est atypique parmi les grandes démocraties. Le droit français, par exemple, comporte des restrictions sur la propriété et le contrôle des diffuseurs du secteur privé. Au Royaume-Uni, il existe des restrictions qui limitent la propriété des journaux nationaux et certains types de licences de diffusion. En Australie, il y a des restrictions applicables aux investissements étrangers, à la concentration et à la propriété mixte des médias de diffusion. Le droit états-unien restreint le nombre de stations de radiodiffusion (radio ou télévision) qu'une seule personne ou entité peut détenir dans un espace géographique

donné. Les États-Unis limitent également la propriété mixte de médias²⁸, et l'Allemagne en fait autant²⁹.

3) Un nouveau mécanisme

Une des difficultés concerne l'absence totale de mécanisme de révision pour examiner l'intérêt public dans les fusions d'organes d'information, ce qui a abouti à une très grande concentration dans certaines villes ou régions.

Il n'est pas facile de trouver une solution réaliste. Les solutions proposées auparavant (par exemple, la création d'un « conseil de presse national » ou l'établissement de protections spéciales pour les rédacteurs des journaux appartenant à une chaîne) n'ont pas été retenues et, de l'avis du Comité, elles ne résolvent pas le problème de l'absence de critère visant l'intérêt public. Le Comité en est donc venu à la conclusion qu'un mécanisme d'examen approprié doit comprendre un certain nombre de caractéristiques.

Le mécanisme :

- 1) ne doit d'aucune façon s'ingérer dans le fonctionnement interne des organes de presse.
- 2) doit être facile à comprendre. Il faut clairement définir les étapes à suivre dans l'étude des projets de fusion d'entreprises médiatiques et identifier les organismes participants.
- 3) doit déterminer comment utiliser l'expertise des organismes concernés dans les débats d'intérêt public. Par exemple, il doit comporter un processus réaliste permettant la participation du Bureau de la concurrence et du CRTC.
- 4) doit reposer sur un processus ouvert et transparent qui aboutit à un rapport public soumis à un ou plusieurs ministres.
- 5) doit comporter une responsabilisation claire à l'égard de la prise en considération de l'intérêt public, ce qui contraste radicalement avec la situation actuelle où aucun organisme réglementaire n'est responsable en définitive.
- 6) ne doit pas dépendre du bon vouloir d'une personne ou d'un organisme.

²⁸ Les lois des États-Unis et du Royaume-Uni concernant les médias sont décrites de façon plus détaillée dans le volume II.

²⁹ Récemment, la Commission d'enquête sur la concentration des médias a empêché Axel Springer AG (géant de l'édition) d'acheter la plus importante société de télévision du pays, disant que la nouvelle entreprise née de la fusion aurait eu un pouvoir dominant sur l'opinion publique.

- 7) doit avoir un échéancier clair et précis, être indépendant et impartial et garantir la prise en compte de l'intérêt public dans un réseau d'organes de presse libres et dynamiques.

Le moyen le plus efficace consisterait à ajouter à la *Loi sur la concurrence* un article sur les fusions des organes de presse. Cet article imposerait l'examen d'un certain nombre de questions :

- la propriété mixte des médias dans des marchés particuliers;
- le développement d'une position dominante dans un marché donné de publicité, de production ou de distribution;
- les fusions comportant l'acquisition de plus d'une proportion donnée, disons 35 p. 100, d'un auditoire particulier ou d'abonnés³⁰.

Ce nouvel article établirait aussi les procédures à suivre pour l'examen d'une fusion d'organes de presse et d'information. Il devrait, par exemple, renfermer des dispositions autorisant le ministre de l'Industrie ou celui du Patrimoine canadien, qui sont tous les deux concernés par la question, à ordonner l'examen des fusions d'entreprises médiatiques du point de vue de l'intérêt public.

Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 1

Qu'un nouvel article, portant sur les fusions des organes de presse, soit ajouté à la *Loi sur la concurrence*. Cet article :

- a) déclenchera automatiquement l'examen d'un projet de fusion d'entreprises médiatiques si certains seuils sont atteints;
- b) permettra aux ministres compétents d'exiger un examen des fusions proposées;
- c) établira le processus à suivre lors de l'examen d'une fusion, notamment la nomination d'un groupe d'experts chargé de mener l'examen.

Le nouvel article ne devra pas porter atteinte aux responsabilités actuelles du Bureau de la concurrence énoncées à l'article 93 de la *Loi sur la concurrence*, lequel porte sur les facteurs à prendre en considération pour décider si le projet de fusion prévient ou réduit la concurrence. Toutefois, dans le cas de fusions d'entreprises médiatiques de types

³⁰ Le seuil de 35 p. 100 des parts de marché est utilisé par le Bureau de la concurrence pour examiner les fusions et les cas éventuels d'abus de position dominante. Le Bureau souligne que des facteurs autres que la part de marché sont aussi importants et qu'il n'y a pas toujours une corrélation directe entre la part de marché et la dominance; ainsi le chiffre de 35 p. 100 ne constitue pas une limite fixe. (Voir le document *Fusionnements, lignes directrices pour l'application de la Loi*, du Bureau de la concurrence, paragraphes 4.12 – 4.13, www.competitionbureau.gc.ca.)

différents, les responsabilités du CRTC à l'égard du système de radiodiffusion doivent être reconnues. Pour cette raison, le nouvel article de la *Loi sur la concurrence* devrait imposer la participation du CRTC aux audiences publiques sur l'intérêt public lorsque le projet de fusion met en cause une entreprise de radiodiffusion.

L'établissement du rôle du CRTC dans ce nouveau mécanisme nécessitera aussi une modification de la *Loi sur la radiodiffusion*, afin d'y apporter des précisions sur les responsabilités du CRTC lors de l'examen de l'intérêt public à l'occasion de la fusion d'organes de presse.

Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 2

Que la loi régissant le CRTC soit modifiée de manière à imposer, dans les cas appropriés, la participation du CRTC aux groupes d'examen constitués aux termes du nouvel article de la *Loi sur la concurrence*.

Ni le Bureau de la concurrence ni le CRTC n'auront vraisemblablement les compétences nécessaires pour examiner tous les aspects de l'intérêt public dans ces fusions. Par conséquent, le nouvel article de la *Loi sur la concurrence* devra prévoir la création d'un groupe d'experts qui mènera l'examen. Le Comité estime que ce groupe doit être petit et ne comprendre qu'environ cinq personnes, dont des représentants du Bureau de la concurrence et, pour les affaires qui touchent la radiodiffusion, du CRTC. Il doit compter au moins deux membres ayant une expérience pratique de la collecte des nouvelles dans des organes de presse semblables à ceux qui prévoient de fusionner, et son président sera une personne dont l'impartialité est reconnue, par exemple un président d'université ou un juge à la retraite.

Un examen serait automatiquement déclenché si :

- le ministre de l'Industrie ou le ministre du Patrimoine canadien demande un examen parce que les circonstances indiquent qu'une fusion pourrait avoir des conséquences fâcheuses pour l'intérêt public;

ou,

- une fusion d'organes de presse (journaux, radiodiffuseurs ou autres médias) risque d'aboutir, dans une région ou un marché donné, à une position dominante qui dépasse une certaine limite. Cette limite concernera **tant** la propriété dans un médium donné que la propriété mixte. Elle pourra reposer sur plusieurs facteurs, par exemple, la part d'auditoire, le nombre de bureaux de presse par rapport au

nombre total dans le marché concerné, ou l'auditoire potentiel total. Mais il importe par-dessus tout que les conditions appelant un examen automatique soient claires et publiques.

L'examen de l'intérêt public dans un projet de fusion se tiendrait dans des délais déterminés – disons, six mois – et suivrait des étapes précises comprenant notamment une consultation publique. Le rapport du groupe d'experts contiendrait des recommandations, et il serait rendu public dès son envoi aux ministres compétents.

Il reviendrait au Cabinet, sur les recommandations du ministre compétent d'autoriser la fusion ou d'exiger des modifications de ses modalités (comme la vente de certains actifs). Les ministres concernés devraient comparaître devant des comités des deux chambres du Parlement pour expliquer les décisions prises.

4) La transparence est essentielle

Un élément essentiel du processus d'examen des fusions est la transparence, qui sera garantie par la consultation publique, les rapports et la surveillance par les parlementaires. C'est ainsi que l'on se prémunira contre des décisions qui seraient prises ou donneraient l'impression d'être prises sur la base de considérations autres que l'intérêt public.

Aux fins de la réglementation et pour une plus grande transparence dans les débats publics, il importe aussi que le propriétaire de chaque entreprise médiatique soit connue. Des témoins ont affirmé au Comité que ce n'est pas toujours le cas. C'est pour cette raison que le Comité recommande :

RECOMMANDATION 3

Que toutes les entreprises des médias d'information soient tenues de déclarer régulièrement, dans leurs publications ou durant leurs émissions, l'identité de leurs actionnaires contrôlants.

B. Politiques visant à promouvoir les émissions de nouvelles et d'information

Comme il l'a expliqué dans la partie II du présent volume, le Comité considère que la politique actuelle du CRTC se concentre sur l'intérêt public dans les aspects culturels et économiques de la radiodiffusion, au détriment des nouvelles et de l'information. C'est un des facteurs qui expliquent la disparition d'émissions d'information dans certaines parties du système de radio privé au Canada.

La section qui suit propose quelques idées pour remanier le mandat et les politiques du CRTC de manière à ce que les questions de diversité des émissions de nouvelles et d'information soient reconnues comme il se doit.

1) Clarifier la *Loi sur la radiodiffusion*

Un problème fondamental mis en évidence dans le présent rapport est le fait qu'il est à peine question de nouvelles et d'information dans le libellé de l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*³¹. Or, l'article 3 est important parce qu'il énonce les objectifs du système de radiodiffusion du Canada. Selon le libellé actuel, le CRTC n'est aucunement tenu de tenir compte de l'incidence de certaines décisions de radiodiffusion sur les nouvelles et l'information. Le Comité estime donc qu'il faut modifier la *Loi sur la radiodiffusion* en ce sens, et il recommande :

RECOMMANDATION 4

Que l'alinéa 3d) de la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifié pour donner une priorité claire aux émissions de nouvelles et d'information dans le système de radiodiffusion canadien.

De plus, le paragraphe 5(2), qui porte sur les pouvoirs du CRTC, doit aussi être modifié de manière à conférer une priorité élevée à la programmation d'émissions de nouvelles et d'information dans le système de radiodiffusion canadien. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 5

Que le paragraphe 5(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui définit les pouvoirs du CRTC, soit modifié afin de préciser que la réglementation doit « accorder une très haute priorité à la programmation des émissions de nouvelles et d'information au sein du système de radiodiffusion canadien ».

2) Réduire les obstacles à l'entrée dans un marché

Le CRTC a été amené à limiter le nombre de nouvelles licences qu'il accorde parce que son mandat lui impose de surveiller la viabilité économique du système de radiodiffusion. Ainsi, même s'il est possible sur le plan technique d'ajouter un service de radiodiffusion dans un marché particulier, et que quelqu'un est prêt à offrir un nouveau service, le CRTC, s'il juge que la concurrence accrue nuira à la viabilité économique des titulaires de licences existants, peut rejeter une demande. Ce processus

³¹ On trouvera l'article 3 de la *Loi* dans le volume II.

explique en partie pourquoi le Canada a tardé à adopter les chaînes d'information continue.

Le fait de voir les nouveaux venus comme une force négative mènera à des décisions contraires à l'intérêt public, étant donné tout particulièrement la faible priorité accordée aux émissions de nouvelles et d'information. Le nombre de propriétaires et de sources de nouvelles et d'information au Canada ne pourra pas augmenter, et la mise en œuvre de méthodes novatrices pour la prestation de services risque de piétiner.

Le Comité estime qu'il faut adopter une autre approche et que la santé financière des titulaires de licences ne devrait pas être l'unique critère. De cette façon, la population canadienne aura accès à des émissions de nouvelles et d'information aussi diversifiées et complètes que possible. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 6

Que le CRTC adopte une approche plus libérale quant aux avantages de la concurrence dans le domaine des émissions de nouvelles et d'information.

3) Accroître la surveillance des conditions de licence

Le CRTC impose des conditions à tous les diffuseurs détenteurs de licences. Ainsi, dans certains cas récents où il y a eu consolidation de la propriété d'entreprises médiatiques, le CRTC a imposé des conditions visant la séparation des salles de presse dans les entreprises mixtes comprenant presse écrite et presse parlée³². Il a aussi exigé que ces organes de presse diffusent des messages d'intérêt public invitant les personnes que la politique d'information de l'entreprise mixte inquiète à communiquer leurs préoccupations au Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)³³.

Or, en réalité, les conditions imposées aux propriétaires de médias consolidés sont rarement appliquées. Lors de son témoignage devant le Comité, le président du CRTC a reconnu que son organisme n'avait rien fait pour vérifier si ces conditions avaient été respectées. D'ailleurs, le CRTC a proposé récemment de confier la surveillance du respect de ces conditions au CCNR.

³² Voir dans le volume II des exemples des conditions que le CRTC impose aux radiodiffuseurs.

³³ Les diffuseurs privés, en consultation avec le CRTC, ont créé le CCNR en 1988. Les principes et attributions de l'organisme sont comparables à ceux des conseils de presse.

Le Comité estime que cette disposition est impraticable. Les messages d'intérêt public sont souvent trop vagues ou techniques pour bien faire comprendre les enjeux³⁴. Les questions importantes touchant les fusions de médias ne sauraient être confiées à un tiers parti qui n'est pas assujéti aux mécanismes habituels de reddition de comptes; de plus, le mandat du CCNR se limite à la radiodiffusion, ce qui l'empêche de s'exprimer sur d'importantes entreprises.

Le CRTC devrait faire respecter les conditions de licence touchant les émissions de nouvelles et d'information comme il le fait pour les autres normes de radiodiffusion. Ainsi, il a récemment retiré sa licence à un radiodiffuseur (voir la section qui suit) qui, selon lui, avait contrevenu aux normes de radiodiffusion en matière de discours acceptable. Quand le CRTC impose des conditions aux titulaires de licences (par exemple pour la séparation des salles de presse écrite et parlée), il devrait veiller à ce qu'elles soient respectées et, en cas de non-observation, appliquer des sanctions. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 7

Que le CRTC ne délègue pas les questions importantes liées aux fusions d'entreprises médiatiques et aux conditions de licence au Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) ou à tout autre organe.

Le Comité recommande en outre :

RECOMMANDATION 8

Que le CRTC veille au respect des conditions qu'il impose aux organes de presse des entreprises visées par une fusion d'entreprises médiatiques mixtes.

4) Un éventail de pouvoirs de contrainte pour le CRTC

Pour faire respecter ses décisions, le CRTC ne dispose que de deux possibilités : révoquer une licence ou la renouveler pour une courte période. Il hésite beaucoup à révoquer une licence de radiodiffusion, sauf dans des circonstances exceptionnelles. Le renouvellement d'une licence pour une courte période, souvent pour deux ans, constitue donc l'autre solution. C'est celle qu'a adoptée le CRTC récemment dans le cas de Vision TV et celui de la radio CHOI-FM. Dans le cas de Vision TV, il s'agissait seulement d'élaborer un système amélioré de suivi et de rapport sur les conditions en matière de contenu canadien, et la licence a par la suite été renouvelée pour la durée

³⁴ Voir les exemples de messages dans le volume II.

réglementaire. Dans le cas de CHOI-FM, le CRTC a renouvelé la licence pour deux ans en 2002; à l'échéance, il a rejeté la demande de la station, jugeant qu'elle n'avait pas satisfait aux conditions de la licence³⁵.

Le renouvellement d'une licence pour un court laps de temps n'est peut-être pas la peine la mieux choisie ou la plus efficace dans les cas d'infractions mineures, surtout que le processus de renouvellement de licences peut chaque fois coûter des centaines de milliers de dollars au radiodiffuseur. Le Comité est donc d'avis que le CRTC devrait être investi du pouvoir d'imposer des amendes aux radiodiffuseurs qui ne respectent pas certaines parties de leurs conditions de licence, comme il a proposé de le faire pour les entreprises de télécommunications.

Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 9

Que le gouvernement du Canada autorise le CRTC à imposer des amendes aux radiodiffuseurs.

5) Programmation communautaire

La *Loi sur la radiodiffusion* reconnaît l'importance de la notion d'accès pour les citoyens et les collectivités. C'est dans cette perspective que la politique canadienne de radiotélédiffusion donne la possibilité aux citoyens de concevoir des émissions et des services qui répondent à leurs intérêts.

La télévision communautaire est distribuée par les entreprises de câblodistribution, et la radio communautaire est exploitée par une diversité de petites stations d'un bout à l'autre du pays, qui travaillent en français, en anglais, en langues autochtones et en diverses autres langues.

La réglementation du CRTC exige que les câblodistributeurs investissent collectivement environ 80 millions de dollars par année pour soutenir des services de

³⁵ En juillet 2004, le CRTC a rejeté la demande de Genex Communications inc. concernant le renouvellement de la licence de sa station de radio francophone à Québec, CHOI-FM. La décision du CRTC a été rendue après des années de plaintes selon lesquelles le contenu diffusé en ondes comportait des propos racistes et offensants, des attaques personnelles et du harcèlement. Genex, revendiquant la protection en vertu de la liberté d'expression prévue par la *Charte*, a porté l'affaire devant la Cour d'appel fédérale. En septembre 2005, cette cour a maintenu la décision du CRTC, soulignant que la liberté d'expression n'était pas une liberté sans réserve et qu'elle ne signifiait certainement pas liberté de diffamation, liberté d'oppression ni liberté d'opprobre.

télévision communautaires³⁶. Divers témoins ont signalé au Comité que la radio et la télévision communautaires peuvent être une importante source de diversité d'opinions et d'informations. En outre, le Comité a appris que la radio communautaire peut contribuer de façon significative et unique à la vie des gens de petites localités ou de régions éloignées, ou qui partagent les mêmes intérêts ou la même langue.

Le CRTC impose des conditions, des exigences ou des contraintes aux radiodiffuseurs communautaires et aux radiodiffuseurs titulaires. Les règles varient selon la situation de chaque diffuseur communautaire (radio ou télévision), mais tous doivent éviter de faire concurrence aux entreprises titulaires de licences de quelque façon que ce soit, et tous sont assujettis à un certain nombre de contraintes (par exemple un faible signal) qui limitent leur portée.

Des différends perdurent quant au rôle de la télévision communautaire et au genre de programmation qu'elle devrait offrir. Naturellement, les entreprises de câblodistribution exigent d'exercer un certain contrôle, car les émissions communautaires sont en général le fruit du travail de bénévoles qui utilisent leur équipement et leurs studios. Des bénévoles se plaignent que certains câblodistributeurs limitent l'accès à la chaîne communautaire et cherchent davantage à exploiter celle-ci pour promouvoir leur propre entreprise que pour promouvoir l'accès des collectivités locales au système de radiodiffusion. Il est difficile de juger de la justesse de ces accusations puisqu'il n'existe aucun mécanisme de surveillance ou de contrôle de l'obligation d'un titulaire de fournir l'accès. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 10

Que le CRTC révise la réglementation de la télévision et de la radio communautaires pour favoriser l'accès au système de radiodiffusion et assurer la diversité des émissions de nouvelles et d'information diffusées par ces services.

Il y a aussi une absence d'information sur la radiodiffusion communautaire. Bien que le Comité ne propose pas d'imposer aux radiodiffuseurs et aux entreprises de distribution de radiodiffusion la production de rapports onéreux, il est convaincu que le CRTC et le gouvernement du Canada devraient recueillir des renseignements appropriés et opportuns sur la radiodiffusion communautaire. Cela pourrait se faire au moyen de

³⁶ Les entreprises de distribution de radiodiffusion doivent verser 5 p. 100 de leurs revenus au Fonds canadien de télévision (FCT) et à la télévision communautaire. Les câblodistributeurs peuvent choisir l'une ou l'autre option ou une combinaison des deux (par ex., 2 p. 100 à la télévision communautaire et 3 p. 100 au FCT). Les distributeurs de service par satellites versent 5 p. 100 au FCT, mais rien à la télévision communautaire.

sondages généraux ou d'études de cas. Cette information permettrait au public de mieux comprendre ce qui se fait et ce qui reste à faire. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 11

Que le CRTC et le ministère du Patrimoine canadien élaborent ensemble un système d'information donnant accès à des données utiles et à jour sur la télévision et la radio communautaires.

C. Retour aux sources de la SRC

Dans un monde de concentration et de propriété mixte des médias, l'importance de la SRC comme autre source d'émissions de nouvelles et d'information est plus grande que jamais. Un des passe-temps préférés des Canadiens consiste à critiquer la SRC, notamment ses émissions d'information; pourtant, celles-ci sont d'excellente qualité. Il s'agit d'une réussite nationale qu'il convient de renforcer et non de dénigrer.

Le Comité reconnaît cependant que le mandat actuel de la SRC est beaucoup plus vaste que ce que le crédit annuel du Parlement peut lui permettre de couvrir. La SRC a néanmoins essayé de maintenir ses services, même si des services comparables sont offerts par les diffuseurs privés ou pourraient l'être.

Scott Stirling, président-directeur général de la Newfoundland Broadcasting Company, a décrit comme suit au Comité le dilemme de la SRC :

De quel type de société s'agit-il? S'agit-il d'une société financée par les contribuables ou par les publicitaires? Il y a un conflit dans la prise de décisions. Si j'étais financé par ces deux sources, je devrais me demander sur quoi fonder mes décisions. Est-ce que je vais diffuser une émission commerciale pour tirer profit de la publicité ou vais-je plutôt diffuser une émission pour le bien du public? C'est un conflit qui tourne presque à la schizophrénie.

1) Un mandat révisé

Étant donné la vitesse à laquelle la diffusion évolue, il ne faut pas s'étonner que ce qui était approprié pour la SRC dans les années 1950 et 1960 ne le soit plus aujourd'hui. Le défi consiste alors à utiliser une méthode pratique pour préciser le mandat de la SRC afin qu'il reflète les réalités actuelles et soit cohérent avec son budget. Un moyen consisterait à remanier le processus d'autorisation permettant à la SRC de poursuivre ses activités ainsi que le rôle des divers intervenants dans le processus. À l'heure actuelle, ce processus est le suivant :

- La SRC prépare un plan annuel, ainsi qu'un budget, qui est approuvé par le conseil d'administration.
- Le plan est soumis au gouvernement qui accepte ou modifie le budget demandé.
- Tous les sept ans, la SRC se présente devant le CRTC pour le renouvellement de sa licence et le CRTC impose habituellement diverses conditions de licence.

Un modèle axé sur la clarté des rôles, la cohérence à long terme et la reddition de comptes serait plus approprié, et s'appliquerait selon le mode suivant :

- Deux ans avant le renouvellement de la licence, des audiences publiques et une recherche seraient menées par un comité parlementaire ou une commission indépendante mise sur pied par le gouvernement. L'objectif serait de rédiger un rapport sur l'état du système de radiotélédiffusion et de formuler des suggestions relatives au mandat de la SRC.
- La SRC répondrait par l'entremise de son conseil d'administration et proposerait un nouveau mandat, et le gouvernement déterminerait le budget qu'il est prêt à allouer.
- L'ensemble, mandat et budget, serait ensuite approuvé ou modifié par le Parlement.
- Les résultats de ce processus seraient ensuite présentés au CRTC au moment du renouvellement de la licence, mais le CRTC ne serait pas habilité à modifier le mandat approuvé par le Parlement.

Bien exécuté, un tel processus aurait pour effet de donner une certaine clarté à l'exercice d'établissement du mandat et des responsabilités des diverses parties concernées. Il faudrait apporter au moins deux changements à la situation actuelle. Premièrement, il faudrait un budget **à long terme stable et réaliste** pour la durée de la licence. En second lieu, la période pour laquelle la licence est octroyée devrait être plus longue que sept ans, peut-être dix ans. De cette façon, le mandat serait examiné publiquement, un budget pour l'exécuter serait fourni et un horizon de planification approprié serait établi. L'un des avantages serait la transparence quant au rôle des différents acteurs.

Avec le temps, les crédits budgétaires finiraient par atteindre un niveau qui permettrait à la SRC de se passer de la publicité télévisée. De ce fait, les services de télévision de la SRC pourraient, à l'instar des services radio, se libérer ainsi de la nécessité de faire

concurrence au secteur privé. La SRC pourrait se consacrer aux activités propres à un radiodiffuseur public.

Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 12

Que le gouvernement établisse un système plus cohérent pour moduler le mandat de la SRC, système qui comporterait une planification à long terme, le renouvellement des licences tous les dix ans et un budget à long terme stable et suffisant.

RECOMMANDATION 13

Que le CRTC ne soit pas habilité à modifier le mandat de la SRC approuvé par le Parlement et le gouvernement.

RECOMMANDATION 14

Que la SRC se dote d'un plan axé sur les éléments fondamentaux de son mandat et que le gouvernement du Canada entame avec elle un processus d'examen en vue d'une entente sur le budget nécessaire pour qu'elle puisse offrir des services distinctifs et complémentaires à la population.

Une fois le mandat de la SRC déterminé, le gouvernement devrait s'engager à lui assurer un financement à long terme réaliste et stable suffisant pour permettre à celle-ci de supprimer la publicité de ses services de télévision.

Il faudra plusieurs années pour mettre ce système en application. En attendant, le Comité souligne que la SRC devrait centrer davantage ses ressources sur les éléments fondamentaux de son mandat.

2) Les radiodiffuseurs publics doivent compléter les radiodiffuseurs privés, et non les concurrencer

Dans un pays aussi vaste et diversifié que le Canada, la SRC devrait mettre l'accent sur la complémentarité avec les radiodiffuseurs privés, plutôt que de leur faire concurrence. Les temps changent, et il est essentiel d'être réaliste en matière de budget et de centrer les efforts sur les éléments les plus importants du mandat de la SRC, comme les émissions d'information et le service aux régions à l'extérieur des grands centres urbains du Canada. Si on ne se penche pas sur les questions de mandat et de budget, la SRC, surtout ses services de télévision, est condamnée à faire la chasse aux cotes d'écoute et, partant, à faire double emploi avec le secteur privé.

Au moins deux domaines nous viennent spontanément à l'esprit : les émissions de sport et la diffusion de films à succès américains. Le Comité croit que la SRC devrait réduire considérablement sa diffusion des sports professionnels (les parties de hockey, par exemple) et des Jeux olympiques, puisque ces activités sont aussi couvertes par d'autres diffuseurs, dans les deux langues officielles. Au demeurant, les émissions sur les sports professionnels sont accessibles facilement partout au Canada, par câble ou par satellite.

Le sport fait évidemment partie de la culture canadienne. Les sports professionnels sont de plus en plus diffusés par les chaînes spécialisées et cette tendance se maintiendra. Celle-ci, très forte aux États-Unis, se manifeste également au Canada et elle a déjà des incidences sur le service français de Radio-Canada, qui a perdu les droits de diffusion des parties de la LNH au profit d'une chaîne spécialisée (RDS). De même, la SRC n'a pas décroché les droits de diffusion des Jeux olympiques de 2010 et de 2012. Dans un proche avenir, elle pourrait très bien perdre ses droits de diffusion en langue anglaise de la LNH au profit d'une chaîne spécialisée du secteur privé. Il importe d'admettre cette réalité et de composer avec elle d'une manière qui ne nuise pas au mandat du diffuseur public national du Canada.

Le même raisonnement s'applique aux films. Durant l'hiver 2004-2005, période au cours de laquelle les parties de la Ligue nationale de hockey n'étaient pas disponibles en raison d'un lock-out, la SRC a offert sur son réseau anglais le cinéma du samedi soir (« Movie Night in Canada ») pour présenter presque exclusivement des succès américains facilement accessibles ailleurs. Bien que cette mesure ait eu pour but d'attirer les téléspectateurs et les annonceurs, le Comité ne pense pas qu'il s'agit d'un rôle pertinent pour le diffuseur public du Canada. La SRC devrait se concentrer sur les éléments fondamentaux de son mandat et abandonner ses activités périphériques. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 15

Que la télévision de Radio-Canada s'efforce d'offrir une gamme de services qui ne fassent pas inutilement double emploi avec ceux du secteur privé. La SRC devrait notamment laisser à ce secteur la couverture des sports professionnels et des Jeux olympiques.

Il ne faudrait pas croire toutefois que le principe de complémentarité exige que la SRC se retire de tous les services fournis par les diffuseurs privés. Les nouvelles sont un domaine où les secteurs public et privé jouent tous les deux un rôle important. En effet, le diffuseur public est en mesure de faire des choses que les diffuseurs privés ne peuvent pas faire. Comme l'a dit au Comité Michel J. Carter, président et chef de la direction chez TQS et Cogeco Diffusion :

[I]l est impossible pour des radiotélédiffuseurs privés de couvrir les actualités internationales. TQS ne peut se permettre d'assurer cette couverture, mais la SRC, le réseau français de Radio-Canada, peut le faire et le fait.

Le Comité sait que l'élimination de la couverture des sports professionnels et des films à succès américains nécessitera le remplacement d'une grande partie de la programmation, ce qui représente peut-être des centaines d'heures par année. Il est aussi conscient du fait que ces changements entraîneront la perte de recettes publicitaires traditionnellement générées par les sports et transférées aux autres secteurs de la programmation³⁷. Par conséquent, la transition nécessitera de la planification, mais le Comité est convaincu qu'elle est nécessaire.

Les mesures suivantes s'imposent :

- la direction de la SRC devra reconnaître que son mandat doit refléter une réalité qui a beaucoup changé et qu'il y a peu à gagner à prétendre que la SRC est le seul réseau canadien capable de diffuser les sports;
- il faudra des alliances avec d'autres diffuseurs publics pour remplacer la programmation perdue.

3) La gouvernance

À la suite de son étude, le Comité est porté à conclure que le système de gouvernance de la SRC contribue à la confusion et présente un manque de responsabilité. Les membres et le président du conseil d'administration ainsi que le président de la SRC sont tous nommés par le gouvernement du Canada. Le conseil d'administration est responsable des questions importantes liées à l'avenir de la Société et à sa stratégie à long terme et assure la surveillance de sa gestion. La SRC rend des comptes au Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien. Bien que la SRC soit financée par un crédit parlementaire annuel et tenue de rendre des comptes au Parlement, ses travaux et ses plans sont également examinés par le CRTC puisqu'elle doit, comme les autres diffuseurs, détenir une licence de radiodiffusion. Le CRTC impose souvent à la SRC des conditions de licence qui portent sur des questions qui relèveraient normalement du Parlement (le bailleur de fonds), ou du conseil d'administration et de la direction de la SRC.

³⁷ Selon le *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion*, 2005, du CRTC, quelque 42 p. 100 des heures d'écoute du réseau CBC concernaient des programmes sportifs en 2003-2004 (pour Radio-Canada, environ 11 p. 100). Les recettes de la publicité et des ventes d'émissions au cours de l'année ont totalisé 282 millions de dollars. Le montant précis des recettes publicitaires liées aux émissions de sports n'est pas disponible, mais on suppose qu'il est substantiel.

Il serait possible d'améliorer le processus de nomination au conseil d'administration de la SRC. Le processus devrait être non partisan et servir à nommer des personnes ayant exercé la profession de journaliste et acquis de l'expérience en radiotélédiffusion et en conception d'émissions. Il faudrait aussi que le processus soit plus transparent et comporte un mécanisme d'examen par des parlementaires. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 16

Que le conseil d'administration de la SRC comprenne des personnes ayant de l'expérience dans le domaine du journalisme, de la radiotélédiffusion ou de la conception d'émissions.

RECOMMANDATION 17

Que les nominations au conseil d'administration de la SRC soient revues par un comité parlementaire compétent.

Aucune nomination n'est plus importante que celle du président de la SRC. Une fois que les membres et le président du conseil sont nommés, ils devraient préparer une liste de candidats éventuels à la présidence à partir de laquelle le gouvernement choisirait le président de la SRC. Ainsi, il serait clair que ce dernier relève directement du conseil d'administration. Cela contribuerait à clarifier quelque peu les questions de gouvernance. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 18

Que le gouvernement nomme le président de la SRC à partir d'une liste de candidats préparée par le conseil d'administration de la Société.

4) Questions budgétaires

La bonne gestion et la reddition de comptes nécessitent des budgets suffisants et stables. La SRC manque de ressources pour tout faire, mais on s'attend à ce qu'elle fasse tout et on la critique si elle ne le fait pas. La situation se complique davantage en raison de la prolifération de services de télévision privés dont bon nombre sont comparables aux services typiques d'un diffuseur public (c'est-à-dire, des émissions destinées à « divertir et à informer »).

La télévision de la SRC devrait ressembler davantage à sa radio. Elle devrait offrir :

- des services qui ne sont pas accessibles ailleurs;
- des services distinctifs de haute qualité pour ce qui est des émissions de nouvelles et d'information;

- des services dans toutes les régions du pays, notamment dans celles où il n'existe pas véritablement d'autres sources de nouvelles et d'émissions d'information.

Le Comité est convaincu qu'une amélioration sérieuse s'impose pour que le radiodiffuseur public national ne perde pas sa raison d'être. Les changements qu'il recommande exigeront une augmentation du crédit parlementaire de la SRC pour compenser la perte de recettes publicitaires liées aux sports et aux films à succès américains.

5) Reddition de comptes

Dotée d'un financement stable à long terme et d'un mandat approuvé, la SRC serait clairement tenue de rendre compte au Parlement. Pour que le Parlement puisse déterminer si la SRC remplit son mandat, les rapports annuels de la Société devraient fournir plus d'information sur ses activités et ses auditoires. Puisque la Société dépend du crédit parlementaire, une plus grande franchise quant à ses succès et ses échecs sera essentielle. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 19

Que la SRC soit tenue de préparer des rapports annuels contenant l'information nécessaire pour que la population canadienne et les parlementaires puissent mesurer les progrès réalisés dans l'exécution du mandat de la Société.

PARTIE IV : POLITIQUES FÉDÉRALES CONNEXES

On trouvera ci-après des recommandations portant sur des politiques fédérales qui ont des conséquences sur l'environnement corporatif dans lequel opèrent les médias, sur le contexte juridique dans lequel opèrent les journalistes et sur l'offre de nouvelles et d'information en langue minoritaire. On cherche par là à moderniser des politiques fédérales bien établies dont beaucoup ne sont pas adaptées à l'évolution de la concurrence ou aux méthodes du XXI^e siècle.

A. Aide directe

Deux sources d'aide fédérale directe, le Fonds du Canada pour les magazines (FCM) et le Programme d'aide aux publications (PAP), ont été mentionnées par les témoins qui ont comparu devant le Comité.

1) Aide aux magazines

En 1960, 660 magazines étaient publiés au Canada et, au milieu des années 1990, environ 1 500. On dénombre actuellement plus de 2 300 titres, qui font de l'industrie du magazine une importante source de diversité dans le secteur des médias. Cette progression est le reflet de plusieurs facteurs : l'esprit d'entreprise et les obstacles relativement faibles à la création d'entreprises dans ce secteur, ainsi que l'appui du gouvernement à l'industrie, par la voie, par exemple, du Fonds du Canada pour les magazines.

Selon un témoin, la marge de profit moyenne de l'industrie des magazines se situe entre 6 et 8 p. 100, ce qui est peu par rapport aux autres branches du secteur des médias³⁸. Cette faible marge rend les maisons d'édition vulnérables en cas de fléchissement du marché de la publicité ou de changements dans l'aide gouvernementale et devant la concurrence accrue d'entreprises de l'extérieur (presque exclusivement des États-Unis).

C'est le ministère du Patrimoine canadien qui supervise le Fonds du Canada pour les magazines. La création du Fonds, qui devait être doté de 150 millions de dollars sur trois ans, avait été annoncée en 1999, mais son budget a culminé à un peu plus de 30 millions de dollars en 2001-2002. Le gros de l'argent va à la création de contenu : les revues participantes déclarent les dépenses associées à la création de contenu et

³⁸ John L. Thomson, directeur général et éditeur, *Canadian Geographic*, Magazines Canada, 18 octobre 2005.

reçoivent des fonds en fonction de leur part relative des dépenses totales, sauf dans le cas des petites maisons d'édition, qui touchent proportionnellement plus d'argent que les grandes. La partie du Fonds qui n'est pas affectée au contenu va aux efforts d'amélioration du marketing et de la part de marché des magazines canadiens.

Un cadre de Magazines Canada a parlé des dépenses du Fonds du Canada pour les magazines :

Le Fonds canadien pour les magazines a souvent changé au cours de sa brève existence. Sur papier, il devait atteindre les 50 millions de dollars, ce qui ne s'est jamais réalisé. On est arrivé à près de 35 millions de dollars à un moment donné. Il s'agit maintenant d'un programme de 16 millions de dollars, dont dix millions sont affectés au programme de contenu rédactionnel. Le reste est affecté au développement et à l'infrastructure des petits magazines³⁹.

Le Canada dispose depuis plus d'un siècle de programmes de soutien de la production, de la distribution et de la promotion des livres, des revues et des journaux canadiens. Le Comité est conscient de la valeur de ces programmes, mais estime qu'il est urgent de les adapter à l'évolution de l'économie mondiale et à l'arrivée de nouvelles technologies.

Le Comité estime par ailleurs que la réglementation et les programmes courants favorisent trop largement les entreprises établies, avec comme conséquence involontaire et fâcheuse de nuire à l'apparition de nouvelles sources de nouvelles et d'information.

Il importe de trouver le juste milieu pour, d'une part, répondre aux besoins des entreprises existantes et des systèmes de diffusion classiques et, d'autre part, permettre l'arrivée sur le marché de nouvelles entreprises et l'adoption de méthodes novatrices. Une partie des budgets des programmes de soutien existants pourrait être réallouée afin de tenir compte des changements dans le secteur des nouvelles et de l'information. Le mieux serait d'instituer des mécanismes (directs et indirects) conçus pour encourager et soutenir l'implantation de nouvelles entreprises et favoriser l'innovation dans la collecte de nouvelles. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 20

Que le ministère du Patrimoine canadien ajoute au Fonds du Canada pour les magazines un volet conçu pour favoriser le lancement de nouveaux magazines et prendre en compte le contenu rédactionnel canadien diffusé par la voie de mécanismes comme Internet.

³⁹ Jim Everson, directeur général, Affaires publiques, Magazines Canada, 18 octobre 2005.

2) Subvention postale

Le Programme d'aide aux publications, une subvention postale aux périodiques, existe, sous une forme ou une autre, depuis la Confédération. Il contribue à souder les Canadiens en égalisant le coût d'envoi par la poste des revues afin que le prix de l'abonnement soit le même partout au pays. Patrimoine canadien, en collaboration avec la Société canadienne des postes (SCP), paye une partie des frais postaux des publications admissibles. Ce financement, qui a totalisé 49,4 millions de dollars en 2004-2005, est distribué entre les revues (environ 80 p. 100) et les petits journaux locaux (environ 20 p. 100).

John Thomson de Magazines Canada a dit au Comité que cette subvention postale constituait l'une des politiques culturelles les plus efficaces du Canada. Comme il l'a expliqué :

Le Programme d'aide aux publications est axé sur le marché et contribue à créer une industrie plus forte et plus concurrentielle. Le programme est conçu de telle sorte qu'un éditeur doit avoir un contrat prépayé d'abonnement avec un lecteur avant de livrer le magazine. Les subventions sont versées seulement lorsque le revenu est garanti, ce qui signifie que chaque cent octroyé vise à rendre abordable un abonnement que les Canadiens ont d'abord choisi d'acheter avec leur propre argent. Du point de vue de l'économie et de la productivité, le Programme d'aide aux publications est très efficace et aide le secteur du magazine à pousser sa propre performance et à chercher à accroître les recettes issues de son tirage.

Il a toutefois signalé que le programme était en crise.

Le budget alloué pour ce programme s'est établi à 49 millions de dollars pendant bon nombre d'années. Il a été réduit à 45 millions de dollars cette année [2005]. Cette baisse a été reportée d'une année. Quoi qu'il en soit, nous avons appris le 2 septembre dernier, à la surprise générale de l'industrie, que les fonds affectés au programme étaient insuffisants même pour le présent exercice financier.

Par exemple, à *Canadian Geographic*, nous avons dû encaisser pour le second trimestre de l'année, à 60 jours d'avis, une augmentation de 35 p. 100 de nos coûts d'expédition. Au 1^{er} avril prochain, cette hausse atteindra 52 p. 100 par rapport aux coûts de l'année précédente.

En 12 mois à peine, le coût d'envoi par la poste de nos magazines aura ainsi augmenté de 52 p. 100 [...] Pour la plupart des magazines canadiens, c'est vraiment la crise. Nous ne disposons pas de ces marges de profit ou de ces possibilités de réduire les coûts alors que nous nous retrouvons déjà dans une situation difficile.

M. Thomson a signalé que l'augmentation des frais de distribution représentait « plus que ce que nous dépensons pour tous les collaborateurs au magazine [le *Canadian Geographic*] — tous les pigistes rédacteurs, photographes, artistes et illustrateurs — en l'espace d'une année ». En outre, les courts préavis donnés lors des réductions de la subvention postale enlèvent toute prévisibilité à ce financement. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 21

Que le Programme d'aide aux publications soit doté d'un financement réaliste et stable.

Selon des témoins, l'assouplissement de certaines conditions d'admissibilité à la subvention postale aiderait au démarrage de nouvelles publications. Actuellement, une publication doit avoir au moins une année financière à son actif et des abonnements payés représentant au moins la moitié de son tirage. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 22

Que le Programme d'aide aux publications soit modifié afin de mieux soutenir les publications à tirage restreint et celles qui sont en phase de lancement (en les rendant admissibles après quatre numéros ou quatre mois, par exemple, plutôt qu'au bout d'un an seulement).

3) Accès à large bande

Bientôt, presque toutes les émissions de nouvelles et d'information seront offertes sous forme numérique, ce qui veut dire que les clients auront besoin d'un accès à large bande à des réseaux de communication numériques à haut débit.

La plupart des foyers canadiens ont accès à Internet, par câblodistribution, réseau téléphonique ou satellite. Pour les Canadiens qui habitent dans une grande ville, ou tout près, l'accès aux services à large bande ne constitue pas un problème. Par contre, cela se révèle difficile pour les Canadiens qui vivent dans les petites localités rurales ou éloignées.

Comme l'accès à un tel service deviendra absolument indispensable pour les citoyens qui veulent se tenir au fait de l'actualité ou avoir accès à une gamme de services, le gouvernement du Canada a financé une série de mesures destinées à donner aux régions rurales et éloignées accès aux services à large bande. Pour ce faire, deux types de mesures ont été mises en œuvre : une subvention visant les services de diffusion par

satellite et l'installation d'équipement pour fournir les services à large bande sans fil aux localités.

Le 14 novembre 2005, le ministre des Finances de l'époque a annoncé que « [p]our permettre aux collectivités rurales, éloignées et autochtones de mieux se brancher sur les réseaux mondiaux, [le gouvernement du Canada investira] 100 millions de dollars en vue de développer les services à large bande »⁴⁰. Le Comité estime que ces initiatives doivent se poursuivre de façon que toutes les collectivités du Canada puissent avoir accès aux services à large bande. En conséquence, le Comité recommande :

RECOMMANDATION 23

Que le gouvernement du Canada poursuive son programme d'appui afin de procurer aux petites localités éloignées l'accès aux services à large bande du réseau de télécommunication canadien dans les régions où le secteur privé n'offre pas de services.

B. Un régime fiscal approprié

Le Comité a reçu de nombreux témoignages et mémoires contenant des suggestions sur l'utilisation du régime fiscal pour appuyer le secteur des médias canadiens.

1) Une définition plus inclusive de « fondation de bienfaisance »

Certains témoins ont proposé d'encourager le mécénat à l'égard des médias. Une modification de la définition de fondation de bienfaisance figurant dans la *Loi de l'impôt sur le revenu* pourrait entraîner une augmentation du financement de certaines entreprises médiatiques comme un centre de recherche sur les médias ou des périodiques sans but lucratif. Ces fondations existent aux États-Unis où les sommes qu'elles recueillent permettent entre autres de continuer la publication du *Harper's Magazine* et d'autres magazines, alors qu'au Royaume-Uni, l'argent ainsi réuni soutient notamment le *Manchester Guardian*.

L'Agence du revenu du Canada impose certaines conditions aux fondations philanthropiques. De manière générale, l'organisation qui reçoit de l'aide des organismes de bienfaisance ne doit pas exploiter une entreprise à but lucratif. Si, comme l'ont suggéré plusieurs témoins, des périodiques indépendants qui n'arrivent pas à se rentabiliser acceptaient de devenir des organismes à but non lucratif, on devrait pouvoir élaborer des critères de manière à diriger des dons de bienfaisance vers eux, sans qu'il y ait intervention gouvernementale quant au contenu.

⁴⁰ Mise à jour économique et financière du ministre des Finances, 14 novembre 2005.

Selon le Comité, les fondations de bienfaisance pourraient constituer une importante source de financement à l'appui de la croissance et de la survie des médias d'information indépendants sans but lucratif. Elles pourraient aussi contribuer au financement de centres de recherche voués aux grandes questions associées au journalisme et aux médias d'information. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 24

Que les ministres des Finances et du Patrimoine canadien permettent le recours à des fondations de bienfaisance pour financer des médias canadiens indépendants sans but lucratif et des centres de recherche sur les médias.

2) Exécution des règles sur la propriété étrangère

L'Agence du revenu du Canada (ARC), sur l'avis du ministère du Patrimoine canadien, surveille le respect des dispositions fiscales qui s'appliquent aux industries culturelles. L'article 19 de la *Loi de l'impôt sur le revenu* permet aux entreprises de déduire de leurs revenus le coût de la publicité placée dans des journaux canadiens. Cependant, l'Agence n'entretient pas une liste des journaux canadiens comme elle le fait pour les organismes de charité autorisés (auxquels elle attribue un numéro d'enregistrement).

L'ARC pourrait détecter les infractions à cette disposition lors d'une vérification fiscale des entreprises ayant demandé une déduction pour leurs frais de publicité dans un journal canadien, mais pour ce faire elle devrait demander au journal concerné de démontrer qu'il est bel et bien canadien au sens de la *Loi de l'impôt sur le revenu*. Rien n'indique au Comité que l'ARC le fait. Il n'existe pas non plus de mécanisme déclencheur qui obligerait l'ARC à mener une telle enquête. Or, il se peut que certaines publications canadiennes soient en fait contrôlées par des non-Canadiens.

Le Comité note par exemple la croissance – une « explosion », selon un témoin – des publications en langue autre que le français et l'anglais, dont bon nombre ont des liens avec des médias étrangers. C'est bon pour la diversification des nouvelles et de l'information offertes à la population canadienne. Il reste qu'un certain nombre de publications comportent une bonne part de dépêches provenant de leurs affiliés étrangers. Par souci d'équité envers les publications qui sont effectivement conformes aux exigences de propriété canadienne, il faut trouver une meilleure façon de repérer celles qui ne satisfont peut-être pas aux exigences. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 25

Que l'ARC améliore la procédure servant à déterminer si un périodique est canadien.

3) Régime fiscal des entreprises médiatiques héritées

Le rédacteur en chef d'un journal a fait valoir que l'application actuelle de la *Loi de l'impôt sur le revenu* mène à la vente d'entreprises de journaux familiales, car l'impôt sur les gains en capital doit être payé lors du transfert de l'entreprise à la génération suivante⁴¹. Il reste peu de journaux indépendants au Canada et il est difficile d'en créer de nouveaux. L'élimination de l'impôt sur les gains en capital afférents à un journal communautaire ou à un petit quotidien indépendant ou l'allègement du fardeau qu'il représente pourrait contribuer à la survie de quotidiens ou de journaux communautaires indépendants dans certaines collectivités.

Le fait de proposer que le transfert de propriété d'une entreprise au sein d'une famille bénéficie d'un traitement particulier en vertu des dispositions sur les gains en capital de la *Loi sur l'impôt sur le revenu* n'est pas sans précédent. Préoccupé par la disparition des petites fermes familiales, le gouvernement a adopté des règles spéciales de roulement pour les transferts de propriété agricole au sein d'une famille. Ces règles autorisent le report de l'imposition des gains en capital sur la vente ou le transfert à un enfant, petit-enfant ou arrière-petit-enfant (y compris l'épouse d'un enfant ou l'enfant d'une épouse) d'un bien utilisé dans une entreprise agricole. Les biens couverts par ces règles comprennent les terres, les bâtiments et l'équipement au Canada, ainsi que les actions d'une société agricole familiale ou d'une société de personnes agricole familiale mais non les stocks agricoles. Le roulement peut aussi être utilisé avec une exonération des gains en capital. Cependant, si le bien est vendu moins de trois ans après le transfert, les gains réalisés sont attribués à la personne qui a transféré le bien.

Au cours des dernières décennies, la majorité des journaux indépendants ont dû fermer ou ont été rachetés par des groupes. L'édiction de règles spéciales sur les transferts de propriété de journaux au sein d'une famille pourrait contribuer à assurer la survie des journaux qui restent et, par voie de conséquence, à préserver la diversité des nouvelles et de l'information. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 26

Que le ministre des Finances diffère le paiement de l'impôt sur les gains en capital afférents au transfert, d'une génération à l'autre, d'une entreprise familiale de journaux.

⁴¹ Bob Howse, rédacteur en chef, *Halifax Chronicle Herald*, lettre de suivi au Comité, 9 mai 2005.

C. Protéger la liberté de la presse

Dans une société où la presse est vraiment libre, les faits gênants, que ce soit pour le gouvernement, pour l'industrie ou pour les personnages influents, ne peuvent être ignorés. Le droit à l'information du citoyen est cependant subordonné, pour des raisons évidentes, aux impératifs de la protection de la vie privée et de la sécurité nationale.

Plusieurs témoins ont soutenu que le système actuel ne reflète pas la société ouverte que le Canada est censé être. Dans deux importants cas survenus récemment, le système a semblé s'opposer aux journalistes, rendant le journalisme d'enquête moins efficace. Dans un cas, un journaliste du *Hamilton Spectator*, Ken Peters, a été trouvé coupable d'outrage au tribunal pour avoir refusé de divulguer une source; dans l'autre, des agents de la GRC ont fouillé la résidence et le bureau de Juliet O'Neill, journaliste du *Ottawa Citizen*, en vue de trouver des documents qu'elle aurait utilisés dans un article.

1) Protection des sources et des documents

Il existe une longue tradition selon laquelle les journalistes protègent leurs sources, refusent de dévoiler leur nom ou les conditions dans lesquelles ils ont obtenu certaines informations. Cette tradition offre aux sources la protection de l'anonymat, ce qui, de façon générale, contribue à la diffusion de l'information. Or, en dépit des usages courants et de la tradition, ni la Constitution, ni la *Charte*, ni la loi n'offrent de protection aux journalistes qui refusent de divulguer le nom de leurs sources.

Le cas de M. Peters a ranimé le débat sur l'adoption de mesures législatives permettant aux journalistes de protéger leurs sources. Le problème, c'est qu'il faudrait définir le terme journaliste et décider qui est un journaliste, une tâche dont on estime en général qu'elle ne revient pas au gouvernement. Une solution de rechange consisterait à faire appel non pas à une loi mais aux tribunaux pour protéger les journalistes au cas par cas.

Dans le cas de Juliet O'Neill, la GRC a invoqué l'article 4 de la *Loi sur la protection de l'information* pour obtenir un mandat de perquisition afin de fouiller sa résidence et son bureau. Cette disposition, dont l'origine remonte à la *Loi sur les secrets officiels* de 1939, fait de la divulgation non autorisée d'informations une infraction. C'est l'article qui sanctionne les « fuites » d'informations gouvernementales.

Un journaliste accusé en vertu de l'article 4 ne peut pas affirmer qu'il était dans l'intérêt public qu'il possède ou divulgue l'information en question⁴². Cependant,

⁴² Il n'y a pas de définition spécifique et prépondérante de « l'intérêt public » en droit. En général, comme dans le cas de l'article 15 de la *Loi sur la protection de l'information*, la définition est vague

d'autres dispositions, comme les articles 13 et 14, qui traitent des infractions pour communication non autorisée de renseignements opérationnels spéciaux par une « personne astreinte au secret à perpétuité », offrent la possibilité de se défendre en invoquant l'intérêt public. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 27

Que la *Loi sur la protection de l'information* soit modifiée afin d'y inclure, à l'article 4, l'intérêt public comme défense.

Il serait par ailleurs utile de prévoir aussi une responsabilité ministérielle accrue dans la délivrance des mandats de perquisition. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 28

Que les demandes de mandat de perquisition pour la saisie de notes et autres documents appartenant à des journalistes présentées à un juge relèvent d'un niveau de responsabilité supérieur et soient signées personnellement par un ministre.

2) Accès à l'information

Dans une démocratie, les citoyens ont besoin de voir comment le gouvernement fonctionne pour le juger et faire des choix éclairés lors des élections. Assurer la transparence est l'une des principales raisons d'être de la *Loi sur l'accès à l'information*.

Plusieurs témoins ont affirmé que l'application actuelle de la Loi peut nuire au travail des journalistes. En mai 2005, l'Association canadienne des journaux (ACJ) a publié une vérification nationale des systèmes d'accès à l'information du Canada qui a révélé que 75 p. 100 des ministères fédéraux ne se conformaient pas aux lois d'accès à l'information, ce qui a donné lieu à des demandes de modification de la Loi.

Les frais associés aux demandes d'information suscitent énormément de critiques. Une femme qui comparaisait devant le Comité sénatorial spécial sur la Loi antiterroriste a dit qu'elle avait reçu une facture de 25 000 \$ relativement à une demande d'information au ministère de l'Environnement⁴³. En mai 2005, l'*Ottawa Citizen* a rapporté qu'une femme de Toronto avait reçu une facture de 12 960 \$ après avoir demandé de

et repose sur un critère d'évaluation : les avantages de la divulgation pour la population en général doivent l'emporter sur les avantages de la non-divulgation. Ainsi, la question de l'intérêt public dépasse le simple intérêt ou la simple curiosité du public.

⁴³ Joan Russow, Comité sénatorial spécial sur la Loi antiterroriste, 17 octobre 2005.

l'information sur les dépenses municipales pour réparations de terrains de jeu⁴⁴. L'Association dit considérer que les droits ne devraient pas être établis sur une base de recouvrement des coûts et que le gouvernement devrait considérer les coûts en question comme le prix d'une démocratie efficace⁴⁵.

Le gouvernement fédéral précédent avait promis de déposer un projet de loi pour améliorer la Loi. Le gouvernement actuel propose certains changements dans le projet de loi C-2, Loi fédérale sur l'imputabilité, présenté le 11 avril 2006⁴⁶.

De l'avis du Comité, toute amélioration de la Loi doit simplifier et accélérer l'accès à l'information, étendre le champ d'application de la Loi et veiller à ce que les coûts soient raisonnables. Un système limité, coûteux et lent nuit à la diffusion de l'information. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 29

que le système d'accès à l'information soit :

- a) simplifié dans un souci de transparence et d'accessibilité;
- b) élargi pour inclure les sociétés d'État;
- c) et surveillé afin que les coûts des recherches soient raisonnables et que celles-ci soient menées avec une diligence raisonnable.

3) Protection des dénonciateurs

L'étude de l'ACJ sur l'accès à l'information a également suscité des demandes d'adoption d'une loi qui protégerait contre les représailles les fonctionnaires qui dévoilent des actes répréhensibles ou des abus financiers commis au gouvernement. Le Parlement a adopté un projet de loi en ce sens en 2005 et proposé de nouvelles modifications en la matière dans la Loi fédérale sur l'imputabilité proposée.

Les ministères ont des réserves, car la divulgation de tous les renseignements concernant un ministère – une éventualité qui n'est pas envisagée dans la loi de 2005 – pourrait nuire à l'élaboration des politiques. Le Comité pense cependant qu'il est

⁴⁴ Robert Cribb et Fred Valence-Jones, « A 'Culture of Secrecy' Blocks Public Access to Information: Government Data Released in Just One-third of Cases, Audit Finds », *Ottawa Citizen*, 28 mai 2005.

⁴⁵ ACJ, *Vers une réforme sensée de l'accès à l'information*, mémoire soumis au ministre de la Justice Irwin Cotler et au président du Conseil du Trésor Reg Alcock, février 2005.

⁴⁶ Une proposition consiste à élargir la portée de *Loi sur l'accès à l'information* afin qu'elle vise certaines sociétés d'État, dont la SRC; les renseignements qui se rapportent aux activités de journalisme, de création ou de programmation seraient exclus. Le gouvernement a aussi déposé le 11 avril 2006 un document de discussion intitulé « Renforcer la *Loi sur l'accès à l'information* – Discussion d'idées inhérentes à la réforme de la Loi sur l'accès à l'information ». Il prévoit faire étudier la question par un comité avant de proposer une réforme plus complète.

possible de répondre à ces préoccupations. Il estime plus important de voir à ce que les fonctionnaires comprennent la protection que leur confère la loi. Les dispositions de la loi sur les dénonciateurs devraient être largement diffusées et bien expliquées, surtout aux personnes visées. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 30

Que tous les ministères et organismes publics fédéraux veillent à ce que leurs employés soient mis au courant de l'existence et du contenu de toute mesure législative concernant les dénonciateurs.

4) Droit d'auteur

Les pigistes ont toujours joué un rôle important dans le secteur des nouvelles. Ils couvrent des sujets ou des régions auxquels les médias n'ont pas les moyens d'affecter un employé à temps plein. Lors des audiences, plusieurs témoins ont abordé la question des contrats de droits universels que certains journaux imposent à leurs pigistes. Ces contrats exigent que les pigistes cèdent à jamais tous leurs droits vis-à-vis de leurs textes, ce qui n'est pas sans conséquence sur leurs finances. En effet, un pigiste pouvait autrefois revendre le même article à des clients différents et gagner sa vie même si les droits de première utilisation de l'article étaient modestes. Depuis l'arrivée des grands groupes médiatiques qui exigent des droits universels exclusifs à l'égard des articles des pigistes, le travail de ces derniers est devenu beaucoup moins rémunérateur.

Des témoins ont signalé par ailleurs que certains contrats exigent que le pigiste renonce à ses droits moraux, ce qui permet au propriétaire d'entreprise médiatique non seulement de réutiliser le texte original mais aussi de l'abrégé ou de le modifier à son gré.

Il a été proposé au Comité de modifier la *Loi sur le droit d'auteur* afin de préserver les droits à long terme sur les ventes et d'interdire la renonciation aux droits moraux. Comme son nom l'indique, le droit d'auteur est conçu pour veiller à ce que les artistes aient le droit de déterminer qui peut reproduire leurs œuvres. Il vise à empêcher la reproduction non autorisée, qui ne rapporte rien à l'artiste et a tendance à freiner la création d'œuvres artistiques.

Au fil du temps, la législation sur le droit d'auteur est devenue extrêmement compliquée, en partie en raison des changements technologiques. Les pigistes soutiennent qu'on ne devrait pas les contraindre à renoncer à leurs droits de réutilisation de leurs œuvres et à leurs droits moraux vis-à-vis de celles-ci. D'autres témoins, notamment des représentants de propriétaires de journaux, ont fait valoir que le contrat

universel est pratique courante dans certains domaines comme le divertissement, tandis que d'autres estiment que les contrats des pigistes devraient être établis comme tous les contrats, par la négociation. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 31

Que le Bureau de la concurrence examine les contrats universels conclus avec les journalistes pigistes pour déterminer s'ils comportent un abus de pouvoir par une des parties au contrat.

RECOMMANDATION 32

Que le ministre du Patrimoine canadien détermine si les dispositions des contrats universels portent atteinte aux droits des auteurs et, le cas échéant, qu'il envisage d'apporter des modifications à la *Loi sur le droit d'auteur*.

D. Diversité

La diversité dans les médias est importante pour que les citoyens se voient représentés de manière juste et équitable. Les médias grand public produisent les nouvelles et l'information dans une des deux langues officielles. Dans le cas des autres minorités, la diversité provient notamment des médias ethniques, mais la plupart des publications de la presse ethnique sont de petite taille et disposent de sources de revenus limitées.

Les témoins ont fait valoir que les minorités de langue officielle ne sont pas toujours bien servies par les médias grand public et que les publications en langue officielle minoritaire et celles des médias ethniques n'obtiennent pas toujours leur juste part de la publicité gouvernementale.

1) Accès pour les minorités linguistiques

Pour que les groupes de langue officielle minoritaire survivent et prospèrent dans notre pays, il importe que les personnes qui parlent l'une ou l'autre des langues officielles aient accès aux nouvelles dans la langue officielle de leur choix, quel que soit l'endroit où elles habitent au Canada. Cette possibilité est appuyée par la politique sur les langues officielles du Canada, qui se prolonge dans les lois canadiennes. Pour mentionner une loi importante dans le contexte du présent rapport, la *Loi sur la radiodiffusion* porte, à l'article 3, que le système canadien de radiotélédiffusion doit servir la dualité linguistique du Canada. L'adoption de politiques selon lesquelles la diversité linguistique c'est le français au Québec et l'anglais ailleurs favorise l'assimilation des minorités de langue officielle et, à terme, leur disparition.

Comme l'ont souligné plusieurs témoins, le CRTC dispose de plusieurs moyens pour promouvoir le concept plus utile de diversité linguistique. Certains proposent d'accorder plus de licences à des stations de radio communautaires qui visent directement les minorités de langue officielle⁴⁷. Cette idée mérite d'être retenue, mais les ressources de ces stations sont presque toujours limitées. Les témoins ont également proposé que le CRTC assure la diffusion d'un plus grand nombre d'émissions dans les deux langues officielles.

La technologie numérique a accru la capacité des systèmes de distribution par câble et par satellite. Ces systèmes peuvent maintenant accueillir des centaines de chaînes, et il est donc possible d'offrir des chaînes à l'intention des groupes minoritaires de langue officielle. Le Comité sait que certains petits systèmes de distribution ne peuvent pas offrir un éventail complet de services, mais c'est une question de temps, pas un obstacle insurmontable. Une fois la technologie en place, il deviendra possible d'augmenter les émissions en langue officielle minoritaire. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 33

Que, dans la mesure où la technologie le permet, le CRTC exige que les exploitants de systèmes de distribution par câble et par satellite augmentent le nombre d'émissions destinées aux minorités de langue officielle et qu'il donne aux petits systèmes de distribution le temps de se conformer à cette exigence.

En outre, le Comité recommande :

RECOMMANDATION 34

Que, dans la mesure où la technologie le permet, le CRTC encourage la distribution nationale des programmes des télévisions éducatives provinciales de langue anglaise et de langue française.

Des représentants des médias de langue officielle minoritaire soutiennent que le gouvernement devrait veiller à ce qu'ils obtiennent une juste part de la publicité gouvernementale allant aux journaux et autres périodiques. Cette question est abordée dans la section suivante.

⁴⁷ En 2004, par exemple, le CRTC a approuvé la mise en ondes de deux stations de radio communautaires de langue française au Nouveau-Brunswick. Un témoin a mentionné qu'elles s'ajoutent à un réseau de stations communautaires qui rejoignent les trois quarts des francophones de la province, permettant à la « collectivité acadienne de s'entendre et de faire entendre ses opinions pour la première fois de son histoire ». (M^{me} Marie-Linda Lord, 22 avril 2005)

2) Publicité gouvernementale

L'article 11 de la *Loi sur les langues officielles* énonce que le gouvernement doit, dans la mesure du possible, placer ses annonces à la fois dans les médias de langue française et dans les médias de langue anglaise. Comme des témoins l'ont dit au Comité, certains ministères manquent à cette obligation⁴⁸.

Le Commissariat aux langues officielles signale que, bon an mal an, 15 p. 100 des plaintes reçues concernent l'omission d'utiliser la presse de langue minoritaire. Il a formulé 18 recommandations à cet égard en 2002, dont 17 visaient quatre ministères. En 2005, cinq seulement des 18 recommandations avaient été entièrement mises en œuvre⁴⁹.

La loi doit être respectée, et les procédures d'appel en cas de non-conformité par les ministères fédéraux simplifiées. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 35

Que l'on ordonne à tous les ministères fédéraux de se conformer à la loi en ce qui concerne la publicité dans les deux langues officielles.

RECOMMANDATION 36

Que le Conseil du Trésor veille à ce que le processus de traitement des plaintes concernant la publicité gouvernementale dans les deux langues officielles soit simplifié.

Les représentants des médias ethniques ont réclamé une plus grande part de la publicité gouvernementale. Le gouvernement fédéral a tenté d'expliquer les critères d'attribution de son budget de publicité, mais il y semble y avoir un décalage entre la politique énoncée et les pratiques suivies dans la réalité.

La publicité gouvernementale devrait atteindre l'auditoire visé. Un témoin de Vancouver a fait remarquer que les annonces du registre des armes à feu avaient paru dans les quotidiens des grandes villes, plutôt que dans les journaux des localités rurales

⁴⁸ Voir par exemple le témoignage de Denise Comeau Desautels du *Courrier de la Nouvelle-Écosse*, le 20 avril 2005.

⁴⁹ « Utilisation de la presse minoritaire par les institutions fédérales : Suivi », Commissariat aux langues officielles, janvier 2005. Les quatre ministères concernés sont le Secrétariat du Conseil du Trésor, Communications Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux et Patrimoine canadien.

dont les lecteurs sont plus susceptibles de posséder une arme à feu⁵⁰. Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 37

Que le gouvernement modifie son système de publicité dans les médias de manière :

- a) que les critères d'attribution de la publicité soient transparents;
- b) et que les critères d'attribution de la publicité aux médias ethniques soient expliqués à ceux-ci. Les ministères traitant avec les collectivités ethniques devraient vérifier s'il serait plus efficace de faire davantage appel à la presse ethnique pour atteindre l'auditoire qu'ils visent.

⁵⁰ Témoignage de Peter Kvarnstrom, président de l'Association des journaux communautaires du Canada, le 31 janvier 2005.

PARTIE V : ET SANS OUBLIER...

Le Canada a la chance d'avoir des journaux solides et un système de radiodiffusion robuste. Presque tous les médias privés (journaux et radiodiffusion) font des profits, ce qui contribue à préserver l'indépendance des médias.

Selon le Comité, le secteur des médias serait encore plus solide si l'on portait attention à quatre éléments sur lesquels le gouvernement fédéral n'a pas compétence ou très peu.

A. Agences de presse

De nos jours, entre le tiers et la moitié du contenu rédactionnel des journaux canadiens provient d'agences de presse, aussi appelées services de dépêches ou agences d'information. La Presse canadienne (PC) est la principale agence de presse du Canada, mais United Press International, une société privée établie aux États-Unis, possède une petite liste d'abonnés ainsi que des employés au Canada. Les articles des services de presse des grands journaux américains sont aussi diffusés au Canada et certains services internationaux ont des ententes d'échange avec la PC⁵¹. Les agences de presse facilitent la couverture d'un pays aussi vaste que le Canada, dont une bonne partie du territoire est peu peuplée.

Le Comité estime qu'une des façons de favoriser la diversité dans les sources de nouvelles consiste à voir à ce que le Canada dispose d'agences de presse rentables et efficaces, car elles permettent d'offrir aux lecteurs des journaux locaux de toute taille des informations provenant des autres journaux membres des quatre coins du pays. Même les grands quotidiens comme le *Toronto Star* et le *Globe and Mail* ont dit au Comité qu'ils ne pouvaient pas à eux seuls couvrir toute l'actualité.

Par exemple, la PC (et sa division de radiodiffusion Broadcast News) possède son propre réseau de journalistes, de photographes et de bureaux d'un océan à l'autre. La PC étant structurée en coopérative, elle profite de la mise en commun des nouvelles et des photographies de ses membres. Ce réseau pancanadien d'organes de presse fournit à tous ses membres des nouvelles de sources variées et, contrairement aux autres, il le fait dans les deux langues officielles. La PC a par ailleurs beaucoup investi pour être présente aussi sur Internet.

Le Comité craint pour la viabilité financière de la PC, dont la disparition aurait des conséquences sur l'accès universel à des nouvelles et des informations diverses au Canada. Depuis quelques décennies, certains membres de la PC parlent de se retirer de

⁵¹ Les membres de certains grands groupes médiatiques s'échangent aussi des renseignements.

la coopérative pour établir éventuellement une agence de presse concurrente à but lucratif. Vu l'importance des journaux en question, il s'ensuivrait une perte de revenus et de contenu qui pourrait compromettre la survie de la PC.

Si la PC ou une agence de presse analogue disparaissait, les petits organes de presse indépendants auraient beaucoup plus de mal à couvrir les nouvelles nationales et internationales, et même, dans certains cas, les nouvelles régionales. Cela porterait atteinte à la diversité des sources de nouvelles au Canada. Le Comité exhorte les actionnaires abonnés à continuer d'appuyer la Presse canadienne, le seul service de nouvelles national.

B. Autoréglementation

Les organes de presse ont établi différentes pratiques journalistiques équivalant à des formes d'autoréglementation. Par exemple, ils publient (ou, plus rarement, diffusent) des correctifs quand des erreurs se sont glissées dans le compte rendu de la nouvelle. Les journaux publient aussi des lettres à la rédaction, dont bon nombre portent sur des erreurs de fait ou contestent l'interprétation d'une nouvelle.

Ces pratiques incitent les organes de presse à viser une parfaite exactitude. Un journal ou un radiodiffuseur qui acquiert la réputation de mal faire son travail risque de perdre des lecteurs ou des auditeurs, qui se tourneront vers des sources plus fiables. Il reste que l'on se plaint du manque d'efficacité de ces pratiques. Des recherches effectuées pour le compte du Comité montrent que les gens ont largement l'impression que les journalistes répugnent à admettre leurs erreurs et sont lents à le faire⁵². En partie pour contrer cette perception, les médias d'information ont élaboré de nouveaux mécanismes d'autoréglementation : le médiateur (ombudsman), les conseils de presse, le Conseil canadien des normes de la radiotélévision et les énoncés de principes.

1) Le médiateur (ombudsman)

Bien que l'idée d'un médiateur (ombudsman ou journaliste-arbitre) ne date pas d'hier et qu'un tel mécanisme existe dans d'autres pays, le Canada n'a qu'un « public editor » (au *Toronto Star*) et deux « ombudsmans » (à CBC/Radio-Canada). En principe, le médiateur, journaliste chevronné, est chargé de recevoir les plaintes du public contre les pratiques d'un journal ou d'un journaliste. Il examine les plaintes et rédige un commentaire à cet effet qui est ensuite publié dans une page importante du journal. Les observations des ombudsmans de Radio-Canada sont rarement diffusées, mais ceux-ci

⁵² Voir le volume II.

répondent aux plaintes de l'auditoire et, en collaboration avec le personnel des salles de presse, rédigent des normes de conduite.

Comme l'embauche d'un médiateur à temps plein représente une dépense considérable, beaucoup de journaux estiment qu'il est plus avantageux pour eux d'avoir un journaliste supplémentaire. Beaucoup de petits journaux ont si peu de journalistes qu'ils considèrent qu'un médiateur serait un fardeau indue. Il pourrait cependant être possible de grouper les ressources d'une entreprise médiatique dans une région donnée de manière qu'un médiateur serve plusieurs de ses journaux à la fois. Le Comité propose :

PROPOSITION 1

Que les journaux s'efforcent de créer des postes de médiateur (ombudsman).

2) Les conseils de presse

Les conseils de presse sont des organisations bénévoles instituées par les journaux pour entendre les plaintes du public⁵³. Ils peuvent grandement contribuer à la pratique du journalisme. En outre, comme le conseil n'est affilié à aucun journal en particulier, les plaignants ont plus de chances d'avoir le sentiment que leur plainte a été jugée avec impartialité, particulièrement quand le conseil compte des représentants du public.

Par contre, on reproche fréquemment aux conseils de presse d'être trop peu connus, de réagir aux plaintes au lieu d'intervenir de leur propre initiative et de manquer de financement. De plus, leurs procédures et leurs usages varient, et ils ne comptent pas toujours dans leurs rangs des journalistes en activité. Enfin, les conseils de presse ne s'occupent que des journaux.

La plupart des provinces ont un conseil de presse, mais il n'y en a pas dans les Territoires ni en Saskatchewan. Il existe un conseil de presse de l'Atlantique, mais il est inactif depuis quelques années. Il reste que le Comité est d'accord avec Stephen Ward de l'École de journalisme de l'Université de la Colombie-Britannique quand il dit : « il nous faut réfléchir de façon générale à l'amélioration ou à la réforme des conseils de presse et des conseils de médias »⁵⁴. Les conseils de presse sont un élément important du système canadien de diffusion des nouvelles et de l'information et ils peuvent grandement contribuer à la qualité du journalisme au Canada. En conséquence :

53 Les conseils de presse sont financés par l'industrie; au Québec, le gouvernement provincial contribue aussi au financement.

54 1^{er} février 2005.

PROPOSITION 2

Nous souscrivons fortement à la création et au soutien continu des conseils de presse et de médias au Canada. S'il est exclu à notre avis de créer un conseil de presse national, nous proposons que les membres de la presse et des autres organes concernés cherchent à créer un conseil de presse en Saskatchewan et à ranimer le conseil de presse de l'Atlantique.

PROPOSITION 3

Nous proposons que les membres de la presse et des autres organes concernés s'emploient à renforcer et à améliorer le travail des conseils de presse et de médias existants. Ces conseils devraient compter des journalistes d'expérience.

3) Les énoncés de principes et les codes de déontologie

De nombreux organes d'information se sont donné un énoncé de principes ou sont en voie de le faire. Ces énoncés se démarquent des guides de style et de pratique journalistique dans la mesure où ils portent sur les grands principes de l'organisation quant aux responsabilités de ses journalistes. Certains de ces énoncés précisent que l'organe d'information couvrira les affaires de ses propriétaires de la même manière qu'il couvrirait celles de n'importe quelle autre organisation. Certaines organisations affirment cependant que l'on aboutit au même message dans un énoncé de principes où l'on se contente de dire que la nouvelle sera couverte « sans distinction de personnes ». Brunswick News, qui a rendu public son nouvel énoncé de principes quand il a témoigné devant le Comité, a opté pour cette solution. Dans l'ensemble, il semble probable que des assurances explicites signaleraient de manière plus claire aux journalistes et au public que la couverture des nouvelles ne sera pas biaisée par les intérêts des propriétaires⁵⁵.

Les organes d'information du Canada ne se sont pas tous donné un énoncé de principes. Parmi ceux qui en ont un, certains l'ont rendu public, par exemple en l'affichant sur un site Web. D'autres cependant ne le communiquent qu'à leurs cadres supérieurs. Le Comité propose :

⁵⁵ Par exemple, l'énoncé de principes du *Washington Post* porte que le journal doit voir aux intérêts de ses lecteurs et du grand public en général et non aux intérêts privés de son propriétaire. On trouvera dans le volume II des exemples d'énoncés de principes.

PROPOSITION 4

Que les organes d'information qui ne l'ont pas encore fait se donnent un énoncé de principes déclarant explicitement que les intérêts des propriétaires seront traités comme n'importe quelle autre nouvelle.

Nous proposons en outre que l'énoncé de principes soit publié et largement diffusé dans l'organisation, et en particulier auprès de ses journalistes.

4) Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)

Comme on le note à la Partie IV du présent rapport, le CRTC a dit qu'il envisageait de confier au CCNR le contrôle du respect des conditions de licence relatives à la séparation des salles de presse. Le Comité estime pour sa part (voir la recommandation 7), que cet arrangement ne serait ni pratique, ni souhaitable.

Le CCNR est un organisme établi par les radiodiffuseurs et télédiffuseurs canadiens qui examine les plaintes portées contre eux au sujet de leurs pratiques ou de la couverture d'une question dans une émission donnée. C'est le CRTC qui s'occupait autrefois de ces plaintes. Ainsi, le CCNR a établi des codes sur le contenu des émissions pour adultes ou sur le contenu considéré comme offensant. Il est aussi en train d'élaborer, en collaboration avec les diffuseurs, un code sur la propriété croisée. Ces codes reflètent les conditions imposées par le CRTC lors de l'octroi des licences de radiodiffusion. Le Comité fait la suggestion suivante au CCNR :

PROPOSITION 5

Que le Conseil canadien des normes de la radiotélévision rende transparent son mécanisme de règlement des plaintes et qu'il affecte à la procédure d'examen des personnes ayant travaillé contre rémunération en journalisme.

C. Le rôle de l'éducation et de la recherche

Plusieurs mesures, tant au niveau de la formation des journalistes qu'au niveau des possibilités d'éducation continue qui s'offrent à eux, permettraient d'améliorer la qualité des nouvelles et de l'information diffusées au Canada.

1) Formation des journalistes

Le rapport Davey de 1970 disait des salles de rédaction qu'elles ressemblaient à des « cimetières de rêves... »⁵⁶. Onze ans plus tard, la Commission Kent cite le rapport Davey et affirme que la concentration et la propriété de conglomerats ont exacerbé la frustration et le malaise des journalistes, qui se sentent « paumés »⁵⁷. De nos jours, les nouvelles 24 heures sur 24 et le fonctionnement multitâches ajoutent aux pressions qui s'exercent sur les journalistes.

Une des façons de réduire les risques d'épuisement professionnel des journalistes consisterait à intégrer à leur carrière des possibilités de perfectionnement intéressantes. Comme les universités le savent depuis longtemps, le congé sabbatique fait en sorte que l'esprit créatif demeure alerte et motivé. Sous toutes leurs formes, les occasions de formation contribuent à la qualité du journalisme au Canada dans la mesure où elles permettent aux journalistes de se tenir à jour.

Les employeurs ont tout intérêt à ce que les journalistes produisent des articles et des analyses de haute qualité, car un meilleur produit a plus de chances d'attirer et de retenir l'auditoire. Ainsi, la plupart des entreprises médiatiques ont un programme de formation. Il peut s'agir d'un programme en bonne et due forme où, par exemple, on embauche des spécialistes pour former les employés (par exemple, sur la manière d'utiliser un nouveau logiciel) ou on envoie des employés suivre des cours au collège ou à l'université. Cela peut aussi consister plus simplement à faire encadrer un nouveau journaliste par un journaliste chevronné. Beaucoup d'entreprises médiatiques, en particulier les grands quotidiens, ont des programmes de stage qui permettent aux étudiants d'acquérir de l'expérience dans une salle de rédaction. Certaines offrent à leurs journalistes la possibilité de parfaire leurs études. Par ailleurs, des bourses sont offertes aux journalistes du Canada par la Fondation Atkinson⁵⁸, la Fondation pour le journalisme canadien⁵⁹ et la Fondation Jack Webster⁶⁰.

⁵⁶ *Le miroir équivoque*, rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse (le rapport Davey), Ottawa : Imprimeur de la Reine, 1970, p. 72.

⁵⁷ Commission royale sur les quotidiens (la Commission Kent), Ottawa, 1981, p. 241.

⁵⁸ L'Atkinson Charitable Foundation a été créée en 1942 par Joseph E. Atkinson, ancien éditeur du *Toronto Star*. La bourse d'un an, d'un montant de 75 000 \$, comprend une indemnité pour les dépenses de recherche. Tous les journalistes canadiens qui travaillent à temps plein dans la presse écrite ou parlée peuvent se présenter au concours annuel, mais la préférence est accordée à ceux qui se sont distingués par leurs reportages sur des questions de politique publique.

⁵⁹ La Fondation pour le journalisme canadien, un organisme sans but lucratif fondé en 1990 pour récompenser l'excellence en journalisme, offre tous les ans au moins trois bourses en journalisme à l'Université de Toronto. Elle est financée par des dons sans lien de dépendance d'entreprises médiatiques, d'autres sociétés et de fondations. La bourse couvre la rémunération normale du boursier durant les huit mois de l'année universitaire, tous les frais imposés par l'université et les

Un témoin⁶¹ a proposé que les ministères fédéraux prélèvent sur leurs budgets de communication de quoi offrir des bourses ou des stages à des journalistes en cours de carrière. Le Comité s'est renseigné et a constaté que seuls de rares ministères offrent ce genre de possibilité de perfectionnement. Le volet Journalisme et développement de l'Agence canadienne de développement international ressemble le plus à ce que le témoin proposait. Les journalistes ayant plus de trois ans d'expérience dans un organe de presse canadien sont admissibles.

Le Comité estime important d'établir des programmes plus généraux de manière à ce que tous les journalistes bénéficient de possibilités de perfectionnement en cours de carrière. Le Comité propose :

PROPOSITION 6

Que les organisations médiatiques offrent aux journalistes des possibilités de perfectionnement en cours de carrière plus nombreuses et plus régulières.

Le Comité recommande également :

RECOMMANDATION 38

Que les ministères et organismes publics fédéraux envisagent de constituer des partenariats sans lien de dépendance avec des associations sans but lucratif ou des associations professionnelles de journalistes reconnues en vue d'accorder des bourses à des journalistes établis choisis par leurs pairs ou par des tiers indépendants.

2) Soutien aux écoles de journalisme et autres formations

Les grandes entreprises font des dons considérables aux écoles de journalisme et leur apport finance des chaires et des bourses universitaires. Certains dons sont purement

dépenses de voyage. Elle est ouverte aux journalistes ayant au moins cinq ans d'expérience et qui travaillent à temps plein pour un journal, un service de nouvelles, un poste de radio ou de télévision, ou une revue du Canada. Les pigistes qui travaillent depuis au moins cinq ans sans interruption sont aussi admissibles.

⁶⁰ La Fondation Jack Webster a été constituée en 1986 pour promouvoir les réalisations des journalistes de la Colombie-Britannique. La bourse a été créée en 2000 grâce à un don de la Compagnie de Diffusion Standard. Elle est d'au plus 10 000 \$ pour les projets de recherche et 6 000 \$ pour les projets de perfectionnement professionnel. Le concours est ouvert à tous les journalistes de la Colombie-Britannique qui travaillent depuis au moins trois ans dans une station de radio ou de télévision ou un service de nouvelles de la province. Les pigistes peuvent aussi se présenter.

⁶¹ Allan Thompson, 1^{er} décembre 2004.

philanthropiques, tandis que d'autres sont des mesures compensatoires exigées par le CRTC comme condition de licence à la suite d'un transfert de propriété.

L'École de journalisme de l'Université de la Colombie-Britannique, par exemple, bénéficie d'un apport substantiel de BellGlobe Media et de CanWest Global, et elle doit le premier bâtiment de l'École au groupe Sing Tao. Le rapport annuel de CanWest Global énumère plus de 20 collèges et universités qui reçoivent ses subventions, notamment un octroi de 150 000 \$ récemment décerné à la Carleton School of Journalism pour la création de la bourse Don McGillivray en journalisme d'affaires. La liste des entreprises qui font des dons majeurs à l'Université Ryerson inclut notamment Bell Globemedia, le RCIP, Fairchild, Quebecor, Rogers, la Compagnie de Diffusion Standard, le *Toronto Star* et Transcontinental. La famille Irving, au Nouveau-Brunswick, a accordé à l'Université St. Thomas et à l'Université de Moncton un million de dollars chacune pour la création de chaires en journalisme. Le Comité propose :

PROPOSITION 7

Que les grandes entreprises médiatiques maintiennent, voire augmentent, leur soutien aux écoles de journalisme du Canada.

Le Comité est conscient du fait que le gouvernement doit agir avec prudence en la matière pour éviter d'influencer les médias ou de donner l'impression qu'il cherche à le faire. Le gouvernement fédéral pourrait cependant organiser son action par la voie de partenariats sans lien de dépendance. On pense à la bourse ACJ-ACDI et à la bourse Fondation Jack Webster-ACDI.

3) Recherche

Il y a périodiquement des enquêtes et des études sur les médias canadiens. Certaines sont réalisées dans les écoles de journalisme ou les départements des communications des universités, tandis que d'autres émanent de groupes de travail ou de comités parlementaires fédéraux. Le Comité estime qu'elles ne remplacent pas un centre de recherche permanent voué à l'étude des médias canadiens qui produirait des rapports réguliers.

Plusieurs témoins ont évoqué le modèle des centres de recherche des États-Unis, comme le Pew Center et le Poynter Institute. D'autres centres de recherche américains sont associés à des universités. Le Project for Excellence in Journalism, par exemple, est un institut associé à l'école de journalisme de l'Université Columbia. On lui doit la publication du rapport annuel sur le journalisme américain, *The State of the News*

Media. Pour financer un tel centre, on pourrait recourir aux mesures compensatoires requises par le CRTC au moment de la fusion d'entreprises médiatiques, à des allégements fiscaux et à des dons d'entreprises médiatiques du secteur privé. Le Comité propose :

PROPOSITION 8

Que le Canada crée son propre centre de recherche indépendant sur les médias.

On pourrait envisager aussi la création d'un réseau de centres d'excellence. Le gouvernement fédéral finance des réseaux de centres d'excellence en médecine, en génie et en sciences sociales. On ne voit pas pourquoi on ne pourrait pas instituer un réseau analogue pour financer la recherche sur les médias au Canada, en bâtissant sur les acquis admirables des universités du pays⁶². Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 39

Que soit créé un réseau de centres d'excellence qui feraient de la recherche sur le journalisme et l'état des médias au Canada.

Les centres d'excellence pourraient financer le travail de chercheurs universitaires avec le soutien de partenaires du secteur privé, en collaboration avec le Conseil de recherches en sciences humaines.

Le gouvernement fédéral pourrait avoir un autre apport salutaire. Comme on l'a dit, un certain nombre de programmes publics appuient, directement ou indirectement, le travail des journalistes ou contribuent à la viabilité d'éléments importants du système canadien de diffusion des nouvelles et de l'information. Cependant, l'évaluation et l'examen de ces règlements et programmes ne sont pas réalisés en temps opportun. En conséquence, le Comité recommande :

RECOMMANDATION 40

Que le gouvernement du Canada enjoigne à ses ministères et organismes de mener, en temps opportun, des évaluations et examens des mesures législatives et des programmes qui influent sur la santé et la vitalité du système de diffusion des nouvelles et de l'information du Canada. Ces études devront être menées de manière ouverte et transparente et leurs résultats publiés.

⁶² Le Canada a actuellement le Consortium de recherche sur les médias, un partenariat de trois universités : l'École de journalisme de l'Université de la Colombie-Britannique, le York-Ryerson Graduate Program in Culture and Communications et le Centre d'études sur les médias de l'Université Laval. CTV le finance actuellement à hauteur de 500 000 \$ par an. Cela fait partie du bloc d'avantages demandé par le CRTC lorsqu'il a approuvé le rachat des stations de CTV par BCE; ces mesures visent une période de sept ans qui se termine au milieu de 2008.

4) Initiation aux médias

Bien que l'éducation relève de la compétence des provinces, certains témoins ont pressé le gouvernement fédéral de trouver un moyen de soutenir l'initiation aux médias. Les nouvelles et l'information sont le plus utiles quand les consommateurs – c'est-à-dire les lecteurs, les auditeurs et les téléspectateurs – sont en mesure de distinguer un travail journalistique de qualité d'un travail médiocre et sont conscients du rôle de l'information dans une démocratie qui fonctionne bien. Le Comité propose :

PROPOSITION 9

Que les écoles secondaires offrent des cours d'initiation aux médias.

D. La diversité dans la salle de rédaction

Plusieurs porte-parole des minorités raciales et ethniques ont fait part au Comité de leurs préoccupations quant à la manière dont ces minorités sont représentées dans les médias grand public et à leur place dans les salles de rédaction.

M. John Miller, professeur à l'école de journalisme de l'Université Ryerson, a étudié la situation des minorités dans 96 journaux grand public et parlé de certaines de ses observations au Comité. Il a notamment constaté que 59 p. 100 environ des journaux qui ont répondu à son sondage ont un personnel entièrement composé de personnes de race blanche⁶³. Les journalistes autochtones étaient les moins bien représentés. Sur les 2 000 employés de journaux pris en compte dans l'enquête, un seul était autochtone.

Il y a eu des progrès depuis 1994 a dit M. Miller, « mais surtout du côté des emplois à temps partiel plutôt que des emplois à temps plein ». Patrick Hunter, de la Fondation canadienne des relations raciales, admet qu'il y a eu des progrès, mais :

La question toutefois est de savoir si on les incorpore vraiment [les journalistes de groupe minoritaire], si on les encadre et si on les laisse se former et se perfectionner. Je ne suis pas sûr. Je n'irai pas jusqu'à affirmer qu'ils ne reçoivent pas la même attention, mais c'est difficile quand l'organe d'information est [en mode réduction] et se retrouve avec trop peu de temps ou de personnel pour encadrer les nouveaux venus.

Il est avantageux pour l'ensemble de la population que les médias grand public emploient de plus en plus de membres des minorités. Cela contribue à la diversité des

⁶³ John Miller, 7 décembre 2004.

vues exprimées et unifie les collectivités en faisant des groupes minoritaires des éléments à part entière de la société canadienne. Le Comité propose :

PROPOSITION 10

Que les organes d'information s'efforcent, dans leurs décisions d'embauche, de refléter les caractéristiques démographiques de l'ensemble de la société.

PARTIE VI : POUR RÉSUMER

Le Comité a beaucoup appris sur l'état actuel des médias d'information canadiens. Si la situation est excellente à de nombreux égards, certains constats sont en revanche extrêmement préoccupants.

Dans l'ensemble, les Canadiens sont bien servis par leurs organes de presse. Il y a cependant des endroits où la concentration de la propriété atteint des niveaux que peu de pays considéreraient comme tolérables. Il y a aussi des régions qui sont mal servies, que ce soit par le secteur privé ou par le radiodiffuseur public national.

Les nouvelles technologies de communication ont profondément transformé la manière dont les Canadiens produisent et consomment les nouvelles et l'information, et cette mutation se poursuit. Cela dit, le Comité est convaincu que les organes de presse établis de longue date continueront de jouer un rôle de premier plan pendant encore bien des années.

La situation serait moins inquiétante si le Canada avait un radiodiffuseur public plus fort dont la mission essentielle consisterait à acheminer les nouvelles et l'information à tous les citoyens. Malheureusement, des contraintes budgétaires constantes et l'abandon malavisé d'émissions de nouvelles locales et régionales ont amené la Société Radio-Canada à s'écarter de sa mission fondamentale.

S'il existe des règlements et programmes qui empêchent des intérêts étrangers de se rendre propriétaires de médias canadiens, rien n'empêche la concentration de la propriété d'entreprises médiatiques dans des régions données, voire dans l'ensemble du pays. Le Comité a observé que les autorités n'ont pas su exploiter les mécanismes dont elles disposent pour limiter la concentration dans les médias.

La situation actuelle, avec ses avantages et ses inconvénients, est l'aboutissement de nombreuses années de labeur : celui des entrepreneurs qui ont bâti des organes de presse forts et profitables et celui des autorités qui s'efforcent de composer avec des problèmes complexes qui se prêtent mal à des solutions toutes faites.

Après plus de trois ans et demi d'étude, le Comité a une bonne idée des modifications à apporter à la politique fédérale pour protéger et renforcer les organes de presse canadiens. *La mise en œuvre des mesures qu'il envisage n'exige en rien de s'immiscer dans la politique rédactionnelle ou les rouages des organes d'information.* Les questions de contenu, les Canadiens les régleront eux-mêmes par la voie de la liberté

d'expression et de la liberté de la presse, sous réserve des contraintes normales comme celles relatives au libelle ou à la propagande haineuse.

Le Comité est arrivé à plusieurs conclusions importantes. Les nouvelles et l'information et les débats d'opinion sont des éléments essentiels au bon fonctionnement de la démocratie dans une société moderne complexe. L'important, ce n'est pas que tout le monde soit du même avis, mais que les citoyens aient accès à des nouvelles et à de l'information de sources variées pour participer en toute connaissance de cause aux grands débats de société. Les journaux et les diffuseurs jouent à cet égard un rôle crucial depuis une centaine d'années.

Comme on l'a indiqué à plusieurs reprises, qui dit presse libre, dit grande variété de sources de nouvelles et d'opinions, variété qui ne peut être garantie qu'il y a un nombre suffisamment grand de propriétaires différents. Le pays sera mal servi si un, deux ou trois groupes de presse seulement contrôlent le gros des entreprises médiatiques dans des marchés donnés ou dans l'ensemble du pays.

Autrement dit, il est dans l'intérêt public que les entreprises médiatiques appartiennent à plusieurs propriétaires différents. Il est aussi dans l'intérêt public qu'un radiodiffuseur public national agisse en complémentarité du secteur privé.

Le Canada n'a malheureusement pas de tribune publique où examiner l'intérêt public dans le contexte des projets de fusion d'entreprises médiatiques. Le Bureau de la concurrence et le CRTC ne peuvent pas jouer ce rôle. En fait, comme nous l'affirmons dans le présent rapport, les lois habilitantes de ces deux organisations et la manière dont celles-ci interprètent leur mandat empêche toute discussion de l'intérêt public dans les fusions d'organes de presse.

Le Canada est le seul de tous les pays développés à ne pas avoir de tribune de ce genre. Le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et les États-Unis ont tous adopté des lois limitant les positions dominantes.

Pour ce qui est du rôle et des attributions du radiodiffuseur public national du Canada, on n'a pas suffisamment tenu compte de la mission de la Société Radio-Canada dans la confection de son budget. C'est pour cette raison que nous recommandons une méthode plus transparente, ouverte et responsable d'élaboration du mandat du radiodiffuseur public national.

Dans certains marchés et dans certaines régions, on observe une concentration élevée de la propriété des médias, quand ce n'est pas carrément la domination d'un groupe. Ces situations présentent des problèmes particuliers. Une concentration excessive et la

domination d'un marché par un groupe suscitent la méfiance envers les institutions mêmes dont les Canadiens dépendent pour obtenir des nouvelles et de l'information.

Le Comité s'est intéressé à ce que l'on pourrait appeler l'architecture du système. Le gouvernement peut, sans s'immiscer dans les questions de contenu, encourager la mise en place d'un climat favorable à la production de nouvelles et d'information de qualité présentées de points de vue très différents.

Les 40 recommandations du Comité partent du principe que plus il y a de propriétaires d'organes de presse, mieux c'est. Le Comité estime essentiel de modifier la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur la concurrence*, faute de quoi il sera impossible d'instituer un mécanisme permettant l'examen de l'intérêt public dans les fusions d'entreprises du secteur des médias. Il est en outre absolument essentiel d'adopter un meilleur mécanisme pour déterminer le mandat de la Société Radio-Canada.

Le présent rapport contient aussi 10 propositions qui touchent des questions qui ne relèvent pas vraiment des autorités fédérales, mais qui complètent les recommandations du Comité au gouvernement fédéral. Ces propositions pourraient grandement contribuer à améliorer l'offre et la qualité des nouvelles mises à la disposition du public canadien.

Il n'y a pas de démocratie sans participation des citoyens, et celle-ci n'a de valeur que si les citoyens ont accès à des nouvelles, de l'information, des analyses et des opinions. Le gros du présent rapport porte sur les facteurs cruciaux pour l'exercice des responsabilités civiques. Des organes d'information sains et vigoureux sont tout aussi importants pour l'intérêt public que les droits et libertés des citoyens. Il est temps de prendre conscience de cet aspect de l'intérêt public et d'instituer au Canada des mécanismes analogues à ceux que l'on retrouve dans les autres démocraties développées.

ANNEXE A : L'ÉTUDE, LES TÉMOINS ET LES MÉMOIRES

Le Comité a reçu du Sénat l'autorisation de procéder à la présente étude le 19 mars 2003 durant la seconde session de la trente-septième législature et a tenu sa première audience le mardi 29 avril 2003. Les audiences se sont poursuivies ensuite, avec une interruption due à la prorogation du Parlement, jusqu'au dépôt du *Rapport intérimaire sur les médias canadiens d'information* le 1^{er} avril 2004. À ce moment-là, le Comité avait entendu 68 témoins.

Depuis le dépôt du *Rapport intérimaire*, le Comité a entendu 236 témoins de plus. En particulier, durant la première session de la trente-huitième législature, il a tenu une série d'audiences pancanadiennes à Vancouver, Calgary, Regina, Winnipeg, Toronto, Montréal, St. John's, Moncton et Halifax. Il s'est aussi rendu à Washington, en mars 2005, pour y mener une mission d'information durant laquelle il a rencontré diverses personnes, notamment des porte-parole de la Commission fédérale des communications et des journalistes du *Washington Post* et de la National Public Radio. Le Comité a aussi organisé à partir d'Ottawa une téléconférence avec M. Damian Tambini, professeur à l'Université d'Oxford, spécialiste de l'évolution récente de la réglementation de la radiodiffusion et des médias au Royaume-Uni.

Dans le cadre de son étude, le Comité a commandé un certain nombre de travaux : (i) un examen du CRTC par M. Richard Schultz; (ii) un sondage sur l'utilisation des médias par les Canadiens et sur l'opinion qu'ils en ont; (iii) une brève analyse du contenu de certains journaux communautaires; (iv) une étude du centre des enquêtes de l'Université Carleton sur l'évolution du contenu de quatre quotidiens canadiens sur une période de dix ans; et (v) une analyse du Centre d'études sur les médias de la propriété mixte des sources d'information sur les marchés de langue anglaise et de langue française de Montréal et sur le marché de Vancouver. Le Comité a bénéficié par ailleurs de la contribution de nombreux Canadiens sous la forme de mémoires et a réuni une grande quantité de documentation.

On trouvera ci-dessous la liste complète des 304 témoins entendus par le Comité et les noms des personnes qu'il a rencontrées en mission d'information. Suit une liste sélective des mémoires et documents reçus dans le cadre des travaux du Comité.

TÉMOINS

Deuxième session, trente-septième législature

Le mardi 29 avril 2003

À titre personnel

Tom Kent, boursier, École des études politiques, Université Queen's
Mark Starowicz, chef de production, CBC CineNorth

Le jeudi 1^{er} mai 2003

À titre personnel

Patrick Watson, ancien président de la SRC
Russell Mills, boursier Neiman, Université Harvard
Gerald Caplan, ancien coprésident du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion
Florian Sauvageau, directeur, Centre d'études sur les médias, Université Laval, et ancien coprésident du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion

Le mardi 6 mai 2003

À titre personnel

Christopher Dornan, directeur, École de journalisme et de communication, Université Carleton
Denise Bombardier, journaliste et auteure

Le jeudi 8 mai 2003

À titre personnel

Marc-François Bernier, professeur, Département de communication, Université d'Ottawa
Gaëtan Tremblay, professeur, Département des communications, et codirecteur du Groupe de recherche interdisciplinaire sur la communication, l'information et la société, Université du Québec à Montréal

Le mardi 13 mai 2003

À titre personnel

Vince Carlin, directeur et professeur agrégé, École de journalisme, Université Ryerson
Carolyn Newman, productrice indépendante
Charly Smith, productrice indépendante

Le jeudi 15 mai 2003

À titre personnel

Roger D. Landry, ancien éditeur de *La Presse*

Le mardi 27 mai 2003

À titre personnel

Donna Logan, directrice, École de journalisme, Université de la Colombie-Britannique

Fraser Institute

Neil Seeman, analyste principal de la politique, Fraser Institute, et directeur, Canadian Statistical Assessment Service

Patrick Luciani, chercheur principal, Fraser Institute

Le jeudi 29 mai 2003

À titre personnel

Jamie Cameron, professeure, Osgoode Hall Law School, Université York

Pierre Trudel, professeur titulaire, Chaire L. R. Wilson sur le droit des technologies de l'information et du commerce électronique, Centre de recherche en droit public, Université de Montréal

Le mardi 3 juin 2003

À titre personnel

Brian MacLeod Rogers, avocat

Christopher Maule, professeur de recherche distingué, Département des sciences économiques et École de relations internationales Norman Paterson, Université Carleton

Le mardi 10 juin 2003

À titre personnel

Kirk LaPointe

Le jeudi 12 juin 2003

À titre personnel

Tim Casey, directeur général, Médias et divertissement, BMO Nesbitt Burns

Andrea Horan, analyste des communications et des médias, Westwind Partners Inc.

Le mardi 17 juin 2003

Association canadienne des journaux

Anne Kothawala, présidente-directrice générale

À titre personnel

Peter Kohl

Le jeudi 19 juin 2003

À titre personnel

Clark Davey, ancien éditeur de journaux

Hamilton Southam, ancien administrateur de Southam Inc.

Wilson Southam, ancien administrateur de Southam Inc. et de Southam Newspapers

James Travers

Le mardi 23 septembre 2003

Bureau de la concurrence

Gaston Jorré, commissaire de la concurrence intérimaire

Peter Sagar, sous-commissaire de la concurrence

Le jeudi 25 septembre 2003

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

Charles Dalfen, président

Andrée P. Wylie, vice-présidente, radiodiffusion

Marc O'Sullivan, directeur général, Direction générale de la radiodiffusion

Le mardi 7 octobre 2003

Rogers Communications Inc.

Philip B. Lind, vice-président

Ken Engelhart, vice-président, Lois de nature réglementaire

Alain Strati, directeur des affaires réglementaires

Rogers Media Inc.

Anthony P. Viner, président

Rogers Publishing Limited

Brian Segal, président-directeur général

Le jeudi 9 octobre 2003

Nos Ondes Publiques

Arthur Lewis, directeur général

Sheila Petzold, présidente du Comité de coordination

Doug Willard, ancien président de la Fédération canadienne des enseignantes et enseignants

Le mardi 21 octobre 2003

À titre personnel

Armande Saint-Jean, professeure, Département de lettres et de communications,
Université de Sherbrooke

Le jeudi 23 octobre 2003

Société Radio-Canada

Carole Taylor, présidente, Conseil d'administration

Robert Rabinovitch, président-directeur général

Tony Burman, rédacteur en chef, CBC News, Current Affairs et Newsworld, CBC
Radio, TV et cbc.ca

Claude Saint-Laurent, conseiller spécial auprès du président-directeur général et
président du comité des normes et pratiques journalistiques

Alain Saulnier, directeur général de l'information radio, Radio-Canada

Le mardi 28 octobre 2003

Quebecor Inc.

Luc Lavoie, vice-président exécutif, Affaires corporatives

Le jeudi 30 octobre 2003

Médias Transcontinental Inc.
André Préfontaine, président

Le mardi 4 novembre 2003

Corus Entertainment Inc.
John M. Cassaday, président directeur général
Paul Robertson, président, Corus Television et Nelvana
John P. Hayes, président, Corus Radio
Kathleen McNair, vice-présidente, affaires corporatives et réglementaires, avocat
général

Le jeudi 6 novembre 2003

CHUM Ltd.
Jay Switzer, président-directeur général
Sarah Crawford, vice-présidente, Affaires publiques
Peter Miller, vice-président, Planification et réglementation

Troisième session, trente-septième législature

Le jeudi 26 février 2004

Council on American-Islamic Relations Canada
Sheema Khan, présidente
Riad Saloojee, directeur général

À titre personnel

Clifford Lincoln, député

Le mardi 9 mars 2004

Gilde canadienne des médias
Lise Lareau, présidente
Scott Edmonds, vice-président, Division de la Presse canadienne

Periodical Writers Association of Canada

Michael O'Reilly, président
Doreen Pendgracs, ancienne membre du bureau national de la PWAC

Le jeudi 11 mars 2004

*Gilde nationale des travailleurs dans les secteurs médiatique, manufacturier,
professionnel et de services du Canada / Travailleurs en communications
d'Amérique*
Arnold Amber, directeur

Montreal Newspaper Guild / Travailleurs en communications d'Amérique
Jan Ravensbergen, président

Ottawa Newspaper Guild / Travailleurs en communications d'Amérique
Lois Kirkup, présidente

Le mardi 27 avril 2004

Le Devoir

Bernard Descôteaux, directeur

Le mardi 4 mai 2004

Association de la presse francophone

Francis Potié, directeur général

Annick Schulz, directrice des communications et des relations gouvernementales

Canadian University Press

Chris Wilson-Smith, chef du bureau national

Le jeudi 13 mai 2004

Friends of Canadian Broadcasting

Ian Morrison, porte-parole

Noreen Golfman, présidente du Comité directeur

Première session, trente-huitième législature

Le mardi 16 novembre 2004

National Ethnic Press and Media Council of Canada

Thomas S. Saras, président

Mashadi Massood, vice-président, Presse

Le mercredi 17 novembre 2004

Fédération canadienne des femmes diplômées des universités

Susan Russell, directrice générale

Sheila Clarke, directrice, Législation

The Walrus

Ken Alexander, éditeur

Le mardi 23 novembre 2004

À titre personnel

Ben Chin, Toronto One

Western Standard

Ezra Levant, éditeur

Le mercredi 24 novembre 2004

Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier

Peter Murdoch, vice-président

Joe Matyas, président, SCCÉP, journaliste, London Free Press

John Spears, journaliste, Toronto Star

À titre personnel

Christopher Waddell, Chaire Carty en commerce et en journalisme financier, Université Carleton

Le mercredi 1 décembre 2004

À titre personnel

Allan Thompson, professeur, Université Carleton

Le mardi 7 décembre 2004

À titre personnel

John Miller, professeur, Université Ryerson

Kim Kierans, directrice, École de journalisme, Université de King's College

Le lundi 13 décembre 2004

TVN Niagara Inc.

Wendell G. Wilks, directeur général

REAL Women of Canada

Lorraine McNamara, présidente nationale

Gwen Landolt, vice-présidente nationale

À titre personnel

Paul Winkler

Corriere Canadese

Angelo Persichilli, éditeur politique

À titre personnel

Peter G. Reynolds, Deaf TV

D. Peter Reynolds, Deaf TV

Hasanat Ahmad Syed, South Asian Journalists Club

M. Sultan Qureshi, South Asian Journalists Club

Derek Luis, directeur exécutif, Canadian Diversity Producers' Association

Le mardi 14 décembre 2004

TVOntario

Isabel Bassett, présidente et chef de la direction

Blair Dimock, directeur, planification stratégique

Ingrid McKhool, conseillère principale, Planification stratégique et affaires
réglementaires

Association canadienne des annonceurs

Ron Lund, président et chef de la direction

Bob Reaume, vice-président, politique et recherche

Fondation canadienne des relations raciales

Karen Mock, directrice exécutive

Patrick G. Hunter, directeur des communications

Conseil de presse de l'Ontario

Doris Anderson, présidente

Mel Sufrin, secrétaire exécutif

À titre personnel

June Callwood

Terence Corcoran

Le mercredi 15 décembre 2004

À titre personnel

Will Straw, Département d'histoire de l'art et de communications, Université McGill

Enn Raudsepp, directeur, Département de journalisme, Université Concordia

Syndicat des travailleurs de l'information du Journal de Montréal

M. Martin Leclerc, président

Jérôme Dussault, vice-président

Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec

Lucie Gagnon, secrétaire générale

Magalie Paré, directrice générale de Radio Centre-Ville et membre du conseil
d'administration de l'ARCQ

Association des journaux régionaux du Québec

George Bakoyannis, président sortant, Association des journaux régionaux du Québec
et éditeur, The Chomedy News

Debbie Dore, membre du conseil d'administration, Association des journaux régionaux
du Québec et adjointe administrative de The Chronicle et The Westmount
Examiner

Greg Duncan, directeur général

Association des agences de publicité du Québec

Yves St-Amand, directeur général

Gregor Angus, président BBDO Montréal et président de l'Association des agences de publicité du Québec

François Vary, expert-conseil et président du Conseil des directeurs de médias du Québec

À titre personnel

Deepak Awasti, Mouvement du Grand Québec

Charles Shannon, Montreal Newspaper Guild

André Seleanu, pigiste

Del Hushley

Le jeudi 16 décembre 2004

Regroupement des syndicats de Gesca

Monique Prince, journaliste au pupitre à La Presse, et coordonnatrice du Regroupement

Louis Larivière, représentant publicitaire à La Presse, président du Syndicat des travailleurs de l'information de la Presse

Charles Coté, journaliste à La Presse et premier vice-président du Syndicat des travailleurs de l'information de La Presse

Fernand Bélanger, journaliste à La Voix de l'Est, et président du Syndicat national des employés de La Voix de l'Est

Stéphane Gousse, employé de bureau au Soleil, et président du Syndicat des employés de bureau du Soleil

Fédération nationale des communications

Chantale Larouche, présidente

Pierre Roger, secrétaire général

Télé-Québec

Paule Beaugrand-Champagne, présidente directrice générale

Denis Bélisle, secrétaire général et directeur général des Affaires juridiques

Jacques Lagacé, directeur général des Affaires institutionnelles

Fédération professionnelle des journalistes du Québec

Alain Gravel, président

Claude Robillard, secrétaire général

Association des journalistes indépendants du Québec

Fabienne Cabado, journaliste indépendante, secrétaire de l'AJIQ

Jean-Sébastien Marsan, journaliste indépendant, président de l'AJIQ

Conseil de presse du Québec

Raymond Corriveau, président

Robert Maltais, secrétaire général

Le lundi 31 janvier 2005

Media Union of British Columbia

Janet Ingram-Johnson, secrétaire-trésorier

À titre personnel

Patrick Nagle

Ian Mulgrew

Association canadienne des journalistes, chapitre de Vancouver

Deborah Campbell, présidente

Deborah Jones, membre

À titre personnel

Catherine Murray, professeure agrégée en communications, Université Simon Fraser

Canadian Community Newspapers Association

John Hinds, directeur général

Peter Kvarnstrom, président

Ming Pao Daily News

George Ho, sous-éditeur

The Knowledge Network:

Wayne Robert, directeur général

Sarah MacDonald, directrice de la programmation, Télévision et nouveaux médias

The Tyee

David Beers, rédacteur en chef

Charles Campbell, collaborateur à la rédaction

À titre personnel

Paul R. Willcocks

Ville de Burnaby

Nick Volkow, conseiller municipal

À titre personnel

Pedro Mora, Vancouver Community Television Association

James MacKinnon, Campaign for Press and Broadcast Freedom

Bob Hackett, School of Communication, Simon Fraser University

Rafeh Holays, Canadian Arab Federation

Riadh Muslih, Adala - Canadian Arab Justice Committee

Brian Campbell, B.C. Library Association

Barbara Joe May, B.C. Library Association

Donald G. MacKenzie

Ralsab Ward, professeur et directeur de l'Institute for Computing

Richard Ward, Community Media Education Society
Kevin Potvin, Republic of East Vancouver Newspaper
Joan Jenny, Northern Comfort Productions
Chris Budgell
Isabel Minty
Sid Chow Tan

Le mardi 1 février 2005

À titre personnel

Donna Logan, directrice, École de journalisme, Université de la Colombie-Britannique;
Mary Lynn Young, professeure, École de journalisme, Université de la Colombie-Britannique
Stephen J. A. Ward, professeur, École de journalisme, Université de la Colombie-Britannique

Fairchild Television Ltd.

Winnie Hwo, responsable des nouvelles et des actualités pour l'Ouest canadien

À titre personnel

Jhenifer Pabillano, étudiante, École de journalisme
Richard Warnica, étudiant, École de journalisme
Kesten Broughten, CITR Radio
Brad Badelt, étudiant, École de journalisme
Darcy-Anne Wintonyk, étudiante, École de journalisme
Meeha Mann
James Weldon, étudiant, École de journalisme
Carrie May Siggins, étudiante, École de journalisme
Robert Annandale, étudiant, École de journalisme
Dustin Pirillo

Le mercredi 2 février 2005

Alberta Press Council

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

Alberta Weekly Newspaper Association

Dennis Merrell, directeur général
Roger W. Holmes, président, AWWNA et éditeur, Wainwright Star Chronicle

Access Television

Ross Mayot, vice-président, Administration et affaires commerciales

À titre personnel

Rebecca Aizenman
Oscar Fech

Le jeudi 3 février 2005

À titre personnel

Patricia Bell, directrice, École de journalisme, Université de Regina
Gillian Steward, professeure invitée, École de journalisme, Université de Regina
Sharon Butala
Mary Thomson
Donald Johnson
Kashif Ahmed, directeur des communications, Muslims for Peace and Justice
Connie Deiter, Saskatchewan Aboriginal Women's Circle

Le vendredi 4 février 2005

Farmers' Independent Weekly

Anders Bruun, copropriétaire, secrétaire et conseiller juridique
Lynda Tityk, copropriétaire et vice-présidente
Conrad MacMillan, éditeur associé

Société Radio-Canada

René Fontaine, directeur de la radio française, région des prairies
Gilles Fréchette, chef des émissions, radio française (Manitoba)
Lionel Bonneville, directeur, télévision française de l'Ouest

Société franco-manitobaine

Daniel Boucher, président-directeur général

La Radio communautaire du Manitoba, Envol 91 FM (CKXL)

Annie Bédard, directrice générale
Jacob Atangana-Abé, trésorier

La Liberté

Sylviane Lanthier, directrice et rédactrice en chef

Winnipeg Free Press

Murdoch Davis, éditeur

Aboriginal Peoples Television Network

Jean LaRose, directeur général
Wayne McKenzie, directeur des opérations
Wilf Blondé, directeur des finances
Rita S. Deverell, directeur des nouvelles et des actualités
Tim Kist, directeur du marketing
Kent Brown, directeur des ressources humaines

À titre personnel

Kristjan Anderson
Lesley Hughes

Le mercredi 16 février 2005

Torstar Corporation

Robert Prichard, président et chef de la direction, Torstar Corporation

Pat Collins, vice-président exécutif, Journaux, Torstar Corporation

Michael Goldbloom, éditeur, Toronto Star

Jagoda Pike, présidente, CityMedia et editrice, Hamilton Spectator

Murray Skinner, président, Metroland, Printing, Publishing and Distributing

Sue Gaudi, conseillère générale adjointe et responsable des questions liées à la vie privée, journaux, Torstar Corporation

Le mardi 22 février 2005

Shaw Communications Inc

Ken Stein, vice-président principal, Affaires corporatives et réglementaires

Le mercredi 23 février 2005

Association canadienne des radiodiffuseurs

Glenn O'Farrell, président-directeur général

Le mardi 8 mars 2005

Gesca Ltée

Guy Crevier, président

Le mardi 12 avril 2005

Cogeco Inc.

Michel J. Carter, président et chef de la direction, TQS et Cogeco Diffusion

Yves Mayrand, vice-président, Affaires corporatives

Le mercredi 13 avril 2005

CanWest Global Communications Corporation

Richard C. Camilleri, président, CanWest MediaWorks

Steve Wyatt, vice-président et rédacteur en chef, Global Television News

Gerry Nott, rédacteur en chef, Canadian News Desk, CanWest News Service, CanWest MediaWorks Publications

Scott Anderson, rédacteur en chef, Ottawa Citizen, et vice-président et rédacteur en chef, CanWest MediaWorks Publications

Geoffrey Elliot, vice-président, Affaires corporatives

Charlotte Bell, vice-présidente, Affaires réglementaires, CanWest Media Works Television and Radio

Le lundi 18 avril 2005

Newfoundland Broadcasting Company

Scott Stirling, président-directeur général

Douglas W. Neal, vice-président principal

Jim Furlong, directeur des nouvelles

Jesse Stirling, vice-président, Ventes et marketing

À titre personnel

Ivan Emke, professeur, Département des sciences sociales, Université commémorative de Terre-Neuve

Le Gaboteur

Steven Watt, directeur général

À titre personnel

David V. Jones

Craig Westcott, rédacteur d'affaires courantes, The Express

Patrick J. K. Hanlon, membre, Ligue catholique des droits de l'Homme du Canada

Le mardi 19 avril 2005

Association canadienne des journalistes

Paul Schneidereit, président national

Murray Brewster, représentant du chapitre de la Nouvelle-Écosse au Bureau national de direction

The Chronicle Herald

Sarah Dennis, vice-présidente, Marque et contenu, The Halifax Herald Limited

Bob Howse, rédacteur en chef

Terry O'Neil, rédacteur en chef

Shunpiking Magazine

Tony Seed, rédacteur en chef et éditeur

Gary Zatzman

À titre personnel

Bruce Wark, professeur agrégé de journalisme, École de journalisme, Université de King's College

Kevin Cox, Allnovascotia.com

Racquel Reid, Allnovascotia.com

Philip Bruce McLean

Shalom Mandaville, Soil and Water Conservation Society, Metro Halifax

Alison Tofflemire

Le mercredi 20 avril 2005

À titre personnel

Michael Cobden, professeur de journalisme (Maclean Hunter), École de journalisme, Université de King's College

Brian Warshick

Tim Currie, École de journalisme, Université de King's College

Le Courrier de la Nouvelle-Écosse

Denise Comeau Desautels, directrice générale

À titre personnel
Raymond Plourde
Jason Lawrence

Le jeudi 21 avril 2005

À titre personnel
Erin Steuter, professeure agrégée, Département de sociologie, Université Mount
Allison

Charlottetown Guardian
Gary MacDougall, rédacteur en chef

À titre personnel
Philip Lee, directeur de l'École de journalisme, Université St. Thomas
Jackie Webster
Robert Pichette
David Henley
Jack MacAndrew

L'Acadie Nouvelle
Clarence LeBreton, président du conseil d'administration
Jean St-Cyr, rédacteur en chef
Gilles F. Haché, directeur, ventes et marketing

À titre personnel
John Steeves
David Cadogan, président sortant, Canadian Community Newspapers Association
Jonathan Franklin
Bernard Robichaud, Agence de presse atlantique inc.
Bethany Thorne-Dykstra
Eric Tobin
Charles LeBlanc
Gilles Haché, Le Moniteur Acadien
Claude Bourque
Kevin Matthews, Max Media Ltd
Maurice Rainville
Jean-Marie Nadeau, Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick
John Murphy, Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick

Le vendredi 22 avril 2005

À titre personnel
Marie-Linda Lord, professeure, Programme en information-communication, Université
de Moncton

La Voix Acadienne
Marcia Enman, directrice générale

Brunswick News

Victor Mlodecki, vice-président et directeur général

Le mardi 10 mai 2005

À titre personnel

Damian Tambini, directeur, Programme in Comparative Media Law and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, Université d'Oxford

Le mercredi 11 mai 2005

The Globe and Mail

Edward Greenspon, rédacteur en chef

Sylvia Stead, rédactrice adjointe

Patrick Martin, rédacteur des commentaires

Le mardi 14 juin 2005

CTV News

Robert G. Hurst, président

Tom Haberstroh, vice-président

Joanne MacDonald, vice-présidente

Le mardi 18 octobre 2004

Magazines Canada

John L. Thomson, directeur général et éditeur, Canadian Geographic

Jim Everson, directeur général, Affaires publiques

Sylvaine Gombert, ex-membre du conseil de direction

Le mercredi 19 octobre 2005

Conseil canadien des normes de la radiotélévision

Ronald I. Cohen, président national

John MacNab, directeur exécutif

Teisha Gaylard, directeur des politiques

À titre personnel

Lydia Miljan, professeure des sciences politiques, Université de Windsor

**LISTE PARTIELLE DES PERSONNES RENCONTRÉES AU COURS DES
MISSIONS D'ÉTUDE**

Toronto (le 13 décembre 2004)

Cynthia Kinch, directrice de la programmation, nouvelles, réseau télévision anglaise

(« The National »)

Vancouver (le 1^{er} février 2005)

Donna Logan, directrice, École de journalisme, Université de la Colombie-Britannique
Claude Adams, instructeur en journalisme parlé, École de journalisme, Université de la Colombie-Britannique

Gabriela Perdomo

Darcy-Anne Wintonyk, étudiante, École de journalisme

Jhenifer Pabillano, étudiante, École de journalisme

Glenda Conrad, étudiante, École de journalisme

Washington, D.C. (les 1^{er} et 2 mars 2005)

Kenneth Ferree, Commission fédérale des communications

Erin Dozier, Commission fédérale des communications

Scott Keeter, Pew Research Centre

James Gattuso, Heritage Foundation

Gregory Sidak, American Enterprise Institute

Cecilia Wexler, vice-Présidente, Common Cause

Mark Lloyd, membre principal, Centre for American Progress

Chuck Goldfarb, Bibliothèque du Congrès

Angie Welborn, Bibliothèque du Congrès

Mike Getler, médiateur, Washington Post

Jeffrey Dvorkin, médiateur, National Public Radio

Chantal de la Rionda, National Public Radio

Neil Fried, conseiller juridique, Comité de l'énergie et du commerce, Chambre des représentants

Rachel Welch, conseiller démocratique, Comité du commerce, Sénat des États-Unis

Lee Carosi, bureau du sénateur John McCain

Daphna Peled, bureau du sénateur Byron Dorgan

Steve Miller, bureau du sénateur Conrad Burns

L'honorable Frank McKenna, ambassadeur du Canada aux États-Unis

LISTE PARTIELLE DES DOCUMENTS ET MÉMOIRES REÇUS AU COURS DE L'ÉTUDE**Deuxième session, Trente-septième législature**

1. Marc-François Bernier – Mémoire
2. Radio-Canada/CBC – Divers documents
3. Association canadienne des journaux – Divers documents
4. CRTC – Déclaration préliminaire et correspondance
5. Vince Carlin – Extraits d'ébauches des chapitres d'un livre
6. CHUM Ltée – Déclaration préliminaire et autres documents
7. Bureau de la concurrence – Déclaration préliminaire et correspondance
8. Corus Entertainment – Déclaration préliminaire et correspondance
9. Clark Davey – Discours prononcé au Club canadien de Kingston, le 8 mai 2003
10. Christopher Dornan – Mémoire et documents de suivi
11. Marc Edge – « The Press We Deserve: A Legacy of Unheeded Warnings »

12. Institut Fraser – Déclaration préliminaire et autres documents
13. Andrea Horan – Mémoire et « Advertising Spending: Insights from the Field (March 18, 2003) »
14. Tom Kent – Mémoire
15. Peter Kohl – Mémoire
16. Donna Logan – Mémoire et autres documents
17. Roger Landry – Déclaration préliminaire et « Définition du journal *La Presse* et de son orientation idéologique »
18. Médias transcontinental – Mémoire, liste de journaux, rapport annuel et autres informations
19. Russell Mills – Déclaration préliminaire, notes de discours relativement à une conférence à l'Université McGill le 14 février 2003 et autres documents
20. Nos ondes publiques – Mémoire et copie du texte du rapport « Public Service Broadcasters around the World » (janvier 1999, McKinsey and Company pour la BBC)
21. Centre pour la défense de l'intérêt public – « Revenons à la source : Le retour de l'intégration verticale »
22. Quebecor – Déclaration préliminaire et autres documents
23. Enn Raudsepp – « Repenser l'éthique des institutions médiatiques », « Pourquoi faut-il une enquête » et « Responsabilité des médias »
24. Brian MacLeod Rogers – Plan de cours (JRN 243, Université Ryerson) et « Cold Winds from the North »
25. Rogers Communications – Déclaration préliminaire et mémoire
26. Wilson Southam Hamilton Southam – « La diversité des voix en péril »
27. Erin Steuter – « La liberté de la presse est pour les propriétaires – Le monopole médiatique au Nouveau Brunswick »
28. Syndicat des communications de Radio-Canada – « Évolution de la couverture sportive à la première chaîne de Radio-Canada avant et après l'abolition du bulletin sportif de fin de soirée »
29. Gaëtan Tremblay – « Faut-il revoir les règles qui régissent la propriété étrangère des médias canadiens? »
30. Pierre Trudel – « Note sur la liberté de presse et la liberté éditoriale en droit canadien »
31. Anthony Westell – Divers articles
32. Correspondance de Robert Pulsford, en date du 7 septembre 2003
33. Correspondance et documents de Anne Vespry, en date du 12 septembre 2003
34. Dwayne Winseck, « Netscapes of Power: Convergence, Consolidation and Power in the Canadian Mediascape », dans *Media, Culture and Society*, 2002, vol. 24
35. Transcription d'une entrevue avec Donna Logan à « Sounds Like Canada » en date du 13 mai 2003
36. Communiqué du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion en date du 22 septembre 1986
37. Extraits de commentaire d'un cas devant la Commission fédérale des communications (É.-U.) en date du 2 janvier 2003

38. Bibliothèque du Parlement – « Quelques enjeux du secteur des médias », 27 janvier 2003
39. Conseil de l'Europe – « La diversité des médias en Europe », décembre 2002
40. Alain Dubuc – « Qui contrôle les médias? Personne », Notes pour une présentation, 28 novembre 2002
41. Mark Starowicz – « The Great Media Shift », 10 février 2000
42. Adam Finn, Stuart McFadyen et Colin Hoskins – « Valuing the Canadian Broadcasting Corporation », 2003
43. Maurice E. Stucke et Allen P. Grunes – « Antitrust and the Marketplace of Ideas », *Antitrust Law Journal*, vol. 69, 2001
44. Divers documents de l'Institut d'études canadiennes de McGill, 2003
45. Extraits du *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion, 2002* du CRTC
46. Bureau de la concurrence, « Pourquoi la concentration des médias ne préoccupe-t-elle pas le Bureau », 29 juin 1999
47. Bureau de la concurrence et CRTC (Interface), communiqué du 22 novembre 1999 avec document d'information
48. Documents de Culture et Communications Québec au sujet des médias et de la publicité
49. Communiqués de Culture et Communications Québec au sujet du Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information (6 et 27 septembre 2002), avec copie de la *Loi relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel* de la Belgique et un article du *Devoir* qui fournit les dernières informations sur les sujets abordés dans les communiqués
50. Table ronde progressiste-conservatrice sur la concentration des médias, 31 juillet 2002
51. « Not in the Newsroom! CanWest Global, Chain Editorials and Freedom of Expression in Canada », Canadian Journalists for Free Expression, avril 2002
52. « Media Consolidation/Encouraging Diversity of Electronic Media », Media Access program (US)
53. Extraits du Rapport annuel 2001-2002 de la SRC
54. Matthew Fraser, « The CBC's Choice : Constellations or Core Competencies? », *Policy Options*, septembre 2000
55. Colin Hoskins, Stuart McFadyen et Adam Finn, « Refocusing the CBC », *Canadian Journal of Communication*, hiver 2001, vol. 26
56. P. Finlay, *Concentration de la propriété dans les médias : Examen des enjeux principaux*, novembre 1999, études sur les médias de Patrimoine canadien
57. Dennis Price, *Propriété des entreprises culturelles : un profil comparatif international*, décembre 2001, études sur les médias de Patrimoine canadien
58. Marie-Hélène Lavoie et Chris Dornan, *La concentration de la presse écrite : Un « vieux » problème non résolu*, 2002, études sur les médias de Patrimoine canadien

Troisième session, trente-septième législature

59. Fédération canadienne des femmes diplômées des universités – Rapport au Comité

60. CRTC – Correspondance du Conseil
61. Canadian Council on American-Islamic Relations – « Les médias aujourd’hui : Couverture de l’Islam et de la communauté musulmane canadienne », 26 février 2004
62. Friends of Canadian Broadcasting – Correspondance et documents de suivi
63. Parti vert du Canada – Correspondance
64. Extraits de *Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*, juin 2003, rapport du Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes et réponse du gouvernement
65. Le Devoir – Documents de suivi
66. Viggo Lewis – Correspondance
67. Montreal Newspaper Guild – Renseignements généraux
68. TNG Canada – Résultats d’un sondage de journalistes
69. Periodical Writers Association of Canada – Exemples de contrats, « Freelancing in Canada: Vulnerable or Viable? », octobre 1996 et présentation au Comité (mars 2004, Pièce 5900-3.37/T1-SS-1,2 “1”)
70. Doris Baltruschat, « Television and Canada’s Aboriginal Communities », *Canadian Journal of Communications*, vol. 29, 2004
71. Centre d’études sur les médias – *Médias et vie démocratique*, 1^{er} novembre 2002
72. Renseignements au sujet des écoles de journalisme du Canada (20 octobre 2003)

Première session, trente-huitième législature

73. Aboriginal Peoples Television Network – Présentation au Comité
74. Access Media Group – Présentation au Comité
75. Conseil de presse de l’Alberta – Code de pratique, présentation au Comité et rapport annuel
76. Alberta Weekly Newspapers Association – Présentation au Comité et sondage auprès du lectorat
77. Association des journalistes indépendants du Québec – « Pour une représentation syndicale des journalistes indépendants »
78. Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec – Mémoire au Comité
79. Association canadienne des annonceurs – Présentation au Comité
80. Association des agences de publicité du Québec – « Opinion de l’Association...quant aux impacts de la convergence média sur l’industrie publicitaire »
81. Patricia Bell – Présentation au Comité
82. Conseil de presse de la Colombie-Britannique – Mémoire au Comité
83. Brunswick News – Mémoire au Comité et correspondance de suivi
84. David Cadogan – Présentation au Comité
85. Campaign for Press and Broadcast Freedom – BC Chapter – Présentation au Comité et suivi
86. Association canadienne des radiodiffuseurs – Présentation au Comité et renseignements généraux

87. Conseil canadien des normes de la radiotélévision – Présentation au Comité et renseignements généraux
88. Canadian Community Newspapers Association – Présentation au Comité
89. Canadian Ethnic Journalists' and Writers' Club – Rapport au Comité
90. Fédération canadienne des femmes diplômées des universités – Mémoire au Comité
91. Presse canadienne – Information au sujet de la Presse canadienne
92. Conseil canadien des relations raciales – Présentation au Comité et renseignements généraux
93. CanWest Global Communications – Documents de présentation et de suivi
94. Cogeco – Présentation au Comité et renseignements généraux
95. Halifax Chronicle-Herald – Présentation au Comité, « The Herald Newsroom Ethnics » et correspondance de suivi
96. Media Union of British Columbia – Mémoire au Comité et « What Makes News? A Citizens' Forum on Media Democracy in a Time of Ownership Concentration »
97. Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier – Divers documents, dont « Pour des médias canadiens démocratiques », « Normes journalistiques dans les médias monopolisés », « Politique des médias », et des renseignements généraux
98. Conseil de presse du Québec – « Rapport d'activités 2003-2004 », « La presse et la réalité autochtone », et décision dans le dossier numéro D2003-06-067
99. Terence Corcoran – Divers articles et discours
100. Courrier de la Nouvelle-Écosse – Texte d'un discours au Congrès mondial acadien 2004
101. CTV News – Documents de présentation, « Policy Handbook » et correspondance de suivi
102. Bob Davies – « Une histoire de comment le système n'a pas fonctionné »
103. Deaftv – Documents de présentation et renseignements généraux
104. Ivan Emke – Présentation au Comité, « Community Newspapers and Community Identity », « Survey of Community Newspaper Editors in Canada », « Media as Resource: Using Media to Manage Change in Rural Households », et « Report on a Community Survey of Bay ST. George South, Newfoundland »
105. Farmers' Independent Weekly – Mémoire au Comité
106. Fédération professionnelle des journalistes du Québec – Mémoire au Comité
107. Robert G. Gauthier – Mémoire au Comité
108. Gesca – Mémoire au Comité et correspondance de suivi
109. *Globe and Mail* – « Code of Conduct »
110. Bob Hackett – Mémoire au Comité et *The Missing News : Filters and Blind Spots in Canada's Press*
111. Robert Hajaly – Démocratie, liberté d'expression et contrôle des journaux
112. Kim Kierans – *Des hebdomadaires en danger : Une étude de cas portant sur trois journaux communautaires des Maritimes*
113. The Knowledge Network – Présentation et mémoire au Comité
114. *L'Acadie Nouvelle* – Présentation au Comité
115. *La Voix acadienne* – Exemples de diverses annonces publicitaires

116. *The Western Standard* – Documents de présentation
117. Donna Logan – Consortium canadien de recherche sur les médias, tabulation de données
118. Marie-Linda Lord – « Défis des médias acadiens : Monopole de presse et prise de parole – La situation au Nouveau-Brunswick »
119. Magazines Canada – Mémoire au Comité
120. Conseil de presse du Manitoba – Mémoire au Comité
121. Lydia Miljan et Barry Cooper – « The Canadian ‘Garrison Mentality’ and Anti-Americanism at the CBC », *Studies in Defence and Foreign Policy*, mai 2005
122. John Miller – « Qui écrit les nouvelles ? Race et sexe des employés des salles de presse des quotidiens canadiens »
123. Catherine Murray – « The Media », dans *Policy Analysis in Canada*, 2005
124. Patrick Nagle – Mémoire
125. National Ethnic Press and Media Council – « Faire du Canada une véritable communauté de communautés » et documents de suivi
126. TNG Canada – Mémoire au Comité
127. Alexander Norris – Mémoire au Comité
128. Conseil de presse de l’Ontario – Rapport annuel de 2003
129. Association des journaux régionaux du Québec – Mémoire au Comité
130. Radio communautaire du Manitoba – Présentation au Comité
131. Enn Raudsepp – Documents de suivi
132. REAL Women of Canada – Mémoire au Comité
133. Vic Roschkov – Mémoire au Comité
134. Shaw Communications – « A Presentation by the Strategic Counsel: Consumers and the Future of Household/Personal Technologies », « Shaw Annual General Meeting, January 13, 2005 », et « Cabled Canada »
135. Société franco-manitobaine – Mémoire au Comité
136. South Asian Journalists Club – Mémoire au Comité
137. John Steeves – Correspondance de suivi
138. Erin Steuter – « Freedom of the Press is for Those Who Own One : The Irving Media Monopoly in New Brunswick », *Shunpiking*, vol. 1
139. Tristan Stewart-Robertson – Mémoire au Comité
140. Syndicat des travailleurs de l’information du *Journal de Montréal* – « Le Journal de Montréal et la propriété croisée »
141. Télé-Québec – Présentation au Comité
142. Torstar – Mémoire au Comité et correspondance de suivi
143. TV Niagara – Présentation et correspondance de suivi
144. Christopher Waddell – « Coupes sombres dans les journaux et chute de la participation des électeurs : y a-t-il un lien? »
145. Stephen Ward – « The Future of Journalism Ethics Amid Revolution »
146. Megan Wennberg – « La démocratie jugée en fonction du maillon le plus faible de sa chaîne, quand *Here* devient leur »
147. Quebecor – Correspondance de M. Luc Lavoie avec la présidente (16 décembre 2004)
148. Transcontinental Media – Correspondance de M. André Préfontaine avec la présidente (15 juin 2005)

149. Association de la presse francophone – Correspondance de suivi
150. Consortium canadien de recherche sur les médias – « Fiche d'évaluation des médias canadiens »

ANNEXE B : LISTE DES RECOMMANDATIONS ET PROPOSITIONS

Le Comité recommande :

RECOMMANDATION 1

Qu'un nouvel article, portant sur les fusions des organes de presse, soit ajouté à la *Loi sur la concurrence*. Cet article :

- d) déclenchera automatiquement l'examen d'un projet de fusion d'entreprises médiatiques si certains seuils sont atteints;
- e) permettra aux ministres compétents d'exiger un examen des fusions proposées; établira le processus à suivre lors de l'examen d'une fusion, notamment la nomination d'un groupe d'experts chargé de mener l'examen.

RECOMMANDATION 2

Que la loi régissant le CRTC soit modifiée de manière à imposer, dans les cas appropriés, la participation du CRTC aux groupes d'examen constitués aux termes du nouvel article de la *Loi sur la concurrence*.

RECOMMANDATION 3

Que toutes les entreprises des médias d'information soient tenues de déclarer régulièrement, dans leurs publications ou durant leurs émissions, l'identité de leurs actionnaires contrôlants.

RECOMMANDATION 4

Que l'alinéa 3d) de la *Loi sur la radiodiffusion* soit modifié pour donner une priorité claire aux émissions de nouvelles et d'information dans le système de radiodiffusion canadien.

RECOMMANDATION 5

Que le paragraphe 5(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui définit les pouvoirs du CRTC, soit modifié afin de préciser que la réglementation doit « accorder une très haute priorité à la programmation des émissions de nouvelles et d'information au sein du système de radiodiffusion canadien ».

RECOMMANDATION 6

Que le CRTC adopte une approche plus libérale quant aux avantages de la concurrence dans le domaine des émissions de nouvelles et d'information.

RECOMMANDATION 7

Que le CRTC ne délègue pas les questions importantes liées aux fusions d'entreprises médiatiques et aux conditions de licence au Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) ou à tout autre organe.

RECOMMANDATION 8

Que le CRTC veille au respect des conditions qu'il impose aux organes de presse des entreprises médiatiques visées par une fusion d'entreprises médiatiques mixtes.

RECOMMANDATION 9

Que le gouvernement du Canada autorise le CRTC à imposer des amendes aux radiodiffuseurs.

RECOMMANDATION 10

Que le CRTC révise la réglementation de la télévision et de la radio communautaires pour favoriser l'accès au système de radiodiffusion et assurer la diversité des émissions de nouvelles et d'information diffusées par ces services.

RECOMMANDATION 11

Que le CRTC et le ministère du Patrimoine canadien élaborent ensemble un système d'information donnant accès à des données utiles et à jour sur la télévision et la radio communautaires.

RECOMMANDATION 12

Que le gouvernement établisse un système plus cohérent pour moduler le mandat de la SRC, système qui comporterait une planification à long terme, le renouvellement des licences tous les dix ans et un budget à long terme stable et suffisant.

RECOMMANDATION 13

Que le CRTC ne soit pas habilité à modifier le mandat de la SRC approuvé par le Parlement et le gouvernement.

RECOMMANDATION 14

Que la SRC se dote d'un plan axé sur les éléments fondamentaux de son mandat et que le gouvernement du Canada entame avec elle un processus d'examen en vue d'une entente sur le budget nécessaire pour qu'elle puisse offrir des services distinctifs et complémentaires à la population.

Une fois le mandat de la SRC déterminé, le gouvernement devrait s'engager à lui assurer un financement à long terme réaliste et stable suffisant pour permettre à celle-ci de supprimer la publicité de ses services de télévision.

RECOMMANDATION 15

Que la télévision de Radio-Canada s'efforce d'offrir une gamme de services qui ne fassent pas inutilement double emploi avec ceux du secteur privé. La SRC devrait notamment laisser à ce secteur la couverture des sports professionnels et des Jeux olympiques.

RECOMMANDATION 16

Que le conseil d'administration de la SRC comprenne des personnes ayant de l'expérience dans le domaine du journalisme, de la radiotélédiffusion ou de la conception d'émissions.

RECOMMANDATION 17

Que les nominations au conseil d'administration de la SRC soient revues par un comité parlementaire compétent.

RECOMMANDATION 18

Que le gouvernement nomme le président de la SRC à partir d'une liste de candidats préparée par le conseil d'administration de la Société.

RECOMMANDATION 19

Que la SRC soit tenue de préparer des rapports annuels contenant l'information nécessaire pour que la population canadienne et les parlementaires puissent mesurer les progrès réalisés dans l'exécution du mandat de la Société.

RECOMMANDATION 20

Que le ministère du Patrimoine canadien ajoute au Fonds du Canada pour les magazines un volet conçu pour favoriser le lancement de nouveaux magazines et prendre en compte le contenu rédactionnel canadien diffusé par la voie de mécanismes comme Internet.

RECOMMANDATION 21

Que le Programme d'aide aux publications soit doté d'un financement réaliste et stable.

RECOMMANDATION 22

Que le Programme d'aide aux publications soit modifié afin de mieux soutenir les publications à tirage restreint et celles qui sont en phase de lancement (en les rendant admissibles après quatre numéros ou quatre mois, par exemple, plutôt qu'au bout d'un an seulement).

RECOMMANDATION 23

Que le gouvernement du Canada poursuive son programme d'appui afin de procurer aux petites localités éloignées l'accès aux services à large bande du réseau de télécommunication canadien dans les régions où le secteur privé n'offre pas de services.

RECOMMANDATION 24

Que les ministres des Finances et du Patrimoine canadien permettent le recours à des fondations de bienfaisance pour financer des médias canadiens indépendants sans but lucratif et des centres de recherche sur les médias.

RECOMMANDATION 25

Que l'ARC améliore la procédure servant à déterminer si un périodique est canadien.

RECOMMANDATION 26

Que le ministre des Finances diffère le paiement de l'impôt sur les gains en capital afférents au transfert, d'une génération à l'autre, d'une entreprise familiale de journaux.

RECOMMANDATION 27

Que la *Loi sur la protection de l'information* soit modifiée afin d'y inclure, à l'article 4, l'intérêt public comme défense.

RECOMMANDATION 28

Que les demandes de mandat de perquisition pour la saisie de notes et autres documents appartenant à des journalistes présentées à un juge relèvent d'un niveau de responsabilité supérieur et soient signées personnellement par un ministre.

RECOMMANDATION 29

que le système d'accès à l'information soit :

- a) simplifié dans un souci de transparence et d'accessibilité;
- b) élargi pour inclure les sociétés d'État;
- c) et surveillé afin que les coûts des recherches soient raisonnables et que celles-ci soient menées avec une diligence raisonnable.

RECOMMANDATION 30

Que tous les ministères et organismes publics fédéraux veillent à ce que leurs employés soient mis au courant de l'existence et du contenu de toute mesure législative concernant les dénonciateurs.

RECOMMANDATION 31

Que le Bureau de la concurrence examine les contrats universels conclus avec les journalistes pigistes pour déterminer s'ils comportent un abus de pouvoir par une des parties au contrat.

RECOMMANDATION 32

Que le ministre du Patrimoine canadien détermine si les dispositions des contrats universels portent atteinte aux droits des auteurs et, le cas échéant, qu'il envisage d'apporter des modifications à la *Loi sur le droit d'auteur*.

RECOMMANDATION 33

Que, dans la mesure où la technologie le permet, le CRTC exige que les exploitants de systèmes de distribution par câble et par satellite augmentent le nombre d'émissions destinées aux minorités de langue officielle et qu'il donne aux petits systèmes de distribution le temps de se conformer à cette exigence.

RECOMMANDATION 34

Que, dans la mesure où la technologie le permet, le CRTC encourage la distribution nationale des programmes des télévisions éducatives provinciales de langue anglaise et de langue française.

RECOMMANDATION 35

Que l'on ordonne à tous les ministères fédéraux de se conformer à la loi en ce qui concerne la publicité dans les deux langues officielles.

RECOMMANDATION 36

Que le Conseil du Trésor veille à ce que le processus de traitement des plaintes concernant la publicité gouvernementale dans les deux langues officielles soit simplifié.

RECOMMANDATION 37

Que le gouvernement modifie son système de publicité dans les médias de manière :

- c) que les critères d'attribution de la publicité soient transparents;
- d) et que les critères d'attribution de la publicité aux médias ethniques soient expliqués à ceux-ci. Les ministères traitant avec les collectivités ethniques devraient vérifier s'il serait plus efficace de faire davantage appel à la presse ethnique pour atteindre l'auditoire qu'ils visent.

RECOMMANDATION 38

Que les ministères et organismes publics fédéraux envisagent de constituer des partenariats sans lien de dépendance avec des associations sans but lucratif ou des associations professionnelles de journalistes reconnues en vue d'accorder des bourses à des journalistes établis choisis par leurs pairs ou par des tiers indépendants.

RECOMMANDATION 39

Que soit créé un réseau de centres d'excellence qui feraient de la recherche sur le journalisme et l'état des médias au Canada.

RECOMMANDATION 40

Que le gouvernement du Canada enjoigne à ses ministères et organismes de mener, en temps opportun, des évaluations et examens des mesures législatives et des programmes qui influent sur la santé et la vitalité du système de diffusion des nouvelles et de l'information du Canada. Ces études devront être menées de manière ouverte et transparente et leurs résultats publiés.

Le Comité propose :

PROPOSITION 1

Que les journaux s'efforcent de créer des postes de médiateur (ombudsman).

PROPOSITION 2

Nous souscrivons fortement à la création et au soutien continu des conseils de presse et de médias au Canada. S'il est exclu à notre avis de créer un conseil de presse national, nous proposons que les membres de la presse et des autres organes concernés cherchent à créer un conseil de presse en Saskatchewan et à ranimer le conseil de presse de l'Atlantique.

PROPOSITION 3

Nous proposons que les membres de la presse et des autres organes concernés s'emploient à renforcer et à améliorer le travail des conseils de presse et de médias existants. Ces conseils devraient compter des journalistes d'expérience.

PROPOSITION 4

Que les organes d'information qui ne l'ont pas encore fait se donnent un énoncé de principes déclarant explicitement que les intérêts des propriétaires seront traités comme n'importe quelle autre nouvelle.

Nous proposons en outre que l'énoncé de principes soit publié et largement diffusé dans l'organisation, et en particulier auprès de ses journalistes.

PROPOSITION 5

Que le Conseil canadien des normes de la radiotélévision rende transparent son mécanisme de règlement des plaintes et qu'il affecte à la procédure d'examen des personnes ayant travaillé contre rémunération en journalisme.

PROPOSITION 6

Que les organisations médiatiques offrent aux journalistes des possibilités de perfectionnement en cours de carrière plus nombreuses et plus régulières.

PROPOSITION 7

Que les grandes entreprises médiatiques maintiennent, voire augmentent, leur soutien aux écoles de journalisme du Canada.

PROPOSITION 8

Que le Canada crée son propre centre de recherche indépendant sur les médias.

PROPOSITION 9

Que les écoles secondaires offrent des cours d'initiation aux médias.

PROPOSITION 10

Que les organes d'information s'efforcent, dans leurs décisions d'embauche, de refléter les caractéristiques démographiques de l'ensemble de la société.