Les agences de presse

LIBR-00333

par
Carman Cumming
Mario Cardinal
Peter Johansen

Volume 6
Publications de recherche

Commission royale sur les quotidiens

Tom Kent
Président

Laurent Picard
Commissaire

Borden Spears
Commissaire

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1981

En vente au Canada par l'entremise de nos
agents libraires agréés
et autres librairies
ou par la poste au:
Centre d'édition du gouvernement du Canada
Approvisionnements et Services Canada
Ottawa, Canada K1A 0S9

Publié aussi en anglais

N° de catalogue Z 1-1980/1-41-6F
ISBN 0-660-90810-7

Canada: $4.95
à l'étranger: $5.95

Prix sujet à changement sans avis préalable

Les agences de presse

par
Carman Cumming
Mario Cardinal
Peter Johansen

Etudes sur l'industrie des quotidiens

Volume 6

Les agences de presse

Table des matières

Publications de recherche VII

Introduction IX

1 Le réseau national d'information 1

2 Historique de la Presse canadienne 5

3 Les agences de presse: structure et fonction 11

4 L'influence des groupes sur la PC 23

5 La concurrence entre les agences de presse 31

6 Nature de l'information diffusée par la PC 39

7 Les autres services de nouvelles 49

8 Le Service français (SF) de la Canadian Press 59

9 Résumé et conclusions 71

Annexes

I Cotisations des membres de la PC, 1981 76

II Catégories de codage du Datafile pour les sujets d'articles 82

Publications de recherche de la Commission royale sur les quotidiens

Volume 1 *Les quotidiens et leurs lecteurs,* par le Communications Research Center, avec une introduction de Leonard Kubas.

Volume 2 *Du côté des journalistes,* par Robert Fulford, Lysiane Gagnon, Florian Sauvageau, George Bain, Walter Stewart, Gérald LeBlanc, Dominique Clift, Tom Sloan, Pierre Ivan Laroche et Jean Cloutier.

Volume 3 *Les quotidiens et la loi,* par Walter Tarnopolsky, Colin Wright, Gérald-A. Beaudoin et Edith Cody-Rice.

Volume 4 *Le journal comme entreprise,* par Eugene Hallman, P.F. Oliphant et R.C. White et le Communications Research Center (Leonard Kubas).

Volume 5 *Les relations de travail dans l'industrie des quotidiens,* par Gérard Hébert, C.R.P. Fraser et Sharon Angel, Allan Patterson, John Kervin, Donald Swartz et Eugene Swimmer, Pierre-Paul Proulx et James Thwaites.

Volume 6 *Les agences de presse,* par Carman Cumming, Mario Cardinal et Peter Johansen.

Volume 7 *Les quotidiens et les affaires publiques,* par Frederick J. Fletcher, avec la collaboration de David V.J. Bell, André Blais, Jean Crête et William O. Gilsdorf.

Volume 8 *Les quotidiens et l'ordinateur: une industrie en transition,* par Peter Desbarats, fondé en partie sur les études de Morrison W. Hewitt, Michael Tyler, Jean-Paul Lafrance, Ian Brown, Robert Collison, Tom Paskal, l'Institut de recherches politiques et Charles Dalfen.

Note: La numérotation des volumes suit l'ordre dans lequel les sujets ont été traités dans le rapport de la Commission.

Introduction

Une bonne part de l'information qui a servi à la rédaction du chapitre 7 du rapport de la Commission, publié le 18 août 1981, provenait de la présente étude sur les agences de presse canadiennes. Le manque d'espace nous a empêché d'incorporer au volume la totalité des tableaux et annexes présentés par les auteurs; le lecteur intéressé pourra les consulter aux Archives publiques. Les données des tableaux publiés ont été obtenues des organismes décrits: la PC et la Southam, par exemple.

On avait demandé aux recherchistes de la Commission, en plus de produire les données concrètes, de tirer leurs propres conclusions sur la situation analysée. Celles-ci ne concordent pas nécessairement avec les conclusions d'autres recherchistes ou celles que la Commission a elle-même tirées à la lumière de ses audiences publiques et de ses autres enquêtes.

Les auteurs du présent volume sont des journalistes et professeurs de renom. Carman Cumming, professeur de journalisme à l'université Carleton et anciennement professeur invité à l'université de Western Ontario, a œuvré pendant 14 ans à la Presse canadienne à titre de rédacteur, de correspondant aux Nations-Unies et de correspondant parlementaire. Il a également fait office, pendant plusieurs années, d'analyste à l'émission *Capital Report* du réseau anglais de Radio-Canada.

Mario Cardinal, réalisateur-maison du service des affaires publiques au réseau français de Radio-Canada à Montréal, travaille également à la mise sur pied de programmes de communications dans des pays du Tiers Monde. Il a enseigné le journalisme à l'Université de Montréal ainsi qu'à l'Université du Québec à Montréal; il a déjà occupé les postes de rédacteur en chef du magazine *Maclean*, de gérant de la rédaction au *Soleil* et de chef des nouvelles au *Devoir*.

Peter Johansen enseigne également le journalisme à l'université Carleton. Il a déjà occupé les fonctions de chargé de recherches associé à la School of Public Communications de l'université de Syracuse et a obtenu une maîtrise en communications de l'université de Stanford. Il était journaliste au *Citizen* d'Ottawa avant d'obtenir une bourse de stagiaire parlementaire de l'Association canadienne de Science politique.

Tim Naumetz, recherchiste pour le présent volume, a rédigé le chapitre 2 portant sur l'historique de la Presse canadienne. Etudiant de deuxième cycle à l'université Carleton, il est au pupitre de nuit du bureau d'Ottawa de la Presse canadienne et a travaillé à titre de journaliste pour le compte de plusieurs journaux ainsi que de Radio-Canada dans l'ouest du pays.

Dick MacDonald a dirigé la publication du volume, et a également coordonné la publication des autres études de la Commission. Jean-Claude Labrecque était coordonnateur des projets de recherche éditoriale et a supervisé la préparation de la version française des publications de recherche. Tim Creery, directeur de la recherche, était responsable devant la Commission de l'ensemble du programme de publication.

1
Le réseau national d'information

Dans une ville où elle se produit, la concentration de la presse a des conséquences claires et frappantes dans un secteur au moins: les citoyens perdent l'une des «voix» journalistiques qu'ils avaient coutume d'entendre, les commerçants perdent un moyen de transmission de la publicité et les politiciens perdent une tribune. Les répercussions de cette concentration sur le réseau national d'information sont beaucoup moins évidentes; cependant, à longue échéance, elles n'ont peut-être pas moins d'importance.

Le réseau d'information hybride qui existe au Canada (l'un des secteurs est français, l'autre anglais) est dominé par la Presse canadienne (PC), qui dessert surtout les journaux mais étend de plus en plus son champ d'activité dans le domaine de la radiodiffusion. On n'est pas vraiment conscient de toute l'importance du rôle de la PC parce que le système est conçu de manière à le passer sous silence. Les stations de radio et de télévision, notamment, s'efforcent de camoufler leur dépendance envers la presse écrite en général et envers la PC en particulier, et mettent en valeur tout ce qui fait l'originalité de leur programmation. Il n'en reste pas moins qu'on peut parler, dans une certaine mesure, d'un réseau d'information «unique» fondé d'abord et avant tout sur les comptes rendus des journaux et dominé à la base par la presse écrite; par conséquent, une étude de la concentration de la presse écrite ne saurait être complète sans un examen de ses répercussions sur l'ensemble du réseau d'information.

Ce rôle prépondérant de la presse écrite a des causes historiques, technologiques et économiques.

La cause historique tient simplement au fait que les journaux existaient avant la radio et la télévision, et ont institué un réseau d'échange de nouvelles sur lequel la radiodiffusion a lourdement compté au cours de ses premières années d'existence. Une fois établie, cette dépendance a été favorisée par le fait que la radio et la télévision sont peu à peu devenues un mode de divertissement plutôt qu'un moyen d'information. Il aurait fallu une incitation extrêmement forte pour que les radiodiffuseurs en viennent à créer un organisme distinct, capable de rivaliser avec le

complexe système par lequel les journaux mettaient leur information en commun et échangeaient le produit obtenu pour des nouvelles de l'étranger.

Sur le plan technologique, la domination des journaux est attribuable notamment au fait évident, mais néanmoins significatif, que l'écrit est durable alors que le matériel radiodiffusé est transitoire ou, à tout le moins, plus difficile à consulter. Tous les organes d'information s'alimentent les uns les autres, mais les radiodiffuseurs ont plus de facilité à puiser dans l'information écrite que les journalistes de la presse écrite n'en ont à leur rendre la pareille. Les rédacteurs et reporters de la radiodiffusion, pour obtenir de l'information de dernière heure, se fieront peut-être aux autres stations de radio et de télévision; mais le matériel écrit, qu'il soit tiré d'un journal paru ou d'une dépêche télégraphiée, constitue pour eux une source beaucoup plus utile. Il demeure à portée de la main; le journaliste peut s'y référer au moment qui lui convient, et il ne lui est pas nécessaire de syntoniser à une heure donnée, ni d'enregistrer, ni de transcrire. De plus, la quantité d'information transmise par les journaux et les agences de presse est beaucoup plus grande que celle de n'importe quelle station de radiodiffusion (exception faite d'une station ne diffusant que de la nouvelle), de telle sorte que l'information écrite est plus détaillée en plus d'être facile à utiliser. Par ailleurs, les journaux et les agences de presse ont de tout temps considéré leur objectif premier comme étant la fourniture de l'information, ce qui n'est pas le cas de la radio et de la télévision. Or, cette conception des rôles en vient à influer sur les rôles eux-mêmes. Les journalistes considèrent l'imprimé comme une source de matériel *original*, et la radio et la télévision comme un moyen d'étoffer ou de recirculer la nouvelle, sous forme de débats sur l'actualité ou d'interviews visant à assurer un suivi. Ainsi, ils ont tendance à se tourner vers la presse écrite pour y puiser l'information, ce qui renforce encore davantage leur dépendance initiale.

Bref, les journalistes considèrent (et bien peu de facteurs leur permettraient de croire le contraire) que les journaux dominent tout le réseau de production, de traitement et de diffusion de la nouvelle, même s'ils ne semblent plus, paradoxalement, constituer le médium d'information le plus influent auprès de la population. Ces facteurs jouent tant à l'intérieur même des agences que dans la manière dont les journalistes de la radiodiffusion glanent l'information et sélectionnent les nouvelles méritant une attention plus soutenue.

Sur le plan économique, la domination de la presse écrite est notamment attribuable à la propriété conjointe de journaux et d'entreprises de radiodiffusion, qui ne favorise ni la duplication des coûts ni l'apparition de services concurrents. Ce n'est probablement pas un hasard si, lors des débuts de la radio, c'est Radio-Canada, société d'Etat, (et non les stations privées) qui a fait les premiers pas vers la production de nouvelles en marge de la presse écrite (quoique cela ne se soit pas produit avant 1941, comme l'a signalé Frank Peers).[1] Et c'est à nouveau Radio-Canada qui, au début des années 70, a cherché (sans succès) à s'affranchir de la presse écrite en établissant son propre fil de nouvelles. Etant un organisme d'Etat, Radio-Canada manifeste depuis sa fondation des modes de fonctionnement et des besoins qui lui sont propres.

Certains facteurs, bien entendu, vont à l'encontre de cette intégration du réseau d'information et de sa domination par la presse écrite. La concurrence fait que

chaque organe d'information veut se distinguer de ses rivaux pour se gagner la faveur populaire. Toutefois, cette concurrence est peut-être plus superficielle que réelle: comme nous l'avons mentionné plus haut, les radiodiffuseurs font tous appel aux mêmes services de nouvelles dominés par la presse, ce qui est parfaitement justifié sur le plan économique, mais tentent de camoufler l'étendue de leur dépendance. Il est rare que l'on cite la source des nouvelles provenant de la Broadcast News Ltd. et de la Press News Ltd., les filiales de la PC qui desservent, respectivement, les entreprises privées de radiodiffusion et Radio-Canada. Les deux services sont donc presque totalement anonymes; leur anonymat est d'autant plus frappant qu'il survient dans une industrie où tous les autres participants s'ingénient à attirer l'attention sur eux.

Depuis quelques années, le secteur de la radiodiffusion est devenu plus concurrentiel, particulièrement dans l'Ouest et dans certaines régions du centre du Canada où les ondes sont très encombrées. De nouvelles agences telles que la Standard Broadcast News et Newsradio se sont taillé des marchés dans le secteur de la nouvelle parlée et ont ainsi intensifié la variété et la concurrence. Et l'information télévisée est devenue de plus en plus indépendante, à cause des moyens financiers dont le médium dispose et, également, des exigences particulières qu'il pose. Il n'en reste pas moins que la concurrence, en soi, n'est pas synonyme de variété; comme Anthony Westell l'a fait remarquer, elle peut provoquer la conformité dans la mesure où chacun des organes d'information s'efforcera de diffuser un produit équivalent à celui de ses concurrents.

C'est pourquoi la plupart des consommateurs ne sont probablement pas conscients du fait que le réseau d'information, qui semble se composer d'une multitude de «voix» concurrentes, n'en constitue en réalité qu'une seule. Les média eux-mêmes n'accordent pas beaucoup d'attention à cet état de fait, pour des raisons faciles à comprendre. Et pourtant, une agence, de par sa nature, joue un rôle dont les répercussions se font sentir bien au-delà de son propre réseau. On a souvent dit que l'essor des agences de presse avait engendré une tradition de neutralité politique dans le journalisme de l'Ouest, parce que ces agences devaient desservir des journaux affiliés à des partis politiques adverses. L'un des auteurs du présent rapport a déjà expliqué [2] que la Presse canadienne a tendance à favoriser le consensus (au moins à l'intérieur de chacun des deux groupes linguistiques) parce qu'elle est tenue de satisfaire une multitude de clients. Dans la même analyse, il concluait que l'avant-dernière génération d'équipement de transmission, fondée sur la télécomposeuse à régime lent, avait tendance à produire une information homogène, à limiter la sélection des nouvelles de la part de l'organe récepteur et à accentuer l'importance des grands centres de distribution tels que New York et Toronto. Le même raisonnement amène à conclure que la génération actuelle d'équipement informatisé à régime rapide favorisera la variété et la liberté de choix et fera diminuer l'importance des grands centres de distribution.

Ces théories permettent de croire qu'il existe peut-être un décalage entre l'attitude des agences de presse face à leur rôle et l'évolution des autres secteurs du journalisme au cours des dernières décennies. On a beaucoup parlé, par exemple, de la montée du journalisme de controverse et d'enquête, tendance que l'on associe tantôt au caractère «spectaculaire» imposé par la télévision, et tantôt à une réaction contre l'époque où les journalistes étaient considérés comme des copistes relatant

servilement les seuls faits que les personnalités publiques voulaient bien divulguer. On a également été fasciné par la notion de journalisme «individualisé», à laquelle on a trouvé toute une gamme de définitions et d'appellations, mais qui possède comme caractéristique principale un côté «coulisses de l'événement», une volonté obsessionnelle de relater *ce qui s'est passé en réalité* par opposition à ce qui figure dans les comptes rendus officiels.

Les agences de presse, en général, n'ont pas suivi ces tendances; cela peut justifier en partie les frustrations que leurs journalistes ressentent, et qu'ils ont exprimées avec force dans leurs mémoires à la Commission. Ils se considèrent en effet plus limités que leurs collègues par les structures qui les encadrent.

On répond généralement aux journalistes qui souhaitent écrire des articles analytiques ou des articles de fond que les agences de presse exigent, de par leur rôle, un produit particulier — des comptes rendus brefs, succincts, s'en tenant aux faits — et que ceux qui n'acceptent pas ce principe devraient changer d'emploi et écrire des romans ou des articles de magazines. On peut cependant se demander si la rapidité de transmission qui caractérise la génération la plus récente d'équipement, ainsi que la diversité croissante des organes desservis, ne permettraient pas aux agences de presse de s'ouvrir aux secteurs du journalisme individualisé et des articles de fond.

Références

1. Frank Peers, *The Politics of Canadian Broadcasting 1920-1951*, Toronto, University of Toronto Press, 1969.
2. Carman Cumming, «The Canadian Press: A Force for Consensus», dans G. Stuart Adam, dir. publ., *Journalism Communication and the Law*, Scarborough, Prentice-Hall, 1976, pp. 86-103.

2
Historique de la Presse canadienne

La Presse canadienne vit le jour en 1907, dans la jeune ville des Prairies qu'était alors Winnipeg. Cette année-là, à l'époque où le peuplement de l'Ouest prenait un essor considérable, trois quotidiens de Winnipeg engagèrent une bataille qui devait aboutir à la mise sur pied de l'actuelle agence de presse nationale. Leur adversaire était la compagnie de chemins de fer du Canadien Pacifique (CP); l'enjeu était l'un des facteurs économiques les plus cruciaux de la presse de l'époque: le tarif des services de presse télégraphiques.

Le Canadien Pacifique détenait virtuellement le monopole de la cueillette et de la diffusion des nouvelles pour l'ensemble des journaux de l'Ouest canadien.[1] Depuis 1894, elle détenait les droits exclusifs de vente et de transmission au Canada d'un compte rendu quotidien provenant de la principale agence de presse américaine, l'Associated Press. Celle-ci fournissait non seulement des nouvelles américaines, mais aussi un compte rendu complet des informations internationales à l'intention des lecteurs canadiens. Au Canada même, la société ferroviaire transcontinentale payait des correspondants chargés de recueillir de l'information régionale qui était distribuée et vendue à des journaux dans d'autres régions. Quelques chemins de fer moins importants transmettaient et récoltaient des informations, mais sur une moindre échelle. Durant un certain temps, le CP posséda ou contrôla même des journaux ouvertement. Feu Blair Fraser, par exemple, a déjà rapporté que John W. Dafoe aurait déclaré que la *Free Press* du Manitoba (qui devait devenir la *Free Press* de Winnipeg) était contrôlée par la société ferroviaire, directement ou non, au moment où elle fut achetée par Sir Clifford Sifton à la fin des années 1890.

Au début de l'automne 1907, le CP fit savoir aux trois quotidiens de Winnipeg (la *Tribune*, la *Free Press* et le *Telegram*) qu'à l'avenir, le compte rendu de l'Associated Press proviendrait de St-Paul, au Minnesota. Jusqu'alors, il était acheminé de New York en passant par Montréal, en même temps que les dépêches canadiennes de la société ferroviaire. Dorénavant, les résumés de nouvelles canadiennes seraient supprimés et les journaux auraient à compter sur leurs propres moyens pour obtenir de l'information de l'est du pays. Le coût des services, réduits et remaniés, augmentait de 100 pour cent.

Les trois éditeurs de Winnipeg répliquèrent au changement imposé par le CP en créant leur propre agence coopérative, appelée la Western Associated Press. La WAP allait prendre de l'essor jusqu'en 1917, accueillant peu à peu d'autres éditeurs dans son réseau; mais la querelle avec le CP n'en était pas réglée pour autant.

Les informations canadiennes continuaient de circuler sur les lignes télégraphiques appartenant à la société ferroviaire, mais la WAP devenait maintenant un concurrent du transmetteur en vendant un service aux journaux de l'Ouest. Or, la WAP souhaitait continuer à transmettre ses comptes rendus par l'entremise des lignes du CP. Plutôt que de compter sur l'AP pour ses informations étrangères, l'agence coopérative fit appel aux services de la United Press, de la Publishers' Press et plus tard de la Hearst News Service. Durant les premiers temps de la WAP, aucun des trois quotidiens de Winnipeg ne fit mention de la querelle des tarifs dans ses pages. Lors de la création de l'agence, les éditoriaux avaient passé sous silence les motifs commerciaux évidents et avaient plutôt souligné le caractère coopératif de l'entreprise.

Le CP voulut riposter. La société ferroviaire annonça qu'elle entendait faire appliquer un règlement fédéral stipulant que les tarifs réduits de la presse télégraphiée étaient réservés à la transmission de dépêches aux journaux à titre individuel. Le tarif spécial ne s'appliquerait donc pas aux informations télégraphiées à la WAP, centre de réception pour les trois quotidiens de Winnipeg.

Ces derniers subiraient donc une hausse supplémentaire de tarifs. Cette fois, cependant, les éditeurs firent appel aux pages éditoriales et accusèrent la société ferroviaire de vouloir supprimer la liberté de la presse et s'accaparer la mainmise sur la diffusion des nouvelles. D'autres journaux de l'Ouest entrèrent dans la lutte. Le litige fut soumis à la commission des chemins de fer du gouvernement fédéral; on ne parvint pas à empêcher le CP d'obtenir une hausse de tarifs en 1910, quoique cette hausse fût moins considérable que celle réclamée par la société ferroviaire. En même temps, le CP, suivant les recommandations qu'on lui faisait, abandonnait sa mainmise sur la vente et la diffusion des dépêches de l'AP au Canada. Cette responsabilité reviendrait maintenant aux éditeurs canadiens; en 1911, ceux-ci fondèrent la Canadian Press Ltd. (dont le nom fut ultérieusement francisé) afin de reprendre le contrat canadien de l'agence AP. L'entente stipulait un échange réciproque de nouvelles.

A cette époque, l'Associated Press comptait environ 800 journaux membres dans l'ensemble des Etats-Unis, et elle employait des effectifs considérables de rédacteurs et de journalistes à l'étranger. La centaine de journaux canadiens profitaient de tous les avantages du réseau de l'AP en lui fournissant des dépêches canadiennes et en versant au total environ 6 000 $ par année.

Durant les six années suivantes, la Presse canadienne fit essentiellement office de société à portefeuille dépositaire du contrat de l'AP. L'existence de trois immenses étendues géographiques (de l'Atlantique au centre du Canada, de l'Ontario aux Prairies et de Calgary à Vancouver) compliquait la rentabilité de la diffusion du compte rendu complet de l'AP dans l'ensemble du pays. Les éditeurs plus importants du centre n'étaient pas disposés à subventionner la location des lignes télégraphiques nécessaires pour franchir ces distances.

L'agence ne possédait pas encore de service rédactionnel. La WAP dans les provinces de l'Ouest, l'Eastern Associated Press dans les Maritimes, ainsi que les bureaux de la Presse canadienne au Québec et en Ontario assuraient la diffusion du compte rendu de l'Associated Press à leurs journaux respectifs et recueillaient aussi les nouvelles canadiennes à l'intention des autres régions.

Finalement, en 1917, à la demande expresse des éditeurs de la WAP, on sollicita auprès du gouvernement fédéral de Sir Robert Borden un octroi annuel de 32 000 $ afin de subventionner une ligne télégraphique entre Ottawa et Winnipeg. Borden accéda à la requête et accorda une somme supplémentaire de 18 000 $ afin de relier Calgary à Vancouver et le Nouveau-Brunswick à Montréal. La Presse canadienne recevait également un octroi annuel de 8 000 $ pour un service télégraphique avec la Grande-Bretagne qui, jusque-là, était destiné à la Canadian Associated Press, une petite agence de presse ontarienne créée en 1903 par John Ross Robertson, du *Evening Telegram* de Toronto, afin d'offrir une source supplémentaire de nouvelles de la Grande-Bretagne.

C'est à partir de ce moment que la PC commença de se développer pour devenir progressivement l'agence que nous connaissons aujourd'hui. L'agence donne comme date de fondation celle de la Canadian Associated Press, soit 1903. Un service rédactionnel fut établi à Toronto et l'on ouvrit des bureaux un peu partout au pays. Le budget annuel de l'agence se chiffrait alors à environ 300 000 $.

Le système de subventions se poursuivit, apparemment sans accrocs ni de part ni d'autre, jusqu'en 1923. Au printemps de cette année-là, durant le débat aux Communes sur les prévisions budgétaires pour l'année financière suivante, le premier ministre Mackenzie King annonçait que les octrois cesseraient. La rupture entre le gouvernement et les éditeurs se préparait déjà depuis plus d'un an.

Plusieurs événements la laissaient prévoir. Après la guerre de 1914-1918, la Presse canadienne avait refusé d'envoyer un correspondant aux conférences sur la paix tenues en Europe, malgré une lettre d'Ottawa lui demandant de faire couvrir par ses journalistes cet événement historique dans une perspective canadienne. L'agence s'était plutôt servie des dépêches de Dafoe, rédacteur en chef de la *Free Press* de Winnipeg, alors observateur officiel du gouvernement canadien aux conférences.

D'autres problèmes, probablement plus significatifs, étaient apparus en 1923. La Presse canadienne avait refusé d'abonner un journal d'Ottawa: un quotidien affilié au parti libéral et parrainé par Mackenzie King lui-même. Plus tôt cette année-là, par surcroît, le premier ministre avait laissé entendre à un groupe d'éditeurs que l'octroi à la Presse canadienne serait peut-être réduit. Les éditeurs avaient répondu en présentant au gouvernement une déclaration selon laquelle la PC jouait un rôle essentiel dans la cimentation de l'unité nationale et ne devait pas se faire couper les vivres.[2] Une partie importante de cette déclaration avait été rédigée par Dafoe: «Je puis affirmer qu'aucune somme dépensée pour la cause de l'unité nationale n'a donné d'aussi bons résultats».

En outre, cette année-là, la Presse canadienne avait diffusé une dépêche sur une grève au Cap Breton, au grand déplaisir du ministre du Travail, James Murdock. Il avait écrit à Fred Livesay, directeur général de la Presse canadienne, pour se

plaindre en ces termes: «Compte tenu de l'octroi annuel très important que reçoit votre organisme du gouvernement du Dominion, vous comprendrez, j'en suis sûr, que je me sente justifié d'attirer votre attention sur cette question».

Lors du débat aux Communes sur les prévisions budgétaires, les députés tant libéraux que conservateurs attaquèrent la PC. Parce qu'elle refusait d'abonner deux nouveaux quotidiens à Edmonton et à Windsor, on l'accusa de se comporter en entreprise monopolistique. Selon d'autres députés libéraux, les nouvelles du pays étaient «prostituées» par la subvention. Mackenzie King demanda qu'on adopte tout de même les prévisions budgétaires parce que la Presse canadienne avait établi son budget pour l'année suivante en tenant compte de la subvention. Mais il promettait que la subvention ne paraîtrait plus jamais au budget du gouvernement.

Cette manœuvre n'aurait pas dû surprendre les éditeurs canadiens. Plus tôt, au cours du débat sur une nouvelle loi relative aux coalitions, alors qu'on soulevait la question du refus de la PC d'abonner le journal libéral, un député libéral avait demandé à Mackenzie King si, en vertu de la nouvelle loi, l'agence constituerait un monopole.

Le premier ministre avait répondu en ces termes: «Je crois qu'il n'y a rien de plus désavantageux pour la population que le fait que l'ensemble des nouvelles au pays soit sous la coupe de quelques personnes de telle sorte qu'il soit impossible aux autres de s'engager dans le domaine de la concurrence journalistique». Il avait ajouté qu'en vertu du projet de loi, une question de cet ordre devrait faire l'objet d'une enquête après réception d'un nombre donné de plaintes.[3]

La Presse canadienne ne fut pas la seule agence à faire l'objet d'un débat au Parlement à cette époque. De 1923 à 1933, le gouvernement canadien versa 32 000 $ par année à l'agence Reuters pour ce qu'on appelait un service de nouvelles britanniques et étrangères. Il ne s'agissait pas d'une subvention mais, comme le révéla le débat parlementaire, de paiements pour un service fourni par Reuters au gouvernement canadien en vertu d'un contrat spécial. En retour, l'agence européenne diffusait à l'étranger des dépêches canadiennes contenant principalement des données commerciales et industrielles. Selon les clauses du contrat avec Reuters, ces comptes rendus devaient être transmis en sus des dépêches habituelles en provenance du Canada.[4]

Lorsqu'on souleva pour la première fois la question de ces paiements lors du débat aux Communes sur les prévisions budgétaires en 1923, un seul député (J.S. Woodsworth du CCF) s'y opposa en soutenant que le gouvernement ne devait pas établir de liens financiers avec les journaux. Plus tard, en 1927, un ministre du gouvernement défendait les débours devant la Chambre en affirmant qu'il s'agissait là de «la meilleure publicité que l'on puisse faire pour le Canada».

Toutefois, en 1931, un député de l'Alberta recommandait au gouvernement de «contrôler soigneusement le caractère des nouvelles transmises et de voir à ce que ce service, puisqu'il est subventionné, donne une idée juste et impartiale du pays en général et ne reflète pas les vues ou les désirs du ministère ou du gouvernement».[5]

Entre 1928 et 1936, le gouvernement paya l'agence Reuters pour assurer un service télégraphique plus modeste destiné à des journaux d'Amérique du Sud, du Japon et de la Chine.

L'expansion de la PC au Canada et la radiodiffusion

En 1938, 83 des 97 quotidiens du pays étaient membres de la Presse canadienne. Le budget de l'agence dépassait 500 000 $. Cinq ans plus tôt, la coopérative avait entrepris de fournir un résumé des nouvelles à la Commission canadienne de radiodiffusion qui devenait, en 1936, la Société Radio-Canada. Ces résumés étaient fournis gratuitement. Les éditeurs avaient stipulé que les bulletins de nouvelles ne devaient pas être commandités.

Au début, les éditeurs s'opposèrent à ce que l'on vende les services de l'agence aux stations de radiodiffusion privées. Mais en 1941, la situation avait changé car il était devenu évident que les stations de radio n'avaient qu'à s'emparer de l'information des quotidiens pour leurs bulletins de nouvelles. Cette année-là, la PC créa la Press News Ltd. (PN), une filiale chargée de vendre des services d'information à la Société Radio-Canada et aux stations privées. En 1948, la Press News desservait 77 stations privées en plus du réseau d'Etat. Cette même année, la Presse canadienne mettait sur pied son service de bélinographie.

Selon les archives du ministère de la Consommation et des Corporations, la PC créait en 1950 une autre filiale: la Canadian Radio News Ltd. qui allait devenir, en 1953, la Broadcast News Ltd. (BN). En janvier 1954, cette agence recevait la responsabilité des nouvelles écrites et parlées destinées aux radiodiffuseurs privés. La PN conservait le contrat de la Société Radio-Canada.

La seule concurrence à laquelle la PC dut faire face au Canada fut celle de la British United Press (BUP), créée en 1923. Son siège social était situé à Montréal et elle possédait un bureau à Londres. En 1938, cette agence employait 85 correspondants, dont 24 au Canada. Les abonnés de la BUP recevaient aussi le compte rendu de la United Press Associations of America (UP). En 1938, 15 quotidiens affiliés à la Presse canadienne étaient également abonnés aux services de la BUP-UP.

Les six principaux quotidiens abonnés à la BUP étaient *La Presse,* le *Star* de Montréal, le *Star* et le *Evening Telegram* de Toronto, la *Free Press* de Winnipeg et le *Daily Province* de Vancouver.

En 1940, la BUP avait des bureaux complets à Halifax, à Montréal, à Ottawa, à Toronto, à Winnipeg et à Vancouver. L'agence employait aussi une centaine de correspondants canadiens réguliers à temps partiel. En 1958, la BUP était absorbée par la UP International.

Références

1. M.E. Nichols, *(CP): The Story of the Canadian Press,* Toronto, Ryerson, 1948, p. 32 et pp. 63-69.
2. *Ibid.*, p. 172.
3. Canada, Débats de la Chambre des communes, 7 mai 1923, p. 2524.
4. Canada, Archives publiques, documents du ministère de l'Industrie et du Commerce (1923-1936).
5. Canada, Débats de la Chambre des communes, 12 mai 1931, p. 1502.

3

Les agences de presse: structure et fonction

La fonction de la Presse canadienne en tant que réseau d'échange de nouvelles est fondée sur le principe que les informations recueillies par un journal peuvent être transmises à d'autres sans perdre de leur valeur pour celui-ci. Ce principe d'échange demeure la caractéristique primordiale de la PC, malgré la multiplication des dépêches rédigées à l'agence même et l'accroissement de la vente de nouvelles aux radiodiffuseurs et aux entreprises commerciales. Tous les journaux membres doivent fournir des nouvelles régionales à la PC qui les trie, les réécrit et les résume pour ensuite les diffuser à ses membres et à ses clients. Ce processus est considérablement centralisé, les nouvelles de langue anglaise (y compris les nouvelles de l'étranger) étant traitées à Toronto et les informations de langue française à Montréal.

Actuellement, selon les données de la PC, environ trois cinquièmes des articles canadiens qu'elle achemine sont écrits par ses propres journalistes. L'agence compte 195 rédacteurs, dont environ 71 pour cent (139) travaillent à Toronto, à Montréal ou à Ottawa. Au total, le personnel de rédaction, y compris le personnel de la Broadcast News et du Service des photos, compte 297 employés dont 218 sont postés dans les trois villes sus-mentionnées. Il existe aussi des bureaux régionaux employant de une à 16 personnes à Saint-Jean (T.-N.), à Halifax, à Fredericton, à Saint-Jean (N.-B.), à Québec, à Winnipeg, à Victoria, à Regina, à Calgary, à Edmonton et à Vancouver. On entretient des bureaux comptant un ou deux employés à New York, à Washington et à Londres.

Le nombre d'articles traités par la PC, comprenant ceux qui sont fournis par son propre personnel, ses abonnés et ses correspondants à l'étranger, est renversant. Selon son propre calcul informatisé, la PC produit quotidiennement près d'un quart de million de mots, soit environ 300 colonnes de journal bien remplies.

Notre étude révèle des chiffres tout aussi impressionnants. Au cours d'une *semaine témoin composée* reflétant le premier trimestre de 1981, le premier service en importance de la PC, Datafile, a produit plus de 4 000 articles, c'est-à-dire une moyenne de près de 700 articles par jour durant une semaine de publication de six jours. (La semaine témoin composée comporte deux avantages. Elle permet d'abord,

puisqu'elle porte sur un trimestre entier (janvier à mars 1981), de minimiser les distorsions inévitables, attribuables à des événements particuliers qui se seraient produits au cours de n'importe quelle semaine réelle. Ensuite, elle permet de s'assurer que chaque journée de la semaine est représentée et d'éliminer ainsi les particularités propres à une journée donnée. Les dates suivantes ont été choisies au hasard pour composer la semaine témoin: dimanche 18 janvier; lundi 2 février; mardi 10 février; mercredi 11 février; jeudi 8 janvier; vendredi 30 janvier; samedi 7 mars.)

Cette semaine témoin, à laquelle nous ferons référence tout au long de l'étude, reflète bien la diversité des sujets traités par la Presse canadienne: on y trouve tant les tableaux courants sur le classement des joueurs de la LNH et la valeur du dollar canadien que des articles de fond résumant les amendements proposés à la constitution et la politique nationale de l'énergie. Mais on y trouve aussi ce qui forme l'essentiel du service, c'est-à-dire des comptes rendus objectifs des nouvelles suivantes: escarmouches au Zimbabwe, impasse dans la grève à la BC Tel, incendie du Hilton de Las Vegas, attaques contre la politique de commercialisation des produits agricoles, déclaration virulente du ministre des Affaires extérieures à l'endroit de Moscou, données sur l'augmentation des ventes de voitures importées. (Les catégories de codage des sujets utilisées dans notre analyse du Datafile de la PC sont décrites à l'annexe II.)

Le réseau de transmission

Le réseau de transmission de la PC est actuellement en transition. Du milieu des années 50 au milieu des années 70, le réseau de langue anglaise se composait essentiellement de trois circuits de télécomposeuses à régime lent (Est, Ouest, Ontario) alimentés par Toronto. En outre, les principaux journaux du centre du Canada étaient alimentés par un service de téléscripteurs appelé le «Circuit central». La télécomposeuse, par opposition au téléscripteur, transmet ses articles en impression justifiée, c'est-à-dire en lignes de largeur égale; cela permet au journal d'en faire la composition automatiquement. En raison du régime relativement lent d'alimentation des télécomposeuses (environ 53 mots à la minute), les rédacteurs de la PC devaient effectuer une sélection extrêmement importante des nouvelles au point d'origine. Par ailleurs, les journaux avaient tendance à ne pas remanier les articles reçus afin de ne pas perdre les avantages de la composition automatique. En général, donc, la télécomposeuse avait tendance à engendrer la limitation et l'homogénéité de la nouvelle, et l'on ne tirait pas pleinement parti du vaste choix d'articles à la disposition de l'agence. Selon un cadre de la PC, la télécomposeuse pourrait se comparer à un boyau de jardin que l'on aurait branché à une borne-fontaine.

L'innovation fondamentale, à présent bien amorcée, consiste à transmettre les dépêches à grande vitesse de l'ordinateur de l'agence directement à ceux des journaux. Cette manière de procéder conserve les avantages de la composition automatique tout en permettant un débit beaucoup plus rapide (1 200 mots à la minute). La responsabilité du choix des nouvelles a donc tendance à passer de l'agence aux journaux eux-mêmes. La PC a inauguré son système Datafile au milieu des années 70; à la fin de 1980, 28 des plus importants membres de la PC y étaient abonnés, moyennant un supplément. La transmission 24 heures sur 24 par

télécomposeuse sur les réseaux de l'Est et de l'Ouest a été maintenue pour certains membres, mais la plupart des petits journaux recevaient un «bloc» condensé de nouvelles. (Il s'agit là d'une description extrêment simplifiée du système. Certains circuits sont alimentés en nouvelles régionales, quelques journaux continuent de recevoir le Circuit central par téléscripteur plutôt que par Datafile et certains sont abonnés à plus d'un service.)

Les journaux qui ne sont pas abonnés au Datafile reçoivent un choix beaucoup plus limité de nouvelles, mais la rapidité et la souplesse des réseaux de télécomposeuses s'améliorent. La largeur des colonnes peut dorénavant être programmée par le journal récepteur; le débit de mots augmente. Il avait atteint 66 mots à la minute en 1981 et l'on s'attendait à ce qu'il passe à 100 mots à la minute vers la fin de l'année, bien que cela nécessite une augmentation de la capacité d'ordinateur de la PC. Le réseau français de télécomposeuses transmet déjà à une vitesse de 300 mots à la minute.

Le nombre total des colonnes transmises durant chaque période donne une idée de l'importance des services fournis par chacun des circuits. Tandis que les journaux qui souscrivent au Datafile reçoivent 300 colonnes par jour, les abonnés aux télécomposeuses 24 heures reçoivent entre 70 et 80 colonnes, et les membres qui reçoivent le «bloc» condensé, 55 colonnes. Les journaux abonnés au Datafile payent un supplément allant de 880 $ à 1 760 $ par mois. A l'origine, le tarif devait permettre de couvrir les dépenses si 10 journaux s'abonnaient au service. Maintenant qu'on en compte 28, l'excédent est transféré aux revenus généraux.

Le bloc condensé fonctionne de 21h 30 à 14h en Ontario, de 22h 30 à 12h 30 dans l'Est, de 22h 30 à 15h 30 dans l'Ouest (heures normales de l'Est). Dans chacun des cas, le service transmet d'abord un condensé des nouvelles accumulées par catégories (finance, politique, etc.). L'ensemble du réseau dépend d'un complexe système informatisé d'acheminement des nouvelles canadiennes et étrangères à partir du siège social de Toronto.

L'effet global de la transition technologique s'est révélé important. Les abonnés du Datafile reçoivent maintenant la quasi-totalité des comptes rendus de la PC et disposent ainsi d'un choix beaucoup plus vaste d'articles tandis que les journaux moins importants abonnés au service de télécomposeuses doivent encore se fier au choix des chefs de pupitre de la PC à Toronto.

Formule d'évaluation des cotisations

Les cotisations des membres de la PC sont établies d'après une formule complexe et souvent controversée tenant compte du tirage. Le calcul se fait en fonction du tirage hebdomadaire, afin de tenir compte des journaux qui publient cinq ou sept jours par semaine plutôt que les six jours habituels. Plus le tirage est élevé, plus le tarif par mille copies décroît.

Il s'agit d'un système étrange puisqu'on peut le percevoir comme la vente d'un même produit à des prix différents selon l'importance du client. Les responsables de la PC considèrent qu'il exprime le caractère coopératif de l'entreprise, les abonnés les mieux nantis aidant les plus faibles. Mais on peut aussi y voir une manœuvre politique.

Plusieurs facteurs entrent en jeu dans l'évaluation des cotisations. Premièrement, il existe deux tarifications distinctes: une pour la cotisation de base et l'autre pour les services supplémentaires. Les services supplémentaires comprennent le compte rendu Datafile et les cotes de la Bourse. Par ailleurs, les journaux en situation de concurrence déboursent moins parce que leur cotisation est établie en fonction du tirage total de tous les journaux de la ville; 60 pour cent du coût total sont partagés également et les 40 pour cent restants sont établis en fonction du tirage de chaque journal. (Les cotisations des journaux membres de la PC pour 1980 et 1981 figurent à l'annexe I.)

Le libellé du règlement pertinent de la PC (chap. IX, art. 4) illustre bien la complexité de cette formule:

a) La cotisation totale est divisée entre les villes membres sur la base du tirage moyen hebdomadaire en conformité avec une formule en vertu de laquelle le coût augmentera uniformément dans six catégories de tirage.

   La formule est énoncée dans une table d'unités de coût, augmentant de l0 000 unités au tirage hebdomadaire de 12 500; à 48 000 unités au tirage de 120 000; à 95 000 unités au tirage de 300 000; à 205 000 unités au tirage de 800 000; à 300 000 unités au tirage de 1 500 000; à 640 000 unités au tirage de 4 500 000; et à 680 000 unités au tirage de 5 500 000.

   La valeur de l'unité pour chaque année de cotisation est fixée par le Comité exécutif, sujet à la ratification du conseil d'administration et de l'assemblée annuelle.

b) Dans une ville où plus d'un journal membre est publié, les journaux supportent à parts égales 60 pour cent de la cotisation de la ville et le reste est réparti entre eux en proportion de leur tirage [. . .].

On a critiqué ce partage 60-40 en accusant la PC d'entraver la création de nouveaux journaux. Le directeur général du *Sun* de Toronto, Donald Hunt, a souligné qu'une partie des sommes versées à la Presse canadienne par un nouveau journal bénéficie en réalité au journal ou aux journaux existants de la ville. C'est pour cette raison que le nouveau *Sun* de Winnipeg (qui n'a aucun lien avec le *Sun* de Toronto), à ses débuts comme trihebdomadaire en 1980, s'est abonné à l'agence UPC. Si cette dernière n'avait pas existé, Hunt a-t-il affirmé, le journal aurait été forcé de payer les tarifs de la PC. (Les règlements de la PC stipulent toutefois qu'aucun journal publié dans une ville où il existe une concurrence ne devra payer plus cher que s'il était le seul journal de la ville.)

Selon Tom Denton, éditeur du *Sun* de Winnipeg, les services de la PC auraient coûté à son journal 85 000 $ par année. Le *Sun* a pu obtenir les services de l'UPC, y compris les photos, pour 45 000 $. Lorsqu'on lui a demandé si le tarif exigé par la PC constituait une entrave au lancement d'un journal, Denton a répondu: «C'était certainement un gros morceau et le prix y était pour quelque chose». Il ajoutait cependant que la PC ne semblait pas réticente à accueillir le *Sun* comme client, mais que lui-même préférait le style original et le choix d'articles de l'UPC. «Dans la *Tribune* et la *Free Press*, les manchettes sont différentes mais les articles sont presque toujours identiques.»

Jusqu'en 1970, la PC percevait ce qui constituait en fait un droit d'entrée. La cotisation des nouveaux membres était de 25 pour cent supérieure au tarif normal la première année, et diminuait de cinq pour cent par année durant les cinq années suivantes.

Comme on peut s'en douter, l'ajustement des formules de cotisations est l'une des tâches les plus difficiles que les responsables de la PC aient à accomplir, car des journaux de différente importance se plaignent régulièrement que leur part est trop élevée. L'éditeur de la *Free Press* de London et président du comité d'évaluation des cotisations de la PC en 1981, Walter Blackburn, disait qu'à un certain moment, à la fin des années 70, le *Star* de Toronto, en sa qualité de membre le plus important de la PC, avait réagi à une hausse de cotisation en affirmant qu'il lui serait plus avantageux de quitter la PC et d'utiliser l'argent ainsi économisé à améliorer son propre service. Devant cette situation, le comité avait adopté une formule de compromis: plutôt que d'établir une augmentation linéaire en fonction du tirage, il avait fixé un maximum pour le *Star* et révisé l'échelle des augmentations du niveau le plus bas au niveau le plus élevé en intégrant des facteurs de réduction lorsque le tirage franchissait des seuils déterminés.

L'écart entre les cotisations est illustré par la cotisation de base du plus important et du moins important des membres en 1981. Le *Star* de Toronto, dont le tirage hebdomadaire dépasse 3,5 millions d'exemplaires, verse 545 813 $ tandis que le *Citizen* de Thompson (Manitoba), dont le tirage hebdomadaire est de 15 000 exemplaires, paye 13 341 $.

Il est évident que des journaux d'envergure aussi différente n'ont pas les mêmes besoins en matière d'information; cela demeurera toujours un problème pour l'agence. C'est pour cette raison que Blackburn a suggéré que la PC instaure un régime à deux niveaux offrant un service différent aux petits et aux grands journaux. Il a ajouté que c'est déjà le cas jusqu'à un certain point, étant donné le supplément exigé pour les services tels que le Datafile à régime rapide. Blackburn à déclaré avoir déjà proposé une structure de ce type au comité d'évaluation des cotisations et au conseil d'administration de la PC, mais que l'idée n'avait pas suscité d'enthousiasme.

Lorsque la question du référendum québécois a pris de l'importance en 1980, les grands journaux voulaient, selon Blackburn, que la PC étoffe ses reportages. Certains journaux, particulièrement les plus petits, y voyaient par contre une dépense inutile. Blackburn a proposé que l'on envoie trois journalistes supplémentaires au Québec, et que l'ensemble de leurs dépêches soit vendu séparément en bloc, comme service supplémentaire. La faiblesse du projet résidait, d'après lui, dans la difficulté de départager le travail de ces trois personnes et les dépêches fournies par le service général de la PC. Certains critiques y voyaient une occasion, pour les membres de la PC, de ne pas participer à un reportage important. En dépit de cela, Blackburn croit toujours que la PC aurait avantage à adopter une telle attitude, peut-être dans le domaine des reportages à l'étranger.

Les conséquences des fermetures

La fermeture de plusieurs journaux importants en 1979 et 1980 a touché la PC de deux façons: elle a entraîné une perte de cotisations et une diminution de l'approvisionnement en nouvelles. On a pu contrer la première conséquence grâce à

la hausse des cotisations des membres restants et à l'accroissement des recettes tirées des opérations subsidiaires, notamment en radiodiffusion. Quant à la deuxième, on y a remédié en partie en demandant une contribution plus forte de nouvelles de la part des radiodiffuseurs et en se dégageant de la dépendance à l'égard des articles des abonnés au profit d'articles écrits par le personnel de la PC. Il demeure toutefois que les employés de la PC se plaignent des mesures d'austérité qui engendrent une carence de personnel et perpétuent l'utilisation d'un matériel de piètre qualité.

Les fermetures de 1980, qui suivaient de près celles du *Star* de Montréal en 1979 et du *Montréal-Matin* en 1978, ont porté un dur coup aux perspectives de revenus de la PC. La fermeture du *Journal* d'Ottawa, de la *Tribune* de Winnipeg et du service de nouvelles FP, venant s'ajouter au retrait du *Sun* de Calgary (auparavant l'*Albertan*), a réduit le revenu prévu pour 1981 de plus de 600 000 $, sans compter une hausse de cotisation pour 1981. Ces pertes prévues ont été partiellement compensées par une augmentation de la cotisation des journaux survivants à Ottawa et à Winnipeg. Les pertes nettes prévues en 1981 par suite des fermetures, sont d'environ 410 000 $, encore une fois avant le calcul de la hausse des tarifs. Les cotisations de la *Free Press* de Winnipeg et du *Citizen* d'Ottawa ont augmenté considérablement parce qu'ils se retrouvent seuls dans leur marché respectif. Dans le cas de la *Free Press*, l'augmentation prévue de 103 000 $ dépasse d'environ 20 000 $ ce qu'elle aurait pu être parce que le journal a fourni de lui-même des données mises à jour sur son tirage plutôt que d'attendre les chiffres officiels du bureau de la vérification du tirage (ABC). Les cotisations du *Citizen* d'Ottawa ont augmenté considérablement parce qu'il s'est mis à publier avant 9h et est devenu, en somme, un journal du matin. En outre, la *Free Press* a renoncé à se prévaloir d'une disposition du règlement qui impose une limite aux hausses de cotisations lorsqu'un concurrent ferme ses portes. Keith Kincaid, directeur général de la PC, affirmait que ces gestes des deux journaux avaient sensiblement amélioré les perspectives de revenu de l'agence pour l'année 1981.

En vue de compenser les pertes, le conseil d'administration de la PC a de plus imposé, à l'automne de 1980, une cotisation spéciale de deux pour cent pour couvrir le déficit de fin d'année. Lors de sa réunion d'automne, la direction a également annoncé au conseil d'administration qu'il faudrait augmenter les cotisations de 16 pour cent en 1981. Ce pourcentage a été légèrement diminué par la suite. Le comité exécutif a proposé, en décembre, une hausse de 13,5 pour cent des cotisations de base et des tarifs pour services supplémentaires, ainsi qu'une hausse de 1,5 pour cent des cotisations de base pour constituer un fond de prévoyance. Ce dernier servira principalement à défrayer les coûts d'un programme triennal commençant en 1981 et visant à remplacer les ordinateurs installés au début des années 70 et maintenant désuets.

Le président d'alors de la Presse canadienne, Martin Goodman, annonçait en décembre 1980 que ces mesures permettraient à la PC d'équilibrer son budget en 1981 sans diminuer ses services. Il ajoutait cependant qu'on ne rejoindrait les deux bouts que si la BN augmentait de 16,7 pour cent sa contribution aux coûts de la cueillette des nouvelles, et si la Press News augmentait ses revenus d'activités commerciales de 28 pour cent. Selon Goodman, le comité exécutif considérait ces deux objectifs raisonnables mais conseillait à la direction d'agir prudemment jusqu'à

ce que les revenus des filiales soient assurés. La PC a par la suite embauché un responsable de la commercialisation chargé de lancer de nouvelles activités commerciales telles que le fil de nouvelles d'affaires Canapress et un service de photo privé.

Toute perte à court terme que pourra connaître la PC sera amortie puisque ses revenus ont augmenté plus rapidement que l'inflation au cours des dernières années. Par exemple, entre 1974 et 1980, l'indice des prix à la consommation a augmenté de 68 pour cent tandis que le budget total de la PC a grimpé de 117 pour cent. Le grand responsable de cette situation est bien entendu la Broadcast News qui, grâce à l'augmentation de ses tarifs et au recrutement de nouveaux clients, a augmenté ses revenus de 176 pour cent. Toutefois, même les revenus attribuables aux journaux, soit les cotisations de base et les services supplémentaires, ont augmenté à un rythme supérieur à celui de l'inflation (voir les tableaux 1 et 2). Et le budget de 1981 est de 11 pour cent supérieur à celui de 1980, indiquant que malgré les fermetures de journaux, la PC ne se laisse pas distancer par l'indice des prix à la consommation.

Tableau 1
Revenus de la Presse canadienne, 1974-1981

	1981	1980	1977	1974
Cotisations	8 888 000 $	8 112 771 $	6 289 723 $	4 284 072 $
Autres services	2 989 100	2 612 536	2 222 121	1 306 046
Broadcast News, brut	7 233 500	6 517 935	4 132 350	2 360 655
Press News, brut	2 084 100	1 635 542	1 379 379	797 005
Photos	1 483 600	1 365 075	992 416	708 455
	22 678 300 $	**20 243 859 $**	**15 015 989 $**	**9 456 233 $**

Tableau 2
Pourcentage d'augmentation du budget de la PC, 1974-1980

	1974	1980	Augmentation
Cotisations	4 284 072 $	8 077 400 $	88,65%
Autres services	1 306 046	2 753 300	110,82
Broadcast News, brut	2 360 655	6 515 500	176,01
Press News, brut	797 005	1 627 400	104,2
Photos, coût de revient	741 628	1 599 300	115,7
	9 489 406 $	**20 572 900 $**	**116,8%**

L'un des effets probables des fermetures de journaux est que la PC recevra un éventail plus restreint de dépêches locales et perdra l'avantage de pouvoir comparer des comptes rendus provenant de deux sources différentes. Les employés de la PC affirment que cet effet s'est fait sentir à Montréal, à Ottawa et à Winnipeg, après la fermeture de journaux dans ces villes, mais il est difficile de mesurer les pertes qui en

résultent. Aucun chiffre n'est disponible en ce qui à trait à Montréal et à Ottawa. Dans le cas de Winnipeg, un représentant de la PC a confié à la Commission que, d'après le bureau de Winnipeg, le volume d'information provenant de la *Free Press* était d'environ 30 pour cent inférieur à celui de la *Free Press* et de la *Tribune* combinées. Des chiffres plus récents provenant du bureau de la PC à Winnipeg indiquent que la perte pourrait être moins importante. Durant les six mois qui ont suivi la fermeture de la *Tribune*, en août 1980, la PC a diffusé une moyenne de 199 articles de la *Free Press* par mois. Ce nombre est inférieur de 12 pour cent aux 223 articles par mois obtenus des deux journaux durant une période comparable un an plus tôt. La baisse est environ la même lorsqu'on compare ces chiffres aux six mois qui ont précédé la fermeture de la *Tribune*. En outre, le bureau de Winnipeg a rejeté moins d'articles de la *Free Press* depuis l'été 1980. Entre les mois de mai (date à partir de laquelle on a relevé les données) et d'août (date de la fermeture de la *Tribune*), le bureau a diffusé environ deux articles pour chaque article renvoyé. Après le mois de septembre, la proportion a été d'environ trois pour un.

Broadcast News

Tout comme la Presse canadienne joue un rôle de grande importance par rapport aux journaux, sa filiale, la Broadcast News Limited (BN), est le principal fournisseur de nouvelles et de services d'information aux radiodiffuseurs privés, tant francophones qu'anglophones.

Contrairement à ses concurrents tels que la Standard Broadcast News et Newsradio, la BN est une agence non exclusive; c'est à dire qu'elle accepte comme client plus d'une station sur un même territoire. A Vancouver, par exemple, neuf stations de radio reçoivent des dépêches de la BN. D'autres stations dans des localités environnantes telles que New Westminster et Langley, qui peuvent être captées à Vancouver, sont aussi des clientes de l'agence BN. Cette particularité explique la situation dominante qu'occupe la BN: 449 stations y sont affiliées, comparativement à 58 pour la Standard et à 55 pour Newsradio.

Toutefois, l'avenir de la BN demeure incertain. Son directeur général, Bob Trimbee, soulignait dernièrement dans une note aux abonnés, l'existence de «changements rapides et d'incertitudes dans le domaine de la réglementation» et ajoutait que «le succès tranquille et la force actuelle de la BN peuvent la rendre vulnérable dans les années à venir».

La BN obtient ses nouvelles de plusieurs sources différentes et les diffuse sous plusieurs formes. D'abord, elle offre un service télégraphique vendu à 383 stations de radio et à 66 stations de télévision. Deuxièmement, elle fournit un service audio à 154 stations de radio, dont 12 de langue française. Ce service fournit des nouvelles individuelles et des reportages spéciaux, des bulletins d'information de cinq minutes diffusés toutes les heures ainsi que des reportages en direct d'événements spéciaux tels que les budgets du gouvernement fédéral ou les élections nationales. Troisièmement, depuis 1974 elle offre aux câblodiffuseurs un service qui adapte l'ensemble des informations télégraphiques de la BN à cette forme de diffusion; il compte actuellement 116 abonnés. Cinquante-quatre radiodiffuseurs, tous situés dans des grands centres, sont aussi équipés de téléscripteurs de la PC. (Toutes les données remontent au 1er septembre 1980.)

C'est au cours des années 20 et 30 que la PC a établi ses premiers rapports avec les radiodiffuseurs, alors que de nombreuses stations de radio s'abonnaient à son service d'informations télégraphiques. Au début des années 40, plusieurs radiodiffuseurs (et notamment Radio-Canada) ont réclamé un service mieux adapté à leurs besoins. C'est alors qu'on a créé un service par téléscripteur distinct exploité par la Press News Limited, une filiale créée à cette fin parce que la PC était une coopérative de journaux et que le venue des radiodiffuseurs aurait entraîné des problèmes fiscaux. Toutefois, les reportages étaient tirés des dépêches de la PC et adaptés par des rédacteurs de la PC; c'est au début des années 50 que la PC a accédé aux demandes grandissantes en faveur d'un réseau distinct doté de son propre personnel. La Broadcast News Ltd. a été créée en tant que société affiliée de la PC et elle a intégré et agrandi le service de la Press News. (Celle-ci a continué de desservir Radio-Canada.) En 1956, on créait un service audio. Il s'agissait simplement, au début, d'un échange de bandes enregistrées entre les stations, mais en 1960, la BN offrait une ligne directe permettant aux abonnés de capter des enregistrements.

Le budget annuel de la BN est d'environ 6,5 millions de dollars. Près de 25 pour cent de ce montant sert à l'équipement; on dépense 1,25 million de dollars par année pour les installations et les services loués des Télécommunications CNCP et une somme de 350 000 $ sert à l'entretien de l'équipement de communication de la BN. L'entreprise a un personnel de rédaction de 85 employés à temps complet à travers le Canada et compte 12 cadres. Elle partage le personnel des secteurs de la comptabilité et de la technique avec la PC.

Les tarifs de la BN sont établis selon des formules qui tiennent compte du tarif publicitaire maximum exigé par le client. Par exemple, en 1981, une station de radio qui demandait 60 $ pour la minute la plus chère de sa programmation pouvait s'attendre à payer 395 $ par semaine pour le téléscripteur de la BN et un supplément de 272 $ par semaine pour le service audio. Mais une station demandant un tarif maximum de 30 $ ne payait que 231 $ et 164 $ respectivement. Les tarifs exigés des câblodiffuseurs sont fixés selon le nombre d'abonnés de chaque entreprise.

Ce mode de tarification, qui est entré en vigueur en 1981, vise à réduire la part du revenu de la BN qui dépend du succès des clients sur le marché et à augmenter le pourcentage partagé également par tous les abonnés. La BN espère qu'à longue échéance, chaque secteur (radio, télévision, audio et câblodiffusion) défrayera ses propres coûts directs et une part proportionnelle des coûts indirects. L'une des conséquences de cette nouvelle ligne de conduite est que les stations MF qui, jusqu'en 1981, jouissaient de tarifs moins élevés que ceux des stations MA, devront maintenant payer les mêmes tarifs. (Ils jouiront, toutefois, d'une réduction temporaire durant les cinq prochaines années à cause du «succès fluctuant de certains postes MF sur le marché»; on croit qu'à la fin de cette période, les postes MF n'auront plus besoin de ce soutien.) Une autre conséquence du principe d'égalisation est que quelque deux douzaines de stations et d'entreprises de câblodiffusion situées dans des régions éloignées n'auront plus à assumer les coûts additionnels occasionnés par leur raccordement aux réseaux de téléscripteurs.

Cependant, comme nous l'avons vu, la BN peut accorder des réductions de tarifs dans certaines circonstances. Elle peut parfois contrebalancer les conditions particulières du marché d'une station. Ainsi, elle consent une réduction aux stations

à caractère non commercial (25 pour cent du prix de base), aux stations MF-MA abonnées situées dans la même ville (cinq pour cent) et aux stations ne diffusant que le jour (25 pour cent). D'autres réductions visent à encourager les stations à se prévaloir plus constamment de leur affiliation à la BN. Les abonnés qui souscrivent à la fois au service audio et au téléscripteur obtiennent une réduction de 15 pour cent sur les frais du téléscripteur. Ceux qui signent un contrat de cinq ans épargnent cinq pour cent, et les nouveaux abonnés obtiennent une réduction additionnelle de cinq pour cent durant la première année d'un contrat de cinq ans. Certains se sont plaints de l'effet néfaste de ces mesures sur les agences concurrentes, surtout chez la United Press Canada, qui espère créer son propre service audio. En outre, en 1981, la BN exigera pour la première fois une cotisation des réseaux. Jusqu'à cette année, ils ne versaient aucune somme particulière à la BN si toutes les stations du réseau étaient abonnées individuellement.

Bien qu'elle soit la propriété des journaux, la Broadcast News est structurée de telle sorte que les radiodiffuseurs ont voix au chapitre. Le conseil d'administration compte douze membres dont la moitié sont des radiodiffuseurs et l'autre moitié des éditeurs. Les premiers sont élus par les associations régionales de radiodiffusion; les seconds sont nommés par le conseil de la PC. Toutefois, la direction des opérations revient à Keith Kincaid, le directeur général de la PC, alors que le vote et le contrôle des actions relèvent des membres de la presse écrite au conseil d'administration de la BN.

Périodiquement, les radiodiffuseurs ont envisagé de créer leur propre agence distincte de la BN, qui serait affranchie des journaux. Ces initiatives ne se sont pas concrétisées, en partie parce que les radiodiffuseurs ne pourraient obtenir un service d'une telle envergure sans augmenter dramatiquement les sommes qu'ils consacrent à l'information. De plus, tous les radiodiffuseurs n'accordent pas la même priorité aux informations, et les besoins des divers secteurs de l'industrie sont parfois incompatibles.

Les journaux, pour leur part, bénéficient de leurs liens avec les radiodiffuseurs. La BN assume, outre ses coûts directs, une part importante des dépenses globales de la Presse canadienne, soit 1,4 million de dollars en 1979. Les fins de semaine, alors que les salles de dépêches de la plupart des journaux sont dépeuplées, les radiodiffuseurs assument une couverture des événements locaux (surtout des accidents de la route, des incendies et des chiens écrasés, il est vrai) et contribuent encore ainsi au budget de l'information de la PC.

United Press Canada

Contrairement à la PC, qui est organisée en coopérative, la United Press Canada est une entreprise privée qui vend ses services à forfait à une clientèle. Issue de la British United Press, l'UPC a absorbé et développé les activités de la United Press International of Canada Ltd. en janvier 1979. La société mère de l'UPI a encore des capitaux dans l'agence UPC, bien que 80 pour cent de la société soit la propriété de la Toronto Sun Publishing Co.

Selon le directeur général de l'UPC, Patrick Harden, les discussions relatives à l'expansion des activités canadiennes de l'UPI remontent à l'époque du *Telegram* de Toronto. Les journaux Sterling se sont mêlés aux pourparlers vers 1975. Le président

de Sterling, David Radler, affirme que la participation de la chaîne résulte du fait que les cadres de Sterling et du *Sun* ont été désenchantés de la PC à la suite d'une défaite de leurs deux candidats à des postes de direction. A l'origine, la propriété devait se partager comme suit: UPI et Sterling détiendraient 20 pour cent des actions et l'on déposerait en mains tierces un autre 20 pour cent des actions dans l'éventualité où l'on trouverait un troisième associé. Cependant, aucun autre associé ne s'est présenté et Sterling s'est retiré du projet.

Les raisons qui ont motivé le retrait de la Sterling demeurent obscures. Selon le directeur général du *Sun* de Toronto, Donald Hunt, un seul associé de la Sterling, Conrad Black, s'était engagé, mais les autres associés de l'UPC ont présumé qu'il parlait au nom de la compagnie. Mais, selon Hunt, une divergence d'opinions serait survenue entre les associés de la Sterling (Conrad et Monty Black, Radler et Peter A. White) au sujet de la valeur de l'UPC. Radler, d'autre part, a nié que son associé ait participé seul aux premières négociations. On s'était entendu sur un essai de quatre mois avant que la Sterling ne s'engage par rapport à l'UPC. On avait choisi trois journaux de la Colombie-Britannique: ceux de Port Alberni, de Nelson et de Dawson Creek, et l'on avait également installé un téléscripteur au bureau torontois de la Sterling afin de contrôler les dépêches de l'UPC. Même si l'UPC fournissait des nouvelles de l'actualité et du sport d'intérêt national et international, les éditeurs de Sterling avaient conclu que l'agence, avec ses trois journalistes à Vancouver, ne pouvait pas fournir suffisamment de nouvelles provinciales. Radler a soutenu qu'il aurait fallu ouvrir un bureau à Victoria afin d'accommoder le groupe Sterling et que les économies réalisées en adoptant l'UPC ne couvriraient pas les dépenses d'un nouveau bureau. Quoi qu'il en soit, la propriété de l'UPC est actuellement partagée par les journaux *Sun*, qui détiennent 80 pour cent des actions, et l'UPI, qui en possède 20 pour cent.

L'UPC diffuse trois services de base et un service de bélinographie. Un service télégraphique national diffuse les reportages nationaux et régionaux de ses journalistes (environ 30 000 mots par jour) ainsi que les informations internationales de l'UPI (environ 50 000 mots). Il existe aussi un service télégraphique pour les nouvelles sportives. Ces services sont offerts sous deux formes: par alimentation directe de l'ordinateur à 1 200 mots à la minute ou par téléscripteur classique. Le troisième service diffuse un bloc de nouvelles régionales de Colombie-Britannique conçu pour des marchés plus restreints. D'après Harden, les trois services diffusent au total près de 240 000 mots par jour. En plus des trois services de base, l'UPC transmet un service en espagnol, deux services de l'UPI à l'intention des radiodiffuseurs, les informations financières de l'UPI ainsi qu'un service d'information à l'usage des câblodiffuseurs.

L'UPC emploie 38 employés à temps complet: 24 journalistes et rédacteurs et huit photographes. (En juillet 1980, avant que l'UPC ne perde plusieurs abonnés à la suite des événements du mois suivant, elle employait deux journalistes-rédacteurs de moins et un photographe de plus.) Le siège social est situé à Toronto et l'agence possède des bureaux à Vancouver, à Calgary, à Edmonton, à Winnipeg, à Ottawa, à Montréal et à Québec. L'UPC utilise également des journalistes locaux. On trouve un exemple des méthodes de couverture de l'événement par l'agence, avec son personnel réduit, dans le voyage du premier ministre Trudeau à l'étranger à

l'automne de 1980, alors qu'elle a conclu une entente avec Newsradio afin que Jim Maclean, du bureau d'Ottawa de l'agence de radiodiffusion, fournisse également des dépêches à l'UPC.

L'une des conséquences du caractère privé de la propriété de l'UPC est son obligation de rendre compte elle-même des événements locaux. L'agence ne peut pas, en effet, compter sur les contributions des clients afin de compléter ses propres comptes rendus. En fait, les règlements de la PC interdisent formellement à ses membres de fournir des dépêches «à toute agence ou entreprise de radiodiffusion au Canada qui n'est pas autorisée, en vertu d'un contrat, à recevoir des dépêches de la PC». Dans le passé, l'avantage bien connu des services de photo de l'UPC avait incité certains photographes à l'emploi de journaux de la PC à vendre leurs photos à l'agence privée. Cependant, en 1979, les ententes relatives aux services de photo de la PC ont été modifiées afin de ne permettre la vente qu'aux agences liées par contrat à la PC. Il s'agissait là, selon Harden, d'une «tentative discrète et délibérée de nous bloquer toute possibilité d'obtenir leurs photos».

Le budget annuel de l'UPC est d'environ 2,3 millions de dollars et l'agence connaissait, en 1981, un déficit d'environ 300 000 $. La location des lignes télégraphiques coûte environ 600 000 $ tandis que 70 pour cent du budget va aux salaires et aux communications. L'UPC dessert environ 25 journaux, comprenant non seulement des quotidiens et des journaux régionaux, mais aussi d'autres publications telles que *Maclean's*. Dans le secteur de la radiodiffusion, l'UPC dessert de 45 à 50 clients, dont Radio-Canada et le réseau CKO. Elle a également une douzaine d'autres clients, tels que des ambassades et des écoles. Il faut noter aussi que certains clients ne s'abonnent pas à l'ensemble des services offerts par l'UPC. Le *Globe and Mail*, par exemple, est abonné au service d'informations sportives et au service des photos mais pas à celui des nouvelles. Il existe une tarification de base, Harden nous a-t-il déclaré, mais les tarifs sont négociés avec chaque client. Certains d'entre eux, tel que l'éditeur du *Sun* de Winnipeg, Tom Denton, ont fait la remarque que les tarifs de l'UPC étaient bas parce que l'agence tente d'augmenter sa clientèle canadienne. Même là, les fermetures de journaux et la baisse de la concurrence ont nui substantiellement à la deuxième agence de presse en importance au Canada, comme nous en discuterons en détail au chapitre 5.

4
L'influence des groupes sur la PC

L'un des principaux objectifs de notre étude consistait à examiner si les groupes de journaux, et en particulier les chaînes Thomson, qui compte 41 membres (dont 40 journaux), et Southam, qui en compte 16 (dont 14 journaux), exercent une influence démesurée sur la PC et, de ce fait, sur le réseau national d'information. Nos résultats indiquent que la façon dont s'exerce le pouvoir à la PC reflète effectivement les intérêts des groupes, mais rien ne permet de croire que l'un ou l'autre des groupes de journaux ait eu un effet prépondérant dans des décisions données. Rien dans notre enquête ne confirme l'accusation parfois portée, en particulier par les employés de la PC, voulant que la Thomson ait la mainmise sur le conseil d'administration.

Le mode d'organisation

La direction de la PC est assurée par un comité exécutif, composé de six membres, qui se réunit quatre fois par année et qui relève d'un conseil d'administration de 19 membres se rencontrant deux fois l'an. Le conseil d'administration rend compte annuellement à l'assemblée générale des membres, c'est-à-dire aux représentants des journaux qui composent la PC. Plusieurs cadres qui connaissent bien ce mode d'organisation s'accordent à dire que les décisions importantes se prennent au comité exécutif et que le conseil d'administration et l'assemblée générale entérinent presque toujours les propositions de l'exécutif.

Le comité exécutif est dominé par les groupes. Entre 1973 et 1980, le seul journal indépendant qui y a siégé a été le *Star* de Toronto. (Toutefois, on considère que Martin Goodman, président du *Star* et président de la PC de 1979 à 1981, a exercé une influence très importante en partie parce que Keith Kincaid n'a été nommé directeur général de la PC qu'en 1978.) Selon les cadres de la PC, la représentation des journaux indépendants au conseil d'administration a généralement été supérieure à ce que leur nombre justifiait, ce que les chiffres confirment partiellement. Le nombre de représentants des journaux indépendants au conseil d'administration est passé de deux sur 19 en 1973-1974 à un plantureux sept sur 19 en 1980-1981. Parmi les 110 membres de la PC, 27 ont statut de journaux

indépendants. (La PC est en réalité composée de 106 journaux, mais quatre d'entre eux ont deux droits de vote parce qu'ils publient le matin et le soir.)

Traditionnellement, on nomme les administrateurs après avoir effectué des consultations officieuses et en voulant assurer une représentation adéquate aux groupes, aux indépendants et aux journaux de langue française. On cherche également à assurer l'équilibre entre les régions. Une nouvelle méthode, mise en vigueur pour la première fois au printemps de 1981, rend officiel ce mode de sélection en chargeant un comité consultatif d'établir une liste des candidats. Fait qui n'est pas sans importance, le comité consultatif de six membres est composé de façon à représenter les principales tendances au sein de l'organisme. Ce sont: Gordon Fisher, président de la Southam Inc.; Margaret Hamilton, présidente de la Thomson Newspapers Ltd.; Martin Goodman, président du *Star* de Toronto et ancien président de la PC; Ralph Costello, éditeur du *Telegraph-Journal* de Saint-Jean, (N.-B.) et du *Evening Times-Globe* (Irving); Clark Davey, éditeur du *Sun* de Vancouver (Southam); et Walter Blackburn, éditeur de la *Free Press* de London (indépendant).

Ce choix reflète sans aucun doute les véritables groupes de force à l'intérieur de la PC, mais les dirigeants de l'agence et des journaux soutiennent qu'il est indispensable de procéder de la sorte si l'on veut que les décisions de l'exécutif reçoivent l'appui de tous. Un éditeur a fait remarquer qu'un comité exécutif de composition différente, qui essuierait des «défaites-surprises» lors de l'assemblée générale annuelle, ne ferait guère avancer les choses.

En fait, un des membres du comité exécutif de la PC a soutenu que la Thomson risquait de devenir sous-représentée d'ici quelques années, compte tenu de la fin du mandat du président St. Clair McCabe et de l'intention de son successeur, Margaret Hamilton, de s'intéresser activement à l'Associated Press et à l'American Newspaper Publishers Association. D'après ce cadre de la PC, McCabe et Hamilton ont tous deux joué un rôle primordial au sein de l'agence par le passé, et l'on aura besoin qu'un cadre supérieur d'envergure de la Thomson remplisse le vide qu'ils laissent en partant. (Margaret Hamilton, dont on s'attendait qu'elle assume la présidence de la PC, s'est désistée après avoir occupé la vice-présidence en 1979-1980.)

Un autre membre de longue date de la PC, Walter Blackburn de la *Free Press* de London (indépendant), a affirmé que la Thomson et la Southam avaient toutes deux «une très grande influence» sur les décisions prises par la PC, les représentants de la Thomson étant habituellement préoccupés par les dépenses et ceux de la Southam par la qualité des services fournis par la PC. Toutefois, il a ajouté que cette différence n'était pas surprenante compte tenu du genre de journaux détenus par la Thomson, tout au moins jusqu'à l'acquisition du groupe FP au début de 1980. L'influence des groupes n'était pas non plus étonnante à ses yeux: il a soutenu qu'il en serait de même au sein de toute entreprise dont les principaux actionnaires doivent payer le gros des dépenses.

Blackburn a attribué sa défaite, lors d'une élection de la PC, à un vote en bloc de la Thomson, bien qu'il ait ajouté qu'il semblait y avoir eu malentendu et que même les représentants de la Thomson étaient déçus de la tournure des événements. La défaite a eu lieu au cours des années 60, alors que Blackburn était deuxième vice-

président et subissait un «apprentissage à la présidence». Son mandat venant à échéance, il cherchait à se fait réélire, mais un cadre de la Thomson représentant la même région de l'Ontario s'est présenté contre lui. Blackburn a été défait, mais il n'a pas considéré que sa défaite avait été attribuable à une manœuvre.

Selon lui, la PC faisait l'expérience, peut-être pour la première fois de son histoire récente, lors de cet incident, du pouvoir que peuvent exercer les groupes lors d'un vote. La situation a troublé plusieurs gens, a-t-il déclaré, et la même chose s'est produite lorsque Michael Davies, éditeur du *Whig-Standard* (journal indépendant de Kingston) a été nommé membre du conseil sans être élu. Blackburn a déclaré que les représentants de la Thomson ne s'étaient pas opposés à la proposition de Gordon Fisher de donner au comité consultatif le pouvoir de choisir une liste de candidats équilibrée.

Selon Davies, la Thomson s'est montrée «constructive quant au fonctionnement de la PC», mais en général, la Thomson et la Southam ont toutes deux droit de veto sur les décisions de la PC. «Si l'une ou l'autre des deux chaînes dominantes n'est pas d'accord, il est impossible de faire accepter un programme. Elles doivent toutes deux être d'accord. Lorsque ce n'est pas le cas, peu leur importe ce que les autres veulent.»

Davies a affirmé avoir joué un rôle actif au sein de la PC et de l'Association canadienne des éditeurs de quotidiens et n'avoir été témoin que d'une occasion, dans les deux regroupements, où une proposition avait été adoptée sans l'appui de la Thomson. Selon lui, les votes sur les propositions à l'assemblée générale ne sont là que pour la forme parce que les grandes chaînes sont représentées au comité exécutif et qu'en conséquence, toute proposition présentée a déjà reçu leur approbation à cet échelon.

Toujours d'après Davies, il est devenu plus facile d'atteindre le consensus au fur et à mesure que le nombre d'indépendants a diminué. Auparavant, on devait convaincre un grand nombre d'éditeurs indépendants afin qu'une ligne de conduite soit adoptée; aujourd'hui, il suffit de convaincre deux ou trois membres influents: Thomson, Southam et le *Star* de Toronto. «La tâche du directeur général est beaucoup plus facile depuis qu'il n'a plus à plaire qu'à ces trois-là.»

Toutefois, cette domination reconnue des groupes ne se reflète pas nécessairement dans leur niveau d'engagement au sein des comités de la PC. Selon Davies, les éditeurs de la Southam s'imposent plus que ceux de la Thomson au cours des discussions, «et de loin». En fait, a-t-il déclaré, il est difficile de convaincre les gens de la Thomson de participer aux travaux des comités: les cadres de la Thomson ne veulent pas accepter des postes clés parce qu'ils ne veulent pas être accusés de domination, selon lui, et parce qu'ils n'ont pas à détenir ces postes clés pour influencer les décisions.

Davies a confirmé que Walter Blackburn avait été défait alors qu'il aurait dû gagner, mais il a affirmé ne pas savoir si cette défaite résultait de pressions de la part des groupes ou si elle était tout simplement accidentelle. Selon lui, sa propre défaite n'était pas importante: il avait été nommé au conseil d'administration pour deux ans, s'était représenté et avait été défait parce que plusieurs éditeurs éminents se présentaient contre lui et que la représentation de la région de l'Ontario et du Québec anglophone fait toujours l'objet d'une élection très difficile à remporter.

Néanmoins, Davies a nié vigoureusement une déclaration de Margaret Hamilton voulant que les représentants de la Thomson n'exercent jamais plus de deux votes par procuration chacun. Il a affirmé avoir été témoin d'assemblées annuelles où la Thomson n'avait qu'une poignée de représentants dont certains détenaient quelques douzaines de procurations. C'est une préoccupation au sujet des votes en bloc, a-t-il ajouté, qui a incité Gordon Fisher à proposer des changements dans le mode d'élection afin de présenter une liste officielle de candidats.

Une autre éditrice indépendante, Mme Perry Grant Taylor, co-éditrice et rédactrice en chef du *Recorder and Times* de Brockville, a confirmé la déclaration de Davies voulant que les représentants de la Thomson ne participent pas activement aux travaux des comités de la PC; Taylor a laissé entendre qu'en fait, à mesure que le nombre de journaux indépendants diminue, leur chance de siéger au comité augmente. Tel est le cas parce que la coopérative encourage la participation des indépendants, mais que ceux-ci sont peu nombreux. Hunter S. Grant, co-éditeur et président du *Recorder and Times*, a également déclaré que les représentants de Thomson ne participaient pas très activement aux réunions de la PC. «En effet, dans leur cas, une journée d'absence du bureau est une journée perdue pour Ken (Thomson).»

Stuart Keate, éditeur du *Sun* de Vancouver à l'époque où le journal faisait partie du groupe FP et ancien président de la PC, a cité un cas où un groupe a tenté de manipuler le vote au sein de la PC. Alors qu'il s'apprêtait à se rendre à l'élection du conseil d'administration, le président de la FP, Richard Malone, lui a présenté une liste de noms. «J'étais furieux, parce que tous ces noms étaient ceux des gens pour qui j'entendais voter de toute façon.»

Dans le cas de la Thomson, Hamilton affirme que le siège social n'indique pas aux éditeurs comment voter aux assemblées de la PC, que les éditeurs ont une opinion «indépendante» et qu'ils ne se laisseraient pas influencer de toute façon. Fait significatif, toutefois, plusieurs cadres des sièges sociaux (et c'est le cas pour plusieurs groupes, dont la Thomson) siègent à la PC comme représentants de journaux.

De façon générale, donc, nous n'avons pas relevé de preuves selon lesquelles les principaux groupes auraient fait valoir leur influence dans des cas particuliers, bien que le processus de décision soit conçu de façon à assurer que l'on tienne compte de leur opinion dès les premières étapes. Certains cadres qui ont participé aux prises de décisions laissent entendre que bon nombre des décisions importantes faisaient au préalable l'objet d'entretiens officieux et que les individus, y compris certains éditeurs indépendants qui démontraient un intérêt personnel marqué, ont eu plus d'influence que les groupes sur l'évolution de la PC.

L'influence des groupes sur l'information

Outre l'exercice officiel du pouvoir, les employés de la PC croient, en général, que les journaux Thomson exercent une influence importante et négative sur l'agence. Cette opinion, qui fait contraste avec la haute estime dans laquelle on tient généralement le groupe Southam, semble être un fait entièrement acquis au sein du personnel. On affirme que les effets s'en font sentir de trois manières:

1. On estime que la Thomson a une attitude globale de «grippe-sou» à l'endroit de la couverture de la nouvelle, et que cette attitude influence les décisions relatives au financement de la PC.
2. On dit que la qualité des journaux Thomson nuit à l'ensemble du produit de la PC parce que leur contribution au « pool » de dépêches est inadéquate, et à cause du genre de résumés de l'information que demandent les rédacteurs en chef de la Thomson.
3. Certains employés prétendent que la PC ne rend pas compte adéquatement, dans ses dépêches, des activités de la Thomson et des autres groupes parce que les rédacteurs en chef et les cadres sont chatouilleux sur tout ce qui touche les intérêts du groupe. Alors que l'on ne se fait pas faute de diffuser de l'information sur les groupes qui se constituent dans d'autres secteurs, la PC n'applique pas les mêmes principes de journalisme d'enquête aux activités des groupes de presse.

D'autre part, les cadres de la PC et des journaux ont tendance à soutenir que les tensions à l'intérieur de l'agence résultent d'un conflit d'intérêts inévitable entre les petits journaux et les grands. Ils affirment que les exigences des journaux Thomson seraient essentiellement les mêmes s'ils n'étaient pas la propriété du groupe; ils laissent entendre par ailleurs que l'attitude de la Thomson vis-à-vis la PC se modifiera peut-être maintenant que le groupe est devenu propriétaire de certains grands journaux, à la suite de sa prise en main du groupe FP. Certains anciens rédacteurs en chef de la Thomson disent que la chaîne tient la PC en haute estime, en partie parce que l'on considère l'agence bien conçue pour répondre aux besoins du groupe, et en partie pour des raisons qui dépassent les simples intérêts économiques, la chaîne tenant à l'intégrité du caractère national de l'agence. Hamilton, en sa qualité de présidente de la Thomson Newspapers Limited, ne tarit pas d'éloges pour la PC et soutient que l'apport financier des journaux Thomson à l'agence est proportionnellement beaucoup plus élevé que celui des journaux américains de son groupe à l'AP. Elle affirme que les cotisations versées à la PC sont environ quatre fois plus élevées que celles que peut donner à l'AP un journal Thomson de la même importance aux Etats-Unis.

Certains anciens dirigeants de la Thomson se plaignent également que la PC n'exploite pas aussi bien qu'elle le pourrait l'information fournie par les journaux de la chaîne. Ils laissent entendre que cette situation est attribuable en partie à des préjugés à l'endroit de la Thomson, et en partie à des préjugés à l'endroit du journalisme régional par opposition au journalisme urbain (particulièrement torontois). A titre d'exemple, Dick Brimmell, ancien gérant de la rédaction du *Mercury* de Guelph, raconte qu'un journaliste du *Mercury* a déjà fourni deux articles identiques, un au *Globe* et un à la PC. L'agence a transmis une brève dépêche, mais après la publication de l'article dans le *Globe*, elle a communiqué avec le *Mercury* afin d'obtenir plus de détails. Brimmell affirme également qu'à certaines occasions, la PC a rejeté des articles fournis par le *Mercury* pour ensuite reprendre les mêmes articles après qu'ils eurent été «repiqués» par les journaux de Kitchener ou de Hamilton. Cette opinion est indirectement appuyée par certains employés de la PC qui se plaignent que le siège social à Toronto a tendance à ne pas reconnaître la valeur d'un article à moins qu'il ne paraisse dans le *Globe and Mail* ou le *Star*.

Les statistiques de la PC indiquent effectivement que l'on refuse plus souvent des articles de la Thomson, bien que la raison n'en soit pas claire. Entre juin et novembre 1980, les 21 journaux Thomson de l'Ontario ont présenté 2 032 articles à l'agence; 30 pour cent d'entre eux n'ont pas été diffusés. Or, la PC a refusé seulement 16 pour cent des 502 articles fournis par les huit journaux n'appartenant pas à la Thomson. Bien que ce soit un journal Thomson, l'*Observer* de Pembroke, qui ait la meilleure fiche d'utilisation, ce sont des journaux Thomson qui occupent les huit derniers rangs sur le plan de la diffusion des dépêches transmises.

Il n'est pas du tout évident que la Thomson influence la façon dont la PC rend compte des affaires de la Thomson. Un mémoire présenté à la Commission par la CP Wire Service Guild de Toronto faisait état d'une directive aux réviseurs voulant que, dans la plupart des cas, on ne mentionne pas les propriétaires des journaux Thomson. Dans ce mémoire, on affirmait que les réviseurs «avaient été avertis par un directeur que quelqu'un de la Thomson s'était plaint de constamment voir le nom de la compagnie dans les articles de la PC». Toutefois, il s'agit de la seule plainte du genre que nous ayons relevée. Dans les autres cas où l'on a prétendu que les articles avaient été modifiés afin de ménager la susceptibilité des membres, ceux-ci n'en avaient pas fait la demande expresse.

Dans son mémoire à la Commission, la PC déclare ne pas avoir pour habitude de mettre des gants blancs lorsqu'elle diffuse des articles sur ses membres, et elle cite à l'appui la directive contestée, écrite par le gérant de la rédaction de la PC en septembre 1979:

> Les articles traitant de la grève au *Telegram* de St-Jean (T.-N.) mentionnent presque toujours le fait que le journal est la propriété de la Thomson Newspapers (Canada) Ltd. On doit se demander si le renseignement est pertinent et les auteurs devraient y réfléchir avant de l'insérer automatiquement.
>
> On a semblé ne pas considérer que la propriété du *Star* de Montréal et des deux journaux de la Pacific Press Ltd. était souvent digne de mention dans les articles portant sur leurs grèves. Il est peut-être injustifié de réserver un traitement particulier aux journaux Thomson.
>
> Evidemment, le fait qu'un négociateur du siège social de la Thomson intervienne est de la nouvelle et l'on doit en faire état adéquatement. Mais tentons d'être équitables dans nos reportages.

L'apport financier des groupes

En vertu du principe voulant que l'on ne paie pas les violons pour faire danser les autres, la question de la domination des groupes comporte une autre facette: l'étude de leur apport financier à la PC. Comme on l'a vu au chapitre 3, la PC perçoit deux types de cotisations de ses membres: la complexe cotisation de base et le supplément pour les autres services tels que le Datafile et la bélinographie.

La formule d'établissement de la cotisation de base favorise, d'une certaine façon, les journaux à grand tirage. Un éditeur a déclaré: «Il est d'intérêt primordial pour la coopérative que le *Star* de Toronto soit satisfait. Les fermetures de journaux nous ont causé suffisamment de problèmes sans que nous perdions nos membres les

plus importants parce qu'ils trouvent les tarifs trop élevés». Ainsi, à cause de la structure de propriété de chaque groupe, la Thomson verse une part relativement plus importante des cotisations de base totales perçues par la PC, comme en témoigne le tableau 3.

Tableau 3
Cotisations de base versées à la Presse canadienne (1981)

	Somme totale	Pourcentage du total des cotisations de base (pourcentage du tirage total des membres de la PC)		Cotisation annuelle par 1 000 de tirage hebdomadaire			
				Moyenne	Maximum	Minimum	Médiane
Southam	2 357 377 $	26,6	(28,8)	272 $	1 116 $	184 $	317-428 $
Thomson	2 443 661	27,5	(22,4)	363	631	208	510
Desmarais	478 009	5,4	(5,6)	282	—	—	—
Quebecor	478 068	5,4	(9,1)	173	—	—	—
Irving	307 986	3,5	(2,6)	388	—	—	—
UniMédia	247 225	2,8	(3,0)	273	—	—	—
Sterling	197 410	2,2	(1,0)	663	820	535	749-762
Indépendants	2 370 410	26,7	(27,5)	287	889	154	497-514

Il est vrai que les cotisations totales des journaux Thomson et Southam sont à peu près les mêmes: environ 2,4 millions de dollars dans les deux cas, soit un peu plus du quart des cotisations totales dans chacun des cas. Un autre quart des cotisations provient des journaux indépendants, comprenant le *Star* de Toronto. Mais les journaux Thomson, représentant seulement 22,4 pour cent du tirage hebdomadaire de tous les membres, versent 27,5 pour cent des cotisations totales perçues par l'agence, soit en moyenne 91 $ de plus par année par mille de tirage hebdomadaire que les journaux Southam. Lors de son témoignagne devant la Commission, Hamilton a souligné qu'il s'agissait là d'une preuve de l'engagement de la Thomson vis-à-vis la coopérative. Par contre, les petits journaux utilisent plus fréquemment les dépêches de la PC pour leurs informations nationales et internationales que les grands quotidiens, qui disposent de leurs propres journalistes locaux ainsi que de services supplémentaires. De plus, le fait que la cotisation moyenne de la Thomson soit plus élevée indique qu'il y a au moins une possibilité que la compagnie s'intéresse d'une façon toute particulière aux hausses budgétaires et qu'elle se prévale de sa situation pour exercer des pressions morales dans des discussions portant sur des points litigieux.

Il faut également tenir compte de la structure des revenus engendrés par les services supplémentaires lorsqu'on étudie l'affirmation de Hamilton. La coopérative s'attendait à prélever près de trois millions de dollars pour ses services spéciaux en 1981 et la demande était susceptible de provenir des grands journaux. Ces services sont rentables et le surplus subventionne le service de base. En fait, au cours des 10 dernières années, la part du coût des services de base assurée par les cotisations est

tombée de 73 pour cent à 67,4 pour cent, tandis que la part des services supplémentaires est passée de 1,9 pour cent à 7,8 pour cent. (La part qui reste est celle de la Broadcast News et de la Press News.)

Dans ce domaine, la Thomson joue un rôle moins important. Par exemple, seulement cinq des 28 abonnés au service ultra-rapide Datafile sont des journaux Thomson, et ils étaient tous auparavant la propriété du groupe FP. Southam compte 10 abonnés, Desmarais en compte un, et les 12 autres sont indépendants. Bien que nous n'ayons pas eu accès à des données ventilées selon les journaux pour les services supplémentaires, nous savons que le moins important des abonnés au Datafile paie un droit annuel de 10 560 $ et que le droit annuel le plus élevé est de 21 120 $. La majorité des membres de la PC sont abonnés au service de photo laser, mais quelques-uns sont abonnés à un service réduit en vertu duquel ils reçoivent cinq photos par jour par la poste tandis que quelques autres ne reçoivent aucune photo. Des 16 journaux qui reçoivent le service postal, 10 sont des journaux Thomson, quatre sont indépendants, un appartient à Sterling et l'autre à Desmarais.

Parmi ceux qui ne sont abonnés à aucun service de photo, neuf sont la propriété de Sterling, sept sont indépendants et six appartiennent à la Thomson. En somme, la Southam finance une part proportionnellement plus importante du service de photos. Il en est de même pour les comptes rendus des valeurs boursières: 16 journaux Thomson, sept journaux Sterling, un journal Irving et 15 indépendants ne sont abonnés ni au service rapide, ni au service lent.

Il n'y a qu'un secteur où les journaux Thomson fournissent l'ensemble des revenus supplémentaires. Il s'agit des blocs d'information à l'intention des journaux du soir de l'Est et de l'Ouest. Bien qu'il s'agisse de services réduits, les journaux paient un tarif supplémentaire de 440 $ par mois en échange duquel les rédacteurs de la PC résument fortement le compte rendu du soir. Onze des 15 abonnés à ce service sont des journaux Thomson.

5

La concurrence entre les agences de presse

Deux des principaux problèmes abordés dans la présente étude sont étroitement liés: les perspectives d'avenir d'une seconde agence de presse nationale et les rapports entre les services destinés aux journaux et aux radiodiffuseurs.

Tout d'abord, après deux ans et demi, la United Press Canada se retrouve devant un marché des journaux de plus en plus précaire. Presque tous les journaux canadiens occupent seuls leur marché et ne sont peut-être pas très intéressés à l'existence d'agences rivales. Presque tous sont partiellement propriétaires de la Presse canadienne; il semblerait donc, à première vue, qu'ils aient intérêt à ce que l'UPC échoue dans son entreprise. C'est certainement ce que croient les dirigeants de l'UPC. Dans le milieu, on semble partagé entre l'opinion voulant qu'une deuxième agence soit bénéfique pour les journaux en stimulant la PC, et l'opinion voulant que toute amélioration de l'UPC se traduise inévitablement par un déclin de la PC.

L'UPC a souffert des fermetures de journaux de 1980. A ses débuts, en 1979, elle vendait ses services à six journaux du groupe FP: le *Star* de Montréal, le *Journal* d'Ottawa, le *Times* de Victoria, le *Colonist* de Victoria, le *Sun* de Vancouver et le *Globe and Mail*. La fermeture du *Star* et du *Journal* ainsi que la fusion des deux journaux de Victoria ont signifié pour elle la perte de quatre clients.

Le *Sun* de Vancouver, maintenant la propriété de Southam, est encore abonné à l'UPC, tout comme la *Gazette* de Montréal, le *Citizen* d'Ottawa, le *Star* de Windsor et la *Province* de Vancouver. Trois journaux Southam se sont retirés: le *Spectator* de Hamilton, le *Journal* d'Edmonton et le *Herald* de Calgary. Ces deux derniers concurrencent directement les journaux *Sun*, propriété des actionnaires majoritaires de l'UPC.

Selon Colin McCullough, éditeur du *Times-Colonist* de Victoria (maintenant la propriété de la Thomson), l'abandon de l'UPC ne résulte pas du changement de propriétaire mais de la fusion des deux journaux. Auparavant, les deux journaux étaient abonnés à une variété de services supplémentaires qu'ils se partageaient pour des raisons de concurrence. Par suite de la fusion, le nouveau journal reçoit maintenant un volume très important d'articles et, d'après l'éditeur, n'a plus besoin de l'UPC.

Aucun des journaux qui appartenaient à la Thomson avant sa prise de possession du groupe FP ne sont abonnés à l'UPC, bien qu'à ses débuts, en 1978, l'agence ait fortement sollicité l'appui de la chaîne. Chez Southam, on affirme qu'aucune directive n'est prescrite aux journaux quant à leur abonnement aux agences; chez Thomson, il semblerait que le siège social prenne la décision ou l'influence fortement. C'est du moins l'impression de ceux qui tentent de vendre des services au groupe. L'UPC a également souffert du retrait du groupe Sterling, un des premiers associés de l'agence (voir le chapitre 3).

Ces pertes, particulièrement les fermetures de journaux, sont proportionnellement beaucoup plus graves pour l'UPC qu'elles ne le seraient pour la PC, puisque le budget de la PC est 10 fois plus important. Par exemple, avec la fermeture du *Journal* d'Ottawa, la PC a perdu 188 000 $ mais a pu récupérer une partie du manque à gagner à même l'augmentation des revenus provenant du *Citizen*. L'UPC, quant à elle, a subi une perte nette de 50 000 $ par année par suite de la disparition du *Journal*.

Il résulte de ces événements que la concurrence dans le domaine de la radiodiffusion, qui fournit 40 pour cent de ses revenus à l'UPC, est devenue un élément décisif dans la survie de cette agence. Elle a réagi en tentant de créer une agence de radiodiffusion autonome comprenant des services télégraphiques distincts pour la télévision et la radio. La proposition survient au moment où les clients du secteur de la radiodiffusion, particulièrement ceux de la télévision, sont de plus en plus récalcitrants devant leur dépendance envers la PC. Le projet a suscité quelque intérêt, à ses débuts, de la part des dirigeants de CTV, de la Standard Broadcast News et de Newsradio. La nouvelle agence devait éventuellement voir le jour en 1981 et, selon le directeur général de l'UPC, Patrick Harden, devait disposer d'un budget d'environ 1,25 million de dollars pour sa première année. La plupart des dépenses seraient occasionnées par le personnel supplémentaire, qui pourrait atteindre de 25 à 28 personnes. L'agence pourrait être une filiale séparée de l'UPC appartenant en partie à d'autres groupes, mais la question n'avait pas encore été tranchée lors de la rédaction du présent rapport.

Le succès du projet n'est pas assuré. En dépit d'une insatisfaction passablement répandue, beaucoup de radiodiffuseurs semblent penser que la PC et ses filiales offrent le seul service d'information complet disponible actuellement au Canada ou susceptible de l'être dans un avenir rapproché. Le projet d'une nouvelle agence a été présenté aux directeurs de nouvelles du réseau CTV lors d'une réunion à Kitchener en mars 1981, et ne semble pas avoir soulevé beaucoup d'enthousiasme. Thomson MacDonald de CFCN à Calgary, un défenseur ardent du projet, a affirmé que la majorité des 16 directeurs de nouvelles des stations affiliées s'étaient montrés prêts à «rester à l'écoute» mais disposaient actuellement de services qu'ils considéraient adéquats.

Entre-temps, CFCN-TV a abandonné l'agence BN en faveur de l'UPC, CFCO-TV à Kitchener a présenté un pré-avis d'annulation et au moins une autre station CTV a refusé de payer la cotisation initiale demandée par la BN. Les directeurs de l'information de CTV sont mécontents pour diverses raisons. Pour certains, il s'agit du coût du service tandis que pour d'autres, ce n'est pas tant une question de coût que de qualité. Ceux-ci soutiennent que les services de la BN sont conçus

principalement pour les besoins des stations de radio et qu'ils doivent, en fait, subventionner les bulletins parlés transmis toutes les heures par la BN aux stations de radio. Ils se plaignent également de la qualité et de la précision des comptes rendus écrits de la BN et s'inquiètent de la similitude des bulletins d'information dans des régions où les ondes sont achalandées.

La PC a réagi au problème de plusieurs façons. Pour la première fois, elle a exigé une cotisation de CTV en soutenant que le réseau devait en prendre la responsabilité si ses informations nationales étaient retransmises par des stations non abonnées à la BN. CTV s'est opposé à la cotisation et, selon des porte-parole du réseau, la BN a menacé de retirer ses téléscripteurs. Kincaid s'est refusé à confirmer ce fait, mais il a affirmé s'attendre à ce que le problème soit résolu rapidement. Selon la nouvelle formule, le réseau bénéficierait d'une remise si toutes les stations affiliées s'abonnaient. Selon Kincaid, c'est là «une tactique de commercialisation utile» mais il a ajouté que c'était un principe constant qui s'appliquait également à tous les réseaux. En même temps, la BN a proposé d'offrir un nouveau service d'information télégraphique ultra-rapide, à 1 200 mots à la minute, conçu pour ses clients de la télévision.

Pour répondre à une autre plainte, le conseil de la BN a accepté de fournir sans frais, à ses clients de la télévision qui paraphent un contrat de cinq ans avec elle, le service télégraphique du Circuit central de la PC. Et, tel que nous l'avons noté plus tôt (voir le chapitre 3), elle offre également un système de réductions pour les contrats à long terme, les paiements anticipés, etc.

Ces mesures ont comme résultat que la BN livre une concurrence vigoureuse à l'UPC afin de s'assurer que sa rivale ne s'imposera pas comme fournisseur d'information à la télévision et à la radio. Le fait de savoir si l'on doit considérer cette concurrence comme une manœuvre de vente à vil prix pour éliminer un petit concurrent est probablement une question d'interprétation. Une transaction en particulier, avec le réseau de télévision Global, a suscité beaucoup de commentaires dans le milieu. Les circonstances sont les suivantes.

En mai 1980, l'UPC s'est entendue avec le réseau Global pour lui fournir un service de nouvelles de l'actualité et du sport à un tarif de beaucoup inférieur à celui de la PC-BN. L'UPC considérait qu'elle détenait un contrat de deux ans et demi avec Global. Or, en décembre 1980, Global a abandonné l'UPC pour signer un contrat de cinq ans avec la PC-BN à un tarif qui, de l'aveu même de la PC, était de 40 000 $ à 50 000 $ inférieur au premier tarif. Ni l'une ni l'autre des parties n'a divulgué les tarifs exacts, mais il semblerait que les nouveaux tarifs aient correspondu environ à la moitié des précédents.

La PC soutient que les nouveaux tarifs étaient conformes à la formule de cotisation de la BN et s'appuyaient sur un changement des tarifs publicitaires de Global. Il semblerait toutefois que la PC-BN ait une certaine latitude qui lui permette de négocier dans les limites du barème, en particulier en ce qui a trait aux services. A une autre occasion en 1981, la BN, au cours de négociations avec un télédiffuseur, a réduit le tarif annuel proposé de 6 000 $, passant de 39 000 $ à 33 000 $.

Puisqu'une part de plus en plus importante du budget de la PC et de ses filiales provient des radiodiffuseurs, il est évident que la concurrence dans ce secteur revêt

une importance critique. En 1981, environ 8,25 millions de dollars, soit plus du tiers du budget global de la PC d'environ 22,9 millions de dollars, provenaient de la radiodiffusion.

Les rapports avec Radio-Canada

Au moment même où les responsables des nouvelles à CTV manifestaient un certain désenchantement face à la PC, certains hauts fonctionnaires de Radio-Canada laissaient entendre qu'ils considéraient en baisse l'importance de la PC à titre de fournisseur de nouvelles au réseau. Radio-Canada est le client le plus important de la PC. Dernièrement, la société a paraphé un nouveau contrat de trois ans, d'environ un million de dollars par année avec la Press News, la filiale de la PC qui s'occupe des services spéciaux. Pourtant, les fonctionnaires de Radio-Canada se sont demandés, au moins à deux reprises, si le réseau pouvait se passer du service.

Au début des années 70, la société a mené une expérience de six jours visant à vérifier si l'on pouvait abandonner la PC, une mesure qui, selon un employé de Radio-Canada, représentait au moins en partie une arme en vue des négociations.

Les archives de Radio-Canada datant de cette période brossent un tableau très positif des possibilités d'établissement d'un service séparé. L'expérience s'est déroulée entre le 9 et le 15 décembre 1971 et un rapport préliminaire daté du 21 décembre et portant sur le service anglais concluait que le volume d'information avait été plus important que prévu et que la position concurrentielle du fil de nouvelles de Radio-Canada par rapport à celui de la PC était bonne. Radio-Canada n'avait manqué que quelques événements importants et avait rendu compte de plusieurs événements intéressants laissés de côté par la PC.

Le rapport tirait plusieurs conclusions, en tenant pour acquis que la couverture au Québec serait d'aussi bonne qualité que celle du côté anglais:

1. Si la Presse canadienne en venait à retirer son service, nous pourrions, à même nos ressources, fournir instantanément un substitut sans que les services au public ne s'en ressentent.
2. Un service en provenance de Radio-Canada fournirait un compte rendu de l'information canadienne plus complet que celui de la Presse canadienne et les reportages de Radio-Canada ont une orientation très positive par rapport aux habituels comptes rendus de type police, chiens écrasés et catastrophes. Nous reflétons une image beaucoup plus précise du pays que ne le fait la Presse canadienne.
3. La couverture de Radio-Canada est de loin supérieure à celle de la Presse canadienne dans le Nord et à Terre-Neuve.
4. Sur le plan de l'information, la réserve de ressources non exploitées à l'intérieur de la Société est formidable. Ce serait mal servir les intérêts du public de la radio et de la télévision et faire preuve de gaspillage que de ne pas l'utiliser.

Un rapport complémentaire présenté le 11 février 1972 confirmait les principales conclusions du rapport préliminaire et prétendait que Radio-Canada n'exploitait pas suffisamment son service de nouvelles.

> Un service d'information télégraphique de Radio-Canada pourrait être vendu tant au pays qu'à l'étranger. Même si la vente d'un tel service au Canada pourrait occasionner divers problèmes, sa vente à l'étranger ne soulèverait pas de difficultés.
>
> Une agence de presse s'est déjà montrée intéressée à s'abonner au service télégraphique de Radio-Canada, dans l'éventualité de sa création, et une autre a déjà sondé le terrain dans ce sens.
>
> Il est probable qu'on puisse trouver plusieurs clients, uniquement à l'extérieur du Canada, permettant de récupérer une bonne part des frais — peut-être même d'un quart à un tiers des dépenses.

Dans ce rapport, on affirmait que la création d'une agence de presse améliorerait énormément toute la programmation d'information en orientant de plus en plus les efforts de Radio-Canada dans ce domaine vers la cueillette primaire de l'information.

Avant la signature du dernier contrat, les responsables de l'information ont une fois de plus étudié la possibilité de fonctionner sans avoir recours à la PC. Ils ont conclu qu'il serait possible de le faire — mais que l'abandon de l'agence témoignerait d'un manque de responsabilité du point de vue journalistique, et serait délicat sur le plan politique.

Bien sûr, si cette opinion est déterminante, l'abonnement de Radio-Canada devient un genre de subvention indirecte de l'Etat à la PC. Toutefois, d'autres employés de Radio-Canada, particulièrement dans le secteur de la radio et dans les régions, ont tendance à ne pas être d'accord. Ils soulignent qu'on fait un usage considérable des dépêches télégraphiées au cours de 31 bulletins de nouvelles diffusés quotidiennement à la radio et au cours des émissions locales. Ils laissent entendre que l'opinion négative à l'endroit de la PC est peut-être plus prononcée à Toronto, où le milieu de l'information est plus riche que dans les régions, et que cette observation s'applique peut-être avec d'autant plus de force dans le cas des nouvelles télévisées du réseau, où l'on utilise très peu de dépêches télégraphiées.

Il est difficile d'évaluer cette suite d'événements et de la situer dans la perspective de l'évolution générale des activités de radiodiffusion de la PC. Un fait n'en est pas moins sûr: c'est que les revenus de la PC provenant de la radiodiffusion deviennent de plus en plus importants pour la santé de l'agence. On pourrait considérer que toute réduction importante de ces revenus porterait atteinte au réseau national d'information. Il est douteux que les avantages d'une situation concurrentielle puissent compenser les dommages que subirait alors l'agence.

Il se peut donc que la croissance générale des services de radiodiffusion de la PC soit à la fois un avantage et une menace pour l'agence, une menace en ce sens qu'une part importante de clients éventuels pourraient se désister s'ils étaient convaincus que cela en vaut le coup.

Les revenus de la BN augmentent plus rapidement que ceux de la PC, ce qui n'est pas surprenant compte tenu du déclin des journaux et de l'épanouissement de la radiodiffusion. L'importance de cet épanouissement est évidente: de 1970 à 1980, le nombre de radiodiffuseurs abonnés au téléscripteur est passé de 248 à 314, celui des

abonnés au service audio de 31 à 154 et celui des télédiffuseurs abonnés, de 56 à 64. Depuis l'avènement du service aux câblodiffuseurs en 1974, la BN a attiré 115 clients. Conséquemment, les revenus de la Broadcast News ont augmenté de façon impressionnante. Si l'on compare les chiffres absolus de 1977 et les revenus projetés pour 1981, par exemple, les revenus totaux de la BN ont augmenté de 75 pour cent, de 4 132 350 $ à 7 233 500 $; par contre, le revenu total de la PC provenant des cotisations de base (sans compter les suppléments ni les photos) a augmenté de 41 pour cent, de 6 289 723 $ à 8 888 000 $.

Si l'on compare le revenu total de la PC provenant des cotisations de base et des frais supplémentaires avec le revenu total provenant de la radiodiffusion (les revenus de la BN et les revenus tirés de Radio-Canada, qui représentent environ la moitié des revenus de la Press News) on voit que la PC tire environ un tiers de ses revenus de la radiodiffusion.

Les revenus tirés de la radiodiffusion rejoignant progressivement les revenus en provenance des journaux au sein de l'agence, il est certain que l'on s'interrogera sur la structure coopérative originale de la PC et son contrôle par la presse écrite, ainsi que sur la pertinence des mécanismes qui permettent aux radiodiffuseurs d'exercer leur influence au sein de l'organisme.

Toutefois, le tableau d'ensemble est très complexe et toute évaluation doit tenir compte de plusieurs facteurs. Entre autres, les radiodiffuseurs dépendent encore, en général, des informations imprimées, bien qu'ils fournissent une part importante de revenus à la PC. Avec les années, cette dépendance mutuelle a engendré un débat plus ou moins constant entre les radiodiffuseurs et les membres de la PC, afin de déterminer qui en retire le plus d'avantages. Les dirigeants de la PC ont dû s'acquitter de la tâche délicate d'arbitrer les conflits et de tenter d'assurer la stabilité de cette dépendance mutuelle.

Il semble à peu près impossible de déterminer laquelle des deux parties retire le plus d'avantages. Les revenus des deux secteurs aussi bien que l'échange des nouvelles se confondent au point où il devient impossible de les départager.

Les propres statistiques de la BN démontrent à quel point sa dépendance à l'endroit des reportages écrits est importante. Une étude qu'elle a elle-même commandée sur la source de ses reportages en janvier 1980 indique que seulement 10,7 pour cent des comptes rendus provenaient de sa propre organisation (et sont inclus, dans ce pourcentage, les reportages réalisés par les stations membres). Un autre 1,1 pour cent avait été rédigé d'après les comptes rendus parlés de la BN. Par contre, 44,7 pour cent des comptes rendus étaient des dépêches remaniées de la PC, 20,4 pour cent provenaient de l'AP, 16,2 pour cent de Reuters, 6,4 pour cent des services de l'AP aux radiodiffuseurs et 0,5 pour cent d'autres sources. Toutefois, il arrive que la BN fournisse des reportages à la PC. Par exemple, selon le directeur des opérations rédactionnelles, Phil Adler, le service ontarien de la PC a retenu en novembre 1980, 54 dépêches de la BN et il arrive que la PC se fie aux journalistes de la BN pour couvrir certains événements.

Fait digne de mention, même certains représentants de journaux (tel Murray Burt, directeur de la rédaction à la *Free Press* de Winnipeg) ont réclamé la création d'une agence livrant une plus forte concurrence dans le domaine de la radiodiffusion.

Burt a affirmé que les revenus de la PC provenant de la radiodiffusion «soulagent les journaux membres d'un immense fardeau financier», mais n'en a pas moins déploré l'absence d'une agence de presse concurrente indépendante dans le domaine de la radio et de la télévision.

En un sens, il est probable qu'une amélioration des services de nouvelles de la radio et de la télévision ait compliqué la question. Plusieurs gens du milieu ont remarqué une tendance, particulièrement à la télévision, à considérer les nouvelles comme une entreprise rentable plutôt que comme un service public offert à contrecœur à cause des exigences des législateurs. Cette prise de conscience de l'importance financière de l'information a activé la concurrence, particulièrement dans l'Ouest, et a incité les stations à ne pas présenter aux auditeurs ou aux téléspectateurs un bulletin d'information à peu près identique à celui des concurrents dans la région. Il semble que la plupart des 314 clients de la BN dans le secteur de la radio lisent encore les bulletins tels qu'ils les reçoivent (ou diffusent les bulletins parlés horaires de la BN), mais cette situation change.

D'une façon plus générale, il est évident que la radio et la télévision ont des besoins différents en ce qui a trait aux informations et il est possible que la PC ait trop privilégié le service audio au détriment de l'information vidéo. Certains dirigeants de la télévision se plaignent que le réseau national est conçu pour la radio et la presse, mais non pour la télévision. Le directeur général de la PC, Keith Kincaid, a affirmé que l'agence songeait à créer éventuellement un service vidéo, mais que les détails du projet n'étaient pas arrêtés.

Il semble donc qu'une des questions les plus importantes en ce qui a trait au réseau d'information du Canada soit de savoir si la dépendance mutuelle entre les journaux et les radiodiffuseurs va persister ou si l'on verra apparaître de nouveaux rapports. Il est possible que les fermetures de journaux de 1980 modifient l'équilibre en réduisant les sources de nouvelles du côté de la presse écrite et en incitant la PC à récupérer une part de ses pertes en augmentant les cotisations perçues des radiodiffuseurs. Kincaid a affirmé qu'on avait promis formellement aux radiodiffuseurs que cela ne se produirait pas.

6
Nature de l'information diffusée par la PC

Nulle part la divergence d'opinions entre les employés de la PC et ses propriétaires et dirigeants n'est-elle plus accentuée que sur le plan de la qualité de l'information diffusée, en particulier celle qui provient de l'étranger. Selon ses propriétaires et ses dirigeants, la PC est établie sur des fondements solides et ne cesse de s'améliorer (l'un d'entre eux l'a décrite comme «la meilleure agence de presse nationale au monde»), tandis que les employés formulent tout un cortège de plaintes qu'ils décrivent en détail dans leurs mémoires à la Commission, allant de la carence de personnel et de la préoccupation excessive pour les «informations futiles» à l'absence de formation spécialisée, au manque de personnel à l'étranger et à la faiblesse de la couverture régionale.

Qui a la perception la plus juste de l'agence? L'évaluation de la qualité des nouvelles n'est pas une science exacte et les critères objectifs ne sont pas légion; nous croyons cependant utile d'examiner, à tout le moins, ce qu'on a pu décrire comme étant les forces et les faiblesses de la PC. Pour faciliter l'étude de ces questions, nous examinerons séparément les secteurs national et étranger.

Les nouvelles étrangères

Les moyens utilisés par la PC pour importer et diffuser des nouvelles de l'étranger sont en un sens remarquables. Des ententes réciproques avec les agences internationales, Associated Press, Reuters et France-Presse, lui permettent non seulement de puiser à même le riche réservoir de nouvelles que constituent ces réseaux, mais également d'utiliser les comptes rendus d'autres agences nationales et régionales qui font affaire avec elles. Il s'agit, d'un certain point de vue, d'un système extrêmement efficace.

Les critiques que l'on pourrait diriger à l'endroit de cette méthode ne sont pas nouvelles. L'analyse des dépenses engagées par la PC pour son personnel à l'étranger indique une baisse nette au cours des quelques dernières années. L'analyse du principal service de la PC, le Datafile, démontre une prépondérance écrasante de sources américaines et une couverture parcimonieuse des événements du Tiers Monde.

Ainsi, en 1974, la PC a consacré 213 796 $ à la cueillette des nouvelles internationales par son propre personnel; en 1979, ce chiffre n'avait atteint que 230 992 $. Avec l'inflation et la baisse de la valeur du dollar canadien à l'étranger, cette maigre augmentation équivaut en réalité à une diminution. L'importance de la cueillette des nouvelles internationales dans le budget total de la PC donne un autre indice de la faible priorité que l'on accorde aux reportages à l'étranger: entre 1974 et 1979, la proportion des dépenses affectées à ce poste est tombée de moitié, passant de 2,3 pour cent à 1,1 pour cent du budget total, comme en témoigne le tableau 4.

On a considérablement réduit l'importance des bureaux étrangers de la PC. Le bureau de Londres, qui employait jusqu'à cinq correspondants à la fin des années 60, ne compte plus qu'un correspondant canadien et un employé britannique. Le bureau de New York est passé de neuf employés à deux, bien que cette réduction s'explique par le déménagement du pupitre international de la PC de New York à Toronto. A diverses époques, la PC a eu des bureaux à Moscou, à Bruxelles et à Paris mais tous ont été fermés. Le bureau de Paris, occupé par un journaliste du service de langue française de la PC, a fermé ses portes en 1979 avec l'accord du comité d'étude de l'agence sur les informations en langue française.

Tableau 4
Coût de la cueillette de nouvelles internationales par la PC

	Bruxelles	Paris	Londres	Affectations spéciales à l'étranger	New York Washington	Total
1974	6 454 $	23 398 $	53 968 $	30 505 $	99 471 $	213 796 $
1975	—	37 519	84 599	24 707	109 217	256 042
1976	—	35 802	77 027	23 072	116 727	252 628
1977	—	41 190	80 732	23 170	120 345	265 437
1978	—	43 147	54 679	22 679	123 621	244 126
1979	—	—	60 625	43 063	127 304	230 992
	6 454 $	**181 056 $**	**411 630 $**	**167 196 $**	**696 685 $**	**1 463 021 $**

Les coûts pour Bruxelles, Paris et Londres comprennent les salaires, loyers, frais de mutation du personnel, etc. Les coûts pour les affectations spéciales à l'étranger comprennent les frais de voyage et de télex.

Entre temps, les informations provenant des agences internationales coûtent à la PC (compte tenu des frais du pupitre international) environ 7,2 millions de dollars par année sur un budget total de près de 23 millions de dollars. L'une des principales critiques dirigées à l'endroit des informations provenant de ces agences est une tendance à ne pas tenir compte du Tiers Monde ou à ne retenir que des reportages de nature stéréotypée: émeutes, scandales, castastrophes. Nous ne nous sommes pas vraiment arrêtés à ce problème dans notre étude du Datafile de la PC, mais nos observations confirment que les dépêches diffusées suivent les tendances qui ont donné lieu à ces critiques.

Au cours de notre semaine témoin de 1981, le Datafile a diffusé plus de 1 500 articles d'intérêt étranger provenant de toutes les régions du monde. Moins de trois pour cent d'entre eux venaient de l'Amérique latine. Moins de deux pour cent d'entre

eux (seulement 22 articles) provenaient de l'Afrique, et plusieurs de ceux-ci portaient sur le voyage du premier ministre Trudeau dans le cadre du dialogue Nord-Sud. On ne donnait que très peu de choix à un rédacteur qui aurait voulu, consciencieusement, publier des articles sur ces régions du monde.

On retrouve, à l'autre extrême, une prépondérance d'articles américains, problème déjà soulevé par le Comité Davey il y a 10 ans. Près des deux tiers des articles étrangers étaient d'origine américaine. Le quart de ces articles provenait de la seule ville de New York. Environ le quart des dépêches américaines sont des dépêches tabulaires destinées aux sections financières et sportives des journaux. Mais, outre la priorité accordée au domaine culturel que laissent deviner ces données, les Etats-Unis restent le sujet le plus important d'informations étrangères de la PC. Quelle que soit la couverture que l'on assure aux nouvelles internationales, ce n'est pas la PC qui en est la source. Sur l'ensemble, moins du cinquième des articles sur l'étranger avait la PC comme source, et plusieurs d'entre eux se résumaient à des informations sportives et financières de routine. De ce cinquième, environ 45 pour cent des dépêches provenaient des Etats-Unis et 35 pour cent de l'Europe de l'Ouest, surtout de Londres.

La PC ne semble pas avoir tiré pleinement parti de la diversité offerte par les trois agences internationales. Près des trois quarts du Datafile proviennent de l'Associated Press. Seulement un dixième du volume des nouvelles est produit par Reuters; une part minuscule, soit 0,5 pour cent, vient de l'AFP. (Bien sûr, l'information de langue française comporte beaucoup plus d'articles en provenance de l'AFP.) Evidemment, une plus grande utilisation des agences britannique et française ne canadianiserait pas pour autant le produit de la PC, mais elle atténuerait l'importance de la perspective américaine. Dans son mémoire présenté à la Commission, la PC a insisté sur le fait qu'une partie de ses articles sur les Etats-Unis provenait de la Reuters. Toutefois, dans notre échantillon, seulement trois pour cent des articles sur les Etats-Unis avaient l'agence européenne comme source.

Certains membres de la PC affirment, du moins en public, qu'on devrait accorder plus d'argent au secteur des nouvelles internationales. La présidente de la Thomson Newspapers Ltd., Margaret Hamilton, a déclaré en décembre 1980 qu'elle aimerait voir augmenter le nombre de reportages internationaux originaux, bien qu'elle ait apporté des réserves en ajoutant: «Certains petits journaux de la Colombie-Britannique ne sont pas en faveur de cette mesure [. . .]. La PC ne peut pas procéder trop rapidement dans l'amélioration de ses services».

Un autre membre de la PC a affirmé que l'agence devrait étoffer son compte rendu des événements à Washington et diffuser des analyses politiques effectuées par les chroniqueurs de Londres et de Paris afin de contrebalancer l'abondance de chroniques souscrites en provenance de Washington.

Mais certains se résignent au statu quo. Neil Reynolds, rédacteur en chef du *Whig-Standard* de Kingston, affirme qu'il ne s'est «jamais attendu à ce que la PC rende compte adéquatement des nouvelles internationales» et que, par conséquent, il ne déplore pas la situation actuelle. Les services supplémentaires lui fournissent le complément d'information dont il a besoin. Keith Kincaid a déclaré: «Les seules plaintes que j'ai entendues au sujet de la couverture de l'étranger ont été formulées

par des professeurs de journalisme [...]. Si je percevais que les journaux s'y intéressaient le moindrement, nous ferions davantage d'efforts». Quant à Martin Goodman, ancien président de la PC, il partage les mêmes sentiments: «Si les reportages de l'étranger sont si importants, où est-il ce tollé? En tout cas, le public n'en exige pas».

Selon certains, tel Stuart Keate, ancien éditeur du *Sun* de Vancouver, on avait prévu que la réduction du personnel à l'étranger serait contrebalancée par une augmentation des affectations spéciales, les journalistes se déplaçant en fonction des événements mondiaux. Keith Kincaid, parlant du déclin des bureaux étrangers de la PC qui s'est amorcé, selon lui, au début des années 70, a fait ressortir le même argument. Il a donné l'exemple du voyage du premier ministre Trudeau en novembre 1980 alors que celui-ci était accompagné d'un journaliste du service anglais et d'un autre du service français, d'un photographe et d'un journaliste assurant les reportages audio pour la BN. Cependant, les chiffres de la PC indiquent qu'en 1979, le coût des reportages spéciaux à l'étranger totalisait 43 000 $, soit à peine 13 000 $ de plus qu'en 1974, alors que la PC avait un bureau à Paris et un autre (durant une partie de l'année) à Bruxelles. En somme, le montant dépensé par la PC pour les reportages spéciaux ne représentait qu'un peu plus du tiers des 120 000 $ dépensés par la Southam pour son bureau de Paris durant la même année.

Les nouvelles nationales

Aux yeux d'une personne de l'extérieur, la PC semble prêter une très grande attention aux détails dans la production de l'information nationale. On tient note méticuleusement des dépêches fournies par chacun des journaux membres, du nombre d'événements dont on rend compte le jour même, du nombre d'articles émanant de chaque région qui paraissent au répertoire des nouvelles (la liste des principaux articles prévus pour les journaux de l'après-midi et du matin). Nos discussions avec les employés et les cadres de la PC portent à croire qu'on s'efforce grandement de donner de l'importance aux événements régionaux et de s'orienter vers une plus grande variété d'articles spécialisés. On remarque également un intérêt presque obsessionnel pour l'immédiateté. Comme nous l'avons souligné plus tôt (voir le chapitre 3), la proportion d'articles écrits par le personnel est passée à environ 60 pour cent et la compagnie s'en félicite ouvertement.

Une grande part des articles écrits par le personnel provient du bureau d'Ottawa, qui est reconnu en général comme l'un des secteurs les plus vigoureux de l'agence. Contrairement aux autres bureaux de la PC, Ottawa est surtout un centre de reportage, comptant 29 rédacteurs, six employés de la BN et trois employés du service de photos. C'est la seule entreprise d'information à Ottawa qui tente continuellement de rendre compte de tout ce qui se passe au gouvernement, non seulement à la Chambre des communes et au Sénat, mais aux multiples comités et conférences de presse. D'autres correspondants à Ottawa s'y fient et il est certain que son influence sur l'information est plus importante que ne le laisse entendre le nombre de comptes rendus publiés ou diffusés. Il semble que ses articles soient bien acceptés, bien qu'un éditeur de l'Ouest ait laissé entendre que la PC accordait peut-être trop d'attention à Ottawa et qu'un rédacteur de l'est de l'Ontario se soit plaint que le bureau, fasciné par les événements au gouvernement, négligeait les nouvelles

locales d'Ottawa. Le bureau ne s'est pas développé de façon significative au cours des 10 dernières années. En 1971, il comptait 27 employés à la rédaction contre 29 actuellement, et l'augmentation semble avoir profité davantage aux effectifs de gestion qu'aux effectifs de rédaction.

Cet immobilisme dans la capitale reflète peut-être une volonté de décentralisation de la part de la PC. On a augmenté le personnel au Québec durant le débat référendaire, et on l'augmente actuellement dans l'Ouest. Le gérant de la rédaction, Mel Sufrin, a confié à ses responsables de bureau que l'agence avait comme principe «que chaque bulletin contienne au moins un article de chaque région dans le répertoire des nouvelles générales». Entre juin 1979 et novembre 1980, le nombre mensuel d'articles paraissant au répertoire a augmenté pour chaque région — de 58 à 72 pour l'Atlantique et de 81 à 152 pour les quatre provinces de l'Ouest.

Le personnel a augmenté au cours des trois dernières années, en partie pour répondre aux besoins croissants sur le plan des articles spécialisés et du raffinement des reportages en général. On note dans un rapport interne que, jusqu'à récemment, le personnel de la PC ne s'était jamais accru de plus d'un membre par année. Mais le nombre de nouveaux postes est passé à quatre en 1978, à cinq en 1979 et à six en 1980. La plupart sont des rédacteurs, mais quelques-uns sont des reporters dans des domaines spécialisés tels que les affaires ou l'agriculture. Durant les quatre premiers mois de 1981, on a affecté des rédacteurs de sports à temps complet à Edmonton et à Vancouver, un rédacteur de la télévision ainsi qu'un rédacteur-reporter des questions financières à Toronto; enfin, on prévoyait d'affecter un journaliste aux questions de consommation à Ottawa. La formation du personnel est également plus poussée. Keith Kincaid a déclaré, lors de l'assemblée générale de 1980, que 13 des 44 journalistes embauchés au cours des 18 mois précédents détenaient des diplômes d'études supérieures.

Dans le cadre d'un remaniement et d'une amélioration de son service de reportages spéciaux, la coopérative a également créé, en 1980, la CP Enterprise. Logé dans un bureau à part, ce groupe publie 5 000 mots par jour portant sur des questions importantes telles que la politique de l'énergie et le transport dans l'Ouest. On demande régulièrement aux divers bureaux de contribuer à ce service afin d'essayer de lui donner une perspective nationale. Parfois, la CP Enterprise produit une série d'articles en plusieurs volets; dans ce cas, toutes les tranches sont diffusées ensemble, ce qui permet aux journaux membres de les publier ensemble ou séparément.

Finalement, l'intérêt constant que la PC a porté à la rapidité avec laquelle ses membres lui font parvenir des dépêches semble produire des résultats. En 1979, Kincaid a déclaré prioritaire l'objectif d'une accélération du débit d'informations provenant des abonnés, afin de réduire le plus possible le nombre d'articles parvenant aux bureaux régionaux le lendemain de l'événement. La coopérative a adopté plusieurs mesures visant à encourager la rapidité, allant de l'organisation de colloques dans les journaux membres jusqu'à l'installation de lignes INWATS. Entre août 1979 et janvier 1980, la proportion d'articles reçus la journée même de l'événement est passée de 84 à 92 pour cent. Les éditeurs et les rédacteurs en chef s'entendent pour dire que le nombre d'articles envoyés à la PC augmente également, en partie parce que les grands journaux peuvent maintenant transmettre facilement leur produit grâce aux réseaux informatisés.

Toutefois, il subsiste encore des problèmes. Entre autres, le produit reflète un parti pris envers les régions urbaines. Bien sûr, les grandes villes méritent une bonne part d'attention. Ce sont les foyers nationaux et régionaux du pouvoir politique, financier et culturel. Il n'est peut-être pas surprenant, dès lors, que près des quatre cinquièmes des articles de source canadienne dans notre échantillon du Datafile soient parvenus des 16 villes canadiennes que nous avions spécialement identifiées, même si celles-ci ne représentaient en 1976 que la moitié de la population du Canada. Ce parti pris en faveur des villes pourrait s'accentuer au fur et à mesure que les journaux trouveront des avantages économiques de plus en plus importants à restreindre leur tirage en milieu rural et, conséquemment, feront diminuer le volume de correspondance régionale reçue par l'agence.

Au cours des dernières années, cette importance attachée aux informations d'origine urbaine semble avoir changé de nature. En 1977, Andrew Osler, maintenant à l'école de journalisme de l'université Western Ontario, avait constaté que les trois quarts des articles canadiens contenus dans un échantillon du Circuit central «A», au cours d'une période de cinq jours, provenaient de quatre villes seulement: Ottawa, Toronto, Montréal et Québec. Il en avait fait rapport dans son étude intitulée «An Analysis of Some Aspects of French and English Content in the Canadian Press Wire Service, May 2-6, 1977», réalisée pour le compte du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

Les données de l'étude sur la semaine témoin de 1981 ne sont pas tout à fait comparables, puisque le circuit «A» ne transmet que les informations canadiennes et étrangères les plus importantes. Le Datafile, qui a servi à la présente étude, transmet quant à lui toutes les dépêches de la PC. Or, la répartition de l'origine des articles canadiens n'y est pas la même. Les quatre villes identifiées par Osler n'étaient la source que d'un peu plus de 40 pour cent des 2 122 articles canadiens. L'importance relative de ces quatre villes était également différente. Dans l'étude de Osler, le plus grand nombre d'articles provenait d'Ottawa; dans la nôtre, la prédominance appartient à Toronto, qui est responsable d'un cinquième de tous les articles canadiens. Un dixième des articles canadiens provenait d'Ottawa, et un autre dixième de Montréal. Québec, étonnamment, n'avait produit que 1,4 pour cent des articles.

On pourrait soutenir, dans une certaine mesure, que même nos données brossent un tableau grossi de cette tendance au centralisme. On pourrait considérer, par exemple, que certains des articles en provenance d'Ottawa sont à caractère régional. Un exemple typique est la déclaration faite en février 1981 par le ministre de l'Environnement du Canada, voulant que Saint-Jean (N.-B.) puisse devenir la tête de ligne d'un réseau de transport de gaz naturel liquéfié. Pareillement, on identifie comme venant de Toronto certains articles d'origine indéterminée, tels que les prévisions météorologiques pour l'ensemble du pays. En somme, bien que notre échantillon témoigne lui aussi de l'importance accordée aux régions métropolitaines du centre du Canada, il semble indiquer une tendance moins prononcée que l'étude de Osler.

Néanmoins, on se plaint souvent de la prédominance de Toronto. Un exemple typique est celui du rédacteur en chef du *Herald* de Calgary, Bill Gold, qui a affirmé que la PC ne diffusait que des informations fragmentaires sur les problèmes des

Prairies malgré un intérêt marqué en ce sens dans les journaux de l'Ouest. Il a reconnu qu'il s'agissait en partie d'un problème de personnel, mais il a ajouté que cette situation était également attribuable à un état d'esprit selon lequel «tout ce qui ne se vend pas à Toronto est sans importance».

Il a ajouté que, tout comme Toronto perçoit les nouvelles dans sa propre perspective, les bureaux régionaux perçoivent les nouvelles régionales dans *leur* perspective. En plus des services télégraphiques nationaux, la PC assure un groupe de services télégraphiques régionaux qui permettent l'échange d'informations plus locales. Plusieurs bureaux (Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal et Halifax) reçoivent des dépêches provenant de journaux et de correspondants de la PC dans leur propre région, et décident s'ils doivent les diffuser dans l'ensemble de la région. Mais, selon Gold, l'échange de nouvelles à l'intérieur des régions a tendance à être pauvre. Par exemple, les articles sur les Prairies passent habituellement par Edmonton; ainsi, des décisions relatives à la diffusion des articles portant sur la Saskatchewan sont souvent prises dans la province voisine. Il a laissé entendre que la situation s'améliorerait si les différents bureaux de la PC diffusaient directement tous les articles par l'entremise du service régional, en évitant le bureau d'Edmonton.

La couverture des sujets n'entrant pas dans des champs d'affectation précis fait également problème. Bien que la PC ait renfloué ses effectifs dans des domaines spécialisés, une tension s'est créée entre les clients qui exigent plus de spécialistes dans les domaines «sérieux» tels que l'économie et l'énergie, et ceux qui veulent que la PC fournisse davantage d'articles d'intérêt général destinés aux sections plus «légères» du journal: mode de vie, sports et spectacles. Kincaid a prétendu que la demande était plus forte pour ce dernier genre d'articles. Dans son rapport à l'assemblée générale annuelle de 1980, il déclarait qu'au cours des trois années précédentes, le nombre d'articles portant sur les spectacles avait triplé, «mais plus nous produisons (d'articles de type «mode de vie»), plus la demande que nous créons semble inépuisable».

Durant la semaine témoin, 44 articles de ce type ont été transmis, quoiqu'ils n'aient pas tous nécessairement été inclus dans les blocs de nouvelles auxquels la plupart des petits journaux sont abonnés. Ce sont assurément les quotidiens à faible tirage qui demandent davantage d'articles de meilleure qualité sur le mode de vie. Un exemple typique est celui de Donald Tomchick, éditeur du *Standard-Freeholder* de Cornwall: bien qu'il ait reconnu que la PC se soit améliorée, il a déclaré que son journal dépendait beaucoup du service de la Thomson pour compléter le produit de l'agence. Selon le responsable du fil dans un autre petit quotidien, une part du problème réside dans le fait que la section «mode de vie» de la PC semble être une catégorie fourre-tout pour les articles que Toronto ne parvient pas à classer; il en résulte qu'on ne peut jamais prédire ce qui sera transmis sous cette appellation.

Au Québec, la plupart des journaux de langue française ont réclamé de meilleurs comptes rendus sportifs, et le service de langue française prévoit les fournir. Il est possible que ce soit en réponse à de telles pressions que plusieurs des nominations récentes à la PC aient été dans des domaines relativement «légers» tels que les sports et la télévision.

C'est, en dernière analyse, porter un jugement de valeur que de vouloir déterminer la «bonne» proportion de reportages sérieux sur les affaires publiques et

d'articles de divertissement légers. Sans tomber dans ce piège, cependant, nous pouvons rendre compte de la proportion qui a cours actuellement. Les 4 154 articles de notre échantillon Datafile de 1981 ont été répartis en catégories et groupés, pour les besoins de la présente étude, en huit classes plus générales; cette répartition figure au tableau 5.

Tableau 5
Répartition par sujet des articles de l'échantillon Datafile de la PC

	Nombre d'articles	Pourcentage du total
Politique	660	15,9
Economie-affaires-travail	1 066	25,7
Accidents-criminalité	455	11,0
Questions sociales	303	7,3
Arts et spectacles	79	1,9
Sport	1 042	25,1
Intérêt humain	173	4,2
Autres	376	9,1

Les résultats indiquent que les catégories prédominantes sont l'économie et le sport, qui représentent chacune le quart du total. Mais, dans les deux cas, une part importante de la matière transmise se compose de tableaux de routine. Près de la moitié de l'information économique se compose de tableaux financiers; 30 pour cent des nouvelles du sport se compose de tableaux de classement et de statistiques.

Outre le sport et l'économie, il appert que les nouvelles à caractère civique, soit la politique et les questions sociales, surpassent légèrement les catégories «légères»: accidents, criminalité, arts et questions d'intérêt humain. L'autre dixième n'est pas classé en catégories, mais se compose essentiellement de bulletins météorologiques.

L'une des fonctions explicites de la PC est de contribuer à l'unité nationale. La coopérative l'a affirmé dans son mémoire à la Commission, tout comme en témoigne son objectif d'inclure dans chaque bulletin au moins un article de chaque région. Sur le plan du volume, à tout le moins, la répartition de la couverture à la PC semble refléter en grande partie la répartition de la population par province, comme le tableau 6 en fait état. La grande exception est le Québec; seulement 14 pour cent du total des articles canadiens de la PC (sans compter Ottawa) portaient sur le Québec, alors que celui-ci renferme le quart de la population du pays. Si l'on considère que la période étudiée précédait immédiatement la dernière élection provinciale, ce manque d'attention est étonnant. De plus, les reportages sont concentrés dans les deux plus importantes villes de la province: seul le dixième des 268 articles provenant du Québec avait été produit à l'extérieur de Montréal ou de Québec. Ces chiffres attestent une faiblesse, admise par la direction et le personnel de la PC, en ce qui a trait aux reportages sur le Québec rural.

Tableau 6

Comparaison, par province, du pourcentage de contribution au Datafile canadien et du pourcentage de la population du pays

	Pourcentage de contribution au Datafile canadien*	Pourcentage de la population canadienne
Colombie-Britannique	13,4	10,8
Alberta	14,9	8,3
Saskatchewan	4,1	4,0
Manitoba	10,3	4,4
Ontario*	29,5	36,0
Québec	14,0	26,8
Nouveau-Brunswick	3,9	3,0
Nouvelle-Ecosse	7,1	3,6
Ile du Prince-Edouard	1,2	0,5
Terre-Neuve	1,2	2,4
Territoires du Nord-Ouest et Yukon	0,5	0,3

*Les calculs ne comprennent pas les articles en provenance d'Ottawa.

On a également critiqué la rareté des reportages de la PC sur les provinces de l'Atlantique. Cependant, par rapport à la population, ces quatre provinces sont mieux placées qu'on ne pourrait le croire. Il est peut-être révélateur que les plaintes sur la couverture de l'Atlantique, et provenant d'ailleurs au pays, rejoignaient les plaintes du personnel du bureau d'Halifax, qui affirmait être trop occupé par les «informations futiles» pour pouvoir adéquatement traiter les articles plus sérieux.

Une autre région qu'on a qualifiée de négligée est celle du Nord. La responsabilité du Yukon revient à Vancouver, et celle des Territoires du Nord-Ouest à Edmonton, mais les distances font qu'on ne porte à ces régions qu'une attention sporadique. Bill Gold, de Calgary, a laissé entendre qu'à défaut de mieux on couvrait les événements du Nord par l'entremise de groupes d'intérêts spéciaux situés à Ottawa. Au printemps de 1980, Kincaid avait promis aux éditeurs de porter une plus grande attention à ces régions, mais, jusqu'ici, à la rédaction des présentes, cette attention s'était limitée à des voyages occasionnels dans ces territoires.

7
Les autres services de nouvelles

Au début des années 80, l'essor des services de nouvelles spécialisées du genre Southam ou FP apparaissait comme l'une des dimensions les plus riches du réseau d'information canadien. Les deux services jouaient un rôle semblable: ils ne doublaient pas le travail des agences télégraphiques générales ni le point de vue individuel des correspondants, mais tentaient plutôt de découvrir des nouvelles originales ou de donner une tournure particulière aux principales nouvelles nationales et internationales.

Le service de nouvelles FP

Il va sans dire que les journalistes déplorent de façon unanime la disparition du service FP en des termes allant du regret à la colère. Il avait vraiment atteint son objectif de produire des articles hors de l'ordinaire, qu'il s'agisse des chroniques parfois agressives et parfois légères de Walter Stewart, d'Allan Fotheringham et de Doug Small ou des reportages étoffés de personnes telles que Mary Janigan, Carol Goar, Claude Adams, Dan Turner et Peter Hadekel.

L'histoire de sa disparition se résume en quelques mots. Le service avait été créé à l'automne de 1979 dans l'esprit d'une extension considérable du réseau d'échange d'information entre des journalistes à l'emploi des journaux FP. Son budget initial était de 900 000 $, comprenant la mise de fonds et les salaires de la première année. A son apogée, il employait sept personnes à Ottawa, deux à Montréal, une à Londres, une à Washington et une à Edmonton.

Il commençait à peine ses travaux lorsque le *Star* de Montréal a fermé ses portes et que le *Journal* d'Ottawa, dans un dernier effort pour éviter la fermeture, est devenu quotidien du matin. Le *Globe and Mail* n'a jamais utilisé le service, puisqu'il tentait de s'étendre à l'échelle du pays et ne voulait pas publier à Winnipeg ou à Calgary les mêmes articles que ceux qui paraissaient dans la *Free Press* et l'*Albertan*. Après la prise en charge du groupe FP par la chaîne Thomson en janvier 1980, les journalistes du service de nouvelles ont suggéré leur intégration au petit service de la Thomson. Selon Doug Small, le dernier chef des nouvelles du service

FP, les dirigeants de Thomson se sont toujours opposés à cette mesure sous prétexte que le service FP s'adressait à des grands journaux. «Ils prétendaient que nous écrivions des grands reportages alors qu'eux (le service de la Thomson) écrivaient des nouvelles.»

Une fois le *Journal* fermé, les deux quotidiens de Victoria fusionnés et le *Sun* de Vancouver vendu à Southam, le service FP ne desservait plus que trois journaux: la *Free Press* de Winnipeg, le *Herald* de Lethbridge et le *Times-Colonist* de Victoria. Le jour de la fermeture du *Journal* et de la *Tribune* de Winnipeg, Doug Small a appelé Brian Slaight, vice-président exécutif de la Thomson, afin de s'enquérir de l'avenir du service. Slaight lui a répondu que rien n'avait été décidé. Small a déclaré que le service ne pouvait absolument pas fonctionner en desservant seulement trois journaux. Le reste du personnel (certains avaient déjà quitté) s'est consulté et a décidé que le service devait fermer. La Thomson a donné son accord et a consenti de généreuses indemnités.

La fermeture du service FP ne laissait qu'un service de nouvelles spécialisées.

Southam News

Aucun service de nouvelles spécialisées au Canada n'est aussi important que la Southam News (SN), non seulement parce qu'elle dessert les 14 quotidiens Southam dont le tirage est considérable, mais aussi parce qu'une part de sa production paraît dans d'autres journaux. La Southam News est en général louangée par les journalistes, notamment les membres de la Wire Service Guild au bureau d'Ottawa de la PC, qui ont déclaré dans leur mémoire à la Commission:

> Le calibre de la Southam News est exceptionnel grâce à l'appui qu'elle reçoit de la compagnie mère. Il est probable que la seule raison pour laquelle Southam ne jouit pas d'une réputation à l'échelle du pays est qu'elle ne diffuse pas à Toronto. Mais sa production est aussi bonne et parfois meilleure que ce qui paraît dans bien des quotidiens à gros tirage.

La Southam Inc. considère son service de nouvelles comme complémentaire à la PC, selon Chris Young, directeur général de la SN jusqu'à sa nomination comme premier correspondant à Londres. Les 23 rédacteurs de la SN entendent fournir aux journaux «un type de reportage plus réfléchi et analytique que celui de la PC» et cherchent à réaliser leur objectif par le biais de l'interprétation, de l'information de base et de la couleur. Selon Young, lorsqu'en de rares occasions le service s'occupe des primeurs, «nous le faisons soit parce que l'affaire est tellement importante que nous voulons en fournir une version, ou encore parce que nous pouvons l'annoncer nous-mêmes en exclusivité». Dans le cas de nouvelles internationales, a-t-il ajouté, on observe les événements d'un point de vue canadien. Young a affirmé qu'il essayait d'établir un équilibre entre les articles sérieux et les articles plus légers et d'assurer un équilibre géographique dans le cas des journalistes responsables d'un vaste territoire. Il a estimé la production à 60 000 mots par semaine.

Selon Charles Bruce, l'historien de la Southam, dans son livre *News and the Southams* (Toronto, MacMillan, 1968), le service a commencé ses activités au milieu de l'année 1928, moins d'un an après la création d'un trust financier regroupant les six journaux que possédait alors la famille Southam. Les premiers

journalistes à l'emploi de l'ensemble des journaux ont été postés à Ottawa, à Washington, à Londres et à Montréal, ce dernier étant chargé des questions économiques.

Durant la dernière décennie, le nombre de bureaux est passé de sept à 11. Trois des quatre nouveaux bureaux sont au pays. En plus du bureau principal à Ottawa, la SN a maintenant des correspondants à temps plein à Halifax, à Montréal, à Toronto, à Edmonton et à Vancouver. Le bureau d'Edmonton a ouvert au milieu de 1981. Toutefois, il ne s'agissait pas d'une expansion, puisque le bureau de Québec a fermé ses portes à la même époque. Les mesures de ce type sont fonction de l'évolution des priorités informationnelles; le bureau de Montréal, par exemple, a été créé en 1979 en réponse à l'effervescence résultant de l'approche du référendum sur la souveraineté-association.

Plusieurs des journalistes en sol canadien ont des affectations précises. Actuellement, les spécialistes des arts et de l'énergie sont postés à Calgary, celui des voyages à Montréal, le chroniqueur sportif à Toronto et le rédacteur des questions économiques à Ottawa. Young a affirmé qu'il aimerait également avoir un spécialiste des questions scientifiques et médicales, un domaine qu'on a déjà couvert. Enfin, le personnel canadien compte deux chroniqueurs réguliers à Ottawa, Charles Lynch et Allan Fotheringham.

Le reportage à l'étranger est depuis longtemps un point fort du service. Selon le président de la Southam, Gordon Fisher, la SN a posté proportionnellement plus de journalistes à l'étranger que la PC parce que «la motivation était plus forte de poster des gens où la PC n'en avait pas». Le rôle du journaliste à l'étranger, de dire Young, n'est pas nécessairement de trouver une facette canadienne à chaque événement, mais plutôt de voir les événements importants et les grandes tendances en tant que Canadien. Actuellement, des correspondants étrangers sont postés à Nairobi, à Londres, à Paris, à Washington et à Tokyo, mais ce ne sont là que des ports d'attache d'où ils rayonnent selon les événements. En outre, John Walker, qui a déjà occupé des postes à Londres, à Washington, à Tokyo et à Pékin, commente les affaires étrangères du bureau d'Ottawa, bien qu'il se rende périodiquement à l'étranger. La SN a, dans le passé, engagé des journalistes locaux, mais selon Fisher, l'expérience n'a pas été heureuse et, de toute façon, il est difficile de trouver des gens au courant des besoins des Canadiens.

Au fil des ans, la Southam a ouvert et fermé bon nombre de bureaux à l'étranger. Durant les années 60, par exemple, elle avait un correspondant en Amérique latine, mais elle a fermé le bureau parce que ses journaux faisaient peu usage des articles. Dernièrement, Young a proposé que l'on ouvre un nouveau bureau d'Amérique latine à Mexico. Si la suggestion est entérinée, le bureau ouvrira en 1982. Un bureau a été créé à Pékin en 1972, mais a fermé quatre ans plus tard. Selon Young, le caractère nouveau du bureau n'avait plus le même poids et, étant donné les contraintes imposées au correspondant, les articles devenaient répétitifs. Toutefois, en 1979, la SN se manifestait de nouveau en Asie en ouvrant un bureau à Tokyo.

L'ouverture et la fermeture des bureaux et l'institution de nouvelles affectations dans des domaines tels que l'énergie relèvent en dernière instance d'un comité des éditeurs composé de trois membres et, également, du conseil d'administration de la

Southam. Mais en général, selon Fisher et Young, l'administration centrale joue un rôle minime. La ligne hiérarchique est directe. Young rendait compte, à titre de directeur général, au comité des éditeurs qui est actuellement présidé par J.P. O'Callaghan du *Journal* d'Edmonton. Fisher a déclaré que les éditeurs et le conseil discutaient également du personnel de la SN et de l'utilisation que font les quotidiens des articles fournis par le service. Le président a affirmé que l'ouverture du bureau de Tokyo avait d'abord été proposée par le conseil, mais en général, d'après Young, les propositions venaient de lui-même plutôt que des éditeurs.

A titre de directeur, Young proposait un budget qui était entériné par le comité, puis par le conseil. Le budget de 1981 s'élevait à 2 306 000 $. Entre 1971 et 1981, les sommes affectées au service ont quadruplé, l'augmentation étant plus forte pour le secteur étranger que pour le secteur national (voir les tableaux 7 et 8).

Chaque journal Southam est facturé selon ses profits. Ainsi, les deux journaux riches de l'Alberta assument environ 70 pour cent du coût total de la SN; d'autre part, avant sa fermeture l'été dernier, la *Tribune* de Winnipeg ne payait pas du tout pour le service.

Le service a été créé en partie pour donner aux journaux Southam ce que Fisher a appelé «un produit exclusif» dans les villes où les journaux Southam avaient à subir la concurrence. Toutefois, malgré les fermetures récentes à Montréal et à Ottawa, Fisher a écarté la proposition voulant que la société réduise ses dépenses. «Il ne nous est jamais venu à l'esprit de réduire l'activité du service de nouvelles. En fait, son expansion suivra celle de notre entreprise.» Il a déclaré que Southam subissait encore de la concurrence en Alberta et que le besoin d'articles supplémentaires était toujours présent parce que les radiodiffuseurs s'alimentent au même système PC-BN qui approvisionnerait autrement les journaux.

Fisher a également fait remarquer que la SN permettait à la Southam de s'acquitter de sa responsabilité publique sur le plan du journalisme étranger. D'aucuns ont prétendu que la compagnie contribuerait davantage à l'amélioration du calibre du journalisme canadien si l'argent qu'elle dépense pour la SN servait plutôt à améliorer la PC. Selon Young, il s'agit là «d'un commentaire des plus saugrenus». Il dit que la Southam n'a pas pour rôle de subventionner des journaux qui ne considèrent pas avoir pour responsabilité de rendre compte adéquatement des affaires étrangères. Selon Fisher, plusieurs des membres de la PC n'auraient pas l'espace requis pour augmenter leur contenu d'articles d'interprétation.

On peut juger de la valeur de la SN pour Southam en examinant l'utilisation de ses articles par les journaux membres. L'étude est possible parce que le bureau d'Ottawa effectue un contrôle mensuel de ses journaux, notant les articles de la SN qui sont utilisés et l'importance qu'on leur donne. Selon Young, les chiffres sont quelque peu imprécis parce que certains exemplaires des journaux sont perdus dans le courrier, certains articles sont publiés sans mention et peuvent ainsi échapper au contrôle et parce qu'on intègre parfois certains articles au matériel obtenu d'autres sources. Il croit toutefois que dans l'ensemble, l'échantillon est exact.

En 1980, le service a diffusé 3 281 articles, soit près de 275 par mois. L'utilisation varie selon les journaux. L'*Expositor* de Brantford n'a publié qu'un cinquième des articles; le *Herald* de Calgary en a publié près de trois fois plus.

Tableau 7
Southam News: coût du reportage, secteur étranger

	Afrique	Chine	Londres	Paris	Washington	Total
1974	—	51 000 $	49 000 $	52 000 $	42 000 $	194 000 $
1975	—	58 000	64 000	65 000	59 000	246 000
1976	—	62 000	61 000	65 000	57 000	245 000
1977	105 000 $	—	89 000	76 000	56 000	326 000
1978	110 000	—	90 000	85 000	59 000	344 000
1979	157 000	—	130 000	120 000	68 000	475 000
	372 000 $	**171 000 $**	**483 000 $**	**463 000 $**	**341 000 $**	**1 830 000 $**

Tableau 8
Southam News: coût du reportage, secteur national
(en milliers de dollars)

	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	Total
Ottawa	306 $	350 $	433 $	505 $	518 $	661 $	771 $	3 544 $
Québec	25	28	36	47	49	55	65	305
Toronto	29	31	38	41	39	41	64	283
Vancouver	39	41	47	71	63	83	66	410
Atlantique	31	30	—	—	—	63	57	181
Montréal	—	—	—	—	—	39	66	105
Arts	16	37	42	47	54	56	66	318
Sport	—	—	40	30	35	39	40	184
Voyages	—	—	—	21	47	47	50	165
Energie	—	—	—	—	—	—	62	62
	446 $	**517 $**	**636 $**	**762 $**	**805 $**	**1 084 $**	**1 307 $**	**5 557 $**

Young a fait remarquer que l'utilisation des articles ne dépendait pas de l'importance du journal, mais de la façon dont le rédacteur en chef jugeait de la qualité des articles. Dans un cas, qui, selon Young, est inusité, celui qui exerce la plus grande autorité sur le contenu du journal a «presque une liste noire» des journalistes dont il ne prise pas le travail. Leurs articles, quelle que soit leur qualité, ne sont pas publiés. L'utilisation que fait chaque journal varie selon les changements d'éditeurs et de rédacteurs en chef. Selon Young, la faible utilisation est une source d'irritation constante, mais l'expérience démontre «qu'il n'est pas très utile d'insister».

La faible utilisation peut également résulter du fait que certains journaux, tels le *Citizen* d'Ottawa et la *Gazette* de Montréal, ont à leur disposition un grand éventail d'articles de diverses agences ou parce que le style de la Southam ne convient pas à un mode de présentation mettant l'accent sur les chroniqueurs et réduisant ainsi le montant d'espace libre. La même logique amène les petits journaux

à faire amplement usage des articles de la Southam parce qu'ils n'ont pas à leur disposition un tel éventail d'articles.

En général, Young aimerait que les journaux adoptent une attitude plus constructive à l'égard du service et qu'ils le considèrent comme un prolongement de leur propre équipe de rédacteurs plutôt que comme «un service inopportun qui vient déverser dans nos salles toute une série d'autres bêtises en provenance de New York et de Londres». Mais il a soutenu que la politique d'autonomie locale de la Southam était admirable.

L'autonomie locale est à l'origine du partage du groupe de journalistes Southam par les deux éditeurs de Vancouver, Clark Davey et Paddy Sherman, après l'acquisition du *Sun* en août 1980. Selon le directeur administratif du *Sun* de Vancouver, Bruce Larsen, on était d'accord pour que les mêmes signatures n'apparaissent pas dans les deux journaux et l'on a donc divisé les bureaux. La *Province* a comblé certaines de ses pertes en créant d'autres services; le *Sun* de Vancouver, qui n'a pas obtenu le bureau d'Ottawa, y entretient son propre personnel. Ce partage n'est, selon Young, qu'une solution temporaire. Bien qu'elle convienne aux chroniqueurs, a-t-il affirmé, «je ne crois pas que cette façon d'agir puisse convenir aux correspondants». Il préférerait que chaque article soit choisi par le premier journal qui pourra le publier, comme c'est le cas actuellement avec la PC, et que les deux journaux diffusent le même article s'ils le désirent.

Le service de nouvelles Thomson

Le groupe Thomson a mis sur pied à l'intention de ses journaux un service qui ne remplit qu'en partie les mêmes fonctions que la Southam News. Ce service, qui jusqu'à maintenant n'a été adopté que sporadiquement par les nouveaux journaux acquis du groupe FP, fournit trois genres distincts d'information. D'abord, il offre plusieurs chroniques écrites par des membres de son personnel: un commentaire politique écrit cinq fois par semaine par Stewart MacLeod à Ottawa; une chronique sur les affaires étrangères écrite par John Harbron à Toronto; une chronique de Vincent Egan sur la finance et la consommation; et une chronique de Derek Nelson sur les événements à Queen's Park à l'intention des journaux de l'Ontario. Deuxièmement, il maintient un certain nombre de bureaux rattachés aux parlements et retient les services de journalistes locaux afin de rendre compte des actualités gouvernementales et politiques importantes sur le plan local. On diffuse les articles des journalistes d'Ottawa à tous les journaux membres, mais les articles provinciaux ne sont normalement disponibles que pour les journaux de la province visée. Troisièmement, le service achète, au nom du groupe, les droits de certaines chroniques comme le courrier du cœur de Ann Landers et les chroniques d'un médecin.

La caractéristique la plus originale du service de la Thomson est l'information locale sur les événements parlementaires. Il emploie trois journalistes à Ottawa et trois à Toronto ainsi que des journalistes locaux à Vancouver, à Regina et à Halifax (poste à combler). Devant la Commission, Colin McConechy, l'ancien conseiller éditorial des journaux Thomson, a soutenu qu'il aurait aimé disposer de plus d'argent afin de poster du personnel dans d'autres centres; le vice-président exécutif, Brian Slaight, a affirmé qu'il aurait considéré une telle demande s'il en avait été saisi.

Le service de la Thomson n'essaie pas de copier la PC en rendant compte des événements dans une perspective nationale ou provinciale. Il réserve plutôt son attention aux événements d'intérêt principalement local. Ainsi, selon le courriériste parlementaire Rennie Mackenzie, le *Post* du Cap Breton a demandé des articles sur les réunions de la Cape Breton Development Corporation à Ottawa et un rédacteur en chef de la Saskatchewan a réclamé un suivi sur les négociations fédérales-provinciales au sujet du parc national Grasslands. Certaines requêtes (comme récemment, par exemple, une entrevue avec le juge en chef Bora Laskin) ont un auditoire plus vaste, mais Mackenzie a souligné que la majorité des articles étaient écrits pour un seul journal. Le nombre de demandes n'est pas constant: il peut varier de deux douzaines par semaine à aucune et, conséquemment, plusieurs articles relèvent de l'initiative du bureau; une bonne part de ceux-ci découlent des débats de la Chambre.

Le fait de répondre aux demandes des membres diffère radicalement de la façon de procéder à la Southam. Selon le directeur général de la SN, Chris Young, ses membres acceptent le fait que les demandes spéciales ne sont pas la raison d'être du service et parfois, lorsqu'on lui fait certaines demandes de cet ordre, il renvoie le journal à un pigiste.

Un rédacteur en chef de la Thomson affirme que son journal demande des articles, particulièrement du bureau de Queen's Park, parce que cela lui est plus facile que de demander à la PC. Bien que la PC accepte les demandes des membres, selon Lee Ballantyne du *Intelligencer* de Belleville, il arrive que le bureau de Toronto n'y accède que si un autre journal couvre le même événement et peut fournir à la PC un article que l'agence remaniera. Encore là, toutefois, ce ne sont pas tous les journaux Thomson qui font grand usage du service: selon Slaight, la présence d'un employé à plein temps au bureau de Halifax n'est pas justifiée et il a souligné le nombre limité de demandes, même durant les sessions de l'Assemblée législative.

Toutefois, un contrôle au hasard des journaux Thomson laisse voir que les chroniques régulières et les grands reportages sont largement diffusés. Selon un des rédacteurs en chef de la Thomson, les journaux sont portés à publier les articles parce que chaque journal les paie de toute façon par sa contribution annuelle. Il a toutefois souligné qu'aucune directive du siège social ne les forçait à le faire.

Selon Slaight, le budget annuel du service est de 400 000 $.

Les chroniques souscrites

Le Canada compte deux regroupements de chroniqueurs qui produisent des reportages sur l'actualité et le spectacle en plus de faire office d'agents pour des organismes étrangers. Les deux sont affiliés à des quotidiens importants: celui du *Star* de Toronto fait partie de la Torstar tandis que la Canada Wide Feature Service est une filiale du *Sun* de Toronto. A cause du type de propriété, certaines de leurs productions canadiennes les plus populaires sont l'œuvre d'auteurs et d'artistes employés à temps plein ou à la pige par les journaux en question. Le regroupement du *Star*, par exemple, diffuse les articles des chroniqueurs du *Star*, Richard Gwyn, Gary Lautens, Jack MacArthur, Milt Dunnell, et d'autres. Pour sa part, la Canada Wide diffuse la production d'employés du *Sun* tels que le caricaturiste Andy Donato.

Selon le directeur du regroupement du *Star*, James Cherrier, il est difficile de commercialiser un produit canadien souscrit sans l'appui d'un grand journal. Il a affirmé qu'il est presque impossible pour les rédacteurs canadiens de vivre exclusivement des chroniques souscrites et a fait remarquer que même un produit de grande valeur comme la chronique de Richard Gwyn ne rapporte que 150 $ par semaine sur les marchés les plus importants et aussi peu que 10 $ chez les petits clients.

Les fermetures récentes n'ont fait qu'aggraver le problème en réduisant la demande de reportages canadiens. Cherrier a prédit que la baisse allait s'accentuer. Bien que l'on n'ait pas encore exploité le marché des journaux régionaux, il a soutenu que les tarifs peu élevés des hebdomadaires ne suffiraient pas pour permettre à des rédacteurs indépendants de survivre.

Deux facteurs entravent l'épanouissement des talents canadiens. D'abord, il est plus rentable de commercialiser des reportages américains parce que, grâce au marketing et à la promotion américaine, ils sont déjà vendus aux rédacteurs et aux lecteurs canadiens. De plus, ils couvrent leurs dépenses aux Etats-Unis; selon Cherrier, les quatre principaux marchés américains rapportent, à eux seuls, autant que tout le Canada. Conséquemment, les regroupements canadiens diffusent largement des produits étrangers. Celui du *Star* diffuse les services télégraphiques supplémentaires de la *Tribune* de Chicago et du *News* de New York, du *Register* et de la *Tribune* de Des Moines, du *Christian Science Monitor* et du *Knight-Ridder*. Il transmet également les bulletins du *Sunday Times* de Londres. Son bloc de reportages comprend le produit de la King Features et de la McNaught Service (qui produit des blocs de nouvelles pour la presse régionale) ainsi que deux services belges pour le marché francophone. Le produit du regroupement du *Sun* comprend: les chroniques souscrites du *Times* de Los Angeles; l'association de la United Feature, qui elle-même diffuse Scripps-Howard et *The Economist*; ainsi que plusieurs chroniques britanniques.

Deuxièmement, à cause de la baisse de concurrence, les journaux sont moins portés à acheter des services supplémentaires. «Lorsqu'il y avait deux journaux à Winnipeg, par exemple, Cherrier a-t-il déclaré, les deux comprenaient très bien qu'ils devaient examiner sérieusement toutes les offres de peur que la concurrence ne s'en empare.» Mais les changements à Winnipeg et ailleurs se sont répercutés sur les prix du marché, qui sont fonction à la fois du tirage et de la concurrence. Conséquemment, les journaux ne paient généralement pas ce que Cherrier a appelé un prix du marché équitable.

Au Canada, les ventes sont également influencées par le fait que deux chaînes, la Thomson et la Sterling, achètent des chroniques souscrites pour l'ensemble du groupe. Dans le premier cas, le siège social effectue un premier choix d'articles qui sont soumis à l'évaluation des rédacteurs en chef. Le groupe Thomson achète ensuite, en bloc, les articles les mieux cotés par les journaux.

En dépit de ce tableau peu encourageant, les regroupements estiment qu'ils peuvent continuer à croître. Celui du *Star* a assemblé un bloc hebdomadaire, diffusé par la poste, de six ou sept reportages d'actualité ou de spectacles, tirés de son édition de fin de semaine. Les articles récents traitaient de sujets aussi variés que la

navette spatiale américaine, la politique en Afrique du Sud, des critiques de spectacles et des reportages médicaux. Cherrier a affirmé que la popularité du bloc prenait de l'ampleur aux Etats-Unis, et que l'on s'attendait à ce que la diffusion électronique, qui devait être adoptée à la fin de 1981, décuple les revenus annuels qui sont actuellement de 40 000 $ ou 50 000 $. Les abonnés ne payent que pour les articles qui sont publiés et les tarifs varient de 10 $ à 250 $ par article.

8

Le Service français (SF) de la Canadian Press

Le Service français de la Canadian Press n'est pas un service parallèle au Service anglais. Il s'agit d'un service à l'intérieur de la CP, d'un service subsidiaire, au même titre que le Service Maritimes, le Service Ontario et le Service de l'Ouest. Le Service français est un service régional qui a néanmoins une spécificité que n'ont pas les autres services subsidiaires: il assure, par ses traducteurs, une information en français sur des événements dont la couverture a été faite en anglais par des reporters de la Canadian Press, d'Associated Press, etc. D'ailleurs, ce statut de service subsidiaire du Service français est confirmé par la composition du conseil d'administration de la CP.

Le Service français sert également de point de convergence et de retransmission pour les textes rédigés par les sociétaires et susceptibles d'intéresser les autres sociétaires. Il sert enfin à assurer une certaine couverture d'événements se passant à Montréal ou à Québec et, à l'occasion, dans le reste du Québec.

Le Service français occupe la plus grande partie des bureaux de Montréal et de Québec de la Canadian Press.

A Montréal, 76 des 110 employés sont francophones. Mais le personnel journalistique est affecté essentiellement à des travaux de pupitre ou de traduction. Contrairement à l'équipe anglophone qui affecte une bonne partie de son personnel journalistique au reportage, seulement six des 20 journalistes francophones sont affectés au reportage, soit quatre au reportage général et deux au sport. (Telle était la situation en mars 1981. Cependant, début août 1981, la PC ajoutait deux journalistes au reportage général et deux au secteur sportif.)

A Québec, le bureau de la Canadian Press est installé au parlement même; il comprend 11 personnes, dont sept journalistes de langue française qui consacrent la grande partie de leurs activités à la couverture du parlement mais qui, à l'occasion, couvrent des événements régionaux ou se déroulant dans l'est du Québec. Les quatre autres journalistes travaillent, pour la moitié d'entre eux, pour la Canadian Press et pour l'autre moitié, pour la radio.

Le bureau de Montréal est dirigé par un journaliste de carrière, Guy Rondeau, qui jouit du respect de son équipe et aussi des responsables des quotidiens francophones. A titre de directeur du bureau de Montréal, il a juridiction sur le bureau de Québec et sur le service de Nouvelles Télé-Radio, l'équivalent français de Broadcast News et compte sur l'assistance de deux adjoints, l'un pour le Service français, l'autre, pour le Service anglais. Ses relations avec le directeur général de la Canadian Press sont des relations de subordonné à patron, bien qu'il jouisse de toute l'autonomie nécessaire pour assurer la couverture de tout ce qui se passe au Québec et pour maintenir les relations appropriées au plan professionnel avec les sociétaires francophones. Son budget n'est pas séparé du budget général de la Canadian Press; le seul budget qui soit propre au bureau de Montréal sert à couvrir les salaires et le fonctionnement des activités courantes du bureau. S'agit-il de remplacer un journaliste qui aurait démissionné de son poste au bureau de Montréal, comme cela s'est produit dans le cas des cinq qui ont quitté après le référendum du 20 mai 1980 au Québec, il appartient à la direction générale de la Canadian Press à Toronto d'évaluer les besoins et de décider s'il y a lieu ou non de combler ces vacances. Dans ces cas précis, notamment, on aurait décidé à Toronto de surseoir tout remplacement, considérant qu'avec les résultats du référendum, «la crise du Québec était réglée».

Cette dépendance du bureau de Montréal par rapport à la direction générale de la Canadian Press empêche la direction de ce bureau d'imaginer une couverture en français de la réalité canadienne autre que québécoise. L'autonomie dont jouit le bureau de Montréal pour ce qui est de la couverture des événements au Québec (toujours cependant limitée par le petit nombre de reporters) s'arrête dès que l'événement à couvrir se passe hors des frontières québécoises. De sorte que si les quotidiens anglophones du reste du Canada publient une version anglaise (rédigée par des journalistes anglophones) des événements qui se déroulent au Québec, les quotidiens québécois publient, eux, du reste du pays, une vision anglophone «traduite» ou «adaptée» par des journalistes francophones bien ancrés derrière leurs pupitres de la rue Saint-Jacques à Montréal.

Le Service français n'est donc rien de plus qu'un service régional qui sert davantage à traduire des dépêches rédigées par des journalistes anglophones sur le reste du pays qu'à présenter au reste du pays une vision du Québec à travers des journalistes francophones: parce qu'il y a des reporters anglophones de la Canadian Press au Québec mais il n'y a pas, sauf à Ottawa, de reporters francophones dans le reste du pays. «Le biculturalisme, les deux cultures, les deux langues officielles, ce n'est pas pour la Canadian Press», disait le rédacteur en chef d'un petit quotidien, qui regrettait que le Service français n'ait pas pu lui fournir un bon «feature» sur l'acquisition de Fina par Pétro-Canada, qui aurait été rédigé par un journaliste francophone pour un public francophone.

Avec le résultat que, de façon générale, les responsables des quotidiens francophones ne perçoivent absolument pas la Canadian Press comme «leur affaire», comme une société dont ils sont sociétaires et à l'intérieur de laquelle ils peuvent intervenir, exercer une influence. «La patente du *Star* de Toronto, de Southam et de Thomson», disait le directeur d'un quotidien. «Pour les Canadiens français, un beau club social», disait un rédacteur en chef. «Une société d'anglophones qui nous font la

faveur d'un service de traduction pour tout ce qui concerne le Canada, quitte à nous dire ensuite que ce pays est à tout le monde», disait un troisième.

Ce qui ne veut pas dire que les quotidiens francophones n'utilisent pas le Service français de la Canadian Press, comme nous le verrons au chapitre suivant. Mais la Canadian Press est davantage perçue comme un société étrangère aux quotidiens, dont on réussit à obtenir malgré tout un service valable à cause des relations très personnalisées qui existent entre le directeur du bureau de Montréal et chacun des responsables de ces quotidiens. Mais ce service valable porte essentiellement sur une information québécoise assurée par les sociétaires et sur des traductions de dépêches anglaises qu'on publie parce qu'il faut bien couvrir un peu de politique canadienne (entendre «fédérale») et, certains jours, noircir un nombre considérable de colonnes de journal.

Utilisation du Service français de la CP

La proportion du contenu, entre les textes maison et les dépêches d'agences, varie considérablement d'un quotidien à l'autre selon les objectifs de chacun, son volume, son personnel, etc. Le *Journal de Montréal*, le *Journal de Québec*, dont l'essentiel du contenu est fait de couverture de faits divers et d'événements sportifs, consacrent environ 20 à 25 pour cent de leur espace à des dépêches d'agences. Un quotidien comme *Le Nouvelliste* de Trois-Rivières, journal à vocation régionale, utilise ces dépêches pour 25 à 30 pour cent de son contenu. Mais pour *Le Quotidien* de Chicoutimi, par exemple, journal également à vocation régionale, le contenu d'agences atteint 65 pour cent alors que seulement 35 pour cent des textes sont rédigés par ses propres journalistes. Un quotidien comme *La Presse*, par contre, est fait dans une proportion inverse à 65 pour cent d'articles originaux et à 35 pour cent de dépêches d'agences. On retrouve, *mutatis mutandis*, la même proportion dans des quotidiens comme *Le Soleil* et *Le Devoir*.

A partir d'une analyse du contenu de ses fils faite sur trois jours, en novembre 1980, par le Service français, il est possible d'évaluer de façon approximative l'utilisation que les quotidiens font de ce service. L'analyse porte sur les dépêches des 15 et 16 novembre 1980 pour les quotidiens du 17, sur celles du 18, pour les journaux du 19 et sur celles du 21, pour les journaux du samedi 22 novembre.

Nouvelles internationales

Trente-huit pour cent des dépêches envoyées au cours de ces trois jours étaient des dépêches internationales; donc, aucune production originale ou des sociétaires, mais plutôt des retransmissions de dépêches de l'Agence France-Presse, des traductions d'Associated Press, et des retransmissions et des traductions de Reuters. De toutes ces dépêches internationales, les onze quotidiens francophones en ont utilisé 27,8 pour cent, le plus gros utilisateur étant *Le Journal de Montréal* avec 67,5 pour cent. *Le Nouvelliste*, *La Tribune*, *Le Soleil*, *Le Droit*, *L'Evangéline*, *Le Devoir*, *Le Journal de Québec*, pour leur part, en ont fait une utilisation qui va de 20 à 30 pour cent. Ce sont *La Presse*, avec 13,6 pour cent et *La Voix de l'Est* de Granby, avec six pour cent qui en ont utilisé le moins.

Nouvelles sportives

Après les dépêches internationales, ce sont les informations sportives qui ont le plus occupé le fil du Service français ces trois jours-là, à 28,6 pour cent. De ces dépêches

sportives, les journaux en ont utilisé 30,2 pour cent. Mais si on ne comptabilise pas les dépêches utilisées par le *Journal de Montréal* (16,4 pour cent) et le *Journal de Québec* (18,1 pour cent), le taux d'utilisation passe à 33 pour cent. Et si, enfin, on retire le nombre de dépêches utilisées par les quotidiens de Montréal pour ne retenir que celles qu'ont publiées les journaux de province à vocation régionale, ce taux passe à 37,8 pour cent. Dans le cas de *La Tribune* de Sherbrooke, du *Nouvelliste*, du *Droit* et de *L'Evangéline*, plus de quatre dépêches sportives sur 10 sont utilisées, tandis que *Le Quotidien* en utilise 35,7 pour cent et *Le Soleil*, 31,2 pour cent. Dans le cas des journaux de Montréal, ce taux d'utilisation est inférieur à 20 pour cent, ces journaux couvrant eux-mêmes le sport professionnel local, soit les activités des Canadiens, des Expos et des Alouettes.

Nouvelles québécoises

Pendant ces trois jours, 19,6 pour cent des dépêches expédiées par le Service français avaient un caractère québécois et de cette somme de dépêches, les quotidiens en ont utilisé 27,4 pour cent. Il faut cependant signaler que le 16 novembre était jour d'élections complémentaires au Québec et qu'en conséquence, les quotidiens ont utilisé plus d'informations québécoises qu'à l'habitude, le lundi 17. Mais encore là, ce sont les journaux régionaux qui ont été les plus gourmands: *Le Quotidien* (32,7 pour cent), *La Tribune*, (26,9 pour cent), *Le Nouvelliste* (28,3 pour cent), *Le Soleil* (31,9 pour cent), *Le Droit* (34,5 pour cent). Le *Journal de Montréal* devait utiliser 44,5 pour cent de toute cette information québécoise mais dans des proportions très différentes: 90,3 pour cent le lundi, lendemain d'élections complémentaires, mais 4,4 pour cent le mercredi et 10,5 pour cent le samedi. C'est *La Presse* qui utilise le moins cette information, seulement 5,7 pour cent des dépêches envoyées.

Nouvelles canadiennes

Pendant ces trois jours, l'actualité canadienne a occupé 15,1 pour cent du fil du Service français et, proportionnellement, c'est cette actualité qui, avec le sport, a le plus intéressé les quotidiens, dans une proportion de 30,2 pour cent de toutes les dépêches canadiennes transmises. Les plus gros utilisateurs en ont été *Le Soleil* (48,3 pour cent), *Le Droit* (42,6 pour cent) et *Le Journal de Montréal* qui a fait siennes plus de la moitié des dépêches (51,7 pour cent). Mais c'était avant que le *Journal de Montréal* ait une correspondante à Ottawa. *Le Journal de Québec*, pour sa part, en a utilisé le moins, seulement 3,5 pour cent.

Nouvelles économiques (ne comprenant pas les tableaux de la bourse)

Pendant la même période, le Service français a consacré 10,7 pour cent de ses dépêches aux informations économiques et encore là, c'est le *Journal de Montréal* qui, avec *Le Quotidien* (44,2 pour cent) et *La Presse* (41,3 pour cent), en a été le plus grand utilisateur, avec 47,2 pour cent. Dans l'ensemble, les quotidiens n'ont utilisé en moyenne que 21,9 pour cent de toute cette information économique, mais dans cette évaluation, il faut tenir compte du faible intérêt que portent à cette question des journaux comme *La Tribune* (15,5 pour cent), *Le Droit* (11,6 pour cent), *L'Evangéline* (5,2 pour cent), *Le Journal de Québec* (4,9 pour cent) et *La Voix de l'Est* (nil).

Une étude particulière de ces taux d'utilisation permettra de mieux comprendre, plus loin dans cette étude, le problème qu'affronte le Service français dans le type de

couverture qu'il doit faire des événements, dans le choix de ces événements et dans l'établissement en général de ses priorités à court et à moyen termes.

Evaluation du Service français

Une fois accepté le fait que les quotidiens reçoivent passivement ce que le Service français leur envoie, sans autres exigences au niveau du contenu qu'une demande spécifique par-ci, par-là, les responsables de ces quotidiens se disent relativement satisfaits de ce service.

«Un service efficace, dit Bertrand Genest, directeur de l'information au *Quotidien* de Chicoutimi qui est le journal le plus exigeant en terme de couverture d'événements. Nous lui demandons régulièrement de nous couvrir en information régionale, en information canadienne et aussi de couvrir pour nous des événements qui concernent la région mais qui se déroulent à Montréal ou à Québec. Il le fait toujours, soit par ses reporters, soit par les sociétaires. C'est un bon service [. . .].»

«Le service s'est considérablement amélioré, depuis qu'il est passé de 66 à 300 mots à la minute, dit René Ferron, du *Nouvelliste*. Les textes sont encore beaucoup trop longs mais chaque fois que nous demandons au Service français de les réduire, *La Presse* proteste [. . .].»

«Le service est maintenant très rapide, dit pour sa part Michel Roy du *Devoir*. Mis à part les textes des correspondants politiques qui ne sont sûrement pas vérifiés par le pupitre de Montréal — c'est là un des désavantages de l'écran cathodique — la qualité du français s'est améliorée de 150 pour cent depuis une dizaine d'années [. . .]. C'est encore inégal mais il n'y a plus rien d'impubliable.»

«Nous sommes, dans l'ensemble, satisfaits du Service français. La qualité du français? C'est moins pire que c'était [. . .]», dit Jean Sisto, de *La Presse*.

Dans cette évaluation globale du Service français, en somme positive, il y a quand même quelques notes discordantes concernant la faiblesse de sa couverture de la politique fédérale et des grands événements de la scène canadienne par des journalistes francophones.

«Demander un «feature» canadien à la Canadian Press?, dit Serge Côté du *Journal de Québec*. Je préfère plutôt le demander au plus faible de mes gars dans la salle. Au moins il ne s'agira pas d'une traduction insipide et le style sera celui du *Journal* [. . .].»

«Ce qui nous intéresse, c'est Ottawa, dit Gérard Cellier, du *Journal de Montréal*. Le reste de ce que nous envoie la Canadian Press, c'est «plate». Et raconter le reste du pays pour le plaisir de raconter ce qui se passe dans le reste du pays, c'est pas tellement intéressant!»

«La Canadian Press n'est pas forte, en français, à Ottawa, affirme pour sa part Claude Masson du *Soleil* de Québec. Alors nous avons ici une équipe qui traduit le fil anglais pendant que notre correspondant travaille sur des «features» ou sur des événements à caractère régional.»

«La Canadian Press nous envoie les faits bruts (hard facts), dit pour sa part Michel Roy du *Devoir*. Moi, ce que je veux sur la réalité canadienne ce sont des analyses, des explications. Je veux avoir le «pourquoi» de ce qui se passe à Winnipeg,

à Vancouver. Et pour compenser ces faiblesses de la Canadian Press, nous nous sommes donnés des moyens. De plus en plus, ces réalités canadiennes sont couvertes par des gars de la boîte, des correspondants qui savent vraiment ce que nous voulons [. . .]. Les quotidiens doivent se définir de plus en plus en fonction de la radio et de la télévision. Et pour empêcher que les gens passent directement de ces deux média aux magazines d'analyse ou spécialisés, il faut que les quotidiens donnent une information explicative, analytique, et cela presque à chaud, dès le jour ou le lendemain de l'événement. Et pour cela, il faut que la Canadian Press s'ajuste [. . .].»

«La Canadian Press n'a pas de correspondant francophone à Fredericton, dit pour sa part Martin Boudreau, de *L'Evangéline*. Lorsque nous ne pouvons couvrir nous-mêmes le Parlement, nous devons traduire le texte du correspondant anglophone ou encore le texte que la Canadian Press nous aura retransmis d'un journaliste de l'un ou l'autre des journaux Irving.»

«Même si nous faisons confiance au *Journal* d'Edmonton pour nous informer de ce qui se passe en Alberta, reconnait Jean Sisto de *La Presse*, nous faisons en sorte que Réal Bercier, notre correspondant à Toronto, se rende dans l'Ouest une dizaine de fois par année.»

Ce sont là quelques témoignages qui illustrent bien l'insatisfaction générale des quotidiens francophones face à la couverture que leur assure la Canadian Press de la réalité canadienne. Cette insatisfaction porte à la fois sur le choix des événements à couvrir, la façon dont les événements sont couverts et surtout le fait que ces couvertures soient faites en anglais et ensuite traduites. Et c'est peut-être là l'une des raisons pour lesquelles les journaux francophones s'intéressent peu aux réalités canadiennes autres que fédérales et par voie de conséquence, les lecteurs aussi.

Les sociétaires et la PC

«La Canadian Press, c'est un des fleurons de la Confédération», dit Jean Sisto de *La Presse*.

En collant ainsi cette étiquette à la Canadian Press, Sisto illustre bien la perception que l'ensemble des journalistes du Québec ont de l'agence. Personne, dans toutes les entrevues faites aux fins de la présente étude, ne considère vraiment la Canadian Press comme une société coopérative dont chaque quotidien francophone est membre à part entière.

«C'est l'affaire du *Star* de Toronto, du groupe Southam, du groupe Thomson», dit Sisto.

«La Presse canadienne, c'est d'abord la Canadian Press, pense René Ferron, du *Nouvelliste* de Trois-Rivières. Dès que le Service anglais s'affaiblit, cela a des répercussions au Service français. S'il arrivait que les chaînes de journaux du Canada anglais décident, par leurs représentants au conseil d'administration, de diminuer la qualité du Service anglais, nous n'y pourrions absolument rien. Le Service français est dépendant du Service anglais.»

«La PC, c'est l'affaire de Toronto, soutient Denis Tremblay, du *Quotidien* de Chicoutimi. C'est l'affaire de Toronto d'abord, c'est l'affaire des gros journaux ensuite. Des petits quotidiens comme le nôtre n'ont aucune influence sur la CP.

Nous n'avons aucune collaboration de la part des gros quotidiens de langue française. Ils considèrent la PC comme un fil d'appoint, parce qu'eux aussi ont renoncé à exercer une influence au niveau de Toronto, au niveau des grandes orientations de la Canadian Press.»

Claude Masson, du *Soleil* de Québec, tient à peu près le même langage. «Les sociétaires francophones prennent la PC comme un service automatique, un service acquis avec lequel ils ont appris à vivre, qu'ils soient satisfaits ou pas. Ils n'ont pas conscience d'être participants à ce service. Ils n'ont pas conscience que la PC n'existerait pas sans les sociétaires.»

Pour Michel Roy du *Devoir*, c'est le directeur général de la Canadian Press, à Toronto, qui mène le service, y compris le service français, « [. . .] tout en tenant compte des observations qui lui sont faites au conseil d'administration», ajoute-t-il. Selon M. Roy, la formule coopérative de la CP, qui comporte des avantages indéniables, présente cependant un inconvénient majeur. «Jusqu'à maintenant, dit-il, la concentration des journaux n'a pas affecté la liberté de la Canadian Press. Mais un jour, il pourrait se produire un alignement [. . .]. Cela est possible. C'est présent comme problème!»

Ces diverses appréciations des sociétaires retrouvent leur écho au niveau du directeur du bureau de Montréal de la Canadian Press.

«Il semble impossible de susciter une implication marquée des quotidiens francophones dans la Canadian Press, dit Guy Rondeau. Est-ce parce qu'ils n'ont que deux représentants sur 19 au conseil d'administration? Je n'en sais rien. Ce désintéressement par rapport à la CP se manifeste également au niveau du Service français. Nous ne recevons presque plus de demandes de la part des sociétaires, sauf pour des nouvelles sportives. Il semble que la concurrence des journaux de Quebecor a forcé les quotidiens à mieux se couvrir sur le plan régional et à intensifier leur information sportive.»

Cette concurrence a même amené certains sociétaires à demander au Service français d'affecter un journaliste sur le «gros» fait divers à Montréal.

«Plus les journaux sont petits et régionaux, plus ils dépendent de la Presse canadienne, ajoute M. Rondeau, mais, en même temps, ils nous obligent à modifier nos habitudes de couverture. Aucun sociétaire n'a formulé de demande spécifique sur les élections générales en Ontario. Tous prétendent que notre couverture est trop politique. Mais ils demandent plus de sport, plus de fait divers!»

La Presse canadienne coincée

C'est cette concurrence de plus en plus vive entre les quotidiens de Quebecor et les autres qui fait qu'en ce moment le Service français est coincé et forcé de choisir entre, d'un côté, deux sociétaires qui comptent parmi ses principaux cotisants et, de l'autre, ceux qui, pour soutenir la concurrence, exigent de la PC une couverture dont la spécificité dans le sport et le fait divers risque d'indisposer de plus en plus les deux premiers.

Avec le résultat que ces deux principaux cotisants, le *Journal de Montréal* et le *Journal de Québec*, pourraient se retirer de la Canadian Press.

La principale raison: le coût de plus en plus élevé du service, soit 350 000 $ pour le *Journal de Montréal* et 160 000 $ pour le *Journal de Québec*. Ces deux journaux sont la propriété de Quebecor, entreprise que dirige Pierre Péladeau.

Quebecor remet en question le système de cotisation de la Canadian Press qui repose essentiellement sur le tirage plutôt que sur le taux d'utilisation du service pour chaque quotidien. De plus, à la demande de la plupart de ses membres, le Service français doit augmenter le nombre de ses informations sportives, ce qui indispose sérieusement les responsables du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*, dont la distribution dépasse largement les limites de Montréal et de Québec.

«A cause du système de cotisation, dit le directeur de la rédaction au *Journal de Montréal*, Gérard Cellier, nous subventionnons l'information sportive chez nos concurrents. Or, l'information sportive, qui n'est pas une information essentielle, est chez nous le principal élément de marketing [. . .].»

M. Cellier est catégorique: «Ajouter un journaliste sportif à la Presse canadienne? Non! A moins que les journaux qui le demandent paient la totalité de la note. La Presse canadienne n'est pas là pour faire du sport. De la façon dont la cotisation à la CP est organisée, nous habituons les petits quotidiens à recevoir une information à moitié prix. Quand le *Journal de Montréal* finance la Canadian Press, il permet au *Nouvelliste* de Trois-Rivières, au *Quotidien* de Chicoutimi, à la *Tribune*, de ne pas embaucher de journalistes. C'est créer chez eux une fausse sécurité». (La rencontre avec M. Cellier a eu lieu le 20 février 1981. Moins de six mois après, début août, la PC accédait néanmoins à la demande de la majorité de ses sociétaires, et portait à quatre le nombre de ses journalistes de sport, sans pour autant modifier le système de cotisation.)

Selon M. Cellier, ce qui fait que les quotidiens du Québec ont de la difficulté à vivre, c'est qu'ils sont trop dépendants de la Canadian Press et que le style journalistique de la CP est à ce point traditionnel et conformiste que les gens n'ont pas envie de lire cette information. Ce que tend à confirmer une étude faite par le *Journal de Montréal* auprès de ses lecteurs: 40 pour cent de ses lecteurs ne lisaient aucun journal avant l'existence du *Journal de Montréal*.

Ce qui explique le troisième grief des journaux de Quebecor envers le Service français de la Canadian Press: il ne répond pas à leurs besoins et ses dépêches ne sont pas rédigées dans un style qui cadre dans leurs pages.

«Nous ne sommes pas emballés par ce service, dit Pierre Péladeau, qui ajoute: Il s'agit pour nous de voir si ce que la CP nous vend vaut ce que nous payons. Nous payons pour un service. C'est tout. S'il ne répond pas à nos besoins, nous chercherons ailleurs. Il y a l'Agence France-Presse, il y a Reuters [. . .]. C'est une question pragmatique. Nous ne sommes pas des banquiers [. . .].»

Le directeur de la rédaction au *Journal de Montréal* ne fait pas secret de son attitude envers le Service français. Dans un rapport que lui a demandé le président du *Journal*, Maurice Custeau, il recommande nettement le retrait du *Journal* de la Canadian Press. «Nous pouvons nous abonner directement au service de l'Agence France-Presse, ce qui nous coûtera environ 80 000 $. Nous utiliserions davantage United Press Canada pour l'information canadienne. Nous embaucherions trois ou quatre traducteurs et nous maintiendrions un correspondant à Ottawa!»

Et Gérard Cellier ajoute: «En fait, stratégiquement, il serait logique pour le *Journal de Montréal* de se retirer de la Canadian Press. Ce faisant, il obligerait les autres quotidiens à assumer un fardeau additionnel de 350 000 $. Le peuvent-ils?» M. Cellier reconnaît cependant que pour l'instant, le *Journal de Montréal* n'est pas prêt, techniquement, à remplacer les quotidiens qui pourraient disparaître.

En somme, les journaux de Quebecor considèrent que:

a) la Canadian Press — Service français a peu d'utilité dans la couverture de ce qui constitue leur force, le fait divers. D'ailleurs, le *Journal de Québec* entend intensifier ses relations avec des journaux qui lui ressemblent, comme le *Sun* de London ou le *Sun* de Toronto. «Le «feature human interest» est relativement intemporel, dit Serge Côté. Un enfant de sept ans qui souffre de sénilité précoce, une vieille femme de 75 ans qui fait du jogging, cela intéresse tout le monde et peu importe si nous le publions deux jours après le *Sun* de Toronto»;

b) leurs correspondants à Ottawa et Québec satisfont pleinement à leurs besoins dans le domaine politique fédéral et provincial;

c) la Canadian Press a trop de nouvelles canadiennes. «Le *Journal de Montréal* est un journal québécois», dit Gérard Cellier;

d) le sport n'est pas une information essentielle et chaque journal devrait assumer ses propres frais en ce domaine;

e) le service de photos de la Canadian Press ne fait pas le poids à côté de celui de United Press Canada;

f) le style de rédaction de la Canadian Press — Service français est trop conventionnel et manque de mordant. «Quand la PC écrit pour *Le Nouvelliste*, elle n'écrit pas pour moi, dit le directeur de la rédaction du *Journal de Québec*. Elle devrait se doter d'une équipe de bons journalistes spécialisés dans les «features». Il n'y a jamais de bons «features» sur le fil du Service français. Nos lecteurs veulent du «human interest». C'est pourquoi nous achetons de plus en plus d'articles du *Sun* de Toronto».

Si les journaux de Quebecor se retirent de la Canadian Press, c'est un demi-million de dollars par année que perdra celle-ci, soit plus du quart des cotisations qu'elle perçoit des quotidiens francophones.

UniMédia a envisagé une solution

Cette perspective, un autre propriétaire de journaux du Québec l'a déjà envisagée: Jacques Francœur, président d'UniMédia qui publie *Le Soleil* de Québec et *Le Quotidien* de Chicoutimi.

Il faut préciser que les journaux d'UniMédia sont en concurrence directe avec le *Journal de Québec*, dont le rayon de distribution s'étend de Portneuf et Thetford Mines jusqu'à Gaspé et qui publie une section régionale dans ses exemplaires distribués au Saguenay-Lac St-Jean. Or, les journaux d'UniMédia souffrent d'un handicap majeur face à leur concurrent: certaines dispositions de leur convention collective.

Dans le cas des journaux de Quebecor, les conventions collectives signées entre le *Journal de Montréal* et la Confédération des syndicats nationaux d'une part, le *Journal de Québec* et le Syndicat canadien de la fonction publique d'autre part, n'interdisent pas la publication d'un même article, d'une même chronique dans l'un et l'autre des deux journaux. Et le *Journal de Québec*, de fait, puise abondamment dans les chroniques du *Journal de Montréal*. Or, cette pratique est interdite au *Soleil* et au *Quotidien* dont les conventions collectives ont pourtant été signées avec la Confédération des syndicats nationaux.

Pour contourner ce handicap, UniMédia a créé un petit service de presse, Edimédia, qui vend à un certain nombre de journaux quelques chroniques rédigées par des pigistes. Edimédia était appelé à grandir: le projet, auquel *La Presse* s'est intéressée pendant un certain temps, prévoyait comme service de base des chroniques sur les arts, les affaires policières, le sport, la politique québécoise et américaine (la chronique de Jean Pelletier, correspondant de *La Presse* à Washington).

Parallèlement à ce service de base, Edimédia envisageait de créer un service United Press du Québec qui aurait fonctionné sur une base d'échanges avec United Press Canada.

«Notre idée, dit Jacques Francœur, était de constituer un bureau des meilleurs chefs de pupitre du Québec qui auraient fait un tri dans les dépêches de UPC et envoyé aux abonnés une sélection, en anglais, des meilleures d'entre elles. Parallèlement, nous comptions améliorer Edimédia de façon à pouvoir, éventuellement, laisser tomber Canadian Press. Ces deux services ne nous auraient pas coûté plus cher que Canadian Press [. . .].»

Le projet est tombé à l'eau, du moins temporairement, parce qu'il pouvait, de l'avis des avocats d'UniMédia, être contesté par les syndicats. Ce qui fit dire à quelqu'un: «Et voilà comment les syndicats ont sauvé la Canadian Press au Québec».

Mais le projet pourrait éventuellement être relancé. Pour ce faire, UniMédia devra, outre convaincre les syndicats que ses membres n'en seront pas menacés pour autant, réussir un certain nombre d'opérations: acquérir UPC ou tout au moins s'y associer, pouvoir utiliser les articles des journalistes du *Soleil*, du *Quotidien* et, éventuellement, de ses «clients», pouvoir offrir ses services à l'ensemble des média du Québec, engager quelques journalistes permanents, obtenir les droits exclusifs sur la distribution au Québec d'un certain nombre de services étrangers (New York Times News Service, *Le Monde*, etc.). Et naturellement, réévaluer l'appartenance du *Soleil*, du *Quotidien* à la Canadian Press.

Or, cette réévaluation pourrait être précisément provoquée par le retrait de la CP des journaux de Quebecor. Car ce retrait signifierait, pour les autres sociétaires, une augmentation du coût de l'ordre de 20 à 25 pour cent, ou encore, une diminution très nette de la qualité du service. «Il ne pourra en être autrement», dit Jacques Francœur, qui fut pendant cinq ans membre du comité exécutif de la Canadian Press. Actuellement, le budget de la CP est au plus bas. Il n'est plus possible de réduire les frais [. . .].»

Pendant ce temps, les quotidiens autres que ceux de Quebecor affirment deux choses avec une égale fermeté: ils ne peuvent pas se passer de la Canadian Press; ils ne peuvent plus payer davantage. . .

Pendant ce temps aussi, le gouvernement du Québec a toujours sur ses tablettes un document de 600 pages, résultat d'une enquête commandée en novembre 1977 par le ministère des Communications et portant sur la viabilité d'une agence de presse québécoise. L'une de ses conclusions: une nouvelle agence de presse au Québec doit compter sur l'appui massif des quotidiens et sur la disparition de la Presse canadienne du marché québécois pour être possiblement rentable.

9
Résumé et conclusions

Il y a plus de 10 ans, le Comité Davey a étudié la PC. Il a conclu que l'agence s'acquittait «extrêmement bien» de son rôle de centre d'échange de l'information, et qu'elle fournissait un produit «plus prompt, complet, fiable, dur et coloré qu'on est souvent porté à le croire». Le Comité a formulé une seule plainte importante relative au manque de personnel à l'étranger, et a relevé une faute vénielle sur le plan de la faiblesse du compte rendu des questions culturelles.

Au cours des années qui ont suivi, la PC a connu une grande expansion; elle a subi d'importantes transformations techniques; elle a commencé à se diversifier et a fait face à divers nouveaux défis par suite de l'essor des tabloïds, de l'accroissement de la puissance de l'industrie de la radiodiffusion et des demandes de plus en plus pressantes des régions. Elle est passée, selon les termes d'un éditeur, d'un mode d'administration propre à l'époque «des correspondants de guerre» à un style de gestion plus moderne et plus ouvert. Elle a consenti à l'accréditation de la Wire Service Guild (elle avait résisté vigoureusement et avec succès à une tentative de formation d'un syndicat dans les années 50), et elle a tenté de trouver une solution à son problème chronique de fort roulement du personnel.

Elle doit encore, cependant, faire face à plusieurs problèmes. Pour tous les détracteurs officiels de l'agence, il serait difficile de concevoir que le personnel de la PC ne soit pas sur les dents par suite du fait que, comme l'a exprimé un éditeur, la direction n'a à répondre qu'à deux ou trois patrons. Même avec le personnel de direction le mieux intentionné chez les groupes, la PC et, conséquemment, tout le réseau d'information sont sur la corde raide.

La puissance même de l'industrie de la radiodiffusion, qui constitue jusqu'à nouvel ordre un atout financier pour la PC, peut devenir un danger. Certains radiodiffuseurs sont mécontents d'une structure qui accorde aux éditeurs un pouvoir égal au leur et, par le fait même, un droit de veto au conseil de la Broadcast News. C'est probablement la division du réseau canadien de radiodiffusion en secteurs privé et public qui a permis à la PC de retarder jusqu'à ce jour la remise en question de cette structure.

La puissance des tabloïds crée un problème en ce sens qu'elle exige de la PC qu'elle s'éloigne de son bon vieux style de reportage sobre et fidèle, un changement qui ne serait pas nécessairement à l'avantage de l'organisme. L'autre choix, c'est-à-dire la présence d'une deuxième agence comme l'UPC, plus axée sur le style tabloïd, serait peut-être préférable à longue échéance pour l'ensemble de l'industrie de l'information, malgré l'opinion des dirigeants de la PC voulant que le pays ne puisse se payer deux bonnes agences d'information générale. A brève échéance, les désertions, survenues ou imminentes, des tabloïds créent un problème grave. La PC a estimé que la défection des journaux *Sun* de Toronto, Edmonton et Calgary représentait pour elle une perte de revenus de 600 000 $ en 1981, et que le retrait éventuel des tabloïds de Quebecor à Montréal et à Québec pourrait engendrer une perte de près de 500 000 $ — ainsi qu'un grave affaiblissement de l'activité de l'agence au Québec, où la production de l'information semble déjà particulièrement faible.

Les possibilités de diversification du côté des comptes rendus commerciaux semblent prometteuses, bien que l'entreprise ne soit pas sans risques: des comptes rendus bien conçus pour le monde des affaires diffèrent beaucoup de ceux que l'on trouve au bulletin général. Il existe, à l'horizon, une perspective intéressante de recyclage de l'information, et c'est l'apparition des ordinateurs dans les bureaux et chez les particuliers; la PC a commencé à explorer les possibilités en ce sens. Advenant que ce domaine se développe, il pourrait engendrer un nouveau risque. Les innovateurs les plus importants de l'industrie dans le domaine des nouvelles informatisées sont Infomart, propriété de Torstar et Southam, et Info Globe, propriété de Thomson. La PC pourrait se retrouver dans une situation de concurrence avec ses principaux propriétaires ou, encore une fois, jouer le rôle de pourvoyeur à leur endroit.

La technologie offre également des possibilités et des défis dans d'autres domaines. La décision du *Globe and Mail* de publier son édition nationale dans des ateliers éloignés de Toronto au moyen de la transmission par satellite a perturbé le modèle traditionnel des territoires des membres sur le plan de la cueillette d'information à mettre en commun.

Par exemple, le *Herald* de Calgary s'est déjà plaint du fait que ses photos, transmises à la PC, reparaissent à Calgary dans le *Globe*. La PC déploie également des efforts afin d'obtenir l'accès direct aux satellites de télécommunications (plutôt que d'être desservie par les entrepreneurs de télécommunications) à la fois pour la transmission des services imprimés et parlés et pour la réception des dépêches de l'AP. Sous un autre angle, les changements rapides dans le domaine de l'informatique signifient que l'agence devra continuellement puiser dans ses ressources afin de se maintenir à la fine pointe du progrès.

Clark Davey du *Sun* de Vancouver, nouveau président de la PC, affirme que de grands progrès ont été réalisés au cours des deux dernières années sous la présidence de Martin Goodman et durant les premières années de Keith Kincaid au poste de directeur général. On note, parmi les progrès, l'adoption de systèmes de gestion modernes, la mise en place de stratégies commerciales et l'établissement de relations plus professionnelles avec les employés. Le système comptable a été mis à jour grâce à un nouveau trésorier (auparavant, il arrivait que des décisions soient prises de trois

à six mois en retard). L'attitude globale envers la nouvelle s'est modernisée et la PC diffuse davantage de comptes rendus originaux et davantage de reportages spécialisés.

Quant à l'avenir, Davey a affirmé qu'il continuait de se préoccuper des services de langue française, et que la nouvelle technologie soulevait de grandes questions, tout autant que de grandes possibilités, notamment sur le plan de l'éventualité que la PC devienne un transmetteur direct de ses propres nouvelles. En ce qui a trait aux rapports avec les radiodiffuseurs, Davey a soutenu que les membres de la PC s'étaient grandement préoccupés des intérêts de ceux-ci. Bien que certains membres de la PC aient estimé que les radiodiffuseurs avaient trop d'influence sur la direction de la PC, il a dit pour sa part être surpris du haut degré d'entente entre les représentants des radiodiffuseurs et ceux de la presse écrite.

Davey a conclu en affirmant: «Le pire est passé»; il faisait ainsi écho à l'attitude de plusieurs dirigeants de l'industrie de la presse écrite qui croient que les fermetures récentes constituaient une consolidation et une rationalisation nécessaires.

Les perspectives sont plus sombres pour la United Press Canada. Si elle ne réussit pas à se créer un marché substantiel dans le domaine de la radiodiffusion, ou si la United Press International, dont les finances sont déjà précaires, doit fermer ses portes aux Etats-Unis, il se pourrait que la Presse canadienne devienne la seule agence à alimenter tous les secteurs du réseau d'information.

Annexes

ANNEXE I

Cotisations des membres de la PC, 1981

On trouvera au tableau suivant une comparaison des cotisations de 1981 et de celles en vigueur le 1er décembre 1980, établie en fonction des modifications dans le tirage et d'une augmentation globale de 13,5 pour cent.

La formule d'établissement est la même pour les deux années. La cotisation est calculée en fonction d'une répartition des villes membres en six catégories selon le tirage enregistré par l'Audit Bureau of Circulation (ABC) le 1er novembre 1980, sauf dans le cas des membres qui, à cause des circonstances exceptionnelles survenues en 1980, ont choisi de fournir des chiffres mis à jour. On considère les villes comptant des journaux des deux langues comme deux villes séparées: l'une anglophone, l'autre francophone. Dans les villes comptant plus d'un journal, 60 pour cent des frais sont répartis également entre les membres et 40 pour cent sont évalués en fonction du tirage de chacun. Le coût des services supplémentaires, y compris les téléscripteurs, n'est pas inclus. (Le chiffre 5 indique que le journal publie cinq fois par semaine; le chiffre 7 indique qu'il publie tous les jours.)

Ville et journal	Tirage hebdomadaire (du lundi au samedi)	Modification du tirage	Cotisation, 1980	Cotisation, 1981	Écart
Toronto					
Star — 7	3 534,1	+ 51,7	480 135 $a	545 813 $a	+ 65 678 $
Globe and Mail	1 694,2	+115,7	303 887	352 382	+ 48 495
Montréal					
La Presse	1 073,6	+ 3,0	185 451c	220 671c	+ 35 220
Le Journal de Montréal — 7	2 150,5	+270,0	243 092c	310 900c	+ 67 080
Le Devoir	248,4	- 31,6	98 520c	101 710c	+ 3 190
Gazette	1 252,4	+218,8	246 819	321 236	+ 74 417
Vancouver					
Sun	1 375,7	- 68,0	231 074	253 779	+ 22 705
Province	735,6	- 52,0	182 437	198 885	+ 16 448
Québec					
Le Soleil	768,4	+ 19,2	158 083c	181 833c	+ 23 750
Le Journal de Québec	588,5	- 7,9	144 007c	163 168c	+ 19 161

Ville et journal	Tirage hebdomadaire (du lundi au samedi)	Modification du tirage	Cotisation, 1980	Cotisation, 1981	Ecart
Ottawa					
Citizen (après-midi)	817,0	+ 77,9	143 487 $	173 972 $	+ 30 485 $
Citizen (matin)	260,2	+ 8,2	89 064	114 356	+ 25 292
Le Droit	284,4	+ 2,9	98 942c	113 235c	+ 14 293
Victoria					
Times-Colonist (matin)	288,6	+ 19,5	72 506	86 394	+ 13 888
Times-Colonist (après-midi)	209,1	+ 12,9	63 954	76 019	+ 12 065
Edmonton					
Journal (après-midi)	1 066,4	- 3,4	185 363	202 804	+ 17 441
Journal (matin)	90,0	—	82 552	100 400	+ 17 848
London					
Free Press (matin)	576,3	+ 2,9	119 721	135 810	+ 16 089
Free Press (après-midi) — 5	203,8	- 10,7	82 817	92 954	+ 9 437
Halitax					
Chronicle-Herald	435,9	+ 5,9	103 679	119 197	+ 15 518
Mail-Star	340,7	+ 8,9	93 511	108 055	+ 14 544
Saint-Jean (N.-B.)					
Telegraph-Journal	228,2	+ 0,1	64 351	73 126	+ 8 775
Times-Globe — 5	156,0	+ 1,7	55 128	62 899	+ 7 771
Moncton					
Transcript	154,9	+ 30,1	43 505	56 528	+ 13 023
Times	114,5	- 0,4	42 091	50 130	+ 8 039
L'Evangéline — 5	88,4	+ 2,0	40 053c	46 321c	+ 6 268
Saint-Jean (T.-N.)					
Telegram	207,8	- 9,3	65 051	67 220	+ 2 169
News	66,5	+ 20,4	23 627	35 656	+ 12 029
Sherbrooke					
La Tribune	247,5	+ 5,9	87 691c	101 424c	+ 13 733
Record	36,8	+ 1,1	19 657	22 788	+ 3 131
Thunder Bay					
Chronicle-Journal	161,5	+ 8,3	45 208	53 162	+ 7 954
Times-News	47,1	- 1,3	29 644	34 034	+ 4 390
Charlottetown					
Guardian	105,0	+ 7,5	32 779	39 206	+ 6 427
Patriot	36,2	+ 4,1	21 768	26 417	+ 4 649
Winnipeg					
Free Press	1 198,0	+340,9	188 112	311 017	+122 905
Hamilton					
Spectator	884,3	+ 19,0	218 392	252 097	+ 33 705
Calgary					
Herald	827,5	+ 61,5	146 804	193 621b	+ 46 817
Windsor					
Star	546,3	+ 12,7	150 449	173 711	+ 23 262

Ville et journal	Tirage hebdomadaire (du lundi au samedi)	Modification du tirage	Cotisation, 1980	Cotisation, 1981	Ecart
Kitchener *Record*	422,9	+ 10,4	125 644 $	145 022 $	+ 19 378 $
Regina *Leader-Post*	403,6	+ 5,3	122 736	140 536	+ 17 800
Saskatchewan *Star-Phoenix*	318,3	+ 5,9	105 140	120 705	+ 15 565
Trois-Rivières *Le Nouvelliste*	310,2	+ 3,0	105 635c	120 598c	+ 14 963
St. Catharines *Standard*	259,4	+ 3,2	90 248	103 456	+ 13 208
Kingston *Whig-Standard*	217,2	- 1,3	79 617	89 949	+ 10 393
New Westminster *Columbian*	198,2	- 57,2	90 022	83 867	+ 6 155
Sudbury *Star*	192,3	- 12,7	75 810	81 979	+ 6 169
Brantford *Expositor*	189,2	+ 2,7	70 593	80 986	+ 10 393
Sydney *Cape Breton Post*	186,2	+ 1,4	70 114	80 026	+ 9 912
Lethbridge *Herald*	167,4	+ 4,2	64 022	74 011	+ 9 989
Sault-Sainte-Marie *Star*	153,9	+ 7,1	59 398	69 690	+ 10 292
Oshawa *Times*	144,1	- 1,5	59 059	66 552	+ 7 493
North Bay *Nugget*	143,8	+ 1,5	58 129	66 456	+ 8 327
Fredericton *Gleaner*	140,2	+ 8,2	55 224	65 303	+ 10 079
Chicoutimi *Le Quotidien*	136,8	—	57 617c	65 392c	+ 7 775
Peterborough *Examiner*	136,6	- 5,7	58 129	64 151	+ 6 022
Sarnia *Observer*	130,9	+ 5,2	53 447	62 327	+ 8 880
Niagara Falls *Review*	127,5	+ 2,6	53 221	61 329	+ 8 018
Owen Sound *Sun Times*	121,4	+ 1,7	51 726	59 287	+ 7 561
Welland *Times*	113,2	+ 0,2	49 168	55 892	+ 6 724
Red Deer *Advocate*	111,6	+ 8,2	45 503	55 198	+ 9 695
Prince George *Citizen* — 5	109,8	+ 3,9	46 456	54 419	+ 7 963

Ville et journal	Tirage hebdomadaire (du lundi au samedi)	Modification du tirage	Cotisation, 1980	Cotisation, 1981	Ecart
Brandon *Sun*	106,8	+ 1,0	46 418 $	53 119 $	+ 6 701 $
Belleville *Intelligencer*	105,0	—	46 114	52 338	+ 6 224
Guelph *Mercury*	103,1	- 1,5	45 960	51 515	+ 5 555
Cornwall *Standard-Freeholder*	102,0	+ 1,7	44 319	51 038	+ 6 719
Chatham *News*	88,9	+ 2,9	38 859	45 363	+ 6 504
Kelowna *Courier*	87,4	+ 5,8	37 180	44 712	+ 7 532
Brockville *Recorder and Times*	84,7	+ 2,3	37 485	43 543	+ 6 058
Cambridge *Reporter*	81,2	+ 1,8	36 340	42 026	+ 5 686
Medicine Hat *News*	80,4	+ 6,1	34 393	41 678	+ 7 285
Kamloops *Sentinel* — 7	77,0	+ 24,1	26 606	40 206	+ 13 600
Stratford *Beacon Herald*	75,5	+ 3,8	33 400	39 556	+ 6 156
Timmins *Press*	72,3	+ 0,6	33 400	38 169	+ 4 769
New Glasgow *News*	71,8	+ 2,6	32 446	37 952	+ 5 506
Barrie *Examiner*	68,0	+ 1,1	31 568c	36 306c	+ 4 738
Summerside *Journal-Pioneer*	67,6	+ 1,6	31 225	36 133	+ 4 908
St. Thomas *Times-Journal*	65,7	- 0,4	31 263	35 310	+ 4 047
Granby *La Voix de l'Est*	63,0	+ 3,4	29 821c	35 316c	+ 5 495
Moose Jaw *Times-Herald*	59,0	+ 1,4	28 017	32 407	+ 4 390
Prince Albert *Herald*	58,9	+ 2,3	27 636	32 363	+ 4 727
Corner Brook *Western Star*	57,2	+ 1,3	27 368	31 627	+ 4 259
Nanaimo *Free Press*	56,2	- 0,8	27 788	31 193	+ 3 405
Woodstock *Sentinel Review*	55,7	- 2,4	28 209	30 976	+ 2 767
Orillia *Packet*	54,2	—	26 720	30 327	+ 3 607
Truro *News*	52,2	- 0,1	25 995	29 460	+ 3 465

Ville et journal	Tirage hebdomadaire (du lundi au samedi)	Modification du tirage	Cotisation, 1980	Cotisation, 1981	Ecart
Vernon *News*	51,1	+ 3,5	24 200 $	28 983 $	+ 4 783 $
Simcoe *Reformer* — 5	50,6	+ 0,6	25 116	28 767	+ 3 651
Brampton *Times*	47,5	- 4,0	25 689	27 424	+ 1 735
Pembrooke *Observer*	46,5	—	23 779	26 990	+ 3 211
Nelson *News* — 5	40,8	- 0,5	21 794	24 520	+ 2 726
Penticton *Herald* — 5	40,4	+ 1,5	20 879	24 347	+ 3 468
Grande Prairie *Herald-Tribune* — 5	40,0	+ 7,2	18 550	24 174	+ 5 624
Port Alberni *Alberni Val Times* — 5	39,4	+ 1,7	20 422	23 914	+ 3 492
Kirkland Lake *Northern News*	34,6	+ 0,2	19 160	21 834	+ 2 674
Trail *Times* — 5	32,6	+ 1.6	17 863	20 968	+ 3 105
Fort McMurray *Today* — 5	31,0	+ 2,4	16 946	20 275	+ 3 329
Portage la Prairie *Graphic*	26,3	+ 0,9	15 725	18 237	+ 2 512
Bedford-Sackville *News* — 5	26,3	- 3,7	17 481	18 237	+ 756
Whitby *Star* — 5	25,1	- 2,4	16 527	17 717	+ 1 190
Cobourg *Star* — 5	24,6	- 1,3	15 916	17 501	+ 1 585
Terrace *Herald* — 5	21,7	+ 7,7	11 372	16 244	+ 4 872
Kenora *Miner and News* — 5	21,5	+ 0,2	14 160	16 159	+ 1 999
Cranbrook *Townsman* — 4	20,8	+ 0,4	13 815	15 854	+ 2 039
Prince Rupert *News* — 5	20,1	+ 1,1	13 282	15 551	+ 2 269
Fort St. John *Alaska Highway News* — 5	18,9	+ 2,8	12 174	15 031	+ 2 857
Amherst *News* — 5	18,8	+ 1,7	12 556	14 988	+ 2 432
Dawson Creek *Peace River Block News* — 5	18,1	- 0,9	13 282	14 684	+ 1 142

Ville et journal	Tirage hebdomadaire (du lundi au samedi)	Modification du tirage	Cotisation, 1980	Cotisation, 1981	Ecart
Lloydminster *Times*— 5	17,7	+ 4,7	10 990	14 511	+ 3 521
Port Hope *Guide* — 5	16,5	- 0,5	12 518	13 991	+ 1 473
Thompson *Citizen* — 5	15,0	—	11 755	13 341	+ 1 586
	30 074,7		7 564 550 $	8 876 146 $	1 311 596 $

Notes

(a) La rubrique du *Star* de Toronto comprend un supplément d'un sixième pour une édition du matin le samedi.	68 591	77 973	+ 9 382$
(b) *Herald* de Calgary. Parce que l'augmentation au *Herald*, lorsque le *Sun* renoncera à son abonnement le 1er janvier, est limitée à 10 pour cent (Chap. IX, art. 4, du Règlement de la PC), la cotisation actuelle est inférieure de 45 462 $ à la formule. La formule de pleine cotisation entrait en vigueur le 1er janvier 1982.		45 462	
(c) Comprend le coût du service à régime rapide en français.			
Le Journal de Montréal	2 080	2 364	+ 284
La Presse — Montréal	2 080	2 364	+ 284
Le Devoir — Montréal	1 560	1 776	+ 216
Le Soleil — Québec	2 080	2 364	+ 284
Le Journal de Québec	1 560	1 776	+ 216
Le Nouvelliste — Trois-Rivières	1 560	1 776	+ 216
Le Droit — Ottawa	1 560	1 776	+ 216
La Tribune — Sherbrooke	1 560	1 776	+ 216
Le Quotidien — Chicoutimi	1 040	1 176	+ 136
L'Evangéline — Moncton	1 040	1 176	+ 136
La Voix de l'Est — Granby	1 040	1 176	+ 136

ANNEXE II

Catégories de codage du Datafile pour les sujets d'articles

(compilation de Carman Cumming et associés)

Comme nous l'avons expliqué au chapitre 6, le Datafile est le premier service de distribution en importance de la PC. Mis sur pied au milieu des années 70, le système permet de conserver les avantages de la composition automatique tout en engendrant un énorme accroissement du volume d'information transmis.

Voici les catégories de codage par sujet du service Datafile:

1. Politique

a) *Mesures législatives et politiques d'Etat*
Articles portant principalement sur les débats politiques, les déclarations de principe, les débats sur les lois, les mesures administratives et les règlements, etc., sauf les questions comprises dans d'autre catégories de la section 1. Peut s'appliquer aux gouvernements locaux, provinciaux et fédéral.

b) *Politique des partis*
Articles portant principalement sur l'organisation interne des partis, la direction, les jeux de pouvoir, etc. Ne met pas l'accent sur des questions de fond, bien que les disputes (ou les accords) au sein du parti puissent porter sur une de ces questions. Peut ne pas viser des partis constitués, particulièrement au niveau local, mais plutôt des coalitions de politiciens, etc.

c) *Constitution: relations entre le fédéral et les provinces*
Articles portant principalement sur le rapatriement de la Constitution ou sur les amendements à l'Acte de l'Amérique du Nord britannique, les négociations entre le gouvernement fédéral et les provinces ou entre les gouvernements provinciaux sur le partage des pouvoirs, etc. Ne comprend pas les articles traitant des négociations sur l'énergie (voir catégorie 1d).

d) *Politique énergétique canadienne - aspects intergouvernementaux*
Articles traitant spécifiquement des négociations entre gouvernements sur l'approvisionnement et le prix de l'énergie, la politique énergétique canadienne, etc. Comprend les articles traitant des événements dans l'industrie qui résultent de négociations ou de désaccords entre les gouvernements (voir aussi 4 a).

e) *Relations internationales (pacifiques)*
Articles portant particulièrement sur les relations de *coopération* entre *deux pays ou plus*. Ne comprend pas la politique interne d'un pays étranger.

f) *Relations internationales (guerres et conflits)*
Articles portant particulièrement sur les hostilités (y compris les combats, les menaces verbales, les interruptions de pourparlers diplomatiques, etc.) entre deux pays ou plus. Ne comprend pas les conflits internes dans un pays (voir catégorie 1h).

g) *Iran — otages*
Articles portant sur les négociations pour la libération des otages américains, leur retour aux Etats-Unis et les articles portant sur des aspects quelconques de la crise des otages (par ex. les débats au Parlement iranien). Les articles traitant d'autres aspects de l'Iran sont codés dans les autres catégories pertinentes.

h) *Violence politique*
Articles sur la violence à l'étranger reliée à des questions de politique interne. Habituellement de nature terroriste. Par exemple: attentats à la bombe de l'IRA en Irlande; activité des guerilleros au Salvador.

2. Economie-affaires-production-travail

L'activité des milieux commerciaux et ouvriers où la question principale n'est pas reliée au gouvernement. Comprend le syndicalisme ouvrier, l'organisation agricole, la production alimentaire, le transport, les indices des prix à la consommation et du coût de la vie, la bourse, les banques, etc.

3. Accidents et criminalité

a) *Accidents et catastrophes naturelles*
Articles allant des accidents de voiture jusqu'aux catastrophes aériennes. Articles portant sur des sinistres (feux, inondations), des explosions, des accidents de la circulation mettant en cause des particuliers. Comprend les dommages à la propriété, les blessures, les morts résultant de ces événements, la mortalité résultant d'intempéries.

b) *Tribunaux et crimes*
Comprend les crimes non violents (trafic d'influence, corruption); les crimes violents (meurtres, détournements, etc.); les procès au civil et au criminel.

4. Questions sociales

a) *Questions énergétiques autres qu'intergouvernementales*
Articles traitant de l'énergie qui ne sont pas reliés aux discussions fédérales-provinciales (voir catégorie 1d). Comprend les prix mondiaux, les nouvelles sources d'énergie.

b) *Education et religion*
Nouvelles traitant des écoles publiques ou privées à tous les niveaux; déclarations des éducateurs, des étudiants, des politiciens en ce qui a trait à l'éducation. Articles portant sur les Eglises, les confessions religieuses, les dirigeants; déclarations des Eglises ou des dirigeants.

c) *Science-technologie-santé-médecine*
Articles ou reportages spéciaux portant sur les sciences naturelles, les sciences sociales ou les sciences de la santé et traitant des théories, méthodes, résultats, découvertes, débats, rencontres, inventions.

d) *Problèmes sociaux*
Comprend les questions de grande portée sociale touchant l'ensemble d'un pays ou une grande partie de son territoire. Met l'accent sur les questions ou les problèmes eux-mêmes plutôt que sur les réactions politiques à leur endroit. Par exemple: le statut de la femme, le système judiciaire, la réforme pénitenciaire, les droits des minorités.

5. Arts et spectacles

Comprend à la fois les activités culturelles «intellectuelles» telles la littérature, la peinture, l'architecture, les musées, et les divertissements de masse tels que la télévision, le cinéma, la musique populaire. Comprend les nouvelles du milieu, la politique artistique, les critiques, etc., mais *exclut* les potins sur les vedettes (ces derniers sont des questions d'intérêt humain).

6. Sport

Reportages des joutes, classement, changement dans les ligues, les équipes, etc. Comprend également des articles sur la politique sportive (financement du sport amateur, violence au hockey).

7. Intérêt humain

Articles sur les vedettes du spectacle, de la politique etc., où l'on met l'accent sur la vie privée plutôt que sur le métier. Curiosités de la nature ou du tempérament humain. Naissances, décès.

8. Autres

a) *Météo*
Prévisions météorologiques régulières. Reportages portant sur les effets du temps (baisse de production agricole, annulation de vols aériens, *sauf* les pertes de vie classées dans les catastrophes naturelles).

b) *Divers*