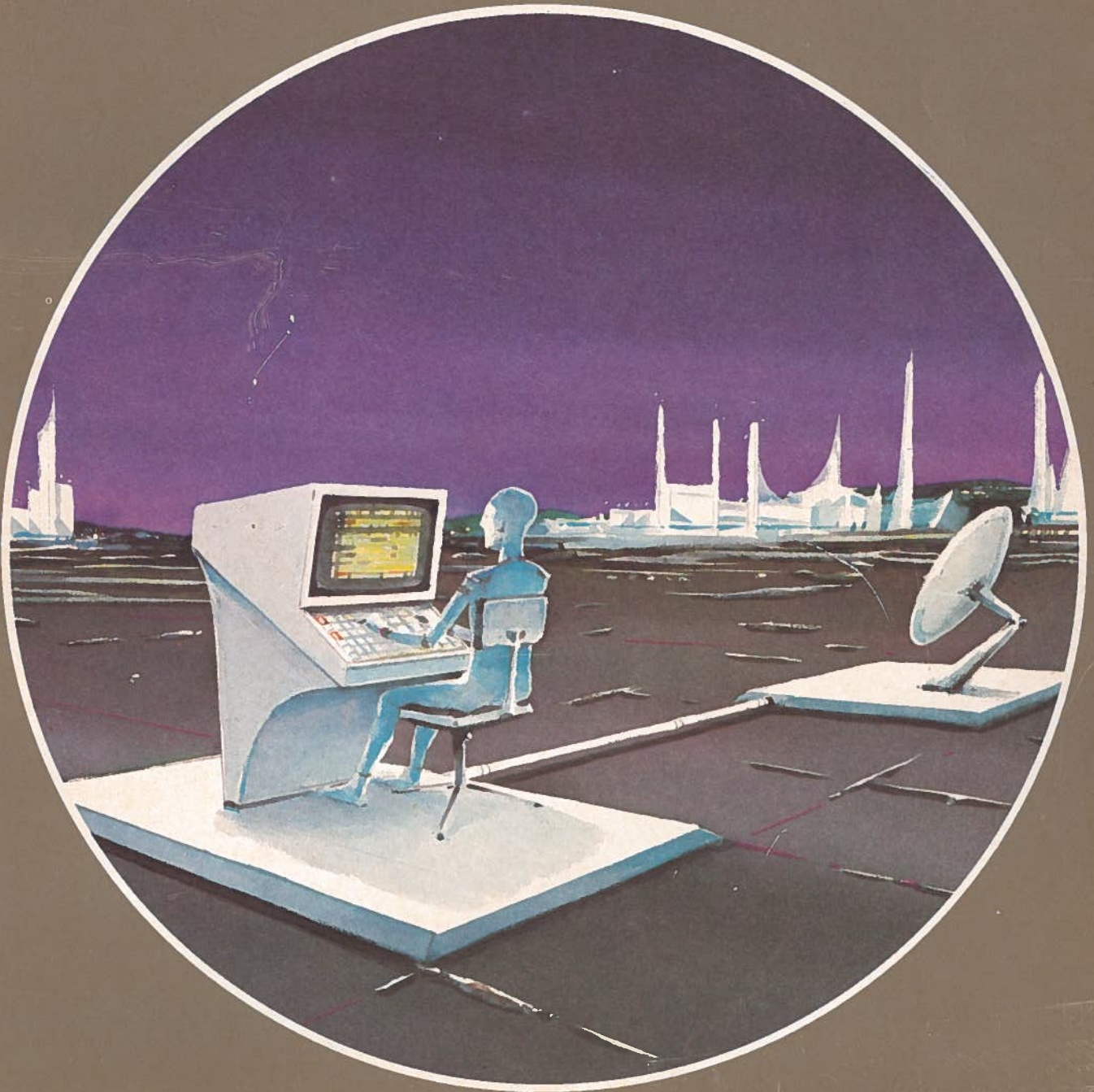


In Search / En Quête

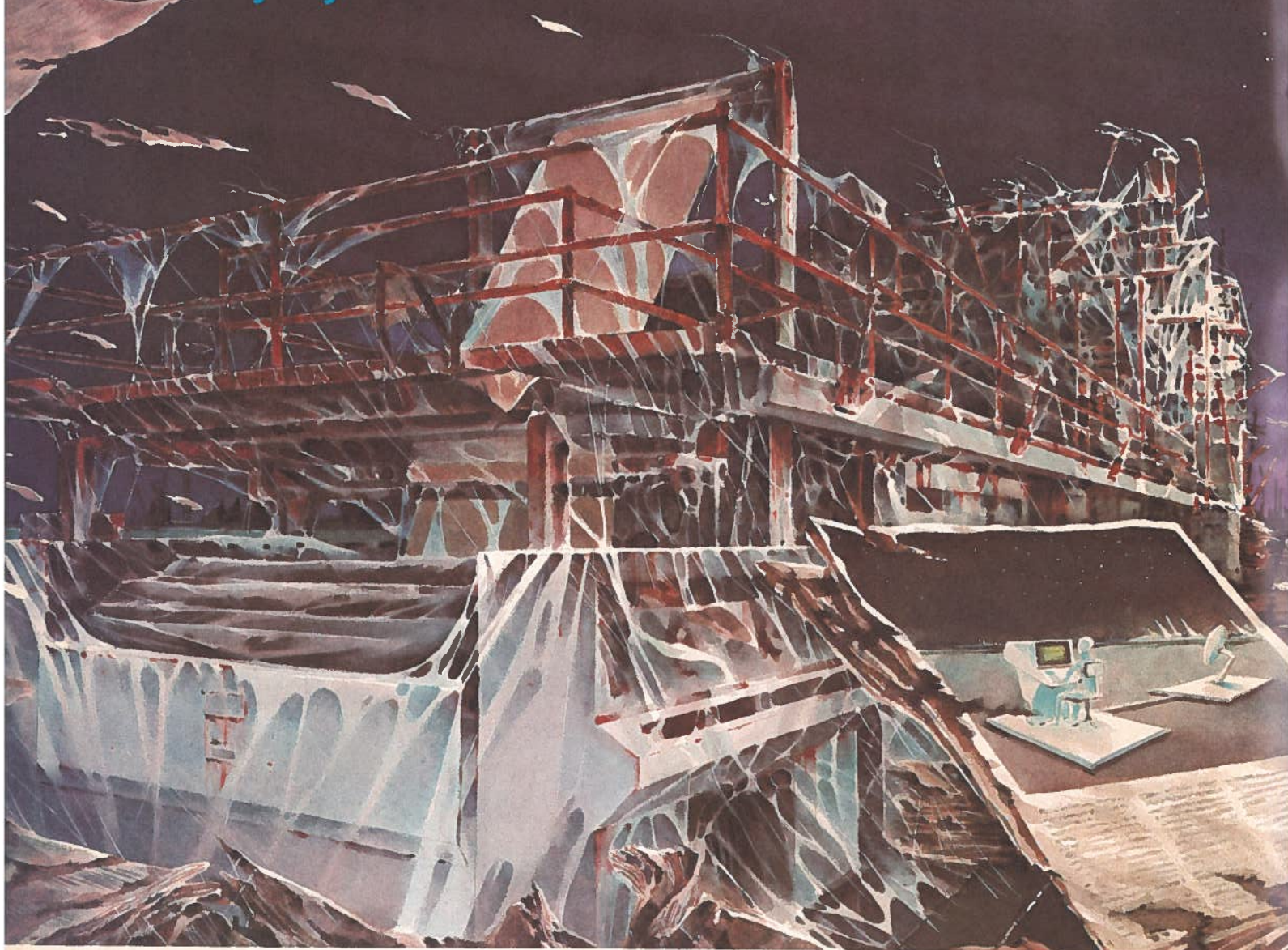
Vol. VIII, No. 2

The Canadian Communications Quarterly
La revue canadienne de la télécommunication

In this issue / Dans ce numéro
Freedom and the Electronic Newspaper
La liberté et la presse électronique
What in the world is going on?
Que diable se passe-t-il donc ?



The survival of the post-Gutenberg newspaper is irrevocably tied to electronic delivery systems.



In Search/Enquête

ISSN 0317-4515 Vol. VIII, No. 2

2

Freedom and the Electronic Newspaper
by Arnold Bruner

La liberté et la presse électronique
par Arnold Bruner

12

What in the world is going on?
by Elaine Waisglass

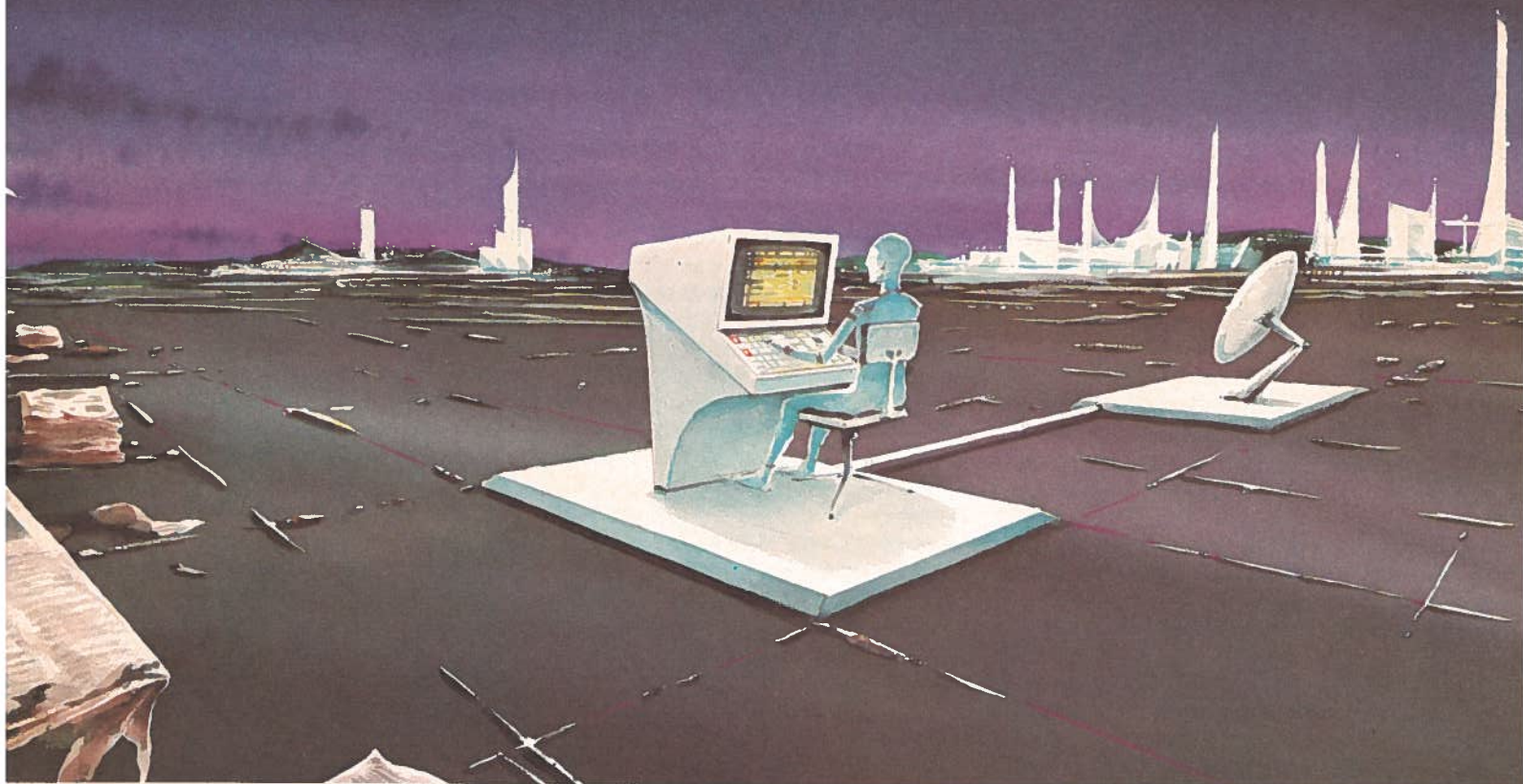
Que diable se passe-t-il donc ?
par Elaine Waisglass

22

Culture and Economics
by John Thera

Culture et économie
par John Thera

Le destin de la presse est désormais lié de façon irrévocable aux systèmes électroniques de télécommunications.



In Search, a magazine of information and opinion, offers a selection of articles touching on different fields of communication. Its purpose is to provide fresh viewpoints, to add to the reader's general knowledge and to generate an increased awareness of telecommunications.

In Search is produced quarterly by the Information Services of the Department of Communications, Ottawa, Canada, K1A 0C8, under the authority of the Minister of Communications. Articles do not necessarily reflect the viewpoint of the department. Unless otherwise noted, articles may be reprinted with credit to *In Search*.

Réunissant des articles d'opinions et d'information intéressant tous les domaines de la télécommunication, *En Quête* vise à familiariser le lecteur avec la situation et les perspectives d'avenir des télécommunications au Canada et dans le monde.

En Quête est publié quatre fois l'an par la Direction de l'information du ministère des Communications, Ottawa K1A 0C8, Canada, avec l'autorisation du ministre des Communications du Gouvernement du Canada. Les vues des auteurs des articles ne sont pas nécessairement celles du ministère. Sauf indication contraire, les articles peuvent être reproduits, en mentionnant l'origine : *En Quête* revue du ministère fédéral des Communications.

Editor/Rédacteur en chef

Associate Editors/
Rédacteurs en chef adjoints

Production

French adaptation of articles/
Réalisation des textes français

Design/Conception graphique
Illustrations

In Search is indexed in the
Canadian Periodical Index.

Michael Holmes

Jacques Janson, May Morpaw,
Hal Markell

Jackie Smith

Alphascript Limitée

Gilles Robert & Associés Inc.
Daniel Sylvestre

En Quête est repertorié dans
l'Index des périodiques canadiens.



Government of Canada
Department of Communications

Gouvernement du Canada
Ministère des Communications

Freedom and the Electronic Newspaper

by Arnold Bruner

For most publishers, the nature of news is such that no content regulation would be acceptable.

The traditional press, the press we have known, is the press of the Gutenberg era. And the Gutenberg era — the era of movable type, of typesetting machines including linotype machines operated by a computerized tape, of typecasting and stereotype, of printer's ink and presses; the era that includes the reporter's manual typewriter, fat and cumbersome newspapers and door-to-door delivery — is near its end. The survival of the post-Gutenberg newspaper is irrevocably tied to the electronic delivery systems now undergoing trials in various parts of Canada.

In the mid-1970s, the newsroom of metropolitan newspapers changed dramatically: the once pervasive chatter of typewriters has all but stopped. A visitor to *The Globe and Mail* newsroom, for example, will see reporters staring into video display terminals (VDTs) while they play the keyboards in front of them, much as the printer played his old linotype.

The reporter composes his news story directly on the VDT, which displays what he is writing in green characters. Corrections are simple: letters, words, sentences, paragraphs or whole stories can be eliminated, moved, spread or transposed at a keystroke. The "smart" terminals also count words, measure inches, record the date and time, search characters and can be programmed to perform repetitious operations. The language is a blend of computer and newspaper jargon. The key factor, however, is that, once composed, the story — or any part of it — is stored in the data base. When completed, the reporter sends it electronically to the editor's "desk." In the editing mode, the terminal becomes a typesetting device with flexibility and capabilities beyond the imagination of any linotype operator of old.

The edited story is then sent to the composing room with the press of the "Comp" button and it appears a few minutes later in type on a strip of paper ready to be pasted up.

The significance of the electronic newsroom to the information revolution is twofold: first, once a news story can be stored in a data base, it becomes part of a library of information. For example, the accumulation of all articles (with headlines) that have appeared in the final edition of *The Globe and Mail* since November 14, 1977, forms the InfoGlobe data base. Second, once a reporter can send a data-base story to a remote recipient across a room, with a proper combination of connections, he can send it anywhere.

The reporter does not have to be in his office to file his story in the central computer. Small, portable VDTs, equipped with a micro-processor, can now store an article, which can then be sent to the computer by ordinary telephone line.

And, using a laser beam, an earth station and a satellite, a whole newspaper can be transmitted to distant points.

Every night, *The Globe and Mail* routinely transmits its national edition by Telesat Canada's Anik A-3 satellite to Montreal and Calgary. Each made-up page is scanned by the beam of a helium-neon laser so that 368 million bits of information can be transformed into radio signals and beamed to the satellite by an earth station in *The Globe's* parking lot. At the receiving stations, the signals, reconstituted as light one-quarter second later, expose rolls of film to produce page-size negatives from which the flexible press plates are made.

The electronic newspaper of the future still has a hurdle to leap: the transmitted page must be a copy of a page pasted up in Toronto. In three to five years, according to Cameron Smith, executive editor of *The Globe and Mail* — sooner, according to other estimates — full-page pagination on a television screen will eliminate paste-up. The makeup editor will manoeuvre stories and headlines into position. When he finishes, the button he presses will not say "Comp," as it does now, but "Press."

The electronically "pasted-up" page will go directly to the plate-making apparatus as a negative — either to the pressroom in the same building, or the pressrooms of any number of buildings in other cities.

No human intervention will be needed between the time the page is approved and the plate is mounted on the press. The composing room will have gone the way of lead.

Transmission of the newspaper, in reality, is a sophisticated delivery system. The next logical step is delivery into the home by videotex, the ultimate delivery system: the printed newspaper emanating from a videotex-linked printer in the living room.

In effect, the computerized newspaper of today is the major videotex information provider of tomorrow. The two major Canadian players, the Torstar-Southam group and *The Globe and Mail*, appear to be taking different approaches.

Infomart — information supermarket
Infomart is a joint-venture company formed in 1975 to provide data-base information to business clients. The company provides computer terminal

La liberté et la presse électronique

par Arnold Bruner

Pour de nombreux directeurs de journaux, la nature des nouvelles est telle qu'aucune réglementation sur le contenu n'est acceptable.

La presse traditionnelle, celle de notre enfance, remonte à Gutenberg. Mais cette ère des caractères mobiles, des machines à composer, des linotypes à bandes perforées, de la typographie et de la stéréotypie, de l'encre d'imprimerie et des presses approche de sa fin ; tout comme celle de la machine à écrire portable des reporters, des journaux épais et des petits porteurs. Notre époque n'est plus celle de Gutenberg et le destin de la presse est désormais lié de façon irrévocable aux systèmes électroniques de télécommunications actuellement à l'essai en différents endroits du Canada.

C'est au milieu des années 70 que les salles de rédaction des grands journaux se sont métamorphosées. Fini, ou presque, le crépitement incessant des machines à écrire . . . Aujourd'hui, les journalistes s'installent devant des terminaux vidéo et pianotent sur leurs claviers à la manière des opérateurs de linotype.

Le reporter compose son texte sur un écran où s'affichent des caractères d'un vert lumineux. Les corrections sont fort simples : à chaque pression d'une touche, lettres, mots, phrases, paragraphes ou pages entières s'envolent, reviennent, s'effacent, se déplacent, se recomposent et se transposent. Les terminaux dits « intelligents » comptent les mots et les centimètres, enregistrent la date et l'heure, vont à la pêche aux caractères et, sur instructions, peuvent accomplir d'eux-mêmes les travaux répétitifs. Le langage employé tient du jargon de l'informatique et du journalisme. Le facteur clé du système est le fait qu'une fois composé, le texte — ou l'une quelconque de ses parties — est mis en réserve dans une banque de données. Le reporter transmet son texte électroniquement au secrétariat de la rédaction dont les terminaux constituent des

machines à composer d'une souplesse et d'une puissance dépassant tout ce qu'aurait pu imaginer un opérateur de linotype d'autrefois.

Après révision, l'article, par simple pression de la touche « Comp », file vers la composition et, quelques minutes plus tard, apparaît sur une bande de papier prête à être mise en page.

La salle de rédaction électronique contribue à la révolution de l'information sur deux plans. En premier lieu, une fois le reportage stocké dans une banque de données, il fait partie d'une bibliothèque documentaire. C'est ainsi que l'accumulation de tous les articles — manchettes et titres compris — qui ont paru dans l'édition finale du *Globe and Mail* depuis le 14 novembre 1977, forme la banque de données InfoGlobe. En second lieu, de la même manière qu'un reporter peut envoyer un texte stocké dans la banque de données à l'autre bout de la salle de rédaction, il peut l'envoyer n'importe où si les branchements voulus ont été faits.

Le journaliste n'a pas besoin d'être au bureau pour expédier son compte rendu à l'ordinateur central. Il existe en effet de petits terminaux portatifs équipés d'un microprocesseur et capables d'emmagasiner un article que l'on peut ensuite transmettre par voie téléphonique à l'ordinateur en question.

La combinaison d'un faisceau laser, d'une station au sol et d'un satellite permet par ailleurs l'envoi d'un journal entier à des milliers de kilomètres.

C'est ainsi que le *Globe and Mail* achemine toutes les nuits son édition nationale à Montréal et à Calgary, en passant par le satellite Anik A-3, de Télésat Canada. Chaque page montée est « lue » par le rayon d'un laser hélium-néon,

ce qui permet la transformation de 368 millions de bits d'information en signaux radio expédiés à un satellite par la station au sol installée dans le parc de stationnement du *Globe*. À l'autre extrémité, les stations réceptrices reconstituent en un quart de seconde les signaux radio en signaux lumineux qui impressionnent des pellicules et produisent des négatifs de la taille d'une page, à partir desquels sont confectionnés les clichés.

Le journal électronique de demain a encore une barrière à franchir. La page transmise est obligatoirement une copie d'une page montée à Toronto. D'ici trois à cinq ans par contre, selon M. Cameron Smith, rédacteur en chef du *Globe and Mail* — et même plus tôt selon d'autres — la pagination par pages entières sur un écran de télévision éliminera le montage. C'est le metteur en pages qui placera textes, manchettes et titres. Ce travail terminé, au lieu d'appuyer sur le bouton « composition », il n'aura plus qu'à appuyer sur la touche « impression ».

La page électroniquement montée ira directement sur cliché — avec insolation sous négatif — à l'atelier d'impression du même bâtiment ou à toute autre imprimerie dans n'importe quelle ville.

Il n'y aura plus besoin d'intervention humaine entre le moment où une page est approuvée et celui où la plaque est installée sur la presse. L'atelier de composition aura eu le même sort que le plomb.

La transmission de l'information repose sur un système de distribution compliqué et, logiquement, la prochaine étape sera celle de la livraison à domicile par vidéotex, le système idéal à cet égard. Le journal sera reproduit chez le lecteur éventuel sur une imprimante reliée à un système vidéotex.

Advertising is a weak point in the press's argument against regulation.

access to millions of abstracts, index entries and bibliographical citations. More than 150,000 items are added each month, including references to research material in draft form.

Infomart has been interested in home videotex services since Bell's Vista test was announced in February 1979. It moved quickly to take part in the field trials of Telidon technology which began in early 1980.

It appears that Infomart's service will be an information supermarket rather than an electronic newspaper, although an abbreviated electronic newspaper is likely to be one of its major "information packages." In 1979, merger talks with FP Publications, owner of *The Globe and Mail*, were apparently aimed at bringing the news content of InfoGlobe — really the newsgathering services of *The Globe and Mail* — into Infomart.

InfoGlobe — news-oriented

On Sept. 22, 1979, *The Globe and Mail* reported that FP Publications (since purchased by the Thomson organization) had decided to "pursue opportunities in the data-based publishing videotex industry on its own through the InfoGlobe Division." A. Roy Megarry, publisher of *The Globe and Mail*, said the priorities of FP were "not necessarily in line" with those of the other companies.

While there appears to have been disagreement over the amount of capital *The Globe* would invest in the venture, it also seems clear that *The Globe* is heavily news oriented and that its computerized library (morgue, in newspaper jargon) is a highly marketable property.

The contents of the newspaper's final edition are transferred daily to Data-crown Corp.'s systems centre in Willowdale, Ontario. Access is by terminal with a telephone hookup. There are no

subscriber fees; users pay on the basis of the time they are connected. InfoGlobe is accessible in most areas of Canada and the United States.

"Our expertise," Cameron Smith says, "is in collecting and packaging news. The public is hungry for information — the kind of information you can't get on radio and television. The delivery system is incidental."

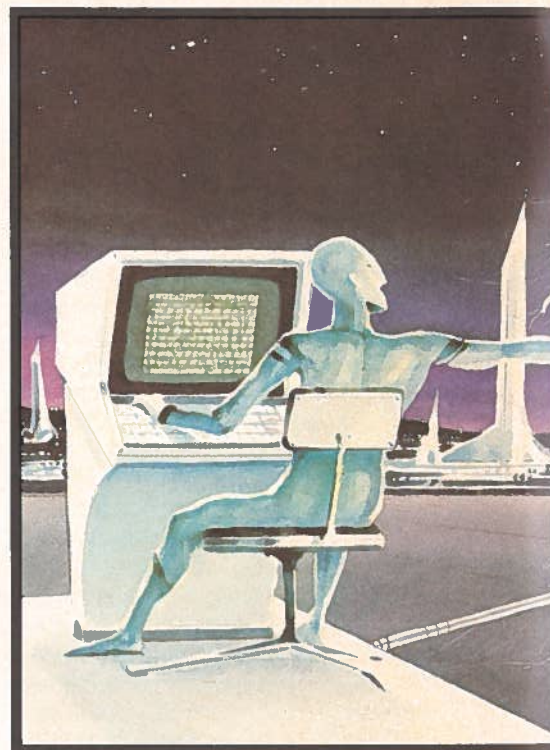
For a regulator, however, the delivery system is half of everything. The other half is the content of what is being delivered.

The spectre of regulation

For most publishers, the nature of news is such that no content regulation would be acceptable. "We will have to ensure that access to the new information system is readily available to many people, so that we protect freedom of speech and encourage diversity of information and ideas," says A. Roy Megarry. "A regulated monopoly might be all right for the communications pipeline into the home or office — the container — but not for the content."

This statement reflects the general view among future newspaper information providers that, regardless of how news is packaged and delivered, it does not undergo a change in character. Newsprint is merely one means of delivery. Control and regulation of the same content converted to electrical impulses and reconstituted on a television screen is seen as control and regulation of the press. That constitutes denial of freedom of the press, which is a denial of freedom of speech.

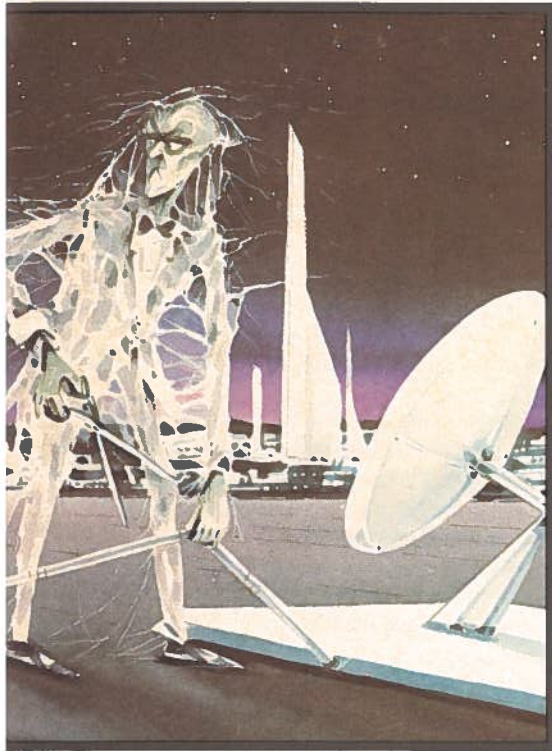
Although neither the information providers nor government appear to have addressed the issue of regulation directly, it is part of a general concern, expressed continually by publishers and editorial writers, over what is seen as erosion of press freedom.



"The press in Canada is certainly not free," Mr. Megarry has told an international group of publishers. "The freedom we have traditionally enjoyed is being eroded by governments (and the courts) to protect themselves in the name of a better-ordered society."

The Globe publisher cited examples of restrictions on publication of certain court proceedings; judgments that expand the scope of libel liability; the compelling of reporters to reveal sources on risk of indefinite incarceration; and government secrecy.

The principle of regulated press — provided regulations does not go too far — was acceptable to Mr. Justice Duff in the Alberta press case: "Some degree of regulation of newspapers everybody would concede to the provinces. Indeed, there is a very wide field in which the provinces undoubtedly are invested with legislative authority over newspapers..."



La presse informatisée d'aujourd'hui est en effet le principal prestataire d'informations du vidéotex de demain. Les deux maîtres d'œuvre canadiens en la matière, le groupe *Torstar-Southam* et le *Globe and Mail*, semblent chacun s'y attaquer d'une manière différente.

Infomart, le supermarché de l'information

Infomart est une coentreprise formée en 1975 afin d'assurer auprès du monde des affaires la prestation de renseignements stockés dans une banque de données. La société permet à des terminaux éloignés d'avoir accès à des millions de résumés, d'entrées d'index et de références bibliographiques. Elle y ajoute tous les mois plus de 150 000 entrées, dont des références à des versions provisoires de résultats de recherches.

Infomart s'intéresse aux services domiciliaires vidéotex depuis l'annonce des essais Vista faite par Bell Canada en

février 1979, et s'est très vite placée parmi les participants aux essais Télidon en vraie grandeur qui ont été amorcés au début de 1980.

Le service offert par Infomart semble davantage constituer un supermarché de l'information qu'un journal électronique, bien qu'un mini-journal doive probablement constituer l'un des éléments de ses « ensembles d'information ». Les échanges de vues intervenus en 1979 avec les *FP Publications*, alors propriétaires du *Globe and Mail*, avaient apparemment pour but d'intégrer à Infomart la partie « nouvelle » d'InfoGlobe — le service de collecte des informations du *Globe*.

InfoGlobe — la chasse aux nouvelles

Le *Globe and Mail* du 22 septembre 1979 signalait que les *FP Publications* — achetées depuis par Thomson — avaient décidé de « tenter leur chance dans l'industrie de l'édition vidéotex à base de données mémorisées et créaient à cet effet la Division InfoGlobe ». M. A. Roy Megarry, directeur du *Globe and Mail*, prédisait que les priorités des *FP Publications* « ne seraient pas nécessairement conformes » à celles des autres sociétés.

Il y a peut-être un certain désaccord sur l'importance des capitaux que le *Globe* devrait investir dans l'entreprise, mais il a toujours été clair que ce journal était très fortement orienté vers la transmission des nouvelles, sa bibliothèque informatisée (appelée la morgue) ayant une très grande valeur commerciale.

Le contenu de l'édition finale du *Globe* est transféré quotidiennement au centre de la *Datacrown Corp.* à Willowdale, dans l'Ontario. L'accès s'y fait par terminal relié au téléphone. Il n'y a pas de tarif d'abonnement, les utilisateurs étant facturés en fonction des durées de connexion. InfoGlobe est accessible depuis presque toutes les régions du Canada et des États-Unis.

« Nous sommes spécialisés dans la collecte et le conditionnement des nouvelles. Le public a soif d'information — et d'un genre que ne peuvent lui fournir ni la radio ni la télévision, peu importe le système de livraison », estime à cet égard M. Cameron Smith.

Pour un organisme réglementaire, le système de livraison ne représente qu'une moitié des choses, l'autre étant la matière livrée, le contenu.

Le spectre de la réglementation

Pour de nombreux directeurs de journaux, la nature des nouvelles est telle qu'aucune réglementation sur le contenu n'est acceptable. « Nous devons faire en sorte que l'accès au nouveau système d'information soit immédiatement garanti à un maximum de gens, afin de protéger la liberté de parole et d'encourager la diversité de l'information et des modes de penser », déclare M. Megarry.

« Il est peut-être bon qu'existe un monopole réglementé pour assurer la liaison avec les domiciles ou les bureaux en ce qui concerne le contenant, mais certainement pas quant au contenu. »

Cette déclaration reflète l'opinion générale des futurs prestataires d'informations journalistiques, selon lesquels quel que soit le mode d'assemblage et de livraison des nouvelles, on n'a pas le droit d'en modifier le caractère. Le journal n'est que l'un des moyens de transmission. Le contrôle et la réglementation du même contenu sous prétexte qu'il est converti en impulsions électriques et reconstitué sur un écran de télévision est vu comme un contrôle et une réglementation de la presse. Cela constitue un déni de sa liberté, c'est-à-dire un déni de la liberté de parole.

Ni les prestataires d'informations ni le gouvernement n'ont, semble-t-il, directement parlé de réglementation. Toutefois, cette idée fait partie du souci

Any attempt to regulate choice must be wrong in a nation governed by the will of the people.

The limit, he said, is reached when it interferes with free public discussion seriously enough to impede the working of Parliament.

At the federal level, regulations have long covered radio and television news, including that of the publicly owned CBC. In addition to general regulation of program content by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), stations are specifically prohibited from broadcasting "false or misleading news," and "news" is defined in minute detail in the radio AM and FM regulations.

Advertising revenues vulnerable

Apart from its heavy hand on programming content, the CRTC lays down scrupulous rules about the content of advertising. Advertising is a weak point in the press's argument against regulation. Regulation of advertising could not, strictly speaking, be construed as violating freedom of the press, which implies the freedom to report the news and, in Mr. Megarry's words, "encourage diversity of information and ideas."

Nevertheless, tampering with a newspaper's advertising has the same effect as tampering with a deep-sea diver's air hose. Newspaper sales provide only 20 per cent of the revenue required to keep a newspaper profitable. It is precisely in their advertising that the newspapers are most vulnerable as they stand on the threshold of the information revolution.

There is no way to predict with certainty how advertising will choose to spend their money in the world of videotex. The newspapers may well remain the attractive vehicle they are now; however, given indications from the British Prestel system that the distinction between editorial and advertising content might be totally blurred, there may well be pressure by advertising managers to play down the explicit identification of advertising.

In an unregulated medium, even a self-regulated one, concessions might be made on this issue — or they might be out of the question if the self-regulating body of information providers is strong and of high purpose. Self-regulators do have a tendency to be harder on themselves than regulators may be. At present, Prestel information providers are working on a code of ethics to establish editorial standards — especially advertising content.

Whether the antipathy to regulation is entirely in the noble cause of safeguarding freedom of speech, or is designed only to keep control over advertising policies, matters little.

Despite the alarming tendency of Canada's large newspaper chains to carve out monopolistic territories, the newspaper remains the only independent newsgathering and disseminating institution in Canadian society. While individual newspapers are only as responsible as their publishers wish them to be, they are generally aware of their need for public support and their role as guardians of the public's right to be informed — an obligation that often includes exposing official wrongdoing or arbitrariness.

Regulation of newspaper advertising is a way that would jeopardize revenue would, even if content were left free, have the effect of subtle censorship by giving the regulator power over the financial survival of the nation's newspapers.

An information revolution that would pull the teeth of the public watchdog, regardless of how unevenly the press may carry out its duty, must in the end be a bad revolution.

Self-appointed guardians

As for standards of taste, it can be argued that an unregulated system would be open to all kinds of abuses —

pornography, smut, exploitation of sex and violence, and defamatory material. The CRTC, the federal government and the provinces have always been willing censors and self-appointed guardians of public morality.

The newspapers of Canada, however, have never been subject to censorship, and it is difficult to support an argument to impose the paternalism of the *Broadcasting Act* on a medium because it changes its mode of delivery.

The aim of the Act is to "enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada." In practice, the regulatory focus seems to be upon the preponderance of U.S. content in television programming. Even if this could be construed to apply to newspapers, the Canadian content rules employed to carry out this policy are anomalous in a free society.

If the majority of Canadians happens to be watching American television or Canadian television offering American programming, it is because that is what it chooses to watch. Any attempt to regulate this choice must be wrong in a nation governed by the will of the people.

The electronic newspaper presents another powerful argument for relinquishing content rules. Such rules will confront the regulator with a serious dilemma as videotex services appear, because regulation of the newspaper would be unprecedented in Canadian history. But, to exempt the newspaper would be to discriminate against other videotex providers.

In the British Prestel system, each information provider is responsible for its own content and the carrier, the British Post Office, keeps its hands off. This open-house concept could be adopted in Canada. It might be reinforced by a finding that videotex is not a broadcast undertaking as defined by the

Toute tentative de réglementer la liberté de choix est une erreur dans un pays démocratique.

général qu'expriment toujours les éditeurs et les éditorialistes quant à ce qu'ils estiment être une érosion de la liberté de la presse.

« La presse n'est certainement pas libre au Canada », a déclaré M. Megarry à un groupe d'éditeurs internationaux. « La liberté dont nous avons traditionnellement bénéficié est érodée petit à petit par les gouvernements et les tribunaux au nom du bon ordre social. »

Le directeur du *Globe* a cité des exemples d'interdictions de rendre compte de certains procès ; de décisions judiciaires qui ont élargi la notion de culpabilité attachée à la diffamation ; de mises en demeure faites aux journalistes de révéler leurs sources sous peine d'une incarcération indéterminée ; de secrets d'État.

Pour autant qu'elle n'aille pas trop loin, la réglementation de la presse est acceptable pour le juge Duff de l'Alberta : « Tout le monde est d'accord sur un certain degré de réglementation de la presse. Le champ ouvert aux interventions législatives des provinces est en vérité très vaste... »

À son avis, la limite est atteinte lorsque la réglementation constitue une entrave à la liberté de parole suffisamment prononcée pour gêner le travail du Parlement.

Au palier fédéral, les règlements couvrent depuis longtemps les nouvelles radiodiffusées et télévisées, y compris celles de Radio-Canada. En plus de la réglementation du contenu des émissions faite par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), il est expressément interdit aux stations de diffuser toute nouvelle « fausse ou trompeuse », le terme « nouvelles » étant défini en détail dans les règlements concernant la radiodiffusion M.A. et M.F.

La vulnérabilité des recettes publicitaires

Outre ses vastes pouvoirs en matière de contenu des émissions, le CRTC applique des règles très strictes sur la nature de la publicité. La publicité est le talon d'Achille de la presse dans sa lutte contre la réglementation qui, appliquée à la publicité, ne peut, strictement parlant, être considérée comme une violation de la liberté de la presse quand celle-ci a pour objet essentiel la transmission de nouvelles et, selon M. Megarry, « favorise la diversité de l'information et des idées ».

Il n'en demeure pas moins que fermer le robinet de la publicité d'un journal revient au même que boucher le tuyau d'air d'un plongeur. La vente des journaux ne fournit que 20 pour cent des recettes permettant aux quotidiens de survivre. C'est la publicité qui est l'élément vulnérable de la presse à l'aube de la révolution de l'information.

Il est impossible de prédire avec certitude comment les annonceurs choisiront de dépenser leur argent à l'ère du vidéotex. Les journaux resteront peut-être leur support préféré mais, selon les indications du système britannique Prestel qui font ressortir la possibilité d'une disparition totale de la distinction entre contenu rédactionnel et contenu publicitaire, il n'est pas impossible que les responsables de la publicité souhaitent mettre en veilleuse toute identification explicite de la publicité.

Avec un moyen de transmission non réglementé, ou même autoréglementé, il peut y avoir là ouverture sur le laxisme, sauf si l'ensemble autoréglementé des prestataires d'informations est puissant et a une moralité élevée. L'autodiscipline est en effet souvent plus sévère que des règlements. C'est ainsi que les prestataires d'informations de Prestel travaillent actuellement à la formulation d'un code d'éthique qui comprendrait des normes intéressantes sur le contenu rédactionnel, et plus particulièrement la publicité.

Que l'opposition à la réglementation ait entièrement pour objet la noble cause de la liberté de parole, ou qu'elle ait uniquement pour but de garder la mainmise sur les règles de publicité importe peu. En dépit de la tendance alarmante des grandes chaînes canadiennes à se créer des empires exclusifs, le journal reste le seul moyen indépendant de collecte et de diffusion de l'information dans notre société. Bien que, individuellement, les journaux n'aient que l'indépendance de leurs rédactions, ils sont généralement conscients du fait que l'appui du public leur est indispensable et qu'ils se doivent de demeurer les gardiens de la liberté d'information, ce qui implique parfois la divulgation d'actes irréguliers ou arbitraires du pouvoir.

Une réglementation de la publicité qui mettrait en cause les recettes de la presse, jouerait, même sans toucher au contenu de celle-ci, comme une subtile censure en ce qu'elle donnerait à l'autorité réglementaire le moyen d'étrangler financièrement les journaux du pays.

Une révolution de l'information qui arracherait les dents du chien de garde du droit du public à être informé (quels que soient les hauts et les bas de la presse à cet égard) serait en fin de compte une révolution ratée.

Gardiennage quand tu nous tiens

Si l'on parle moralité, il est facile de dire qu'un système non réglementé signifie la porte ouverte à tous les abus : pornographie, indécence, exploitation du sexe et de la violence, diffamation. Le CRTC, le gouvernement fédéral et les provinces sont dans ce domaine des censeurs convaincus et se sont constitués en gardiens de la moralité publique.

La presse canadienne n'a cependant jamais été soumise à la censure. Il serait difficile de trouver des arguments permettant d'imposer à ce moyen d'information le paternalisme de la *Loi sur la radiodiffusion* sous prétexte qu'il change son mode de livraison.

No electronic wizardry is likely to replace the newspaper's unique specialty: recognizing and reporting the news.

Broadcasting Act, and that its signal is not a radiocommunication as defined by the *Cable Television Regulations*.

Information providers would be treated as users of a common carrier, much as users of the telephone are treated under the *Bell Canada Special Act*, which states that the carrier "shall neither control the contents nor influence the meaning or purpose of the message emitted, transmitted or received..."

With methods for delivery of a signal not foreseen when broadcasting regulations were made, the prospect of an unlimited number of channels of communication and the proven impotence of Canadian-content rules to nationalize the cultural

taste of Canadians, the arguments for continuing regulation have worn sadly thin.

Tomorrow's newspaper

What will the daily newspaper look like in the 1980s or the 1990s? How much will reader preference shape its future? Or will the reader have his preference shaped for him by the overwhelming weight of technology? Humans tend to adapt to the most convenient delivery system available — from carved stone and clay tablets to papyrus scrolls, books and newspapers, from broadsheets to tabloids. There is a fundamental difference, however, between all previous systems and the electronic

newspaper: the others were portable. Will the public be satisfied with the convenience of pressing a button and reading its news off a screen? The ideal, of course, would be to package a screen so that it could be easily transported.

The Electronic Briefcase, The Office of the Future, published in September 1978 by the Institute for Research on Public Policy, predicts the impact of today's and tomorrow's technology on various segments of the business community, including the daily newspaper. Some of its predictions for the 1980s — such as the electronic clipping library and remote terminals — are now reality.

continued on page 26



Aucun robot électronique ne pourra jamais supplanter la presse en ce qui concerne la capacité de celle-ci de dépister et de diffuser les nouvelles.

Cette loi a pour objet d'« enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada ». Dans la pratique, la réglementation semble s'être braquée sur la prépondérance du contenu américain dans la programmation télévisuelle. Même si l'on entendait appliquer ce principe à la presse, les règles qu'il faudrait employer pour ce faire sont anormales dans une société libre.

Si la majorité des Canadiens regardent la télévision américaine ou des programmes étatsuniens à la télévision canadienne, c'est parce qu'ils le veulent. Toute tentative de réglementer ce choix est une erreur dans un pays démocratique.

La presse électronique dispose d'un autre argument puissant pour s'opposer à la réglementation du contenu. Avec l'apparition du vidéotex, cette réglementation va placer les autorités devant un dilemme sérieux car toute réglementation de la presse serait sans précédent dans l'histoire canadienne.

En exempter la presse serait par contre faire preuve de discrimination à l'encontre des autres prestataires de services vidéotex.

Dans le système britannique Prestel, chaque prestataire d'informations est responsable de son contenu, le « livreur », c'est-à-dire les Postes britanniques, n'ayant rien à y voir. Nous pourrions peut-être faire nôtre ce concept de la porte ouverte, en reconnaissant notamment que le vidéotex n'est pas une entreprise de radiodiffusion telle que la définit la *Loi sur la radiodiffusion* et que son signal n'est pas une radio-communication au titre du *Règlement sur la télévision par câble*.

Les prestataires d'informations seraient traités comme tous les utilisateurs d'une entreprise de télécommunications, de la même manière que sont traités les utilisateurs du téléphone par la *Loi spéciale sur Bell Canada* aux termes de laquelle l'entreprise ne contrôle pas le contenu ni n'influence le sens ou l'objet du message émis, transmis ou reçu.

Avec l'avènement de méthodes de transmission des signaux imprévues lors de l'établissement de la réglementation sur la radiodiffusion, la perspective d'une multiplication sans fin des voies de télécommunications et la vanité largement prouvée des règles canadiennes sur le contenu ayant pour objet la nationalisation des goûts culturels des Canadiens, les arguments en faveur du maintien de la réglementation deviennent évanescents.

La presse de demain

À quoi ressemblera le journal des années 80 et 90 ? Dans quelle mesure les préférences du public lui donneront-elles forme ? La technologie toute puissante va-t-elle au contraire modeler les préférences des lecteurs ? Les hommes ont tendance à favoriser la commodité, là comme ailleurs. Ils sont allés de la pierre taillée et des tablettes d'argile aux rouleaux de papyrus, aux livres et aux journaux, des grands formats aux tabloïdes. Il y a cependant une différence essentielle entre tous ces systèmes et le journal électronique : les premiers étaient transportables. Le public se contentera-t-il d'avoir simplement à appuyer sur une touche et à lire les nouvelles sur un écran ? L'idéal, évidemment, serait l'écran portatif !

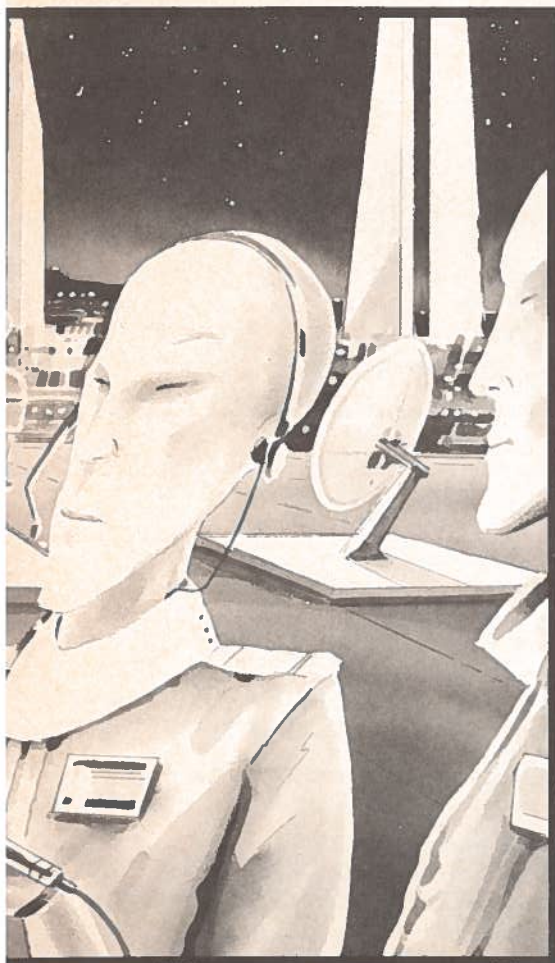
Publié en septembre 1978 par l'Institut de recherches politiques, *The Electronic Briefcase, The Office of the Future* traite de l'effet des technologies actuelles et futures sur divers secteurs du monde des affaires, dont la presse quotidienne.

Certaines des prédictions qu'il formulait pour les années 80 sont d'ores et déjà des réalités, comme les bibliothèques électroniques de coupures de presse et les terminaux à distance. Il envisage une application intéressante de ceux-ci : les titulaires d'une rubrique régulière, les correspondants et les pigistes en auraient un chez eux et s'en serviraient exactement comme aujourd'hui de leur machine à écrire.

Ils communiqueraient dans les deux sens avec la salle de rédaction. Leur copie irait directement à la mémoire de l'ordinateur, qui en assurerait un traitement rapide.

En ce qui concerne le lecteur de demain, l'auteur de *The Electronic Briefcase*, M. Robert Russell, prévoit qu'au cours des années 80 il continuera à dévorer de l'imprimé, le journal

suite à la page 27



What in the world is going on?

By Elaine Waisglass

The bulk of information Canadians receive about world affairs comes from four foreign-owned news agencies.

"Our Canadian coverage abroad is minimal." — Craig Armstrong, President, Radio and Television News Directors' Association

"The kind of financial commitment that private networks give to coverage of news, period, let alone coverage of foreign news is minimal." — Tony Burman, CBC Television, Executive Producer, *The National*.

"Where in the world is the world in Canada's newspapers?" — Charles King, former foreign correspondent with Southam News Service for 10 years, former associate editor with the *Ottawa Citizen*, currently a media consultant.

It would be a challenge to find a journalist, editor or journalism school professor who is *not* a harsh critic of Canadian foreign news coverage: almost none of the foreign news we read in our 117 daily newspapers, watch on our 1,109 television stations or hear on our 915 radio stations is reported by Canadians.

The CBC employs five permanent staff overseas correspondents, *The Globe and Mail* has three (a fourth is planned), the *Toronto Star* has two, Canadian Press has six and Southam News Service has five. Another 20 or so Canadian reporters — the number varies from week to week — are flying-squad correspondents, sent out to report events as they occur.

But the vast majority of Canadian news outlets do not employ any foreign correspondents at all. The 40 daily newspapers owned by Thomson Newspapers Ltd. (except for *The Globe*, a recent acquisition) are typical: the chain has no reporters posted abroad; its three foreign analysts are based in Toronto.

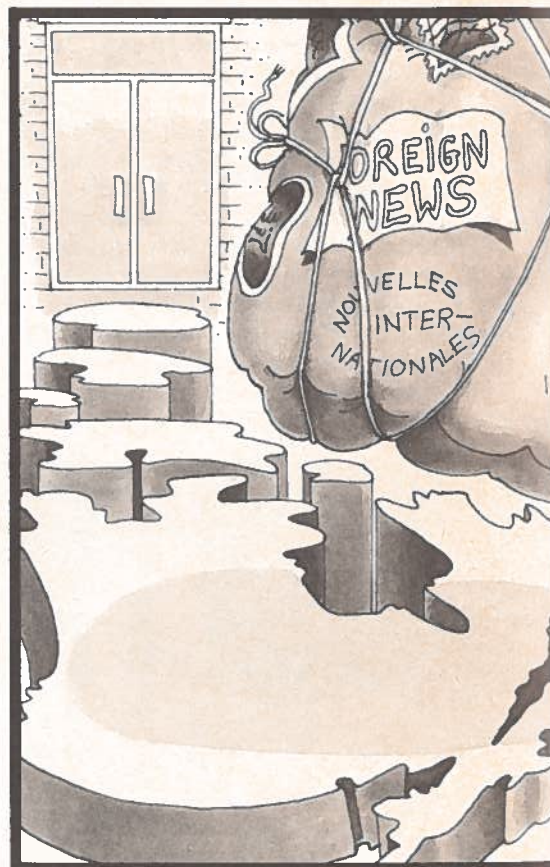
A huge part of the world is not covered by Canadian staff reporters — Africa, Australia, South America are examples. Other areas are understaffed: only one Canadian staff reporter covers Africa — a Southam reporter based in Nairobi, who is also expected to cover the Middle East.

Says former Southam News Service foreign correspondent Charles King: "What foreign bureaus there are, are shutting down, one by one... *The Toronto Star*... used to maintain offices in Hong Kong, Paris and Rome, as well as Buenos Aires. Now they are closed... Southam News Service went against the tide... by opening a bureau in Nairobi. But at the same time, it shut down its prestige post in Peking, as it did previously with Buenos Aires and the United Nations... Other than *The Globe*, which has kept a correspondent in China for many years, only the CBC attempts to do its own regular reporting in Asia."

The Globe and Mail should be congratulated for its new bureau in Mexico City, but this is only a small improvement in the overall picture.

If Canadian reporters aren't telling us what is going on in the world, who is? The bulk of information we receive about world events comes from four foreign-owned news agencies — United Press International (UPI), Associated Press (AP), Reuter and Agence-France Presse (AFP).

Between them, estimates Stanley Swinton, AP's director of world services, the four services provide more than 90 per cent of the international news printed or broadcast around the world. A UNESCO report in November 1979 by the International Commission for the Study of Communication Problems (the MacBride Commission) notes the worldwide predominance of both the major transnational news agencies and the



American television news services — ABC News, CBS News and NBC News:

"Their massive worldwide operations give them a near monopoly in the international dissemination of news; thus the world receives some 80 per cent of its news through London, Paris and New York... In fact, a few international television operations are providing most countries with news."

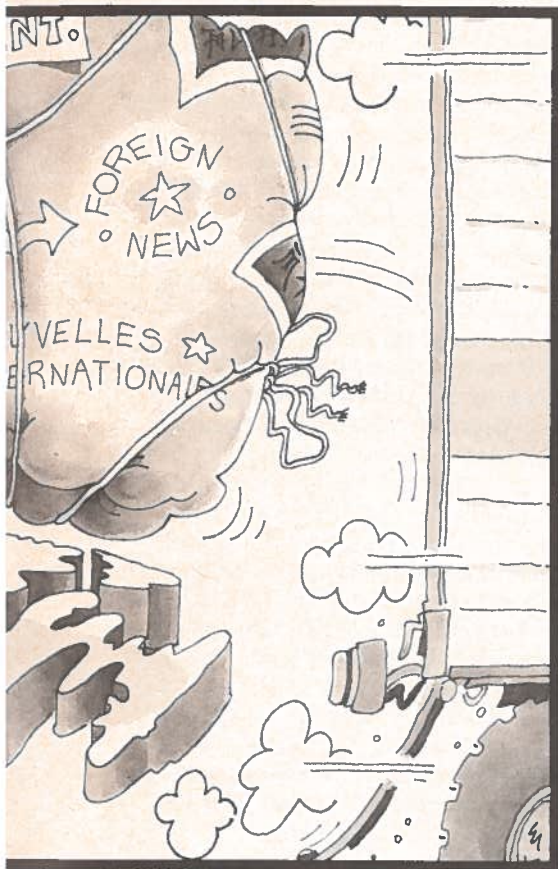
Small budgets

"Rip-and-read" is the sardonic phrase radio announcers use privately to describe their method of reporting international affairs.

Que diable se passe-t-il donc ?

par Elaine Waisglass

La masse de l'information internationale que nous recevons nous vient de quatre agences de nouvelles étrangères.



« La couverture des événements internationaux par la presse canadienne est minime. » — Craig Armstrong, président de l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision.

« L'effort financier consenti par les réseaux privés pour la couverture des nouvelles, et ne parlons pas des nouvelles étrangères, est réduit à un triste minimum. » — Tony Burman, producteur délégué de l'émission *The National*, CBC.

« Mais où donc figure le reste du monde dans la presse canadienne ? » — Charles King, correspondant étranger du *Southam News Service* pendant dix

ans, ex-rédacteur en chef adjoint de l'*Ottawa Citizen*, présentement expert-conseil auprès des médias.

Il serait très difficile de trouver un journaliste, un rédacteur ou un professeur de journalisme qui ne critique pas sévèrement la couverture des nouvelles de l'étranger par la presse canadienne. À peu près aucune des informations étrangères que nous lisons dans nos 117 quotidiens, ou que nous transmettent nos 1 109 canaux de télévision et nos 915 stations de radiodiffusion, ne leur sont fournies par des Canadiens.

La Société Radio-Canada emploie cinq correspondants étrangers permanents, le *Globe and Mail* en a trois (on parle d'un quatrième), le *Toronto Star* en a deux. La Presse canadienne en emploie six et le *Southam News Service*, cinq. Une vingtaine de reporters canadiens — et ce nombre varie d'une semaine à l'autre — sont des correspondants envoyés à l'étranger seulement pour y couvrir des événements particuliers.

L'immense majorité des médias canadiens ne font appel à aucun correspondant étranger. Un exemple typique nous en est fourni par les 40 quotidiens appartenant à la *Thomson Newspapers Ltd.* (non compris le *Globe* d'acquisition récente). Cette chaîne n'a aucun reporter à l'extérieur et ses trois analystes de nouvelles étrangères sont à Toronto.

De nombreuses régions du monde ne sont pas couvertes par des reporters canadiens maison — notamment l'Afrique, l'Australie et l'Amérique du Sud.

D'autres le sont fort peu : un reporter du *Southam*, basé à Nairobi, est responsable de l'ensemble de l'Afrique, et on attend de lui qu'il couvre aussi le Moyen-Orient.

Ainsi que le précise M. Charles King, l'ex-correspondant étranger du *Southam News Service* : « Les bureaux existants disparaissent un à un . . . Le *Toronto Star* . . . avait des bureaux à Hong-kong, Paris et Rome, ainsi qu'à Buenos Aires. Ils n'existent plus . . . le *Southam* a été à contre-courant . . . en ouvrant un bureau à Nairobi. Mais il a dans le même temps fermé celui de Pékin, comme il l'avait déjà fait pour Buenos Aires et les Nations unies . . . Mis à part le *Globe*, qui a eu un correspondant en Chine pendant de nombreuses années, seule la Société Radio-Canada s'efforce de couvrir elle-même régulièrement l'Asie. »

On peut féliciter le *Globe and Mail* qui vient d'ouvrir un bureau à Mexico, mais c'est une goutte d'eau dans un océan d'indifférence.

Si ce ne sont pas des journalistes canadiens qui nous disent ce qui se passe dans le monde, qui est-ce ? La masse de l'information que nous recevons à cet égard nous vient de quatre agences de nouvelles étrangères : *United Press International* (UPI), *Associated Press* (AP), *Reuter* et l'Agence France Presse (AFP).

Selon M. Stanley Swinton, directeur des services internationaux de l'AP, à elles quatre ces agences fournissent plus de 90 pour cent des nouvelles imprimées ou radiotélédiffusées dans le monde. Un rapport de novembre 1979, rédigé pour le compte de l'UNESCO par la Commission internationale d'étude des problèmes de la communication, la Commission MacBride, relève la prédominance des grandes agences de nouvelles transnationales et des services étatsuniens de nouvelles télévisées : *ABC News*, *CBS News* et *NBC News*.

« Le volume de leurs opérations mondiales leur donne un quasi-monopole mondial de l'information. Le monde

Even newspapers with the best reputation for foreign coverage do very little reporting themselves.

With the exception of the CBC, which depends very heavily on wire services, no radio station in Canada gathers any of its foreign news, not even Canada All-News Radio Ltd., which broadcasts nothing but news on its coast-to-coast, seven-city network (soon to be 12 cities).

Canadian television is no big supplier of foreign news either. CBC-TV, the Canadian network with the greatest number of staff foreign correspondents (five), does not have enough people to report more than a small percentage of its foreign news. Budget cutbacks have caused the African post, vacated by Peter Kent, to remain unfilled.

Canadian newspapers are no less dependent on wire services, if a one-day survey of two of Canada's most highly regarded newspapers may serve as an illustration. A Nov. 30, 1980, tabulation of the foreign news reports of *The Toronto Star* (with the largest foreign news budget of any newspaper in Canada) and *The Globe and Mail* (with the second largest and calling itself "Canada's national newspaper") reveals that even papers with the best reputation for foreign coverage do very little reporting themselves.

Of *The Globe's* 24 foreign reports, 20 (80 percent) originated from wire services. Two articles were by freelance writers, while only two were by staff correspondents. One of the staff reports concerned personnel changes in the White House; the other was a report about Prime Minister Pierre Trudeau's visit to Saudi Arabia.

Of *The Star's* 15 foreign reports, eight (53 per cent) were from wire services. At first glance, that would seem to be an improvement over *The Globe's* performance, but it wasn't really. One report was from a freelance writer. Among the six staff reports were a fashion story from Milan, four U.S. stories and one item related to Trudeau's visit to Saudi Arabia.

Compared with others

Asked to compare CBC-TV's resources (five staff overseas correspondents) with those of its American counterparts, Tony Burman, executive producer of *The National*, replied:

"At CBS, NBC and ABC, more money falls off the table in their daily story meetings than we have to work with for a month... To the viewer at home, there's no difference between watching *The National* and... watching Walter Cronkite. One does not go to a Canadian news show compensating for the fact that the American show has four, five or 10 times more money available to it, affecting the quality of the show. So we have a very demanding audience that wants thorough coverage on everything when we have a Parliament that insists on cutting back. We try to do the best with the facilities we have."

A comparison of Canadian newspapers with their U.S. counterparts produces the same result. George Bain, director of the school of journalism at King's College in Halifax and a former foreign correspondent for *The Globe and Mail* and *The Toronto Star*, writes, "... Compared with the most world-minded newspapers in the United States, the Canadian best fall far behind. *The New York Times* has, in all, 33 foreign staff correspondents — three each in the London and Paris bureaus, two each in Rome, Moscow and Nairobi, along with 21 one-person bureaus. *The Los Angeles Times* maintains 18 staffers abroad, all American citizens, *The Washington Post* has 13 foreign correspondents, *The Christian Science Monitor*, seven and *The Chicago Tribune*, six.

On a per capita basis, the Canadian news industry is stingy in its support of foreign news gathering. The U.S. (population 226 million) sends more than 500 permanent staff correspondents abroad, plus hundreds of roving reporters. Canada (population 24 million)

sends, as we have already learned, 24 staff reporters, plus (roughly 20) roving reporters. On the basis of circulation, we look even stingier. A 1976 study on sources of international news, done by Akira Ichikawa for the political science department at the University of Lethbridge, showed that only 2.3 per cent of the international reports of three Canadian dailies (*The Vancouver Sun*, *The Calgary Herald* and *The Winnipeg Free Press* — combined weekday circulation 493,359) came from their own correspondents. But 78 per cent of the international reports of three comparable U.S. papers (*The Seattle Times*, *The Spokesman Review* and *The Minneapolis Tribune* — combined weekday circulation 514,739) originated with staff correspondents.

If we compare *The Toronto Star* (weekday circulation 500,000) with *The New York Times*, we find that *The Times'* weekday circulation is only 1.6 times that of the *Star*, but it hires more than 15 times as many permanent staff foreign correspondents.

Heavy reliance on wire services

Wire services are cheaper than reporters. Dick McDonald, manager of editorial services for the Canadian Daily Newspaper Publishers' Association, points out that an overseas bureau can cost upwards of \$100,000 a year. Michael Pieri, foreign editor of *The Toronto Star*, explains why:

"The bureau in Hong Kong (now closed) was costing us about \$125,000 a year. Of money that was actually spent. It did not include the money that was sort of invisible, such as telephone, telexes, even bills for buying drinking water. You'd be surprised at the things that occur in other countries that you just don't face in Canada. Even as I'm speaking to you, we've got a reporter on assignment in Jamaica. We had to hire a bodyguard for him. How do you represent that in the books?"

Même les journaux les plus renommés en matière internationale ne déploient que peu d'efforts pour en assurer eux-mêmes la couverture.

reçoit quelque 80 pour cent de ses informations par Londres, Paris et New York . . . En fait, ce sont quelques entreprises internationales de télévision qui alimentent la plupart des pays. »

Petits budgets

« Tu arraches les télex et tu lis », disent sardoniquement les annonceurs radio pour décrire leur manière de rendre compte des événements internationaux.

Mis à part Radio-Canada qui dépend en très grande partie des services par fil, aucune station radio du Canada ne se procure elle-même ses nouvelles étrangères, pas même la *Canada All-News Radio Ltd.* qui ne diffuse que des nouvelles d'un océan à l'autre sur un réseau unissant sept villes, et bientôt douze.

La télévision canadienne n'est certainement pas un prestataire important de nouvelles étrangères. Les cinq correspondants étrangers de *CBC-TV*, le réseau canadien qui en compte le plus grand nombre, ne peuvent lui apporter qu'un faible pourcentage de ses nouvelles extérieures, et les restrictions budgétaires ont laissé vacant le poste qu'occupait Peter Kent en Afrique.

La presse canadienne n'est pas moins dépendante du fil, ainsi qu'en témoigne une brève étude d'une journée sur deux journaux canadiens réputés. Le bilan des nouvelles étrangères du 30 novembre 1980 du *Toronto Star* (dont le budget « affaires étrangères » dépasse celui de tout autre quotidien canadien) et du *Globe and Mail* (qui se situe au deuxième rang à cet égard et s'intitule lui-même « le quotidien national du Canada »), révèle que même les journaux les plus renommés en matière internationale ne déploient que peu d'efforts pour en assurer eux-mêmes la couverture.

Des 24 comptes rendus du *Globe*, 20, soit 80 pour cent, provenaient d'agences de nouvelles. Deux émanaient de pigistes et deux seulement de correspondants

maison, dont l'un portait sur un changement de personnel à la Maison Blanche et l'autre sur la visite du Premier ministre Trudeau en Arabie Saoudite.

Sur les 15 du *Star*, huit (53 pour cent) lui venaient de services par fil. Cela pourrait sembler une amélioration par rapport au *Globe*, mais il n'en est rien. Un article venait d'un indépendant et sur les six envoyés par ses correspondants, l'un, en provenance de Milan, portait sur la mode, quatre sur les États-Unis et un sur la visite de M. Trudeau en Arabie Saoudite.

Quelques comparaisons

Invité à comparer les ressources de Radio-Canada — qui dispose de cinq correspondants — avec celles de ses homologues étatsuniens, M. Tony Burman, producteur délégué de *The National* a répondu : « CBS, NBC et ABC dépendent pour leurs réunions de production quotidiennes plus que nous le faisons en un mois pour l'ensemble de notre prestation... Le téléspectateur canadien ne fait pas la différence entre *The National* et... Walter Cronkite.

Il se moque du fait que le bulletin de nouvelles en provenance des États-Unis ait disposé de cinq ou dix fois plus d'argent que le bulletin canadien, ce qui joue sur la qualité. Nous avons affaire à un public exigeant qui voudrait que nous couvrions tout, alors que le Parlement insiste pour réduire nos budgets. Nous essayons de faire pour le mieux avec ce que l'on nous donne »

La comparaison entre les journaux canadiens et américains produit les mêmes résultats. M. George Bain, directeur de l'école de journalisme du *King's College* à Halifax, et ancien correspondant étranger du *Globe and Mail* et du *Toronto Star*, écrit à ce sujet : « Le meilleur de nos journaux se situe loin derrière les médias américains les plus ouverts sur le monde. Le *New York Times* a en tout 33 correspondants étrangers : trois à Londres et à Paris, deux à Rome, à

Moscou et à Nairobi, plus 21 bureaux qui en comptent un chacun. Le *Los Angeles Times* en a 18, tous citoyens américains, le *Washington Post* 13, le *Christian Science Monitor* sept et le *Chicago Tribune* six.

Par tête de Canadiens, nos médias sont fort chiches en matière de couverture des événements internationaux. Avec leurs 226 millions d'habitants, les États-Unis envoient plus de 500 correspondants permanents à l'étranger et leur ajoutent des centaines de reporters volants. Pour nos 24 millions de Canadiens, nous avons 24 permanents et, en gros, une vingtaine de reporters occasionnels.

Si l'on parle tirage, nous sommes encore plus avaricieux. Une étude de 1976 sur l'origine des nouvelles internationales faites par M. Akira Ichikawa pour le Département des sciences politiques de l'Université de Lethbridge indique qu'à peine 2,3 pour cent des articles internationaux de trois quotidiens canadiens — le *Vancouver Sun*, le *Calgary Herald* et le *Winnipeg Free Press*, qui, ensemble, tirent à 493 359 exemplaires — émanaient de leurs propres correspondants. Aux États-Unis par contre, 78 pour cent des nouvelles internationales diffusées par trois journaux américains comparables — le *Seattle Times*, le *Spokesman Review* et le *Minneapolis Tribune*, dont le tirage global atteint 514 739 exemplaires — provenaient de leur personnel.

Quand on compare le *Toronto Star*, qui tire à 500 000 en semaine, avec le *New York Times*, on constate que le tirage quotidien de ce dernier n'est que 1,6 fois celui du *Star*, mais qu'il emploie 15 fois plus de correspondants étrangers à plein temps.

La dépendance des services par fil
Les services télex reviennent, évidemment, mois cher que des reporters. Selon M. Dick McDonald, directeur des services de rédaction de l'Association

In a high-stakes game of Monopoly, there is almost total disregard of the public's need for foreign affairs information.

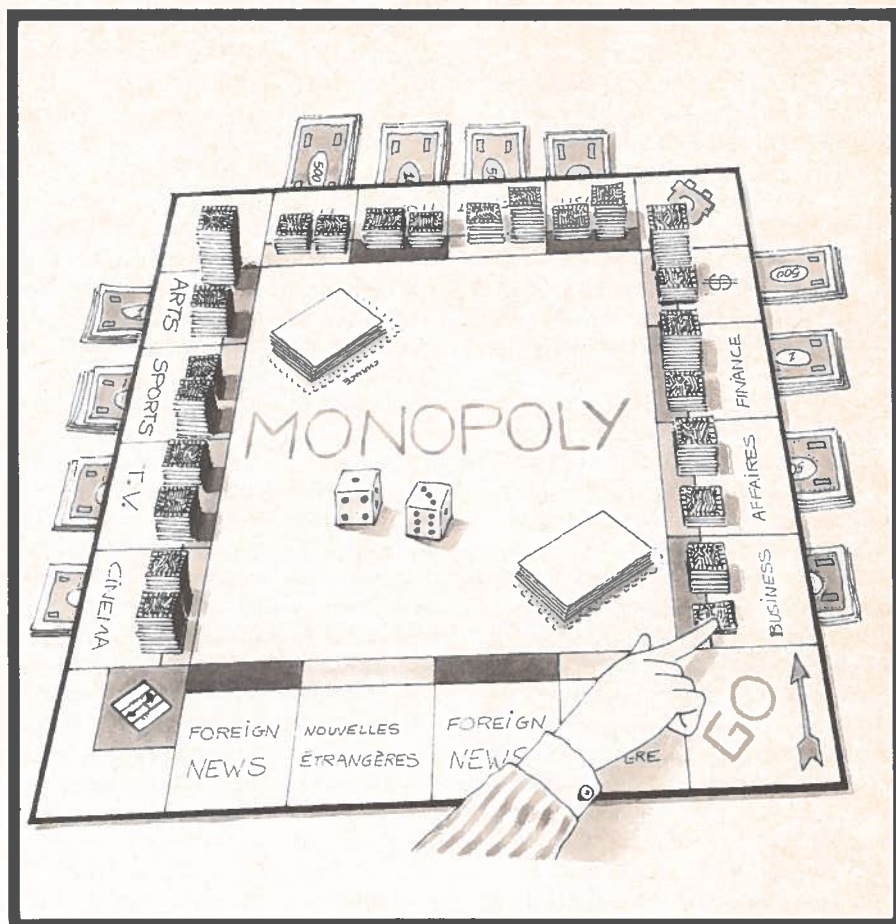
Cheaper wire services tend, therefore, to be selected over more expensive staff correspondents. Walter Stewart, former senior correspondent for FP News Service (now defunct), observed the effects of the profit motive after the Thomson chain took over FP Publications in the summer of 1980:

"Those of us who worked for FP noticed an immediate shift in emphasis after the Thomson takeover. Our new bosses... closed the Washington bureau. This was not because FP was losing money — a financial analysis showed it would make \$11 million in 1980 and \$14 million in 1981 — but because the drive to make money superseded the drive to cover the news."

The 1970 Report of the Special Senate Committee on Mass Media noted that while foreign reporting is as expensive as the media owners and managers say it is, the Canadian news industry can well afford it.

Some new information will be gathered by the Kent Commission — the Royal Commission currently investigating the newspaper industry — but, according to Borden Spears, one of the three Commissioners, much of the financial data won't be released to the public, since it will be given voluntarily. One thing is sure: the Commission's report won't tell us the very thing we need to know about the newspaper industry — to what extent it can afford to do a better job of reporting the news.

As for television and radio, the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), which licenses and regulates broadcasters, has the power to force owners to tell all, but it has not yet elected to do so; it has never made demands regarding news quality part of the TV and radio licensing agreements. As for the newspaper industry, there is no government regulation and there is no government agency or public interest organization concerned



with either its methods of operation or its quality of performance. There is no effective mechanism for holding the news industry accountable to the public; there is no mechanism for requiring the news industry to provide quality reporting.

Fewer players

The industry's emphasis on profits seems to have turned our newsgathering media into a high-stakes game of Monopoly with progressively fewer players and with almost total disregard for the public's need for foreign-affairs information. In 1913, Canada had 138 dailies. With today's corporate concentration, there are only 117. In 1958, three publishing groups — Southam,

Thomson and FP Publications — controlled about 25 per cent of total Canadian daily newspaper circulation. By 1970, that figure rose to 45 per cent. In 1980, after Thomson Newspapers took over FP Publications, the figure rose to 75 per cent.

Today, only one of Thomson's 40 Canadian daily newspapers (*The St. John's Evening Telegram*) competes with another daily. This lack of competition is a boon for the chain — it enables a money-saving drop in the quality of world news reporting without sacrificing subscriptions.

Residents of small communities depend on whatever news source is available for such basic information as TV schedules

Devenue une sorte de « Monopoly », la collecte des nouvelles se fait dans un dédain total pour les besoins du public.

canadienne des éditeurs de quotidiens, un bureau étranger peut coûter plus de 100 000 \$ par an. M. Michael Pieri, rédacteur du *Toronto Star* pour l'étranger, nous explique pourquoi :

« Notre bureau de Hong-kong, que nous avons fermé, nous coûtait environ 125 000 \$ par an en argent liquide, non compris les frais indirects du type téléphone, télex, factures d'eau potable. Vous seriez surpris de l'importance de ces frais dans certains pays.

Nous avons en ce moment même un reporter à la Jamaïque. Il nous a fallu lui louer un garde du corps. Comment comptabiliser cette dépense ? »

C'est pour cela que les services par fil, moins onéreux, ont tendance à prendre le dessus. M. Walter Stewart, ex-correspondant principal de ce qui était naguère le *FP News Service* décrit comme suit les résultats de l'acquisition, au cours de l'été 1980, des *FP Publications* par la chaîne *Thomson*.

« Ceux d'entre nous qui étions à l'emploi du *FP* ont remarqué un net virage immédiatement après son achat par *Thomson*. Nos nouveaux patrons . . . ont fermé le bureau de Washington. Pas parce que le *FP* perdait de l'argent — une analyse financière a démontré qu'il allait faire 11 millions de dollars en 1980 et 14 millions en 1981 —, mais parce que la volonté d'économiser avait le pas sur le désir d'informer. »

Le rapport 1970 du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse fait remarquer que même si le reportage à l'étranger est aussi coûteux que le disent les propriétaires et les gestionnaires de médias, l'industrie canadienne de l'information peut très bien se l'offrir.

La Commission Kent — commission royale qui enquête en ce moment sur la presse — fournira sans doute des renseignements supplémentaires. Mais,

selon M. Borden Spears, l'un des trois membres de la Commission, une grande partie des données financières qu'il nous sera possible de réunir resteront confidentielles du fait qu'elles ont été fournies volontairement. Une chose est sûre : le rapport de la Commission ne nous dira pas vraiment ce que nous avons besoin de savoir sur l'industrie de la presse, c'est-à-dire la mesure dans laquelle elle pourrait sans inconvénient faire beaucoup mieux en matière de reportage.

En ce qui concerne la radio et la télévision, le CRTC, qui attribue les licences aux radiotélédiffuseurs et les réglemente, a le pouvoir d'obliger les propriétaires à tout dire, mais n'y a jamais recouru, pas plus qu'il n'a formulé d'exigences qualitatives en matière de nouvelles pour la délivrance et le renouvellement des licences radio ou télé. Quant à la presse écrite, elle n'est soumise à aucune réglementation administrative et il n'existe pas d'organisme gouvernemental ou de groupement d'intérêt public pour s'occuper de ses méthodes de travail et de la valeur des services qu'elle offre. Aucun mécanisme efficace ne permet d'évaluer la responsabilité des médias face au public, rien ne permet d'exiger de la presse qu'elle assure la prestation d'une information de qualité.

Les joueurs se font moins nombreux

L'accent mis par l'industrie sur les profits semble avoir transformé la collecte des nouvelles en une sorte de « Monopoly », avec une diminution progressive du nombre des joueurs et un dédain total pour les besoins du public en matière d'informations internationales. En 1913, le Canada comptait 138 quotidiens. Avec les restructurations du temps présent, il n'en a plus que 117. Trois grands groupes — *Southam*, *Thomson* et *FP Publications* — se partageaient en 1958 environ 25 pour cent du tirage de l'ensemble des quotidiens canadiens, puis 45 pour cent en 1970. Depuis que les

FP Publications ont été acquises par *Thomson* en 1980, cette emprise s'est élevée à 75 pour cent.

Aujourd'hui, un seul des 40 quotidiens canadiens de *Thomson* — le *St. John's Evening Telegram* — a un concurrent. Cette absence de compétition est pour la chaîne une bénédiction, car elle signifie des économies sur la qualité des informations internationales sans que les abonnements ne diminuent.

Les habitants des petites localités sont tributaires de ces sources pour des renseignements tels que les horaires de télévision ou le lieu du prochain pique-nique communautaire. Il n'est pas pensable qu'ils annulent leur abonnement au seul quotidien disponible, aussi peu riches que soient ses reportages. Il est donc essentiel de bien comprendre que le niveau des abonnements, du seul fait qu'il reste élevé, n'a rien à voir avec un manque d'intérêt pour les affaires mondiales.

Les concentrations qui se multiplient dans l'industrie de l'information ne constituent pas en elles-mêmes une menace à l'intérêt public. C'est lorsqu'elles commencent à faire obstacle à la collecte des nouvelles qu'elles deviennent inquiétantes, comme cela semble être le cas au Canada.

Il arrive qu'un reportage nous offre à l'occasion un aperçu des finances des médias. Il est toujours intéressant de constater alors l'aisance avec laquelle l'industrie de la presse sacrifie l'intérêt public à ses visées en matière de profit. Le 4 octobre 1980, très peu de temps après la mainmise de *Thomson* sur les *FP Publications*, le *Financial Post* écrivait :

« Les perspectives financières de *Thomson* sont loin d'être médiocres. Selon les analystes, les gains seront d'environ 1,55 \$ par action cette année contre 1,31 \$ en 1979. En 1981, ils devraient aller de 1,85 \$ à plus de 2 \$. Les

No amount of tinkering with AP copy in CP's New York office will give it a Canadian character.

and the location of next week's Sunday School picnic. They wouldn't dream of cancelling their subscriptions to the only newspaper in town, however poor the news reporting becomes. But it is important to realize that, under these conditions, continued subscriptions are no indication of a lack of interest in world affairs.

Concentration in the news industry is not in itself a threat to the public interest. But when it begins to obstruct the newsgathering process, as appears to be the case in Canada, then concentration becomes cause for alarm.

Occasionally, a news report gives us a rare peek at media finances, and it is instructive to look at the kinds of profits that would induce the news industry to sacrifice the public interest to its private business needs. On Oct. 4, 1980, shortly after the Thomson takeover of FP Publications, *The Financial Post* reported:

"The financial outlook for Thomson is far from mediocre. Analysts estimate earnings of about \$1.55 a share this year vs. \$1.31 in 1979. In 1981, estimates range from \$1.85 to more than \$2. Thomson class A stock, which traded at \$19, before the announcements, was recently in the \$20 to \$22 range and some suggest it could reach the mid-high 20s next year. This year's low was \$13. In first-half 1980, the company reported a 16 per cent increase in net income (before extraordinary items) to \$34 million (vs. \$29 million a year earlier) on a 48 per cent increase to \$243 million. In 1979, it posted a 15 per cent increase in net income to \$65 million on a revenue gain of 9.5 per cent to \$335 million."

This is, remember, a report about a company that does not hire a single foreign correspondent for its chain of 40 dailies (except for *The Globe and Mail*, which does not share its service with other Thomson papers), supposedly

because each of its papers has too small a circulation to afford such an expense.

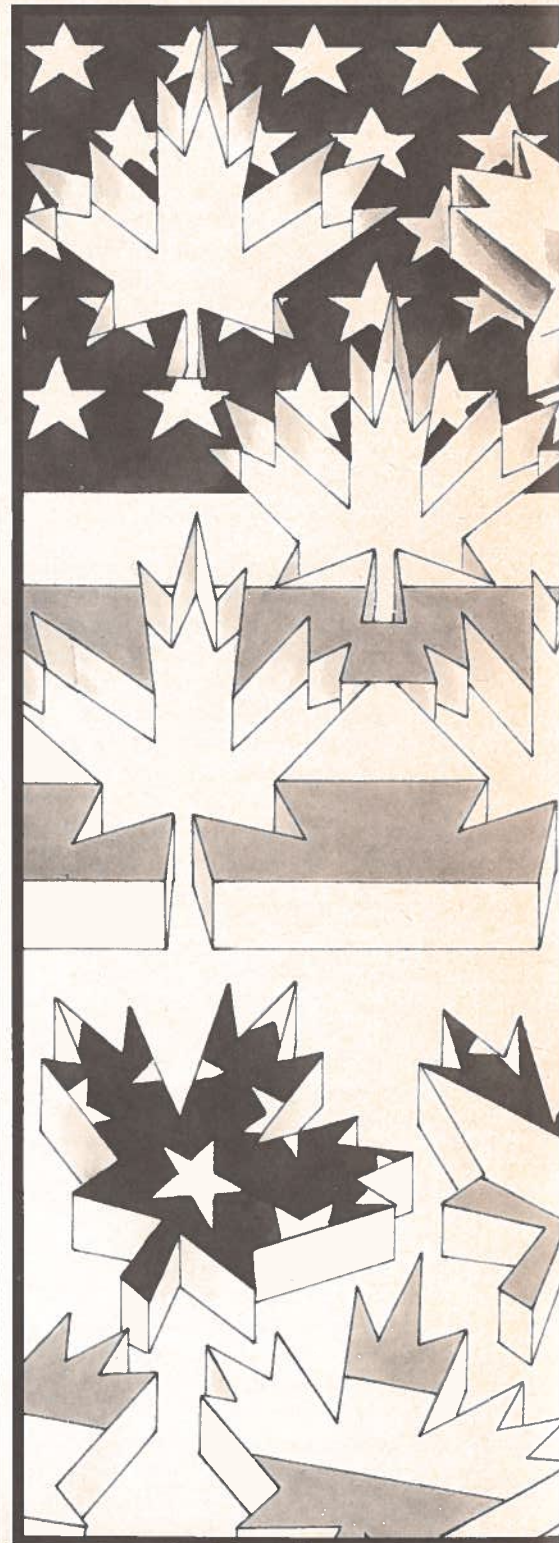
Also on Oct. 4, 1980, *The Financial Post* noted the 1979 profit figures for the Southam newspaper chain (15 dailies), the Thomson chain and Torstar (which owns *The Toronto Star*) — 17.2 per cent, 19 per cent and 13.8 per cent. A bright future for *The Star* was predicted: "In fiscal 1979, *The Toronto Star* newspaper accounted for about 30 per cent (\$6 million after tax) of Torstar's net income of \$18.8 million, a considerable jump from the 5.8 per cent (\$695,000) in fiscal 1975."

This report comes at a time when *The Toronto Star* is cutting back on news reporting, claiming financial difficulties! When *The Financial Post* reports that newspaper companies are making money hand over fist but the major newspaper owners deny it, how is one to determine the truth? With so little information about the Canadian news industry's financial operations available, it is an exercise in frustration trying to figure out how much money the news media can realistically afford to pour into foreign news gathering.

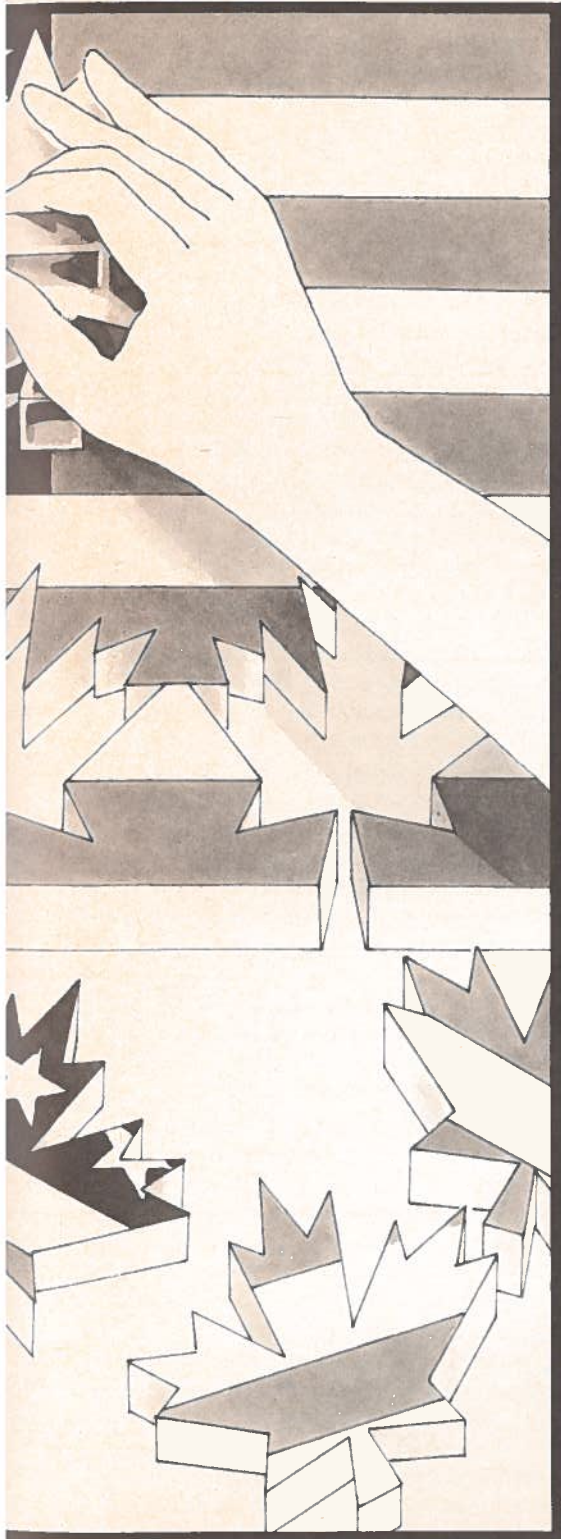
The foreign news we need?

"An American reporter, writing for an American audience, writes in the American idiom, which is not yet the Canadian idiom. He writes from a background of American experience and American national interest, which are not the Canadian experience and the Canadian interest. He uses American illustrations and he draws on a literature, a history and a political tradition which are his and not ours... no amount of tinkering with AP copy in CP's New York office will give it a Canadian character." — 1970 Senate Report on the Mass Media.

Does it really matter who reports the news? Would a reporter from Ontario present a Canadian perspective better than an American? And would a reporter



« Le replâtrage, si savant soit-il, de la copie de l'Associated Press ne saurait jamais lui donner un caractère canadien. »



actions Thomson de classe A, qui se traitaient à 19 \$ avant l'annonce, se situaient récemment entre 20 \$ et 22 \$ et pourraient s'approcher, dit-on, des 30 \$ l'an prochain. Leur cours plancher a été cette année de 13 \$. Au cours du premier semestre 1980, la société a fait état d'une augmentation de 16 pour cent de ses revenus nets (avant dépenses et recettes extraordinaires), ce qui les a amenés à 34 millions de dollars contre 29 millions au cours de la même période l'an dernier, les recettes brutes ayant atteint 243 millions de dollars, soit une augmentation de 48 pour cent. En 1979, elle avait déclaré une augmentation de 15 pour cent de ses revenus nets, qui avaient atteint 65 millions de dollars, à partir d'un accroissement de 9,5 pour cent de ses recettes brutes qui s'étaient élevées à 335 millions de dollars. »

Ceci, ne l'oublions pas, concerne une société qui n'emploie pas un seul correspondant étranger pour sa chaîne de 40 quotidiens — exception faite du *Globe and Mail* qui ne partage pas ce service avec les autres journaux de Thomson. C'est que, prétend la direction, le tirage de chacun d'entre eux ne justifie pas une telle dépense.

Toujours le 4 octobre dernier, le *Financial Post* relevait les augmentations des bénéfices 1979 pour les 15 quotidiens de la chaîne Southam, de la chaîne Thomson et de la *Torstar* (qui possède le *Toronto Star*) : 17,2 pour cent, 19 pour cent et 13,8 pour cent, respectivement. L'article prédisait au *Star* un brillant avenir :

« Le *Toronto Star* a compté pour environ 30 pour cent — 6 millions de dollars après impôt — des revenus nets de 18,8 millions de la *Torstar* au cours de l'exercice 1979, ce qui représente un bond considérable par rapport aux 5,8 pour cent — 695 000 \$ — de l'exercice 1975. »

Ce rapport coïncidait curieusement avec le moment où le *Toronto Star* pratiquait des coupes sombres dans son service

de reportage au nom de difficultés financières ! Comment savoir où est la vérité, alors que le *Financial Post* déclare que les sociétés de presse font des affaires d'or, et que les grandes chaînes se lamentent sur leur sort ? La rareté des renseignements sur la situation financière de la presse canadienne est plus que frustrante lorsque l'on essaie de déterminer les montants que les médias pourraient de fait consacrer à l'actualité internationale.

Quelles nouvelles nous faut-il ?

« Le journaliste américain qui écrit pour un public américain rédige son texte en idiome américain, qui n'est pas encore l'idiome canadien. Il est influencé par son expérience américaine et ses intérêts nationaux, qui ne sont ni l'expérience ni les intérêts de notre pays. Il se sert d'exemples américains qui ne sont pas les nôtres, et il fait appel à une littérature, une histoire et une tradition politique qui sont les siennes et non les nôtres... et le replâtrage, si savant soit-il, de la copie de l'Associated Press par les bureaux de New York de la P.C. ne saurait jamais lui donner un caractère canadien. » — Rapport 1970 du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse.

La personne du reporter a-t-elle réellement de l'importance ? Un journaliste canadien donnera-t-il aux événements une perspective qui nous correspondra mieux que celle d'un Américain ? Un reporter de l'Alberta les interprétera-t-il de la même manière ? Depuis tant de décennies que nous nous en remettons aux sources étrangères, il est difficile de s'imaginer ce que seraient les médias canadiens s'ils ne passaient pas par le filtre étatsunien.

Notre appréciation des événements internationaux serait-elle différente ? Nos relations diplomatiques ne seraient-elles plus les mêmes si notre vue du monde s'éloignait de celle des Américains ? Étirons-nous d'autres politiciens ? Le

The news industry has assumed the public is not interested in foreign news, although there is little evidence to support this view.

from Alberta have a different interpretation? After so many decades of relying on foreign news sources, it's difficult to imagine what the Canadian news media would be like if they didn't pass through an American filter.

Would our view of world events be different? Would our diplomatic relationship with other countries be different if we saw the world with something other than an American perspective? Would we elect different politicians? Would the agenda of Parliament be any different if *The Globe and Mail*, the MP's daily bible, contained more Canadian content in its foreign news coverage?

We have already made commitments to strive for a high level of Canadian content in television and radio programming. Perhaps we should now turn our attention to news reporting.

No one is suggesting that the use of wire services should be abolished. On the contrary, they provide a cheap and efficient method of reporting basic, raw information on the daily functions of governments. But when it comes to the interpretation and investigation of non-routine stories, that is a job for our own news media.

Given the limited resources the Canadian news media have assigned to this task, the job is doomed to failure. There has been a tendency to cluster a small number of foreign correspondents in a few major centres — London, Moscow, New York, Peking, Washington, Paris and Nairobi. With Australia, South America and Africa almost entirely neglected, the few editors who have foreign news budgets fly reporters to the scene of event for very short periods of time.

George Bain, once London bureau chief for *The Toronto Star*, observes:

"It seems to me that the strongest argument to be made against the flying-squad approach to foreign news coverage

vs. resident bureau coverage is that flying squads tend to produce flying squad news. They are sent out mainly in response to particular happenings; they are much less often used to inquire in-depth into trends and conditions, which may be much more important to know about than yesterday's shooting of the junta leader in the Grand Plaza."

Whose responsibility?

Ultimately, the Canadian public must make their views known to their government representatives. The CRTC, which has the power to demand quality news reporting from radio and television, has not done so in the past and is not likely to demand it in the future without public pressure.

The public's protest — from groups or individuals — could be presented in the form of an "intervention" or brief at any radio or TV station's licensing-renewal hearings, says Geoff Gordon, former director of information services for the CRTC.

The news industry has long assumed that the public is not interested in foreign news, although there is little evidence to support this view. *Toronto Star* senior editor Borden Spears (now a member of the Kent Commission) has said that the most frequently voiced demand he heard as *The Star's* "ombudsman" was for intelligent coverage of foreign affairs from a Canadian perspective.

Perhaps Gerald McAuliffe (a newspaper reporter and TV producer for 17 years, now working on a book about the Canadian newspaper industry) offered the best explanation for the industry's assumption that the public is apathetic:

"The fact is the quality of journalism in this country is in a deplorable state — and for one reason only — the media owners and managers want it that way. They are the ones who dictate editorial policy and determine editorial quality. They are the ones who decide how

much profit they will make. They are the ones who decide how much they will invest in quality journalism... Quality costs money — whether you are in the news business or the car business. When the quarterly profits are down, the scenario is always the same. First there is a freeze on hiring... Then overtime is cut out. Travel? That goes too. Good stories that take time and cost money don't get done. The scenario is the same and so is the result. At the end of the year, the company once again reports record profits... Why is it that the big media corporations can take such drastic measures that obviously affect the quality of their product without running into public criticism? I'll tell you why. Canadians have become so conditioned that they hardly notice any more that it keeps getting worse."

Many Canadians share a desire to avoid government interference in business as much as possible; they would allow the market to determine business behavior and reject the concept of media regulation. Nonetheless, many Canadian industries are subject to regulation that ensures the quality of products and the protection of the Canadian consumer, without endangering the well-being of these industries.

There is no reason why the Canadian news industry cannot be subject to similar demands, providing that such regulation does not jeopardize the media's sacred right to freedom of speech.

Elaine Waisglass is a Toronto-based freelance writer.

La presse prend pour acquis que le public ne s'intéresse pas aux nouvelles de l'étranger bien que cette opinion ne repose sur pratiquement rien.

programme parlementaire serait-il tout autre si le *Globe and Mail*, cette bible des députés, était plus canadien dans sa couverture de l'étranger ?

Nous nous sommes déjà engagés à lutter en faveur d'un relèvement du contenu canadien de la programmation radio-télévision. Ne serait-il pas temps d'en faire autant pour l'information ?

Cela ne signifie en rien qu'il faudrait abolir les services télex. Ils constituent au contraire un moyen économique et efficace de rendre compte des événements mondiaux et de fournir une information brute sur le fonctionnement quotidien des gouvernements. Lorsque, par contre, on en arrive à l'interprétation des faits et à des recherches sortant de l'ordinaire, c'est un travail qui revient à nos propres médias.

Étant donné les ressources limitées que la presse canadienne y consacre, nous allons forcément à l'échec. On a eu en outre tendance à concentrer un petit nombre de correspondants dans certains grands centres : Londres, Moscou, New York, Pékin, Washington, Paris et Nairobi. L'Australie, l'Amérique du Sud et l'Afrique étant presque entièrement abandonnées, les quelques chefs de services d'information qui disposent d'un budget pour les nouvelles de l'étranger n'envoient des reporters sur place que pour des périodes très limitées.

Ainsi que le fait observer M. George Bain, ancien responsable du bureau de Londres du *Toronto Star* :

« L'argument le plus fort que l'on puisse invoquer contre l'emploi de correspondants volants pour la couverture des nouvelles de l'étranger, est qu'un journaliste qui passe ne donnera que des nouvelles sans profondeur. Il fait partie de ceux que l'on envoie à l'étranger en réaction à un événement particulier.

Rarement leur confie-t-on des enquêtes fouillées sur les tendances et les réalités locales qui pourraient avoir une plus

grande importance que le dernier attentat sur la vie du chef d'une junte militaire. »

Qui est responsable ?

C'est en fin de compte au public canadien de faire connaître ses sentiments à ses représentants. Alors que le CRTC a le pouvoir d'exiger des médias électroniques qu'ils nous informent le mieux possible, il n'a rien fait à cet égard dans le passé et l'on ne peut guère s'attendre à un changement d'attitude si le public ne l'exige pas.

Les protestations de ce dernier, qu'il s'agisse d'individus ou de groupes de citoyens, devraient prendre la forme d'interventions, orales ou écrites, lors des audiences de renouvellement des licences des stations de radio et de télévision, déclare M. Geoff Gordon, ancien directeur des services d'information du CRTC.

La presse a depuis longtemps pris pour acquis que le public ne s'intéresse pas aux nouvelles de l'étranger, bien que cette opinion ne repose pratiquement sur rien. Au contraire, comme le dit M. Borden Spears, rédacteur en chef du *Toronto Star* et membre de la Commission Kent, la demande qui m'a été le plus souvent adressée alors que j'étais l'« ombudsman » du *Star*, portait sur une analyse intelligente des affaires étrangères dans une perspective canadienne.

La meilleure explication de cette attitude de l'industrie nous est sans doute fournie par M. Gerald McAuliffe, reporter pour la presse et producteur de télévision pendant 17 ans, qui prépare actuellement un livre sur les médias canadiens :

« La qualité du journalisme est malheureusement déplorable dans notre pays, et cela pour une seule raison : la volonté des propriétaires et dirigeants de cette industrie qu'il en soit ainsi. Ce sont eux

qui dictent les politiques rédactionnelles et déterminent la qualité du produit. Ce sont eux qui décident des profits qu'ils vont faire. Ce sont eux qui décident des sommes à investir . . . Or la qualité coûte cher, dans la presse comme dans l'automobile. Si par hasard les recettes trimestrielles baissent, le même scénario se répète. Gel de l'embauche . . . suppression des heures supplémentaires. Terminés les voyages. Finis les bons reportages qui prennent du temps et coûtent de l'argent. Le scénario est le même, comme le sont les résultats. À la fin de l'année la société fait de nouveau état de profits records . . . Comment se fait-il que les médias importants puissent prendre des mesures aussi graves qui diminuent la qualité du produit sans encourir la critique publique ? Je vais vous le dire. Les Canadiens sont tellement conditionnés qu'ils ne remarquent pratiquement plus que les choses vont en empirant. »

Nombreux sont les Canadiens qui désirent réduire au minimum les interventions de l'État dans les affaires. Ils voudraient que ce soit le marché qui dicte le comportement du commerce, et rejettent en conséquence le concept de la réglementation des médias. Pourtant, un large éventail d'industries, qui ne semblent pas s'en porter plus mal, sont soumises à une réglementation visant à assurer la qualité des produits et la protection du consommateur.

Il n'y a aucune raison pour que l'industrie canadienne de l'information ne soit assujettie à des exigences semblables, à condition, bien sûr, que la réglementation ne menace pas son droit sacré à la liberté de parole.

Elaine Waisglass, journaliste indépendante, habite Toronto.

Culture and Economics

by John Thera

Although statistics are incomplete and inexact, the cultural industries are a significant component of Gross National Product.

Is there an economic justification for government support of artistic and cultural activities? Can culture and economics be mixed? These questions are constantly raised when cultural policy and programs are discussed at the federal and provincial levels of government in Canada.

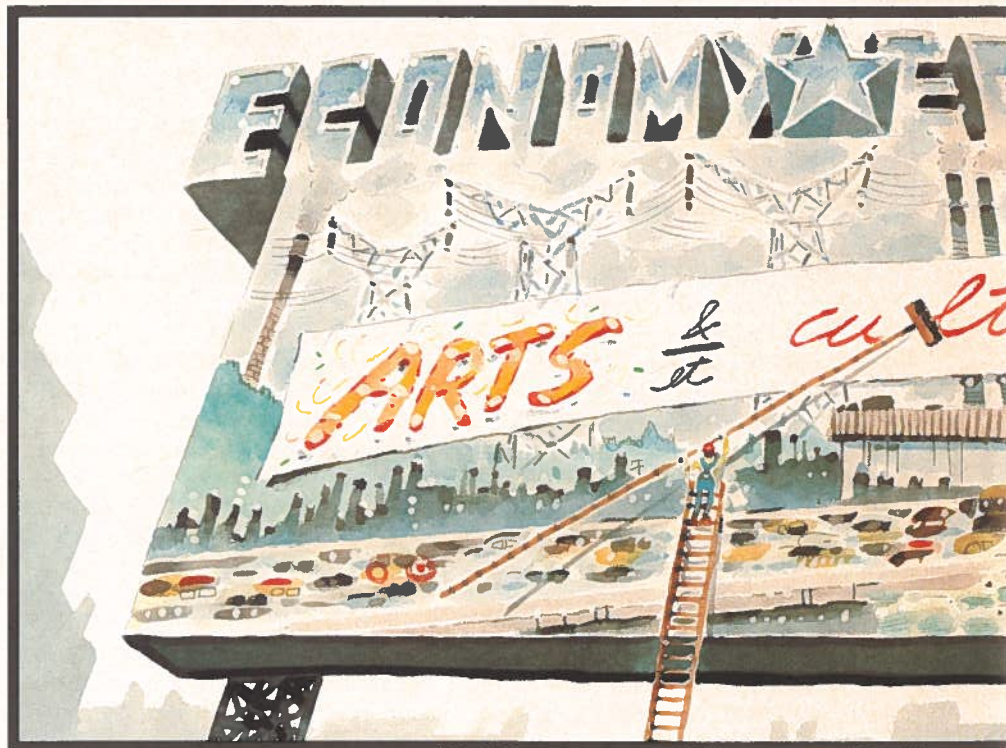
In part, they are bogus questions. The primary justification for government support of culture must continue to rest on cultural grounds — that is, “art for art’s sake.” Cultural agencies such as the Canada Council, the National Museums Corporation and the National Film Board must continue to receive government funding on cultural grounds without strings attached. Any attempt to direct these agencies towards giving priority to programs with greater economic benefit could have serious cultural implications.

This is not to say, however, that culture does not have significant economic effects. It does and they should not be ignored. We should know the size, in economic terms, of cultural activity in Canada and the extent and direction of its impact on the economy.

Economists, with a few notable exceptions, have tended to ignore culture as being too “artsy” or raising too many nationalistic questions to warrant serious economic consideration. This tendency must be reversed if we are to understand cultural phenomena in this country.

Megabucks in arts and culture

In the past, most observers have seen the field of arts and culture as a series of small, unrelated activities with little economic importance. Government economic departments such as Industry, Trade and Commerce have shown more interest, for example, in developing the pulp and paper or printing industries than promoting the publishing industry.



But, in reality, all the cultural subsectors (broadcasting, film, sound recording, book and periodical publishing, newspapers, performing arts, visual arts, crafts, architecture, and museums and heritage) are closely interrelated and should be considered as a single economic sector.

Creative composition of one sort or another is a basic component of broadcasting, film, records, book and periodical publishing, newspapers and the performing arts. Similarly, the performing arts are essential ingredients for broadcasting, film and records. More and more, we see the performing arts being used in visual art presentations. Design is a basic component of all cultural activities (for example, book and magazine covers, record jackets and theatrical sets).

Finally, all cultural activities, including museums and heritage activities, are essentially vehicles for story-telling, for communicating thoughts, feelings and ideas.

When viewed from this broader perspective, culture becomes a significant component of the Gross National Product. Although available statistics are incomplete and inexact (reflecting our continuing failure to consider culture in economic terms), we know that cultural expenditures totalled about \$8 billion in 1979. This figure compares favorably to other important economic sectors, such as textiles, electrical goods, chemicals and paper.

Culture is a very labor-intensive industry. The possibilities for increasing productivity are slight; it takes the same

Culture et économie

par John Thera

Malgré la pauvreté des données actuelles en la matière, il est clair que la culture est l'un des facteurs importants du P.N.B.



Y a-t-il une justification économique au soutien gouvernemental des activités artistiques et culturelles ? Peut-on mêler culture et économie ? Au Canada, ces interrogations reviennent sur le tapis chaque fois qu'ont lieu des discussions sur le culturel, sa politique et ses programmes, aux paliers fédéral et provincial.

Ce sont pourtant des questions quelque peu oiseuses. Le soutien de la culture doit d'abord et avant tout reposer sur des considérations culturelles, c'est-à-dire l'art pour l'art. Les organismes culturels comme le Conseil des arts, les Musées nationaux et l'Office national du film doivent pouvoir bénéficier des fonds publics au nom même de la culture, sans conditions d'une autre nature. Toute tentative de les orienter en fonction de la rentabilité des programmes pourrait comporter des dangers sur le plan

culturel. Cela ne veut pas dire que la culture n'ait pas d'effets économiques marqués. Elle en a, qu'il faut connaître, et nul ne devrait ignorer la dimension économique des activités culturelles au Canada non plus que leurs répercussions sur notre économie.

À quelques rares exceptions près, les économistes préfèrent ignorer la culture. À leur avis, c'est une notion trop fantaisiste et trop rattachée aux nationalismes pour justifier un souci économique. Il va pourtant falloir que l'on change d'attitude si doivent être pris en compte les phénomènes culturels du Canada.

Les mégadollars artistiques et culturels

La plupart des observateurs ont jusqu'ici considéré les arts et la culture comme un éventail de microactivités autonomes n'ayant qu'une importance matérielle minime. Les ministères à vocation économique (Industrie et Commerce, par exemple) se sont ainsi toujours davantage intéressés à l'industrie des pâtes et papiers ou à l'imprimerie qu'à la promotion de l'édition.

Tous les sous-secteurs culturels : radiotélédiffusion, cinéma, disques et cassettes, livres, périodiques, quotidiens, arts du spectacle, arts visuels, artisanat, architecture, musées et patrimoine culturel, sont étroitement liés et forment en réalité un seul secteur économique.

Qu'elle soit d'un genre ou d'un autre, la créativité est l'une des composantes essentielles de chacun de ces sous-secteurs. De même, les arts du spectacle font partie intégrante de la radiotélédiffusion, du cinéma et du disque. Ils sont également de plus en plus utilisés lors des présentations d'arts visuels. Le dessin, par ailleurs, est un élément fondamental de toutes les activités

culturelles, que l'on parle couvertures de livres ou de revues, pochettes de disques ou décors de spectacles.

Toutes les activités culturelles, y compris celles relatives aux musées et au patrimoine, sont en fin de compte essentiellement des moyens de conter des histoires, de communiquer des pensées, des sentiments et des idées.

Vue sous cet angle, la culture est l'un des facteurs importants du Produit national brut. N'ayant jamais pensé à la culture en termes économiques, nous ne disposons pas encore de statistiques complètes et exactes. Nous savons cependant que les dépenses d'ordre culturel ont totalisé environ huit milliards de dollars au Canada en 1979, ce qui se compare avantageusement avec les textiles, les appareils électriques, les produits chimiques et le papier...

La culture est une industrie de main-d'œuvre, et les possibilités d'en accroître la productivité sont réduites. L'exécution d'une symphonie exige autant de musiciens en 1980 qu'en 1880. Disons, par contre, que si la productivité individuelle est intangible, l'électronique a permis de multiplier considérablement les auditoires. Tout aussi inexacts que soient là encore les statistiques, une estimation très prudente de la dimension de l'emploi né de la culture au cours d'une année aboutit à l'équivalent de 120 000 personnes travaillant à plein temps.

Les effets économiques des activités culturelles sont également révélateurs. Le Festival de Stratford, par exemple, provoque annuellement des dépenses touristiques de 250 millions de dollars. Plus de 400 000 personnes ont visité Toronto durant l'exposition de Toutankhamon. Elles y ont laissé plus de un million de dollars en frais d'hôtels et au-delà de cinq millions pour la nourriture.

The profit-oriented cultural sector is like other industries and can be analyzed from an economic viewpoint.

number of musicians for a symphony performance in 1980 as it did in 1880. (In spite of these limits on individual productivity, however, audience sizes can be multiplied tremendously by the electronic media.) Again, the statistics are woefully inadequate, but a conservative estimate of the employment generated by the culture industry is about 120,000 person-years (that is, the equivalent of 120,000 people working a full year).

The economic impact of specific cultural activities is also revealing. One of Canada's best known cultural attractions, the Stratford Festival, generates an estimated \$250 million in tourist expenditures annually. More than 400,000 people visited Toronto for the King Tut exhibit; they spent more than \$1 million on hotels and over \$5 million on food. This for just one exhibit in one city! If you'd like a foreign example, the Swedish rock group ABBA is said to do more for Sweden's balance of payments than Volvo!

How imported culture costs us money

What about the effect of culture on the daily lives of Canadians? According to a study conducted in 1978 by the Arts and Culture Branch (then in the Department of the Secretary of State), the consumption of cultural goods by Canadians is at a high level and growing rapidly. We all know that Canadians watch a lot of TV. But how many know that, during the week preceding the survey, more Canadians listened to records (50 per cent) and read newspapers (83 per cent) or magazines (58 per cent) than participated in sports or exercise activities (43 per cent)?

The average Canadian spent 7.6 hours a week listening to the radio, 6.2 hours reading and 3.4 hours listening to records, but only 2.6 hours engaged in sports or physical fitness activities. Even the less popular cultural activities

attracted a significant following: 35 per cent of Canadians visited a museum during the year, 27 per cent attended live theatre, and 23 per cent visited an art gallery. Clearly, cultural activities play an important part in the daily lives of most Canadians.

But do Canadians generate most of this high level of economic activity in the cultural field? Do we have a Canadian parallel to ABBA?

The short answer is "No."

While our museums and performing arts are primarily Canadian, our cultural industries are not. Less than 28 per cent of the books published in Canada are published by Canadian-owned and controlled firms. Despite the CRTC requirement that 30 per cent of all music broadcast here be Canadian, less than 10 per cent of the records produced in Canada are produced by Canadian-owned and controlled firms. If one looks at sales instead of production, the ratio of foreign to Canadian product is even higher.

Given our \$8 billion culture industry and the export potential of cultural products, the possibilities for economic growth are real if we can find ways of obtaining a larger share of our domestic cultural market and the international market.

Profits, or not

The distinction between profit-making (or at least profit-seeking) and non-profit organizations is basic to any consideration of the economic impact of cultural activities. Profit-making organizations are firms in the so-called cultural industries: broadcasting, film, publishing, records, the commercial performing and visual arts, and crafts. Non-profit organizations include most performing-arts activity in Canada, as well as public museums, galleries and heritage activities.

The profit-oriented sector, while retaining many characteristics common to all cultural activities, is like other industries, and can be analyzed from an economic viewpoint.

Costs, revenues, sales, assets, liabilities, profits, production and market size are all relevant factors for these industries, and they can be addressed by government from an industrial perspective (whether to increase production, restrain prices or increase market shares). Governments may, of course, also wish to intervene in the cultural marketplace for exclusively cultural reasons.

In contrast, the non-profit sector has several economic characteristics peculiar to the arts. As Baumol and Bowen pointed out in 1966 in their pioneering study *Performing Arts: The Economic Dilemma*, restrictions on productivity growth in the arts push up costs (as wages rise) faster than in other sectors. As a result, the gap between revenues and expenditures continually grows and will have to be filled by government if the same level of output is to be maintained.

In theory at least, this growing income-gap could be covered by increased prices. But the non-profit sector of the arts cannot by definition charge what the market will bear. Instead, prices are maintained at a lower rate (in some cases, there is no charge at all) to permit greater access by the general public. In addition, much of the activity in the non-profit sector is amateur (that is, unpaid) rather than professional, with the result that many services are provided free of charge.

Finally, in contrast to most economic development, an "arts development program" would seem to have no negative spillover effects (such as environmental pollution) to detract from its positive economic and cultural benefits. Any additional expenditures on the arts

Les industries culturelles, comme tous les autres secteurs d'activité, peuvent faire l'objet d'une analyse économique.

Notons qu'il ne s'agit là que d'une exposition, et dans une seule ville ! Autre exemple à noter ; on dit que le groupe suédois ABBA contribue plus que Volvo à la balance des paiements de la Suède.

La culture importée coûte cher

Quels sont les effets de la culture sur la vie quotidienne des Canadiens ? Selon une enquête effectuée en 1978 par la Direction des arts et de la culture, qui relevait alors du Secrétariat d'État, la consommation canadienne de biens culturels est très forte et s'accroît rapidement. Nous savons tous que les Canadiens passent un temps considérable devant leur téléviseur. Mais savez-vous qu'au cours de la semaine qui a précédé cette enquête, 50 pour cent des Canadiens interrogés écoutaient des disques, 83 pour cent lisaient un quotidien, 58 pour cent une revue, et 43 pour cent seulement pratiquaient un sport ou s'adonnaient à des exercices physiques.

Le Canadien moyen écoute la radio 7,6 heures par semaine, lit pendant 6,2 heures, écoute des disques durant 3,4 heures, mais n'en passe que 2,6 à pratiquer un sport ou à faire des exercices. Même les activités culturelles les moins courues restent marquantes : 35 pour cent des Canadiens avaient visité un musée au cours de l'année, 27 pour cent étaient allés au théâtre, 23 pour cent s'étaient rendus dans une galerie d'art. Les activités culturelles jouent donc manifestement un rôle important dans la vie quotidienne de la plupart des Canadiens.

Ces derniers transforment-ils cet intérêt culturel en avantage économique ? Y a-t-il un ABBA canadien ?

Hélas, non.

Alors que nos musées et nos arts du spectacle sont par nature canadiens, nos industries culturelles ne le sont pas. Moins de 28 pour cent des livres édités

au Canada le sont par des entreprises d'appartenance ou de contrôle canadiens. En dépit du contingent de 30 pour cent de produit canadien fixé par le CRTC pour l'ensemble de la musique radiodiffusée au Canada, moins de 10 pour cent des disques produits chez nous proviennent de sociétés qui appartiennent à des Canadiens ou qui sont contrôlés par eux. Sur le plan des ventes, le pourcentage étranger est encore plus lourd que dans le domaine de la production.

Compte tenu des huit milliards de dollars engendrés par nos industries culturelles et notre potentiel d'exportation des produits de cette nature, les possibilités de croissance économique dans ce secteur sont bonnes si nous sommes capables de nous arroger une part plus importante du marché culturel, national et international.

Profits ou pas

Il est fondamental de faire la distinction entre les organismes profitables (ou du moins qui cherchent à l'être) et les autres, lorsque l'on veut traiter des effets économiques des activités culturelles. Les organismes profitables sont ceux du secteur dit des industries culturelles : radiotélédiffusion, cinéma, édition, disques, spectacles et arts visuels commerciaux, artisanat. Les autres comprennent au Canada la plus grande partie des arts du spectacle, de même que les galeries et les musées publics et les activités liées au patrimoine.

Le secteur profitable, tout en gardant son caractère culturel, est comme toutes les autres industries et peut faire l'objet d'une analyse économique.

Coûts, recettes, ventes, actif, passif, bénéfiques, production, dimension du marché sont autant de facteurs qui lui sont pertinents et les autorités peuvent en traiter dans une optique industrielle, par exemple pour augmenter la production, en réduire les coûts ou en accroître

les débouchés. Il est évident que les gouvernements peuvent également agir sur le marché culturel pour des raisons purement culturelles.

Le secteur non profitable possède par contre plusieurs caractéristiques économiques particulières aux arts. Ainsi que l'ont fait remarquer les deux pionniers en ce domaine, Baumol et Bowell, dans leur étude de 1966 intitulée *Performing Arts: The Economic Dilemma*, les limites particulières aux arts en matière de productivité en élèvent le coût — à raison des salaires — plus vite que dans les autres secteurs d'activités. L'écart entre recettes et dépenses s'élargit constamment et les gouvernements devront le combler si l'on ne veut pas que la productivité diminue.

Cet écart croissant entre les recettes et les dépenses pourrait être couvert par des augmentations de prix. Mais, par définition, le secteur des arts non profitables ne peut s'aligner sur les possibilités du marché à cet égard. Ses prix doivent rester plus bas — et dans certains cas disparaître — pour qu'il devienne encore plus accessible au grand public. Une bonne part de l'activité de ce secteur est le fait d'amateurs qui fournissent gratuitement de nombreux services.

Enfin, et contrairement à la plupart des industries, il semble qu'un « programme de développement artistique » ne porterait pas de retombées négatives (par exemple la pollution de l'environnement) qui auraient pour effet de réduire ses avantages économiques et culturels. Sans aucun doute, toute dépense supplémentaire en faveur des arts devrait être avantageuse sur le plan coûts-bénéfices, bien que, il faut le reconnaître, le rapport soit difficile à quantifier.

Un terrain commun

Aussi indirects qu'ils soient, les effets des activités culturelles sont économiquement profitables.

should have a positive cost-benefit ratio, though this would be admittedly difficult to quantify.

A common ground

Even the more indirect effects of cultural activities bring positive economic benefits.

In *The Arts in the Economic Life of the City*, Harvey Perloff argues that the arts could play a key role in revitalizing the cores of major cities, which have declined as economic growth

has shifted from manufacturing to the service sector. He envisages the arts as the stimulus required to revive downtown areas by making them lively, attractive places that would generate tourism, attract new residents and businesses, and increase property values (and property taxes).

The availability of a cultural infrastructure may also influence business location and employee-relocation decisions. Certainly, it is a question worth further exploration.

Clearly, the economic implications of cultural activity are both complex and important enough to justify further study. Although artists may not make good economists nor economists good artists, the two groups share common cultural and economic environments. Both might benefit from a productive exchange of ideas.

John Thera is director, research and statistics, in the Arts and Culture Branch of the Department of Communications.

...Arnold Bruner

It suggests an interesting application of such terminals: columnists, correspondents and freelance journalists would have one in their homes and use them as naturally as they do their typewriters today.

They would be in two-way communication with the newsroom. Their copy would be directly stored in the computer, available for quick handling.

As for the newspaper reader, the author of *The Electronic Briefcase*, Robert Russell, predicts that, in the 1980s, he will still be reading newsprint, with the electronic newspaper filling "a partial but considerable need."

In Russell's vision of the future, videotex appears to come into its own in the 1990s with the advent of the electronic briefcase, an interactive terminal freed from its wire tethers by super micro batteries. Here is how he describes the contents of an electronic briefcase: "There will be a phone unit, which can be used for communicating with the switched public network, or dictating onto the screen and into memory. The rest of the lower part of the case will be empty, for gin, pills, socks, business cards, video, text, or audio memory chips, and sensitized paper for making hard copies from the screen, whose image can be reversed for the process."

The ability to communicate with the switched network by a remote dial phone is a reality already. The rest of the prediction

— the ability to make a contact hard copy from a video screen — is the most exciting when applied to newspapers.

Russell is optimistic about the future of the newspaper industry. He predicts that it will overcome the forces that could destroy it — forces capable of siphoning off its life-giving advertising revenue — by corporate takeovers of data bases, placing it "at the heart of the information distribution industry." The release from ink and newsprint, he predicts, may even free the publisher "from the clutch of major advertisers."

Before the electronic newspaper becomes totally paperless, however, or can electronically transform itself conveniently into hard copy, either in a portable screen or box in the home, it must survive the peak years of videotex — probably the decade from the mid-1980s to the mid-1990s.

The electronics of the 1990s will make it possible to print customized newspapers tailored to the individual's requirements.

A pessimistic view of the newspaper's future is given by David Godfrey in a collection of essays on the new electronics published in 1979 as *Gutenberg Two*. In a city 30 per cent hooked up to Telidon, Godfrey sees classified advertising becoming a specialty of an independent Classified Producer, with retail ads being developed by entrepreneurs, much as videotex graphic arts are now, to show a business in its best light. The leading columnists would go into business for themselves as independent information providers of their own material.

Less-known journalists would band together to form independent groups to develop an uncrowded speciality. The newspaper's role is seen as the provider of printed programs to let the public know what is available on videotex. Lists of Prestel information providers are already in print in Britain.

In Godfrey's scenario, the newspaper will lose even the advantage of being available when readers want it because the videotex user will be able to order what he wants when he wants it. Or he may record information scheduled for showing when he is not around. Godfrey seems to relish such a future: "(T)he only group that has not had to become concerned about these technological upheavals are the journalists themselves. The many changes... and new developments on the horizon all affect the processing of information after it leaves the journalist."

In other words, among the information providers, the newspaper has a specialty that will always be in demand: its expertise at recognizing, probing for, gathering and reporting the news. No electronic wizardry is likely to be invented that can assume that function.

The press, the handmaiden of free speech, will surely be moulded into new forms by the impending electronic information revolution. Whatever form it takes, in a society that values free speech above all possessions, the press above all must remain free.

Arnold Bruner, a former Globe and Mail reporter, is a student-at-law, to be called to the Ontario Bar in 1982.

Dans *The Arts in the Economic Life of the City*, Harvey Perloff déclare que les arts pourraient jouer un rôle clé dans la renaissance des centres de nos grandes villes qui s'étiolaient depuis que la croissance économique est passée de l'industrie de la fabrication à celle des services. Selon lui, les arts seraient le stimulus nécessaire à la reprise de la vie dans ces centres. Il pourraient y créer des lieux qui attireraient les touristes, ramèneraient habitants et commerçants et y augmen-

teraient la valeur de l'immobilier — et donc les recettes fiscales foncières.

L'existence d'une infrastructure culturelle peut également influencer sur la localisation des entreprises et des employés. Cela vaudrait la peine que l'on s'attarde à y penser.

Les incidences économiques des activités culturelles sont à la fois suffisamment complexes et assez importantes

pour justifier des études plus poussées. Bien que les artistes ne soient peut-être pas de bons économistes ni les économistes de bons artistes, ces deux groupes font partie du même milieu économique et du même milieu culturel. Tous deux ne peuvent que gagner d'un échange d'idées fructueux.

John Thera est directeur de la recherche et des statistiques à la Direction des arts et de la culture du ministère des Communications.

...Arnold Bruner

électronique lui fournissant un complément répondant à un « besoin partiel mais considérable ».

Selon M. Russell, le vidéotex devrait trouver sa vocation propre au cours des années 90 avec la venue du portedocument électronique, un terminal interactif libéré du fil par des supermicropiles. Il en décrit ainsi le contenu : « Il y aura un téléphone qui pourra servir à communiquer avec le réseau public commuté ou pour dicter sur écran ou en mémoire. Le fond de la malette offrira la place voulue pour le pyjama et la brosse à dents, les microplaquettes spécialisées, les rouleaux de papier sensible pour impression de ce qui paraît à l'écran et dont les images pourront être inversées dans ce but. »

La possibilité de communiquer avec le réseau commuté par un appareil automatique distant est déjà une réalité. Le reste de cette prédiction, comme la possibilité de tirer sur papier ce qui paraît à l'écran, est enthousiasmant en ce qui concerne la presse.

M. Russell est optimiste quant à l'avenir de celle-ci. Selon lui, elle viendra à bout des forces qui pourraient la détruire — ces forces capables de lui pomper ses recettes publicitaires vitales — en se groupant pour acquérir des banques de données qui la mettront « au cœur de l'industrie de la distribution de l'information ». Libérés de l'encre et du papier journal, les dirigeants pourraient bien l'être aussi « des fourches caudines des gros annonceurs ».

Avant que la presse électronique ne s'affranchisse totalement du papier ou puisse électroniquement passer de l'écran à l'imprimé, en voyage ou à la maison, elle devra vivre les années fortes du vidéotex, c'est-à-dire probablement la décennie allant du milieu des années 80 au milieu des années 90.

L'électronique de la dernière décennie de notre siècle permettra l'impression sur mesure de journaux répondant aux besoins de chacun.

M. David Godfrey, qui a publié en 1979 sous le titre *Gutenberg Two* une série d'essais sur l'information électronique, est par contre pessimiste. Selon lui, dans une ville connectée à 30 pour cent à Télidon, les petites annonces vont devenir une spécialité d'un producteur indépendant, les annonces détaillées étant rédigées par des entrepreneurs, à la manière des graphiques vidéotex maintenant, de façon à présenter l'annonceur sous l'éclairage le plus favorable. Les grands titulaires de rubriques régulières travailleront à leur compte, comme prestataires d'informations indépendants. Les journalistes moins connus se rassembleront en groupes indépendants traitant de spécialités peu encombrées. La presse deviendra un fournisseur de programmes imprimés informant le public de ce qui est disponible sur vidéotex. Cela existe déjà en Grande-Bretagne pour Prestel.

Dans le scénario de Godfrey, la presse perd même l'avantage d'être disponible au gré du lecteur étant donné que l'utilisateur de vidéotex aura la faculté de commander ce qu'il désire quand il le

veut. Il pourra en outre enregistrer des informations passant à un moment où il n'est pas libre. M. Godfrey semble goûter cet avenir. Il déclare : « Le seul groupe n'ayant pas à se faire de souci à propos de ces bouleversements technologiques est celui des journalistes. Les nombreux changements... et les formes nouvelles apparaissant à l'horizon... ne remettent en cause le traitement de l'information qu'une fois qu'elle a quitté le journaliste. »

Prestataire d'informations parmi d'autres, la presse bénéficie donc d'une spécialité qui restera en demande : sa capacité de trouver, de vérifier, de rassembler et de rédiger les nouvelles. Aucun robot électronique ne pourra jamais remplir ces fonctions.

Servante de la liberté de parole, la presse va prendre sans aucun doute des formes différentes avec la révolution électronique de l'information. Quelles que soient ces formes, la presse doit avant tout rester libre dans une société qui situe la liberté d'expression au-dessus de tous les autres biens.

M. Arnold Bruner, ancien reporter du Globe and Mail, est un étudiant en droit qui prévoit être inscrit au Barreau de l'Ontario en 1982.

New Canadian Technologies

This Universal Mobile Communications Terminal (UMCT), made by International Mobile Data Inc. of Richmond, B.C., transmits messages from a central computer to vehicles over standard FM voice radio systems. First installed last year in Vancouver, the system is now also used in the U.S. and Europe. This terminal enables police officers to access directly a data bank while on patrol to obtain detailed written responses. The UMCT differs from other mobile systems in that it ensures fast and accurate message transmission at speeds up to 4,800 bps. The microprocessor-based design allows the terminal to be customized to particular user needs.

Courtesy: Canadian Advanced Technology Association

Nouvelle percée technologique canadienne

D'un ordinateur central, on peut maintenant transmettre des messages sur les systèmes radiotéléphoniques M.F. ordinaires, vers des postes mobiles de communication de la *International Mobile Data Inc.*, de Richmond (C.-B.). Le premier système a été installé à Vancouver l'an dernier, et d'autres installations ont suivi aux États-Unis et en Europe. Ce poste, qui permet aux agents de police d'obtenir des renseignements écrits directement d'une banque de données, diffère des autres systèmes mobiles par la rapidité et l'exactitude de transmission, à des vitesses pouvant atteindre 4 800 b.p.s. La miniaturisation permet d'offrir des postes adaptés aux besoins de l'utilisateur.

Gracieuseté de la Canadian Advanced Technology Association.

