



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC • NUMÉRO 056 • 1^{re} SESSION • 39^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 3 mai 2007

Président

M. Gary Schellenberger

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :

<http://www.parl.gc.ca>

Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 3 mai 2007

• (0905)

[Traduction]

Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)): Bonjour à tous.

Bienvenue à la 56^e séance du Comité permanent du patrimoine canadien. Conformément au paragraphe 108(2), le comité reprend son enquête approfondie du rôle d'un diffuseur public au XXI^e siècle.

Je dois dire que nous sommes très heureux de pouvoir accueillir nos témoins de ce matin. Il était prévu de les entendre séparément d'après l'ordre du jour, mais nous allons leur demander de faire leurs exposés coup sur coup, avant d'enchaîner par des questions à l'un ou l'autre. Nous aurons ainsi peut-être un peu plus de temps, vu que nous disposons de 45 minutes pour chacun. De cette façon, nous aurons une heure et demie pour poser nos questions.

Nous souhaitons la bienvenue ce matin à Florian Sauvageau, directeur du Centre d'études sur les médias, et à Renaud Gilbert, ex-ombudsman des Services français de Radio-Canada.

Bienvenue, messieurs.

M. Sauvageau d'abord, s'il vous plaît.

M. Florian Sauvageau (directeur, Centre d'études sur les médias): Merci beaucoup, monsieur le président.

[Français]

Je ferai ma présentation en français.

[Traduction]

Je serai heureux de répondre aux questions posées en anglais, si vous le souhaitez.

[Français]

C'est toute une tâche que celle que vous avez de définir le rôle du diffuseur public au XXI^e siècle, dans un monde qui est totalement différent de ce qu'on a connu jusqu'à présent et, surtout, dans un monde où le diffuseur public a été conçu pour une période où nous ne vivions pas l'abondance que nous vivons maintenant.

Cette image illustre bien ce que je veux développer. On m'a dit qu'il fallait être bref et que vous préféreriez poser des questions plutôt qu'entendre un long discours. D'ailleurs, c'est un peu ce que le monde devient, tant celui des professeurs que celui des journalistes. Les cours magistraux sont remplacés par des séminaires parce que les étudiants n'aiment plus les longs discours. Je ne dis pas que vous êtes des étudiants pour autant, mais cette image définit bien, à mon avis, ce que devrait être maintenant le diffuseur public. C'est le poisson bleu dans l'aquarium des poissons rouges. Le titre de ce livre — j'ai la version anglaise, mais il y a aussi une version française — est *Making a difference: The blue fish among the red ones*.

[Traduction]

C'est ce que devrait être un radiodiffuseur public au XXI^e siècle: le poisson bleu, le télédiffuseur différent.

[Français]

Pourquoi? Parce qu'un très grand nombre des missions ou des rôles que se donnait le diffuseur public au XX^e siècle, au siècle dernier, sont maintenant remplis par des diffuseurs spécialisés, parfois publics, parfois privés. Ainsi, certains concepts généraux qu'on a gardés autour du diffuseur public... C'est toujours dans la loi, d'ailleurs. Je ne dis pas qu'il faille changer cette loi. Toutefois, quand celle-ci dit, par exemple, que le diffuseur public doit contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales, le principe est sans doute toujours valable.

Cependant, lorsqu'un réseau a 5 ou 6 p. 100 de l'écoute, comme le réseau anglais de Radio-Canada, il lui est difficile de partager une conscience nationale, il lui est difficile d'être ce que certains chercheurs appellent le « lien social », il lui est difficile de construire la nation. On a dit longtemps que Radio-Canada devait être *the nation builder*. Mais 5 p. 100 de l'écoute — je parle surtout de la télévision aujourd'hui —, cela ne fait pas beaucoup de téléspectateurs pour construire la conscience nationale.

Au XXI^e siècle, on doit voir le diffuseur public dans le contexte de la fragmentation. On a conçu le diffuseur public comme on a conçu notre système de diffusion à une époque où l'on parlait de *broadcasting*. J'utilise des termes anglais, parce que dans ce cas, l'anglais manifeste bien mieux ce qu'on veut dire. *Broad* signifie large. On parlait de *broadcasting* et on continue d'en parler. Mais maintenant, on vit dans un monde qui est celui du *narrowcasting*: *narrow* par opposition à *broad*.

Tout cela s'est fait sur une longue période de 20 ans. En 1985-1986, lorsque mon collègue Jerry Caplan et moi-même avons rédigé le rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, le Task Force on Broadcasting Policy, c'était la naissance des canaux spécialisés. C'était le début de cette fragmentation. Il y avait à l'époque quelques canaux spécialisés, dont quelques-uns en anglais. Et c'était le début des canaux spécialisés de langue française. Maintenant, il y a une infinité de canaux.

Il est bien clair qu'on ne peut plus concevoir le rôle de la CBC et de Radio-Canada à la télévision de la même façon qu'on le concevait il y a 20 ans. Ce n'est pas possible. De la même façon que les chaînes privées généralistes ont des problèmes financiers parce qu'elles vivent du commerce — sur une base commerciale —, à cause de la fragmentation, le diffuseur public connaît aussi des problèmes et doit revoir son rôle dans ce contexte actuel et bien plus encore, parce qu'en raison d'Internet et des nouveaux médias, cette fragmentation va s'accroître davantage.

Il faut donc maintenant voir le diffuseur public dans ce contexte général de la fragmentation. Cela ne veut pas dire — je ne veux surtout pas être mal compris — que le diffuseur public n'a plus son importance. Le diffuseur public est tout aussi important qu'auparavant, mais à mon avis, le principe premier qui doit maintenant guider son activité... Le diffuseur public a été fondé, s'est construit au fil des ans sur un certain nombre de principes: l'universalité, c'est-à-dire servir toutes les régions, servir tous les groupes sociaux, etc., la diversité et l'indépendance. Au cours des années 1990, un nouveau principe s'est développé, celui de la différence, de la spécificité. C'est là-dessus qu'on doit tabler pour l'avenir du diffuseur public. La radio joue très bien ce rôle.

Que signifie concrètement la spécificité? Lorsque le spectateur ouvre son téléviseur et qu'il est à l'antenne du diffuseur public, il doit constater d'emblée et rapidement qu'il est à l'antenne de ce diffuseur public. Ce n'est pas toujours le cas. Parfois, ça l'est, mais c'est loin d'être toujours le cas pour la télévision, alors que pour la radio, ça l'est toujours.

● (0910)

Si vous ouvrez votre poste de radio et que vous êtes à l'antenne de Radio-Canada, vous savez tout de suite que vous n'êtes pas à l'antenne d'un poste privé. Il y a une différence. *Making a difference*, c'est cela. Il y a une spécificité. La télévision publique doit réussir à faire la même chose que ce qui a été fait pour la radio, soit de nous permettre de reconnaître la différence du secteur public. On pourra revenir sur le sujet, si vous voulez qu'on en parle plus longuement pendant la période de questions.

Quelle est la raison principale qui fait que, d'emblée, on reconnaît la radio comme distincte et que ce n'est pas le cas pour la télévision? C'est l'absence de publicité à la radio. C'est la publicité, à la télévision, qui fait la différence. Plus il y a de publicité, moins on reconnaît le caractère distinct de la télévision publique. Je sais bien que l'économie de la télévision, ce n'est pas l'économie de la radio. Il faut faire une distinction. On a peut-être besoin d'un peu de publicité dans le financement de la télévision. Toutefois, plus la part de la publicité dans le financement global de la télévision s'accroît, plus la différence de la télévision publique décroît ou diminue.

Je ne veux pas entrer dans le sujet des émissions, parce que je ne pense pas que c'est le rôle des analystes de la télévision publique que de se prendre pour des programmeurs de télévision. Alors, je ne veux pas entrer dans les émissions qui correspondent ou qui ne correspondent pas à ce que devrait être une télévision publique. Je vais quand même donner deux ou trois exemples d'émissions.

Une autre chose sur laquelle je voudrais insister, c'est que je ne veux surtout pas dire que la télévision publique doit être une télévision élitiste. Ce n'est pas le propos d'une télévision distincte. Une télévision distincte doit s'adresser à l'ensemble du public parce que l'ensemble des contribuables paient pour cette télévision. Donc, chacun doit y trouver son compte. Tous les genres doivent être présents dans la télévision publique: les émissions de variétés tout autant que les émissions d'information, les émissions dramatiques

tout autant que les émissions de sport. Par contre, ce qui est important, c'est que chaque genre devrait être traité différemment lorsque c'est la télévision publique. On ne devrait pas faire des émissions de variétés de la même manière à la télévision publique qu'à la télévision privée. On ne devrait pas faire le sport à la télévision publique de la même façon qu'on fait le sport à la télévision privée. D'ailleurs, il est intéressant de constater qu'il y a une différence. Au réseau français, depuis que le sport, le hockey par exemple, est passé au Réseau des sports — le Réseau des sports est l'équivalent de The Sports Network —, la façon de décrire les parties de hockey n'est pas la même que lorsque les parties du Canadien étaient diffusées par Radio-Canada, par la télévision publique.

Il n'est pas vrai non plus que quand elle fait des choses plus difficiles, la télévision publique n'attire pas les spectateurs. Ces temps-ci, il y a un exemple en matière d'information. Une émission scientifique, qui s'appelle *Découverte* et qui est diffusée tous les dimanches soir à 18 h 30, attire plusieurs téléspectateurs ces temps-ci parce qu'elle présente en version française d'excellentes émissions de la BBC.

La loi et tout l'esprit du système canadien de télévision insistent d'abord et avant tout sur la canadienisation. Il ne faut pas diaboliser les émissions étrangères. Il y a des émissions étrangères qui peuvent être de très grande qualité. Il y a même des émissions américaines qui peuvent être de très grande qualité. Cette émission de la BBC revue par l'équipe de *Découverte* a attiré, me dit-on, au cours du mois d'avril, jusqu'à un million de téléspectateurs. C'est une émission aride, c'est une émission difficile.

Je donnerai un autre exemple. Ce sera le dernier, parce que je ne veux pas faire de moi un programmeur. Il y a une émission qui s'appelle *L'épicerie* et qui est une parfaite illustration de ce que j'essaie d'expliquer: faire les choses différemment. Il y a des émissions sur l'alimentation à toutes les chaînes. Sur les chaînes privées, quelles sont les émissions sur l'alimentation? Elles sont intéressantes, mais ce sont des émissions de cuisine.

● (0915)

[Traduction]

C'est donc une explication de la différence qu'on constate à la télévision française dans les émissions touchant l'alimentation. Dans un cas, on a du vrai journalisme sur l'alimentation, et on ne trouve rien de tel dans les réseaux privés. Dans les réseaux privés, il y a des émissions de cuisine, ce qui illustre bien, selon moi, ce que je dis. Il devrait y avoir à la télévision publique toutes sortes d'émissions, mais différentes du secteur privé. Faire du journalisme sur l'alimentation n'est pas la même chose que de réaliser une émission de cuisine. C'est le même domaine, mais le traitement journalistique de la télévision publique crée la différence.

● (0920)

[Français]

D'après les données, l'émission *L'épicerie* a réuni au cours du mois de mars plus de 700 000 personnes, à 19 h 30 le mercredi soir.

Ce ne sont pas 3 millions ou 2 millions de personnes. On n'a plus 3 millions de personnes. L'époque où 3 millions de personnes écoutaient la même chaîne est terminée. La télévision de langue française, qui est exceptionnelle, a parfois des auditoires de 2 millions de personnes. Sept cent mille personnes, ce n'est pas 2 millions, mais pour une émission informative comme celle-là, qui fait un travail d'excellente qualité sur un sujet précis, c'est très, très bien.

Qu'est-ce que fait différemment la télévision publique? L'information internationale.

[Traduction]

Ce matin, dans le *Ottawa Citizen*, figure un éditorial comparant Justin Trudeau et René Mailhot. René Mailhot est mort en fin de semaine. Il s'occupait des affaires étrangères pour le réseau français, tant à la radio qu'à la télévision, depuis 30 ans, je crois.

[Français]

René Mailhot expliquait les affaires internationales simplement. Il rendait les choses compréhensibles aux auditeurs. C'est exactement un autre exemple de ce que doit faire la télévision publique et de ce qu'on n'a pas à la radio privée et à la télévision privée. À la radio privée, une personne ne viendra pas pendant 10 minutes faire la carte géographique d'un problème international. C'est ça, le rôle de la télévision publique.

Le diffuseur public doit être présent, comme il l'est, d'ailleurs, et CBC et Radio-Canada font un bon travail sur Internet. Certains analystes voudraient, dans le contexte actuel et vue la montée d'Internet, qu'il n'y ait plus de réseau traditionnel et que le diffuseur public devienne une agence qui produit ou fait produire des émissions ou d'autres contenus diffusés sur différentes plateformes en choisissant la meilleure plateforme compte tenu de l'émission ou du contenu. Il n'y aurait donc plus de réseaux. Des émissions seraient produites par le diffuseur public et diffusées un peu partout, dont beaucoup sur Internet.

C'est intéressant, mais je pense que c'est une solution à moyen terme. Le danger qui guette actuellement non seulement le monde de la diffusion publique mais les médias en général est de préparer l'avenir à long terme en oubliant l'avenir à court terme, en oubliant demain matin.

Les médias traditionnels comme les journaux déclinent, et Internet monte, mais lentement. Il n'y a jamais de révolution dans le domaine des médias. L'histoire montre qu'il n'y a pas de révolution, il y a une lente évolution. Le danger, c'est de préparer l'avenir à long terme en allant de l'avant uniquement avec des solutions comme celles que je viens d'évoquer, c'est-à-dire abandonner les réseaux et produire des émissions qu'on distribue un peu partout, et oublier le court terme. La télévision est encore un moyen important.

En terminant, je vais reprendre le court texte que je vous ai envoyé et en lire trois lignes :

Prenons garde de ne préparer que l'avenir à long terme en négligeant l'avenir immédiat. La télévision reste un média puissant. C'est toujours là que la grande majorité des gens s'informent et se divertissent. L'annonce de son déclin imminent est prématurée.

• (0925)

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Gilbert.

[Français]

M. Renaud Gilbert (ex-ombudsman, Services français, Radio-Canada, à titre personnel): Bonjour. Je voudrais commencer par vous remercier de m'accueillir dans le cadre de votre enquête sur le rôle que pourrait jouer un diffuseur public au XXI^e siècle. Je considère que c'est un privilège.

Un mot d'abord pour vous dire, puisque je ne suis pas connu autant que mon illustre prédécesseur, que je suis originaire de Saint-Georges-de-Beauce, la patrie de Maxime Bernier. J'ai travaillé chez Radio-Canada pendant plus d'une trentaine d'années, d'abord comme reporter, mais surtout comme gestionnaire. Avant d'occuper le poste d'ombudsman, j'ai contribué à développer le projet de réseau d'information. Entre 1995 et 2000, j'ai dirigé le Réseau de l'information.

Il y a mille et une façons d'aborder la question qui fait l'objet de votre enquête. C'est un sujet inépuisable. Une des façons de la faire est d'essayer d'examiner quels sont les besoins des Canadiens en matière de radiodiffusion publique. À mon avis, le besoin d'une information de qualité va demeurer au cours du XXI^e siècle.

J'aimerais vous parler d'un sujet plus pointu, soit celui du rôle que l'ombudsman peut jouer par rapport à la qualité de cette information. Je le ferai en deux temps. Je décrirai d'abord brièvement le poste d'ombudsman à Radio-Canada, puis j'exposerai comment la Loi sur la radiodiffusion pourrait soutenir ce rôle.

Le poste d'ombudsman à Radio-Canada a été créé en 1992 et visait deux objectifs spécifiques. Le premier était de maintenir la qualité de l'information élevée à Radio-Canada et le deuxième, de fournir aux citoyens la possibilité de référer ses plaintes à une instance impartiale et indépendante.

Que fait l'ombudsman exactement? L'ombudsman détermine si un comportement journalistique ou une information diffusée sur l'un des différents supports de Radio-Canada, soit la radio, la télévision ou Internet, respecte ou non la politique journalistique de Radio-Canada.

La politique journalistique de Radio-Canada est intitulée *Normes et pratiques journalistiques*. C'est ce petit livre que j'ai avec moi. En fait, c'est un ensemble de règles de déontologie qui sont proposées aux artisans de l'information de Radio-Canada, à partir desquelles Radio-Canada accepte d'être évaluée. Si vous voulez contester ou analyser l'information de Radio-Canada, vous pouvez vous fier à ce guide, qui est fondé sur trois grands principes: l'exactitude, l'intégrité et l'équité. Vous pouvez évaluer l'information de Radio-Canada. Radio-Canada, normalement, devrait accepter d'entendre les propositions ou les commentaires que vous faites.

L'ombudsman examine si votre plainte respecte ou non la politique journalistique. Il appartient toujours à la direction de répondre à une plainte en premier lieu. L'ombudsman n'intervient sur le fond que lorsque le plaignant n'est pas satisfait de la réponse de la direction. C'est donc une instance d'appel. Que fait-il? Il déterminera si la plainte est fondée ou non, en tout ou en partie. Le pouvoir de l'ombudsman est un pouvoir moral, un pouvoir d'influence, un pouvoir de recommandation. L'ombudsman peut recommander une modification à cette politique journalistique et peut aussi recommander un suivi à l'antenne ou, en d'autres mots, une mise au point ou un correctif, s'il estime que le comportement journalistique ou l'information diffusée ne respectait pas la politique journalistique.

Chaque année, l'ombudsman présente au conseil d'administration un rapport annuel. Ce rapport est disponible dans le site Internet de Radio-Canada. Le président-directeur général indique aux membres du conseil d'administration quelle sorte de suivi il apportera aux recommandations de l'ombudsman ou quelle sorte de suivi a été apporté durant l'année qui précède.

● (0930)

Pendant les sept années où j'ai occupé ce poste, j'ai fait environ une trentaine de recommandations, et la plupart ont eu le suivi que j'espérais. À des fins de statistiques, chaque année, il y a plus ou moins 1 500 plaintes, 1 500 interventions du public auprès de mon bureau. Environ 50 p. 100 des plaintes qui concernent l'information en particulier portent sur des questions d'équité dans le traitement de l'information.

Comment la Loi sur la radiodiffusion pourrait-elle soutenir le rôle de l'ombudsman? D'abord, la loi pourrait indiquer que Radio-Canada peut créer un poste d'ombudsman. Je ne crois pas qu'il soit souhaitable de dire « doit créer un poste d'ombudsman », parce que Radio-Canada est une entreprise de presse. La liberté de presse existe, celle de Radio-Canada également. Je crois qu'il n'est pas bon d'avoir une démarche coercitive, mais le fait d'indiquer dans la loi que Radio-Canada peut créer un tel poste est nécessairement incitatif.

Deuxièmement, et plus important encore, il y a les conditions d'exercice de ce rôle. D'une part, la loi pourrait accorder l'immunité à l'ombudsman. Qu'est-ce que j'entends par immunité? Au fond, l'immunité est une règle qui permettrait à l'ombudsman d'exprimer son opinion pleine et entière sur chaque cas qui lui est soumis, sans que l'éventualité d'une poursuite le suive comme une épée de Damoclès. Si vous lisez la Loi sur les langues officielles ou la Loi sur l'accès à l'information, vous verrez que les commissaires qui relèvent du Parlement bénéficient d'une immunité dans l'exercice de leurs fonctions.

Une deuxième condition d'exercice qui m'apparaît importante concerne l'application de la Loi sur l'accès à l'information. Comme vous le savez, la Société Radio-Canada sera soumise à la Loi sur l'accès à l'information à compter du 1^{er} septembre prochain. La loi prévoit des exceptions explicites, entre autres, aux « [...] activités de journalisme, de création ou de programmation, à l'exception des renseignements qui ont trait à son administration ».

Il y a donc trois piliers à l'exercice de la fonction d'ombudsman, quel qu'il soit: l'impartialité, l'indépendance et la confidentialité. Un ombudsman n'est pas une cour de justice et n'a pas de pouvoir contraignant. Il n'y a pas de procureur de la Couronne ni d'avocat de la poursuite. Ce n'est pas une démarche contradictoire. L'ombudsman a besoin de susciter la confiance des gens avec lesquels il communique. Pour susciter cette confiance, la confidentialité est un élément important.

Lorsque vous rencontrez les gens, s'ils savent que l'information qu'ils vous donnent risque de devenir publique d'une manière ou d'une autre parce que des gens demanderont, en vertu de la Loi sur l'accès à l'information, toute la documentation à la disposition de l'ombudsman, que ce soit les comptes rendus, les avis ou autres, le rôle de l'ombudsman pourrait être remis en question, si cet exercice était poussé à son extrême.

Étant donné que les activités de l'ombudsman sont dans le prolongement direct de l'exercice du journalisme à Radio-Canada, on pourrait estimer logiquement que les activités de l'ombudsman sont exclues de la Loi sur l'accès à l'information, mais ça vaudrait mieux si la loi le disait. Cela éviterait que tôt ou tard, les tribunaux soient appelés à trancher cette question.

Je ne voudrais pas parler plus longtemps. Je vais simplement terminer en disant que je continue de croire que Radio-Canada, en tant que diffuseur public, peut jouer un rôle significatif sur le plan de la qualité de la vie démocratique dans le secteur de l'information en aidant les gens à comprendre le monde qui les entoure, en aidant les citoyens à se comprendre entre eux et à vivre ensemble.

Je suis disposé à répondre à vos questions.

● (0935)

[Traduction]

J'essaierai de répondre à certaines questions en anglais, si possible.

Le président: Merci de vos exposés.

Nous allons passer à Mme Keeper, qui posera les premières questions.

Mme Tina Keeper (Churchill, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Et merci à vous, messieurs, de vos exposés instructifs.

Monsieur Sauvageau, vous avez déclaré quelque chose de particulièrement intéressant: que nous ne faisons plus du *broad-casting*, mais du *narrow-casting*. Vous avez parlé de la fragmentation de l'auditoire. C'est une des raisons de l'enquête que nous effectuons et c'est un défi que doivent relever toutes les stations, depuis l'émergence de nouvelles plateformes.

Vous avez dit qu'un téléspectateur devrait reconnaître instantanément qu'il est à l'antenne du radiodiffuseur public et que, selon vous, il ne devrait pas y avoir de publicité. Vous avez dit ne pas vouloir vous attarder sur la programmation appropriée d'un radiodiffuseur public. Vous avez toutefois poursuivi en parlant du type de programmes de qualité, du traitement journalistique d'une émission sur l'alimentation, par exemple, ou de la diffusion d'un excellent projet sur les affaires étrangères.

Savez-vous ce qu'il faudrait qu'un radiodiffuseur public fasse en cette nouvelle ère de *narrow-casting*? Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur la question?

M. Florian Sauvageau: Voulez-vous dire un radiodiffuseur comme Radio-Canada?

Mme Tina Keeper: Oui, je parle d'un radiodiffuseur public en cette ère de *narrow-casting*.

M. Florian Sauvageau: Prenez la BBC. En un sens, l'absence de publicité en fait un modèle. Mais je n'ai pas dit qu'il ne devrait y avoir aucune publicité.

Au Canada, chacun a son mot à dire à propos de la CBC et de Radio-Canada, si bien que d'autres seraient peut-être aussi compétents que moi sur la question, mais procéder à des compressions dans les années 80 et 90, au lieu d'essayer de fonctionner avec moins d'argent, a été une mauvaise décision.

[Français]

Je vais continuer en français parce que c'est un sujet très délicat. Je ne voudrais pas me traduire moi-même et que ce soit une mauvaise traduction. Je fais davantage confiance aux interprètes pour ce qui est de rendre mes propos en anglais.

À ce moment-là, Radio-Canada avait une décision à prendre: travailler avec moins d'argent ou accroître la publicité pour garder des budgets à peu près semblables. Au cours des années 1980, on a augmenté la part de la publicité dans le budget total. Quand il s'agit de 20 p. 100, à mon avis, cette proportion n'est pas suffisante pour changer le contenu des émissions. Par contre, quand 30, 35 ou même 40 p. 100 du budget dépend de la publicité, les choses changent. Plus la part de publicité augmente, plus l'esprit de concurrence augmente également, de façon à attirer les spectateurs, qui eux-mêmes attirent les annonceurs, et plus la télévision publique se met à ressembler à la télévision privée.

La loi dit clairement, depuis 1991, que les problèmes et les solutions ne sont pas les mêmes pour la télévision anglaise que pour la télévision française. Le problème du réseau anglais de Radio-Canada est que le taux d'écoute est si faible que certains risquent de considérer, à un moment donné, qu'il s'agit d'un réseau marginal.

Je vous avais envoyé un texte, mais je ne sais pas si on vous l'a remis. En fait, j'avais envoyé deux versions de ce texte, du fait que le texte était incomplet la première fois. La deuxième version, qui comporte une citation, est meilleure.

Je cite donc deux auteurs européens, qui disent ceci:

• (0940)

[Traduction]

Si le radiodiffuseur public s'efforce de concurrencer plus directement ses rivaux commerciaux, il risque de perdre son créneau. C'est le problème du réseau français.

[Français]

La télévision de Radio-Canada est trop en concurrence avec la télévision privée. Dans bien des cas, TVA et Radio-Canada sont du pareil au même, même dans le domaine de l'information. Je m'excuse, monsieur l'ombudsman. C'est le problème du réseau français. Ce que je vais lire maintenant décrit le problème du réseau anglais:

[Traduction]

En s'abstenant d'essayer de toucher un auditoire plus large, on risque de perdre sa pertinence pour le grand public.

[Français]

Le problème n'est pas le même en anglais qu'en français. La part de CBC oscille autour de 5 p. 100. La part du réseau français est encore de 13 ou 14 p. 100. Les gens du réseau français, à mon avis, vivent avec la nostalgie de l'époque où leur auditoire se chiffrait à 20 ou 25 p. 100. Ils regrettent cette époque, mais elle ne va plus jamais revenir. C'est cette nostalgie, ajoutée à la concurrence avec le réseau privé en matière de revenus publicitaires, qui explique que le réseau français est si différent.

Je pourrais donner beaucoup d'autres exemples. Comme je l'ai dit, je m'intéresse à ces questions depuis 20 ans. J'ai toujours essayé de parler du cadre dans lequel doit évoluer le diffuseur public et de

proposer des améliorations à ce cadre, et non aux émissions. Je pense qu'il en va de même pour le législateur. Je trouverais en effet regrettable qu'un législateur veuille programmer Radio-Canada. Ça n'aurait pas de sens.

Le législateur doit veiller à donner aux créateurs le meilleur cadre possible pour qu'ils puissent s'exprimer. Son rôle consiste à définir le cadre. Il revient ensuite aux programmeurs, et non au législateur ou aux analystes comme moi, de faire les émissions. S'ils ne réussissent pas, on les congédie et on embauche quelqu'un d'autre, mais on n'essaie pas de faire le travail à leur place.

Un des problèmes de Radio-Canada, d'ailleurs, est qu'il y a trop de cuisiniers autour du four. Il y a trop de gens qui essaient de trouver la recette pour Radio-Canada. Donnons un cadre à ces gens et laissons-les chercher la recette.

[Traduction]

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Kotto.

[Français]

M. Maka Kotto (Saint-Lambert, BQ): Merci, monsieur le président.

Monsieur Gilbert, monsieur Sauvageau, je vous remercie de nous apporter, l'un et l'autre, votre contribution. Celle-ci va alimenter la réflexion qui permettra par la suite au comité d'émettre des recommandations. Ma question s'adresse à vous deux. J'utiliserai le terme « diffuseur public » pour désigner la SRC/CBC.

L'histoire nous montre que les intérêts politiques et économiques peuvent détourner le diffuseur public de son mandat et altérer son identité. Comment peut-on garantir l'autonomie d'un diffuseur public face aux intérêts politiques et économiques?

M. Renaud Gilbert: Ce n'est pas une question facile. À l'heure actuelle, toute une série de mécanismes favorisent l'indépendance de la Société Radio-Canada sur le plan politique: le fait que le président soit nommé pour une période définie, que la société rende des comptes au Parlement, que Radio-Canada ait son propre conseil d'administration, le fait qu'il existe une politique journalistique, que l'entreprise s'impose l'impartialité, l'impose à ses journalistes et tente de l'imposer au service de l'information. Il y a une volonté d'indépendance, mais je crois qu'il est très difficile d'inscrire cela dans la loi. Il existe une démarche qui assure une indépendance relativement grande face au pouvoir politique. C'est ce que j'ai vu de l'intérieur.

L'indépendance économique constitue un problème très compliqué. J'ai été directeur du Réseau de l'information. Nos revenus étaient limités, du fait que nous n'avions que 8 minutes de publicité à l'époque. Quand j'ai quitté, nous étions passés à 12 minutes. J'avais établi une limite de 8 minutes de publicité, mais la quête de revenus toujours plus grands a fait en sorte qu'on est passé de 8 à 12 minutes.

Il est certain que s'il y avait moins de publicité... Il existe une nécessité universelle. Quand j'ai préparé mon premier mémoire, je traitais de la question de la publicité parce qu'elle agace particulièrement les téléspectateurs et les internautes. J'ai reçu des plaintes à mon bureau relativement à la publicité sur le site Internet de Radio-Canada. De plus en plus, on est choqué par cette publicité que l'on trouve agressive. On dit qu'il ne devrait pas y avoir de publicité sur le site Internet du diffuseur public. On m'a répondu que l'endroit où les revenus publicitaires sont actuellement le plus en croissance est Internet.

Il n'y a pas de réponse facile à votre question sur l'indépendance économique. Il n'y a pas de modèle. Je suis de ceux qui croient que, d'une certaine manière, la publicité est de l'information que l'on ne peut pas exclure. Exclure totalement la publicité en télévision ne serait pas nécessairement la bonne voie. Je pense qu'il y a de la place pour la publicité parce que les gens veulent avoir de l'information. Je ne sais pas si vous vous souvenez de l'expérience de *La Presse*, un journal de Montréal qui publiait une édition pour les régions d'où elle excluait la publicité des grands magasins et d'un certain nombre d'entreprises montréalaises. Les gens voulaient l'édition de Montréal parce qu'ils voulaient voir la publicité de l'édition de Montréal. Il s'agit donc d'une question de mesure.

J'ai passé des remarques sur ce qu'a dit Florian comme ombudsman. Il est certain que la publicité influence les contenus. Moins il y en a, mieux c'est. Pour ma part, j'ai recommandé de façon spécifique qu'on exclue la publicité à l'intérieur des reportages. Si vous écoutez une émission comme *Fifth Estate*, que vous connaissez tous, *Enjeux* ou *Zone libre* et qu'il y a de la publicité en plein milieu de l'émission, cela influencera nécessairement le contenu et les petites promotions de l'émission elle-même. On dira ce qu'on voudra, il y a quelque chose à faire dans ce cas.

• (0945)

M. Florian Sauvageau: En réponse à cela, je pourrais revenir sur ce que j'ai dit à madame un peu plus tôt quand j'ai commencé à parler de la BBC et que je me suis arrêté. La BBC reste un modèle de télévision publique parce qu'on n'y diffuse pas de publicité. Comparons la France et la Grande-Bretagne. Il y a de la publicité à la télévision publique en France. Les critiques faites fréquemment à la télévision publique française ressemblent aux critiques faites à la télévision canadienne, c'est-à-dire que la télévision publique française ressemble trop à la télévision privée française.

Par ailleurs, en Grande-Bretagne, la BBC est carrément différente. Outre la volonté de faire une télévision publique, une des raisons importantes de cette différence est l'absence de publicité. Il existe un document intéressant qui date de 2004, publié par la BBC, autour du concept de valeur publique, ou *public value*. On y explique comment, tout comme les télévisions privées doivent rapporter une valeur monétaire aux actionnaires, il faudrait définir le concept de valeur publique comme fondement de la télévision publique.

Bien sûr, si la télévision publique n'apporte pas quelque chose de différent ou quelque chose que n'a pas la télévision privée, à quoi sert d'avoir une télévision commerciale financée par l'État? Ça ne sert pas à grand-chose. On pourrait utiliser ces fonds à meilleur escient si cela nous donnait le même résultat. Il faut que cela donne quelque chose de différent.

Avant de passer à la partie politique de votre question, j'aimerais ajouter un mot sur ce qu'a dit Renaud au sujet de la publicité sur Internet. Il est vrai que la publicité se déplace vers Internet rapidement, ce qui risque de provoquer une crise importante dans les journaux. Ceux-ci sont les principaux fournisseurs d'information, pas

seulement au Canada, mais aussi dans tous les pays du monde. Par conséquent, si un déclin rapide des journaux, provoqué par le passage rapide de la publicité vers Internet, se produisait — je ne sais pas; personne ne le sait —, les journaux ne pourraient plus continuer à jouer le rôle en information qu'ils jouent actuellement. La Presse canadienne ne pourrait plus jouer le rôle d'information qu'elle joue actuellement à l'échelle du Canada. Peut-être que Radio-Canada ou l'État devraient suppléer à cette carence, mais c'est là un autre problème.

On a longtemps dit qu'il fallait que le radiodiffuseur public soit présent sur Internet pour empêcher qu'Internet ne devienne strictement commercial. Cependant, si Radio-Canada a autant de publicité que les sites des médias privés sur Internet, c'est le même raisonnement. À quoi sert que Radio-Canada soit présente sur Internet si éventuellement cela nous conduit à quelque chose d'absolument semblable à ce que peuvent faire *La Presse* ou le *Toronto Star* ou je ne sais qui?

En ce qui a trait à l'aspect politique de ce que vous dites, nous, du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, avons suggéré en 1986 que le conseil d'administration nomme le président-directeur général de Radio-Canada, pour qu'au moins il y ait un rempart entre le pouvoir politique et celui qui gère la société au jour le jour. Ce n'est sûrement pas la panacée.

À quoi d'autre peut-on penser? À la BBC encore, il y a une charte qui est valide pour 10 ans. Renaud l'a dit aussi, quand vous êtes nommé pour cinq ans, vous vous sentez un peu plus libre. Je pense que le pouvoir politique quel qu'il soit n'aimerait pas cette solution, mais le Parlement ne devrait-il pas jouer un rôle plus important sur le plan de la désignation, comme c'est le cas de l'ombudsman à Québec, par exemple? Sa nomination doit être entérinée par tout le Parlement. En ce qui concerne le président de Radio-Canada, on peut imaginer que c'est un rôle tellement important qu'il pourrait ne pas s'agir uniquement d'une nomination du premier ministre, mais du Parlement aussi.

• (0950)

[Traduction]

Le président: Entendu.

M. Florian Sauvageau: Pardonnez-moi de m'être éternisé.

Le président: J'essaie de donner à chacun l'occasion de s'exprimer, si bien que je vous demanderai d'être un peu plus succinct dans vos réponses. Mais c'est très intéressant.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD): Merci, monsieur le président.

[Français]

Je vous remercie de votre présentation de ce matin. Je représente une région où il y a des communautés franco-ontariennes qui dépendent de Radio-Canada. Or, j'entends toujours dire que le rôle de la radio est essentiel au développement des communautés du Nord.

Pendant cette étude, nous avons constaté que les communautés francophones de partout au Canada croyaient que la SRC les avaient abandonnées sur le plan de son obligation de refléter la réalité et l'actualité des communautés francophones.

[Traduction]

On me dit souvent, par exemple, que les accents régionaux ne sont pas présents à la SRC, pas plus que les nouvelles de développement culturel. Ce qu'on entend, c'est Montréal. En tant qu'ombudsman, est-ce une plainte que vous avez entendue?

[Français]

M. Renaud Gilbert: En effet, c'est une plainte que j'ai déjà entendue et que j'ai transmise à la direction parce qu'elle ne portait pas sur un comportement journalistique ou sur une information qui était diffusée à l'antenne.

Je dois vous dire que les services français de Radio-Canada sont actuellement présents dans 34 villes au Canada, soit 16 villes au Québec et 18 villes à l'extérieur du Québec. Il y a des reporters présents dans 18 villes à l'extérieur du Québec. La mission de ces reporters est de couvrir non seulement l'actualité de la communauté francophone locale, mais l'ensemble de l'actualité de leur région.

Je comprends que certains membres de la communauté francophone locale soient mécontents à l'occasion parce qu'ils estiment que le vécu de leur communauté n'est pas suffisamment reflété à l'antenne nationale. À mon avis, ce vécu est reflété de manière disproportionnée. Si vous calculez le poids relatif des communautés francophones à l'extérieur du Québec, le pourcentage de francophones qui vivent à l'extérieur du Québec et le pourcentage de l'information qui est véhiculée sur ces communautés francophones, vous constaterez que le pourcentage d'information est plus élevé que le poids des communautés francophones à l'extérieur du Québec.

Ce reproche est également formulé par les communautés régionales du Québec. Les gens qui vivent en région au Québec estiment que la télévision de Radio-Canada est trop montréalaise. Certains autres estiment que la télévision de la CBC est

• (0955)

[Traduction]

bien trop tournée vers ce qui se passe à Toronto.

[Français]

C'est un problème.

[Traduction]

Si vous regardez *The National*, vous verrez peut-être un tiers de nouvelles internationales. Il faut savoir ce qui se passe dans le monde. Il en va de même en français. L'équilibre est donc difficile. En un temps limité, il faut toucher toutes les collectivités. Je sais que ce n'est pas très facile mais je crois que, dans la société, aux Services français, les gens font tout leur possible pour informer l'ensemble des Canadiens de ce qui se passe dans ces collectivités francophones.

N'oublions pas non plus que, à Montréal, une bonne part de la population vient des régions si bien que nous pouvons nous assurer de prendre en considération ce qui se passe dans leurs collectivités d'origine, en élaborant

[Français]

Le *téléjournal* ou les autres émissions d'information.

[Traduction]

M. Charlie Angus: Je voudrais enchaîner sur le rôle de l'ombudsman.

Dans une autre incarnation, j'étais reporter local à temps partiel pour la CBC et je me heurtais souvent à ce petit livret. Sans l'avoir jamais vu, je me suis souvent entendu dire: « Voyez-vous, ce n'est pas ainsi que nous faisons les choses. Il y a certaines nouvelles que nous ne couvrons pas comme un radiodiffuseur privé. » Par exemple,

un politicien avait publié un sondage sur une question hautement controversée. Je voulais en parler et me suis fait dire: « Ce n'est pas un sondage scientifique. Nous ne pouvons pas diffuser cela. » Quand j'ai dit que c'était une grosse nouvelle dans la région, que les radiodiffuseurs privés la suivaient de près, alors que nous restions là à nous tourner les pouces, je me suis fait répondre que la CBC avait une norme qu'elle respectait.

Cette norme m'intéresse donc, vu les échos que nous avons de la façon dont la SRC s'autoréglemente. Je vais vous en donner un exemple. L'été dernier, durant l'invasion du Liban, j'ai reçu deux messages électroniques, un jour après l'autre: l'un d'une personne qui jugeait outrageusement pro-israélienne la couverture de la SRC et voulait que je vérifie une émission de nouvelles; l'autre, le lendemain, d'une personne qui l'estimait outrageusement anti-israélienne et voulait que je vérifie une émission de nouvelles.

Les nouvelles sont en évolution constante. Pour une question controversée, comment pointer une émission et dire qu'un reportage donné a dépassé les bornes? Dans une norme d'impartialité objective, pour savoir si quelqu'un est allé trop loin, doit-on examiner une séquence d'actualités donnée? Un cycle d'actualités? Comment s'y prendre pour conserver une impression d'équilibre journalistique?

• (1000)

M. Renaud Gilbert: Durant mes trois premières années en poste comme ombudsman, le sujet de plaintes le plus fréquent était la couverture du conflit israélo-palestinien. Le mot en T — terroriste, était au coeur du débat. Ces gens étaient-ils des terroristes, des militants ou...? Il n'y a pas de réponse facile à votre question.

Le rôle principal d'un ombudsman est de veiller à ce que chacun des reportages soit exact. Si ce que dit le journaliste est exact, c'est bon. Reste à savoir si c'est impartial. Quand quelqu'un a des préjugés, je crois qu'on peut le voir; mais, souvent, la question est celle de l'intégrité du journaliste. Il faut donc surveiller la situation, regarder de nombreux reportages. La plupart du temps, la direction, qui a le droit de première réponse, regarde de nombreux reportages.

Il y a par exemple des plaintes sur des reportages aux actualités. Ce sont de brefs reportages, qui parlent, la plupart du temps, de ce qui s'est passé au cours des 24 dernières heures. Par conséquent, si vous n'avez pas regardé le reportage de la veille ou de l'avant-veille, quand la direction répond à ces questions sur...

[Français]

la partialité dans des reportages sur la question israélo-palestinienne ou sur le conflit au Moyen-Orient... C'est toujours en regardant un ensemble de reportages qu'on finit par se faire une opinion sur le degré de partialité ou d'impartialité du reportage. C'est ainsi que cela fonctionne. Il n'y a jamais de réponse facile, parce que très souvent, les gens qui portent plainte ont un point de vue au départ, et on ne réussira pas nécessairement à les convaincre du fait que le reportage était

[Traduction]

juste et équitable. Il n'y a donc pas de réponse facile à ce type de question.

Le président: Bien. Merci.

Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin (Peace River, PCC): Merci, monsieur le président.

Et merci à nos témoins d'être venus ce matin. Nous apprécions vos exposés et vos lumières sur la situation d'ensemble de la SRC.

Comme vous l'avez dit, monsieur Sauvageau, nous nous sommes embarqués dans une aventure que nous ne pourrions sans doute jamais mener à terme pour ce qui est de savoir comment relever certains des défis rencontrés par la SRC ces dernières années.

Vous avez évoqué le rôle que jouent la CBC et Radio-Canada pour construire la nation et contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales d'un bout à l'autre du pays. Vous avez ensuite enchaîné en mentionnant que l'auditoire avait chuté jusqu'à 5 p. 100 dans certaines régions et que le pourcentage de téléspectateurs était plus bas que jamais.

Pensez-vous que la SRC joue encore un rôle important à ce titre dans ce monde en constante évolution? J'estime que nous tenir informés au sujet de notre pays est une noble et importante facette du rôle de la SRC, et je crois que c'est peut-être un des sujets de discussion les plus importants que nous aurons concernant l'avenir de la SRC.

Que pensez-vous donc de ce défi et, plus particulièrement, du rôle de la SRC comme constructeur de la nation?

• (1005)

M. Florian Sauvageau: C'est, comme vous l'avez dit, un défi de taille. Mais il faut l'aborder, me semble-t-il, dans une optique de pluralisme et de diversité, pour ne citer que ces composantes du choix démocratique.

Il ne s'agit pas ici du ciment du pays. Si j'en parlais, c'était pour souligner que je ne voyais pas comment un réseau ayant un si petit auditoire pouvait constituer le ciment d'un pays, le lien social. Mais cela ne veut pas dire que le réseau n'a pas un choix démocratique, bien au contraire.

Prenez par exemple le cas des affaires étrangères et de la politique étrangère du Canada. Quel autre réseau de télévision, hormis la SRC, peut nous tenir informés du rôle du Canada à l'étranger? Seule la SRC dispose de nombreux correspondants partout dans le monde. Je sais que bien des gens l'ont déjà dit, mais, en réponse à votre question, il me semblait important de le répéter.

Pour avoir notre propre politique étrangère, nous devons avoir des observateurs à l'étranger en mesure de nous expliquer ce qui se passe et en quoi cela touche les Canadiens et les Canadiennes.

M. Chris Warkentin: Effectivement. Et on l'a peut-être déjà dit, mais pas dans le contexte des audiences que nous tenons. Je vous remercie donc de la précision. Peut-être est-ce seulement par idéalisme que je crois au rôle de ciment de la nation de la SRC.

En ce qui concerne les affaires étrangères et l'expression d'un point de vue indépendant et totalement objectif sur certaines de ces questions, comme vous l'avez dit, l'existence pour les leaders d'opinion et les spécialistes d'une plateforme exempte de toute autre influence serait peut-être quelque chose de particulièrement important. Les Canadiens et les Canadiennes ne syntoniseraient pas nécessairement tous les jours CBC ou Radio-Canada, mais sur une question donnée, ils auraient peut-être encore plus de raisons d'être attirés par ce radiodiffuseur.

Ce qui me préoccupe, c'est qu'il y a des pans du public qui n'écoutent jamais Radio-Canada. Ce que j'espère, en fait, c'est un

radiodiffuseur que tout le monde regarde à un moment ou à un autre, faute de le regarder tous les jours.

Les affaires étrangères sont manifestement un sujet que vous considérez comme important dans cette optique. Y en a-t-il d'autres, selon vous? Sans avoir à définir pour Radio-Canada ce qu'elle diffuse, j'aimerais pouvoir fournir une orientation, je suppose.

M. Florian Sauvageau: J'aimerais prendre une minute pour ajouter quelque chose, avant de revenir à votre question.

Il est élitiste, bien sûr, de dire que les leaders d'opinion regardent ou écoutent Radio-Canada. Je le sais, mais il est très important pour chaque pays dans le monde d'avoir ce qu'on appelle un journal de qualité — généralement ce sont les journaux qui jouent ce rôle — comme le *New York Times*, *Le Monde* en France ou le *Guardian* en Grande-Bretagne. C'est grâce à ces journaux de qualité que se tiennent au courant les fonctionnaires, ainsi que les leaders politiques et du monde des affaires.

Au Canada anglais, heureusement, il y en a un: le *Globe and Mail*. Du côté français, il y a de bons journaux, mais rien de semblable au *Globe and Mail*, qui est un journal d'envergure internationale. J'ai toujours pensé que c'était la radio de la SRC, du côté français, qui jouait ce rôle de média de qualité.

Pour revenir à votre question, quand on parle de 5 p. 100, il s'agit de la part d'auditoire. Il y a autre chose à prendre en compte: ce que nous appelons l'auditoire cumulé, soit le nombre de personnes chaque semaine qui écoutent la CBC ou Radio-Canada. J'ai utilisé le chiffre de 5 p. 100 ou 6 p. 100, ce qui bien sûr n'est pas brillant. Mais si vous prenez la population dans son ensemble, ce qui compte pour vous, quel est le chiffre? Je n'ai pas ces chiffres avec moi. Mais combien des personnes écoutent la radio de CBC ou Radio-Canada ou regardent la télévision publique une ou deux fois par semaine? Ce serait une meilleure approche pour évaluer la radio ou la télévision publiques.

• (1010)

M. Chris Warkentin: Le comité a entendu des témoignages sur l'objectivité ou le caractère non partisan des médias, notamment de Radio-Canada. Certains groupes et individus ont affirmé sans mâcher leurs mots que, selon eux, il existait un segment de Radio-Canada qui avait du mal à être objectif et non partisan.

Pour que Radio-Canada soit à l'avenir un meilleur reflet du Canada, je me demande comment nous pouvons nous assurer que tel ne soit pas le cas et que l'objectivité soit présente à l'avenir.

M. Florian Sauvageau: Laissez-moi d'abord faire une remarque d'ordre général. Si vous vous lancez dans le journalisme, et c'est sans doute vrai aussi pour la politique, c'est en partie parce que vous êtes idéaliste et voulez changer le monde, construire un monde meilleur. Si vous voulez construire un monde meilleur, donc, vous êtes sûrement un peu plus militant — et j'emploie le terme dans un sens positif.

Je ne crois pas ceux qui disent que les journalistes de Radio-Canada sont plus gauchistes que les autres et diffèrent radicalement de l'ensemble de la société. Cela dit, quiconque choisit le journalisme comme carrière est un peu militant.

Je vais vous donner les résultats d'un sondage que nous avons effectué, un collègue et moi, à la fin des années 90. Nous avons interviewé 500 journalistes d'un bout à l'autre du Canada, dans tous les médias. Nous avons alors constaté que les journalistes de Radio-Canada, en termes d'engagement politique, et non de partisanerie, ne diffèrent pas des autres journalistes dans d'autres médias quand on leur demande s'ils sont plutôt à droite ou plutôt à gauche. Telle a été la conclusion de notre sondage effectué il y a dix ans.

Le président: Merci.

Vu que nous avons un peu débordé lors du premier tour, avec des questions d'environ dix minutes à chaque fois, nous allons nous en tenir à cinq minutes, ce tour-ci. Il faut finir à 10 h 30 ou aussi près de 10 h 30 que possible.

Nous passons la parole à M. Scarpaleggia.

[Français]

M. Francis Scarpaleggia (Lac-Saint-Louis, Lib.): J'aimerais poursuivre dans la foulée de MM. Angus et Warkentin.

Vous avez un peu répondu à ma question, monsieur Sauvageau. Certains, comme M. Warkentin le disait tout à l'heure, croient vraiment que CBC/ Radio-Canada a un penchant pour la gauche. Monsieur Gilbert, vous dites que vous faites des analyses et que vous recevez des plaintes à l'époque où vous étiez ombudsman. Vous recevez des plaintes à ce sujet et vous en faisiez l'analyse. Vous n'analysiez pas seulement un clip en particulier, mais un cycle de reportages.

Vous est-il déjà arrivé de constater qu'il y avait un penchant trop marqué vers la gauche, vers la droite ou quoi que ce soit d'autre?

•(1015)

M. Renaud Gilbert: Pendant les 25 années où j'ai vécu au réseau français, on m'a accusé d'être soit séparatiste, soit fédéraliste. J'étais chef du bureau de Radio-Canada au Parlement à Québec en 1980, quand il y a eu le référendum de 1980. J'étais aussi directeur du Réseau de l'information en 1995, quand il y a eu le référendum de 1995. J'ai donc participé à de très nombreuses analyses nombreuses sur toutes ces questions.

Quand Christine Saint-Pierre s'est exprimée après avoir fait le choix de se porter candidate pour le Parti libéral, elle a rappelé que les journalistes ne discutent pas beaucoup entre eux de leurs positions réciproques, mutuelles. Il faut dire qu'à Radio-Canada, il y a probablement des gens qui ont des opinions qui sont un peu à l'image de ce que sont les opinions de la société. Ce qui est important, c'est qu'on ne voie pas ces orientations et ces préjugés dans leurs reportages.

J'ai été longtemps gestionnaire. Pendant ce temps, on essayait d'éviter que ces préjugés apparaissent, et s'ils nous semblaient apparents, on s'efforçait de les corriger le plus rapidement possible. J'ai tendance à dire à ceux qui accusent les services français de Radio-Canada d'être séparatistes de regarder plutôt TVA. TVA est une télévision séparée. Les services français de Radio-Canada sont tout de même présents dans 18 villes au Canada.

Mon ami Florian disait qu'une bonne différence entre Radio-Canada et TVA réside dans le fait qu'il y ait à Radio-Canada beaucoup d'information sur ce qui se passe dans tout le pays, dans l'ensemble des provinces. Je comprends très bien que ce ne soit pas

nécessairement le rôle de la télévision privée, mais je dois dire que TVA a un seul correspondant à l'extérieur du Québec.

Quand vous analysez cela, vous voyez qu'en termes de contenu, il y a un effort pour refléter le pays, point.

M. Francis Scarpaleggia: On dit souvent qu'en raison du niveau de publicité qu'on voit sur les réseaux privés, les radiodiffuseurs privés sont plus à droite. D'ailleurs, Lawrence Martin en parlait hier dans le *Globe & Mail*. Croyez-vous qu'en raison de certains facteurs systématiques ou objectifs, la radiodiffusion privée sera toujours un peu plus à droite que Radio-Canada/CBC, qui est au centre? Cela me semble logique, même si tous les journalistes, d'après vos sondages, sont quand même de bonne foi, si on prend l'argument de Noam Chomsky.

[Traduction]

Le président: Nous avons besoin d'une réponse très brève, vu que nous avons maintenant des tours de cinq minutes — très brève.

[Français]

M. Renaud Gilbert: Il y a une autre différence entre Radio-Canada et les diffuseurs privés: le nombre de reportages, d'émissions d'analyse de l'actualité et d'affaires publiques diffusés par Radio-Canada est éminemment plus élevé que chez les diffuseurs privés. Ça veut donc dire que Radio-Canada enquête sur toute une série de sujets que les diffuseurs privés ne couvrent pas. Du côté du secteur privé, les émissions sur l'actualité sont en général des émissions dans le cadre desquelles des individus expriment leur opinion.

Je ne veux pas commenter la totalité des opinions, mais il est certain que la recherche permet de creuser certains sujets et de faire ressortir des aspects qui ne ressortiraient pas dans le contexte d'une émission d'opinion.

•(1020)

M. Florian Sauvageau: J'aimerais ajouter un commentaire.

Il ressort des enquêtes qu'on a menées qu'une énorme différence existe entre les journalistes de Radio-Canada et ceux de la radio et de la télévision privées. Cette différence n'est pas fondée sur l'orientation politique mais plutôt sur la conception qu'ils ont de leur métier. Je pense que là encore, il y a un lien avec la publicité.

Les journalistes de Radio-Canada ont une conception de leur métier qui se rapproche beaucoup plus de l'idée du service public, alors que les journalistes de la radio et de la télévision privées ont une conception beaucoup plus commerciale de leur métier. Ils accordent beaucoup plus d'importance à la cote d'écoute et à la nécessité d'attirer un auditoire nombreux.

[Traduction]

Le président: Nous avons du mal à respecter nos limites de temps.

Madame Bourgeois.

[Français]

Mme Diane Bourgeois (Terrebonne—Blainville, BQ): Merci, monsieur le président.

Messieurs, bonjour. C'est un sprint de questions. En effet, cinq minutes, ce n'est pas long.

Je vais commencer par M. Renaud Gilbert.

Si j'ai bien compris, en matière de traitement des plaintes, vous étiez à Radio-Canada un genre de deuxième instance. Quand les gens n'étaient pas satisfaits du traitement de leur plainte, c'est à vous qu'on confiait la suite du dossier. Comment se fait-il que vous ayez eu à traiter 1 500 plaintes annuellement? Est-ce parce que Radio-Canada ne traitait pas adéquatement les plaintes qu'elle recevait?

M. Renaud Gilbert: Tout d'abord, je veux préciser qu'il existe aussi un ombudsman pour les services anglais. Je ne l'avais pas dit au début.

J'ai parlé de 1 500 plaintes. En général, le tiers de celles-ci sont des interventions du public et ne concernent pas le secteur de l'information. Ces plaintes sont acheminées au secteur des relations publiques. Il peut s'agir, par exemple, de plaintes concernant un changement d'horaire de diffusion d'une émission ou le fait que des gens ne puissent pas syntoniser Radio-Canada au moyen de leur antenne. Il existe toutes sortes de problèmes.

En ce qui a trait aux plaintes formelles, la direction répond bon an mal an à environ 250 plaintes portant sur des sujets différents. Par exemple, lors du débat des chefs dans le cadre de la dernière élection fédérale, les services anglais ont reçu 40 000 plaintes reliées au fait que le chef du Parti Vert ne participait pas au débat. Dans tous ces cas, il s'agissait en fait de la même plainte. Il y a environ 275 sujets de plainte. C'est sensiblement la même chose du côté des services anglais. En général, la réponse de la direction résout la majorité des plaintes. Le rôle de l'ombudsman est de s'assurer que les gens reçoivent une réponse et que cette réponse leur parvient dans un délai raisonnable.

Mme Diane Bourgeois: Nous avons fait la tournée de certaines villes du Canada. À cette occasion, les francophones hors Québec nous ont fait part d'un grand nombre de plaintes. J'aimerais savoir s'ils ont fréquemment fait appel à votre service d'ombudsman.

M. Renaud Gilbert: J'ai reçu des plaintes de la part de gens de Vancouver, Regina, Toronto et Moncton, et celles-ci concernaient la radio.

Mme Diane Bourgeois: Mais vous n'en avez pas reçu des gens de Yellowknife, par exemple.

M. Renaud Gilbert: Non.

Mme Diane Bourgeois: Vous avez parlé du fait que le pourcentage de programmation dont bénéficiaient les communautés francophones hors Québec était proportionnellement inférieur au poids démographique de celles-ci. Compte tenu du phénomène d'assimilation qui touche ces communautés, n'y a-t-il pas lieu d'avoir à leur endroit un préjugé favorable et de leur octroyer plus de services au niveau des journalistes, de sorte que le fameux principe d'équité dont vous parlez dans votre mémoire soit respecté?

M. Renaud Gilbert: Votre question demanderait une longue réponse.

Mme Diane Bourgeois: Pouvez-vous me répondre par écrit?

M. Renaud Gilbert: Oui.

Mme Diane Bourgeois: Je m'excuse d'aller aussi rapidement.

Monsieur Sauvageau, pour arriver à ce principe de différence et de spécificité dont vous parliez, une plus grande programmation locale régionale et plus d'éducation permettraient-elles à CBC et Radio-Canada de se distinguer, d'innover et peut-être d'offrir cette différence?

•(1025)

M. Florian Sauvageau: Je vais vous donner une réponse de Normand: il faut un équilibre. Vous avez parlé, tous les deux, des

francophones hors Québec. Je me suis rendu compte, il y a 20 ans — et à vous entendre, peu de choses ont changé depuis —, que les francophones hors Québec avaient des raisons de se plaindre de Radio-Canada. C'est parfois une expérience surréaliste que d'écouter Radio-Canada si on est à Vancouver. Il y a deux problèmes. Il y a un problème d'équilibre entre la centralisation et la décentralisation. C'est la même chose en anglais et en français. Il y a aussi le problème particulier des francophones hors Québec, mais on n'a pas le temps d'en parler, car il faudrait développer la question. Je pourrais vous envoyer des choses, si vous le voulez, sur le problème particulier des francophones hors Québec. Il ne faut pas non plus exagérer l'importance de la programmation locale; il faut atteindre un équilibre. Dans tous les pays, il y a un centre artistique où l'on fait la production télévisuelle, publicitaire et cinématographique. On ne peut pas faire cela de façon dispersée sur le territoire.

Mme Diane Bourgeois: Il y a un autre élément, et je termine avec cela. Dans votre mémoire, monsieur Sauvageau, vous affirmez que l'annonce du déclin imminent de la télévision est prématurée. Pourriez-vous nous envoyer un texte là-dessus. Je trouve cela important. On est tenté d'aller vers les médias de pointe, de toujours extrapoler et de se tenir au goût du jour pour être *in*, mais il y a encore des gens qui n'ont que la télévision ordinaire.

M. Florian Sauvageau: Je peux vous envoyer une étude que notre centre d'études vient de terminer et qui montre qu'en matière d'information, la domination de la télévision est encore énorme. La part des nouveaux médias dont on parle tant — parce qu'il y a un engouement pour la nouveauté dans le monde du journalisme; c'est un des traits négatifs du journalisme — dans l'information est encore très petite. Je peux aussi vous laisser une publication à laquelle...

[Traduction]

Monsieur le président, si vous le souhaitez, je peux vous donner un document que nous avons élaboré avec le Conseil Mondial de la Radio-Télévision et qui a été traduit par l'UNESCO dans plusieurs langues, intitulé *La radiotélévision publique: Pourquoi? Comment?*

[Français]

Mme Diane Bourgeois: Merci, messieurs.

[Traduction]

Le président: À ce sujet, si vous avez des réponses écrites à fournir, veuillez les envoyer au greffier, afin qu'elles puissent être traduites et transmises à tous les membres du comité. Ce serait parfait.

Nous poursuivons maintenant avec M. Brown, pour les dernières questions.

M. Gord Brown (Leeds—Grenville, PCC): Merci, monsieur le président. Je sais que le temps presse.

Je voudrais remercier nos témoins d'avoir comparu. J'ai trouvé très instructif une bonne part de ce qui s'est dit ici aujourd'hui, y compris les réflexions sur le parti pris de Radio-Canada. Il est intéressant de relever que, il y a juste une semaine environ, elle a admis avoir modifié une photo de cheminées d'usine avec Photoshop. La réflexion est donc particulièrement d'actualité.

Je sais que nous disposons d'une ou deux minutes seulement et souhaiterais vous entendre tous les deux. Dans le cadre de notre étude, nous avons entendu de nombreux témoins. Nous tenons des audiences d'un bout à l'autre du pays. Quelles sont les choses les plus importantes que vous voudriez que nous gardions à l'esprit lors de la rédaction de notre rapport, au bout du compte? Mettons que nous retenions deux points clés de ce que chacun d'entre vous nous a dit aujourd'hui. Lesquels choisiriez-vous?

[Français]

M. Renaud Gilbert: Comme je réponds le premier, spontanément, je vais prêcher pour ma paroisse. Je crois que la mission de Radio-Canada en information est une mission qui devrait primer sur toutes les autres. Je dis cela parce que la qualité de la vie démocratique et de chacun des citoyens en dépend. Cela m'apparaît extrêmement important. D'autre part, il ne faut pas se le cacher, le rôle de l'ombudsman en est un de contrepoids. L'ombudsman intervient pour établir des balises et s'assurer que la qualité de l'information soit au rendez-vous. Enfin, c'est un service au public. Si on inscrit quelque chose dans la loi, ce serait de faciliter son rôle. Si je voulais vous laisser avec quelque chose, c'est avec cela que je voudrais vous laisser.

• (1030)

[Traduction]

M. Florian Sauvageau: Eh bien, pour plaisanter, je vais vous donner la séquence télévisée de 30 secondes: la télévision privée est liée au marché; la télévision publique devrait être liée de plus en plus à la démocratie. Comment lier la télévision publique à la démocratie? En la rendant distinctive, en en faisant le poisson bleu parmi les poissons rouges.

M. Gord Brown: C'est ce que l'on constate en fait dans les autres pays. Même dans la province de l'Ontario, on a TVO, qui fait à mon avis un excellent travail en présentant des émissions avec...

M. Florian Sauvageau: Oui, mais TVO a le même problème que Télé-Québec: un auditoire trop restreint, un manque d'attrait pour le grand public. La SRC ne devrait pas chercher à être une sorte de TVO ou de Télé-Québec; elle devrait trouver un autre créneau.

M. Gord Brown: Quel créneau?

M. Florian Sauvageau: Demandez-le lui.

M. Gord Brown: Mais c'est nous qui devons écrire un rapport et présenter des recommandations et c'est pour cela que vous avez été invités.

M. Florian Sauvageau: Je pense que vous devriez souligner l'importance pour la SRC d'être différente et, peut-être, en donner des exemples.

La télévision sportive, par exemple, a amélioré la qualité de la langue française au Québec. Les annonceurs de Radio-Canada étaient tellement bons qu'ils trouvaient des termes français pour décrire les parties de hockey. Avant cela, nous utilisions des termes anglais. Ils faisaient des descriptions merveilleuses des parties de hockey, ce qui n'est plus le cas, maintenant que...

M. Gord Brown: Vous parlez du spinorama? Vous vous souvenez de l'époque où Serge Savard faisait son spinorama?

Je pensais que vous évoquiez peut-être ce type de terme de hockey.

M. Florian Sauvageau: C'est un exemple qui montre, en outre, que rien n'oblige la télévision publique à être élitiste.

Le président: Merci beaucoup.

Il y a un point à clarifier. Pendant nos déplacements, j'ai posé une question sur la BBC, que l'on évoque souvent. Vous avez dit qu'il n'y avait pas de publicité à la BBC. On me dit que si, il y en a. Alors, ai-je raison de dire qu'il y a de la publicité ou pas?

M. Florian Sauvageau: Non, il n'y en a pas. La BBC est en butte à des attaques parce qu'elle participe à de nombreuses opérations commerciales à l'étranger, avec toutes sortes de choses, mais il n'y a pas de publicité sur le réseau principal. Ce que disent les détracteurs de la BBC, c'est que sa participation dans des opérations commerciales avec des réseaux commerciaux et ce genre de choses — mais essentiellement à l'étranger — a entraîné l'apparition d'un esprit commercial qui mine l'esprit de service public. Je suppose que c'est la différence évoquée.

Le président: Entendu. Merci beaucoup.

Merci à tous les deux de votre excellente prestation ici ce matin et de vos réponses à nos questions.

Nous allons suspendre la séance pendant une ou deux minutes, puis nous passerons aux affaires du comité.

• _____ (Pause) _____

•

• (1035)

Le président: Nous avons un avis de motion de Mme Keeper :

Que, conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité permanent du patrimoine canadien examine la nomination de M. Timothy Casgrain en tant que président du conseil d'administration de CBC-Radio-Canada.

Souhaitez-vous prendre la parole au sujet de la motion, madame Keeper?

• (1040)

Mme Tina Keeper: Oui, merci, monsieur le président.

J'ai pensé que ce serait un prolongement logique de l'examen du mandat de Radio-Canada, auquel nous procédons actuellement. L'exercice me semble utile, dans le cadre du travail que nous effectuons actuellement.

Le président: Le greffier vient de m'informer que je devais vous demander de proposer votre motion.

Mme Tina Keeper: J'en fais la proposition.

Le président: Vous pouvez à présent prendre la parole à ce sujet.

Mme Tina Keeper: Merci.

Dois-je la répéter?

Le président: Non, merci.

Quelqu'un d'autre souhaite-t-il prendre la parole au sujet de la motion?

Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin: Merci, monsieur le président.

En tout cas, je suis d'accord avec l'intention de la motion et je pense que M. Casgrain devrait comparaître devant notre comité pour que nous ayons un échange. Nous voulons bien sûr procéder à un examen et veiller à entendre ce qu'il a à dire.

Puis-je faire un amendement favorable pour remplacer l'article 108 du Règlement par le paragraphe 110(1). Je pense que c'est un renvoi au Règlement plus traditionnel pour ce type d'intervention.

Le président: C'est un amendement favorable.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Je comprends l'intérêt de mon collègue pour la question. Je pense que l'article 108 du Règlement convient. Pour l'instant, M. Casgrain a juste été mis en nomination, c'est-à-dire qu'il est Monsieur Tout-le-Monde. Je crois que c'est le moment ou jamais de le convoquer, avant que la nomination ait paru dans la *Gazette* et soit officielle. L'un des principes de la reddition de comptes que nous avons évoqués au sujet des nominations est la capacité pour le comité de d'examiner soigneusement la candidature d'une personne avant sa nomination. Nous voudrions rencontrer M. Casgrain avant que la nomination soit officielle, pour pouvoir lui poser des questions.

Le président: Je crois que Mme Keeper a effectivement accepté l'amendement favorable.

Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin: Je suis de cet avis et je comprends que cela aurait pu être la question. Mais, d'après ce que m'a dit le greffier, la nomination prend effet dès qu'elle est annoncée. Je ne pense pas que la date d'entrée en fonction effective change quoi que ce soit. D'après ce que je comprends, une fois l'annonce faite, dans la pratique, il a le travail. Ai-je bien compris?

Puis-je demander au greffier si, une fois l'annonce faite, la personne a effectivement le travail? Est-ce bien le cas?

M. Chad Mariage (greffier à la procédure): Monsieur le président, Marleau et Montpetit indique, à la page 875 :

Les nominations entrent en vigueur le jour où elles sont annoncées par le gouvernement, et non à la date de publication ou de dépôt des certificats à la Chambre.

M. Chris Warkentin: Ce que je suggère est essentiellement que l'on adopte le processus habituel. Vu que c'est un fait accompli, que l'annonce a déjà été faite, je demande à ce que l'on observe maintenant l'approche habituelle pour effectuer ce type d'exercices.

Le président: Entendu. Je vais demander au greffier d'expliquer simplement quelles en sont les conséquences.

M. Chad Mariage: Merci, monsieur le président.

Si le comité agit conformément au paragraphe 110(1) du Règlement, il doit attendre de recevoir l'ordre de renvoi de la Chambre, que nous n'avons pas encore reçu. Une fois que le comité a reçu l'ordre de renvoi, le greffier demande le curriculum vitae au gouvernement et le comité dispose alors de 30 jours de séance pour examiner la nomination. Par contre, nous ne pourrions pas examiner la nomination avant d'avoir effectivement reçu l'ordre de renvoi de la Chambre; c'est donc la seule différence entre les paragraphes 108(2) et 110(1).

Le président: D'accord. Nous allons à présent mettre la motion aux voix.

Tous ceux qui sont pour la motion modifiée?

•(1045)

Mme Tina Keeper: Monsieur le président, puis-je avoir une minute, s'il vous plaît?

Pourrait-on revenir à cette question de...? Pour ce qui est d'accepter officiellement un amendement favorable, je ne comprends pas qu'il s'agissait d'une acceptation officielle et on n'a pas clarifié le point. Nous voulons une clarification sur le paragraphe 108(2) du Règlement.

Pourriez-vous revenir sur le sujet, pour que nous comprenions très clairement ce que cela implique en matière de procédure?

Le président: Monsieur le greffier.

M. Chad Mariage: Le paragraphe 108(2) du Règlement donne au comité un mandat général pour étudier tout sujet relevant de Patrimoine canadien. C'est donc un paragraphe plus large du Règlement, en ce qui concerne les questions que vous pouvez poser, par rapport au paragraphe 110(1) du Règlement, plus étroit.

Mme Tina Keeper: Je regrette, je me suis trompée.

Dans ce cas, l'annonce dont vous avez parlé et sa signification...?

M. Chad Mariage: Je vais vous relire l'extrait de Marleau et Montpetit depuis le début, pour que vous puissiez saisir ce dont il s'agit :

Le gouvernement est tenu de déposer à la Chambre des copies certifiées de tous les décrets relatifs aux nominations à des postes non judiciaires, au plus tard cinq jours de séance après leur publication dans la *Gazette du Canada*.

C'est donc la première partie.

Les nominations entrent en vigueur le jour où elles sont annoncées par le gouvernement, et non à la date de publication ou de dépôt des certificats à la Chambre. Le Règlement prévoit le renvoi automatique des copies certifiées au comité permanent mentionné au moment du dépôt...

C'est à la page 875.

L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.): J'aimerais avoir un renseignement.

Imaginons que notre comité examine la nomination et décide, au bout du compte, pour une raison ou pour une autre, que la personne ne convient pas. Y a-t-il un processus permettant de révoquer cette personne ou de demander à ce qu'elle le soit?

M. Chad Mariage: Monsieur le président, vous vous souviendrez peut-être de l'exemple sur l'environnement, lors de la dernière législature. Le comité peut faire un rapport à la Chambre et exprimer son désaccord avec la nomination. Mais, au bout du compte, c'est au gouverneur en conseil de décider; c'est le gouvernement qui procède aux nominations. Le comité peut faire une recommandation, dans le cadre d'un rapport à la Chambre, mais c'est, au bout du compte, une nomination du gouvernement.

Le président: Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Merci, monsieur le président.

Cela touche à la question dont nous traitons dans nos recommandations quant au problème de la gouvernance et à la façon dont sont faites les nominations. J'ai donc le sentiment que nous sommes face à un fait accompli, vu l'annonce des nominations et notre peu de capacité à faire une différence.

Je suggère qu'on l'invite et qu'on entende ce qu'il a à dire, puis que nous fassions des recommandations, en tant que comité, selon notre impression que... Je ne sais rien de lui, si bien que je préférerais, pour le moment, le convoquer et l'entendre.

Le président: Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin: Je suis tout à fait d'accord. Manifestement, le gouvernement a procédé à la nomination et souhaite sans nul doute vous permettre d'entendre pourquoi nous pensons qu'il est qualifié pour le poste. Le changement que j'ai suggéré n'aurait pas d'effet sur sa venue ou pas. Il s'agissait juste de savoir si nous utiliserions le processus traditionnel ou si nous procéderions de façon un peu différente.

Je propose le processus traditionnel parce que je pense que c'est celui qu'on utilise d'habitude. Si quelque chose m'échappe, ce n'est pas parce que je ne souhaite pas sa comparution.

Le président: Monsieur Scott.

L'hon. Andy Scott (Fredericton, Lib.): La distinction est plus subtile que sa venue ou non et notre approbation ou non, à mon sens. Sans avoir d'opinion définie sur une approche ou l'autre, j'estime qu'il est important pour le comité de faire la distinction entre quelque chose qui nous arrive à la suite du Règlement, parce que la Chambre nous envoie ces nominations avec un curriculum vitae, etc., et une approche un peu plus proactive que nous aimerions adopter à l'avenir pour les questions de gouvernance, comme l'a mentionné Charlie.

Peut-être est-ce justement l'occasion de dire que nous voulons procéder sous l'autorité du comité, faire un examen, un rapport, une enquête plutôt que de procéder sur requête de la Chambre, parce qu'on nous a envoyé un curriculum vitae et demandé d'exprimer notre opinion sur une nomination.

Il me semble important de noter dans le compte rendu qu'il y a une distinction, si je comprends bien. En tant que comité, nous devrions donc décider si nous examinons la nomination pour la forme, parce que cela s'est toujours fait, ou si nous examinons cette nomination de notre propre chef, parce que nous estimons, en tant que comité, qu'il est important de procéder ainsi. Au vu des questions de gouvernance qui vont bientôt être soulevées et des opinions arrêtées que nous pouvons avoir à ce sujet, c'est particulièrement important.

C'est ce que je voulais souligner.

• (1050)

Le président: Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin: Je veux m'assurer de bien comprendre. Quelle est l'intention de la motion, alors, d'entamer une nouvelle étude sur ce sujet? Envisageons-nous d'écrire un rapport? Après ce qui s'est dit, je ne sais pas bien ce qu'il en est. Envisagez-vous d'entreprendre une étude supplémentaire à celle que nous effectuons actuellement? J'espère, quant à moi, que nous pourrions entendre la personne nommée et prendre notre décision en une seule séance, avant de poursuivre notre examen du mandat de Radio-Canada.

D'après ce que j'entends, nous ne sommes peut-être pas du même avis sur la question. Est-ce que je me trompe ou est-ce que c'est le cas?

Le président: D'après ce qu'on me dit, si nous nous réclamons de l'article 108, nous commençons une nouvelle étude. Cela revient à créer une nouvelle étude.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Si je me souviens bien, quand on a avancé le nom de M. Guy Fournier, c'était comme une proposition qui serait « soumise au Comité permanent du patrimoine canadien pour examen ». La nomination a été annoncée après le rapport du comité à la Chambre approuvant cette nomination. Je pense que nous devrions nous en tenir à la même procédure et donc à l'article 108 du Règlement.

Le président: D'après ce qu'on me dit, invoquer le paragraphe 108(2) du Règlement marque le début d'une nouvelle étude. La portée est plus étendue.

Je m'inclinerai devant les souhaits du comité. Il y a eu un amendement favorable. Cet amendement favorable est-il accepté? Que faisons-nous, sinon?

Mme Tina Keeper: Monsieur le président, il n'est pas accepté. J'aimerais m'en tenir à ma motion de départ.

Le président: Entendu.

Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin: Pour être bien clair, si nous nous en tenons à ce qui était présenté au départ, nous commençons donc une étude supplémentaire?

Le président: Monsieur le greffier, pourriez-vous répondre, s'il vous plaît?

M. Chad Mariage: Merci, monsieur le président.

Selon le paragraphe 108(2) du Règlement, oui, ce serait créer une nouvelle étude. Mais il est tout à fait possible d'effectuer une étude sans tenir cinq, six, sept ou dix séances sur la question. Cela pourrait être une seule séance, mais cela créerait une nouvelle étude pour cet objectif donné.

M. Chris Warkentin: Est-ce que nous ferions cela après l'examen du mandat de Radio-Canada?

M. Chad Mariage: C'est aux membres du comité de décider. Laissez-moi seulement préciser que, si vous attendez la fin de l'examen du mandat, il y a des chances pour que l'on reçoive entre-temps les papiers du décret, l'ordre de renvoi, ce qui signifie que l'article 110 du Règlement s'applique et que le comité dispose de 30 jours de séance à partir de ce point.

• (1055)

Le président: Monsieur Miller, je crois que c'est vous qui aviez levé la main en premier. Nous passerons ensuite à M. Angus.

M. Larry Miller (Bruce—Grey—Owen Sound, PCC): Merci, monsieur le président.

Comme je ne participe pas systématiquement aux réunions du comité, ce n'est pas une question que je connais bien. Mais il est manifeste que nous nous efforçons d'élaborer un processus nouveau, plutôt que de procéder de la façon traditionnelle, et cela me préoccupe. Si vous le permettez, je demanderais à la députée, par votre intermédiaire, quelle est sa motivation.

Deuxièmement, la motionnaire a d'abord accepté un amendement favorable. Je pense que vous aviez rendu une décision... Peut-on être en faveur de quelque chose puis changer d'idée plus d'une fois?

Le président: Nous allons laisser votre question de côté, un bref moment.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Merci.

J'ai l'impression que l'on se crée des complications. Le processus adopté pour Guy Fournier était clair: il a comparu, nous avons fait notre recommandation et le comité l'a approuvée. Nous avons accepté que l'homme avait été choisi par le gouvernement et que, d'après ces principes, cela convenait. Puis nous avons fait rapport à la Chambre et la nomination a été annoncée.

Si cela doit être « une nouvelle étude », ma foi, il peut s'agir d'une étude d'un jour. Mais j'estime que c'est essentiel pour ce dont nous discutons. L'une des recommandations clés que nous envisageons à la suite de notre examen porte sur l'orientation de la gouvernance à l'avenir. Or son poste est indubitablement l'un des piliers clés. Ne pas nous pencher sur la question dans le cadre de notre examen actuel est perdre une occasion essentielle.

Je suggère qu'on l'invite à comparaître aussitôt que possible. Nous pourrions alors être informés de ses qualifications et l'entendre parler de sa vision pour Radio-Canada. Ce sera également une indication des décisions à prendre à l'avenir, une aide pour la rédaction de nos recommandations à venir. Une étude d'un jour serait particulièrement utile, dans ce contexte.

Le président: Merci.

Mme Keeper, d'abord.

Mme Tina Keeper: Merci, monsieur le président.

J'aimerais mettre au clair un ou deux points. Premièrement, je ne suis pas encore familière avec le processus. Deuxièmement, je n'ai pas l'impression qu'il s'agissait d'une forme officielle d'interrogation et j'ai été surprise que le président y donne libre cours. Je trouve que vous ne devriez pas en faire tout un plat.

Mes raisons ont été expliquées, je crois: nous procédons à un examen du mandat de Radio-Canada. Selon moi, il est important que nous ayons la possibilité d'aller de l'avant. C'est une question qui a été déjà soulevée par plusieurs des témoins que nous avons entendus. Nous avons beaucoup de pain sur la planche, particulièrement en ce moment, et, si le comité l'acceptait, je pense que, quitte à interrompre pendant un jour notre examen de Radio-Canada, il serait bon d'effectuer une étude d'un jour et de présenter un rapport, avant de poursuivre l'examen.

Le président: Merci.

Monsieur Warkentin, soyez très bref, s'il vous plaît.

M. Chris Warkentin: Par votre intermédiaire, monsieur le président, j'aimerais que le greffier clarifie un point en ce qui concerne M. Fournier. Est-ce le paragraphe 108(2) du Règlement que nous avons utilisé pour l'approbation des nominations par le passé?

Je croyais que l'approbation de la nomination de M. Fournier s'était faite conformément au paragraphe 110(1) du Règlement. Ce qui me préoccupe, selon l'article du Règlement utilisé, c'est le risque de changer le Règlement en n'utilisant pas celui qui est habituellement utilisé à cet effet.

Le président: Laissez-moi dire une chose: un amendement favorable doit être favorable. À l'heure actuelle ça ne semble pas être le cas.

M. Chris Warkentin: Je comprends bien cela, mais...

Le président: Si vous voulez proposer un amendement officiel, c'est possible. Nous le mettrons aux voix, car je veux que la question soit réglée aujourd'hui.

M. Chris Warkentin: Dans ce cas, je serais heureux de proposer un amendement officiel, pour remplacer le paragraphe 108(2) du Règlement par le paragraphe 108(1) du Règlement. Ce n'est pas parce que je ne pense pas qu'il soit nécessaire...

Le président: Vous voulez dire par le paragraphe 110(1) du Règlement.

M. Chris Warkentin: Oui, effectivement.

Le président: Entendu. Une discussion au sujet de l'amendement? Dans ce cas, nous mettons l'amendement aux voix.

(L'amendement est rejeté.)

● (1100)

Le président: Nous mettons à présent la motion aux voix :

Que, conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité permanent du patrimoine canadien examine la nomination de M. Timothy Casgrain en tant que président du conseil d'administration de CBC-Radio-Canada.

Tous ceux qui sont pour la motion?

M. Chris Warkentin: Allons-nous pouvoir débattre de la motion?

Le président: La motion est mise aux voix. Il n'y a plus de débat.

M. Chris Warkentin: Rappel au Règlement, monsieur le président. Plus tôt, Mme Keeper a demandé à ce que...

Le président: La motion a été mise aux voix.

M. Chris Warkentin: Rappel au Règlement, monsieur le président. Nous avons laissé Mme Keeper changer d'avis et vous êtes revenu sur votre décision à ce sujet. J'aimerais qu'on clarifie ce que nous faisons, au bout du compte.

J'ai posé une question pour savoir si, lors de la nomination de M. Fournier et de son examen par le comité, nous avons utilisé le paragraphe 108(2) ou le paragraphe 110(1) du Règlement. Je n'ai toujours pas eu cette précision. De plus...

Le président: Je ne peux pas avoir un rappel au Règlement une fois la motion mise aux voix. La motion est mise aux voix. Je procède au vote.

(La motion est adoptée.)

Le président: Vu qu'il est 11 heures, il faudra qu'on remette à la prochaine séance votre motion, monsieur Kotto.

La séance est levée.

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes

Published under the authority of the Speaker of the House of Commons

**Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :
Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address:
<http://www.parl.gc.ca>**

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.