



Chambre des communes  
CANADA

## Comité permanent du patrimoine canadien

---

CHPC • NUMÉRO 068 • 1<sup>re</sup> SESSION • 39<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le mardi 5 juin 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 mardi 5 juin 2007

• (0905)

[Traduction]

**Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)):** Bonjour, mesdames et messieurs.

J'aimerais vous souhaiter la bienvenue à la 68<sup>e</sup> réunion du Comité permanent du patrimoine canadien. Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, nous menons une enquête approfondie du rôle d'un diffuseur public au XXI<sup>e</sup> siècle.

Nous accueillons ce matin de la Société Radio-Canada M. Tony Burman, rédacteur en chef des Nouvelles, Actualités et Newsworld, pour la radio et la télévision anglaises. Nous recevons également Alain Saulnier, directeur général de l'information pour les Services français.

Messieurs, je vous souhaite la bienvenue.

Monsieur Burman, vous êtes le premier sur la liste, alors nous vous céderons d'abord la parole.

**M. Tony Burman (rédacteur en chef, Nouvelles, Actualités et Newsworld, radio et télévision anglaises, Société Radio-Canada):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Bonjour, mesdames et messieurs.

Je vous remercie de l'invitation. C'est un privilège pour Alain et moi de nous présenter devant votre comité.

Depuis sept ans, j'occupe le poste de rédacteur en chef des Services anglais de CBC. Je supervise la programmation de nouvelles et d'actualités de CBC Television, de CBC Radio, de Newsworld et du site Web de CBC News.

[Français]

Depuis 50 ans, les services de nouvelles de CBC/Radio-Canada tiennent les Canadiens au courant de ce qui se passe dans leur communauté, dans leur pays et dans le monde. Pendant ce temps, CBC/Radio-Canada est passée du statut de radiodiffuseur, au sens strict du terme, à celui de service multiplateforme qui sert les Canadiens et les auditoires à l'étranger.

[Traduction]

Au cours des quatre dernières années, nous avons intégré les secteurs de nouvelles et d'actualités dans la grande famille de CBC Radio, CBC Television et de CBC.ca, qui devient un vecteur d'information de plus en plus incontournable. Nous avons ainsi non seulement accru notre efficacité, mais nous avons enrichi l'ensemble de notre programmation locale et réseau en nous assurant que l'information, les idées et les ressources sont plus facilement partagées.

J'aimerais maintenant me concentrer brièvement sur trois énoncés qui décrivent CBC/Radio-Canada.

Le premier énoncé: CBC/Radio-Canada est la fenêtre canadienne ouverte sur le monde. CBC/Radio-Canada possède plus de bureaux internationaux que tout autre organisme d'information au Canada.

[Français]

Dans nombre de ces bureaux, des correspondants travaillent à la fois pour CBC et pour Radio-Canada. Nous sommes donc véritablement la fenêtre canadienne qui s'ouvre sur le monde.

[Traduction]

Pensons à l'année dernière et à l'Afghanistan. CBC s'est démarquée par les efforts qu'elle a déployés pour offrir aux Canadiens la couverture la plus complète possible du conflit. *The National* avec Peter Mansbridge est le seul bulletin de nouvelles national à avoir été diffusé en direct depuis l'Afghanistan.

Pensons au Liban. Depuis la fin de la guerre l'été dernier, il y a 11 mois, seule CBC/Radio-Canada est restée au Liban. Seul le radiodiffuseur public a un bureau à Beyrouth avec une correspondante qui travaille à temps plein en la personne de Nahlah Ayed.

Pensons enfin à l'Afrique. Notre engagement à couvrir les atrocités du Darfour nous a obligés à retourner fréquemment dans cette région, en dépit des dangers que comportent ces missions. À un moment donné l'automne dernier, nous étions le seul réseau du monde présent au Darfour.

Le deuxième énoncé: CBC/ Radio-Canada est comme le fournisseur d'une programmation originale et unique. Le monde médiatique d'aujourd'hui, en mutation constate, se caractérise par la multitude des choix offerts, mais, au Canada, ces choix sont la chasse gardée d'une poignée d'entreprises. Plus que jamais, nous pensons que notre démocratie moderne a besoin d'un radiodiffuseur public fort.

Vous vous souviendrez du reportage sur la Société des jeux et des loteries de l'Ontario, diffusé dans l'émission *the fifth estate*, l'automne dernier. Cette enquête a été menée dans la plus pure tradition du journalisme canadien de service public. Des reportages comme celui-là — et il y en a eu beaucoup récemment dans les émissions locales et réseau à CBC Radio et à CBC Television — sont le produit de l'excellence, un travail minutieux et original.

On entend parfois dire que CBC News ne sert à rien, car les télédiffuseurs privés font exactement ce que nous faisons, et le font bien. On peut convenir que les télédiffuseurs privés travaillent très bien dans certains domaines. Toutefois, on peut aussi débattre de la question de savoir s'ils sont meilleurs que CBC/Radio-Canada dans ces mêmes domaines. Ce qui est indiscutable, c'est le rôle de ferment national que joue CBC News à des moments charnières de notre histoire. Aucun autre radiodiffuseur n'arrive à notre cheville pour ce qui est de couvrir en direct les événements marquants qui font notre histoire.

Depuis 12 années consécutives, le service des nouvelles de CBC Television s'est vu décerner le prix Gemini de la meilleure émission d'information spéciale en direct de l'année. L'été dernier, CBC News a assuré la couverture mondiale du Sommet sur le sida de Toronto et du World Urban Forum à Vancouver.

[Français]

Il y a quelques mois seulement, à Vimy, nous étions le seul radiodiffuseur à produire une couverture télévisée des cérémonies marquant l'anniversaire de la bataille historique de la crête de Vimy. C'est grâce à CBC Television que les Canadiens ont pu assister à l'inauguration de notre nouveau musée de la guerre.

[Traduction]

Chose certaine, lorsqu'il s'agit de mesurer la valeur d'un service d'information, l'un des tests décisifs réside dans la manière dont ce service se montre à la hauteur de la situation quand le pays en a besoin, alors que, souvent, aucun autre radiodiffuseur n'est prêt à le faire.

● (0910)

Le troisième et dernier énoncé: CBC/Radio-Canada est une organisation journalistique qui rend des comptes aux Canadiens de manière unique. Le devoir de fournir de l'information précise, juste et de grande qualité aux Canadiens est au coeur du mandat de CBC/Radio-Canada à titre de radiodiffuseur public.

À CBC, nous avons plusieurs garanties que non seulement ce mandat est rempli, mais que les Canadiens peuvent demander des comptes à CBC News.

CBC/Radio-Canada a établi des Normes et pratiques journalistiques exhaustives, un code largement respecté à l'échelle internationale par d'autres radiodiffuseurs et organismes d'information. En tant que rédacteur en chef, j'écris régulièrement une chronique sur les médias pour le site CBC.ca où je traite de questions de politique journalistique et où j'invite nos auditoires à commenter et à critiquer.

Et, bien sûr, il ne faut pas oublier les ombudsmans de CBC/Radio-Canada, autorités indépendantes de la Société auxquelles les Canadiens peuvent s'adresser pour régler des plaintes importantes au sujet de la programmation. En outre, dans le cours d'une saison, CBC/Radio-Canada s'adresse à des experts et à ses auditoires pour surveiller constamment la qualité de sa programmation de nouvelles et d'actualités.

Il est important de souligner qu'aucun autre radiodiffuseur ou organisme d'information dans ce pays n'offre de garanties aussi strictes que CBC/Radio-Canada pour ce qui est de rendre des comptes.

Tout le monde au Canada a une opinion sur CBC/Radio-Canada, en particulier sur sa programmation de nouvelles, et c'est très bien comme ça. Comme on nous le rappelle souvent, nous ne sommes pas parfaits, et nous le reconnaissons humblement. C'est pourquoi nous cherchons tellement à nous améliorer.

Mettons toutefois les choses en perspective. Tous les sondages d'opinion publique sur le sujet indiquent que CBC/Radio-Canada est l'organisme d'information le plus respecté du pays. Pour ce qui est de la part d'auditoire, les émissions locales et réseau de CBC Radio News occupent la première place dans de nombreux marchés canadiens. CBC Newsworld est la chaîne d'information classée numéro un au Canada, avec une marge de près de deux sur un. Le site de CBC News est le site d'information Internet le plus populaire du Canada. Et nombre de nos émissions télévisées de nouvelles et d'actualités — notamment *The National* et *the fifth estate* — concurrencent et souvent dépassent leurs adversaires du secteur pour

ce qui est du nombre de téléspectateurs. Il ne faudrait jamais oublier ces réussites.

Je vous remercie de votre attention. Je me réjouis de discuter davantage de ces points.

[Français]

Permettez-moi maintenant de vous présenter mon collègue de Radio-Canada, Alain Saulnier.

● (0915)

**M. Alain Saulnier (directeur général de l'information, Services français, Société Radio-Canada):** Mesdames, messieurs, bonjour. Je suis très heureux d'être ici aujourd'hui pour vous parler de l'information à Radio-Canada. Il y a un an jour pour jour, Sylvain Lafrance, le vice-président principal des services français, annonçait l'intégration de tous les services de l'information de Radio-Canada au sein d'une même structure et me confiait, du même coup, le mandat de diriger cette nouvelle direction générale de l'information.

L'objectif premier de cette décision rend encore plus cohérentes nos actions face aux enjeux du XXI<sup>e</sup> siècle. En fait, il s'agit de renforcer le diffuseur public afin qu'il demeure une référence pour le citoyen en quête de repères, le citoyen qui cherche à mieux comprendre le monde dans lequel il vit. Radio-Canada dispose déjà de nombreux atouts qui lui permettent de jouer pleinement son rôle comme diffuseur public.

D'abord, permettez-moi de vous rappeler que Radio-Canada est le seul média francophone au pays à offrir une aussi vaste couverture journalistique. Combien de médias francophones, pensez-vous, ont des journalistes à Toronto, Vancouver, Moncton, Calgary? Poser la question, c'est y répondre. Tous médias confondus, nous disposons du plus important contingent journalistique francophone au pays.

Nous sommes aussi le seul média qui présente et analyse l'actualité internationale. Avec nos 11 correspondants à l'étranger et quelques centaines de collaborateurs sur les cinq continents, notre présence internationale est plus importante que celle de n'importe quel autre média francophone au pays. Si nous n'étions pas là, les francophones devraient de plus en plus s'en remettre aux médias anglophones et aux agences internationales pour comprendre ce qui se passe sur la scène internationale. Aucun autre média écrit, radio, télé ou web, n'offre autant de contenu que Radio-Canada sur le monde et sur notre monde ici. Contrairement à d'autres, notre territoire n'est pas limité. Présente sur l'ensemble du territoire canadien et partout sur la planète, Radio-Canada est dans une position unique de pouvoir expliquer aux Canadiens ce qui se passe dans leur région, dans leur pays et dans le monde.

Pour l'automne, nous avons mis de l'avant une stratégie afin d'assurer un meilleur reflet des régions sur nos réseaux nationaux. En information, par exemple, cela se traduira, entre autres, par une présence plus forte à Toronto et par l'ajout d'éditions régionales du *Téléjournal/Atlantique* les samedis et dimanches. Il y a un an environ, nous amorcions la transformation du réseau de l'information en véritable chaîne d'information continue. Dans un environnement de plus en plus compétitif, mais dans l'esprit du mandat unique du RDI, nous souhaitons à la fois renforcer notre présence régionale et développer une approche plus fluide avec une plus grande cohérence éditoriale. Le décloisonnement de nos émissions entre 6 heures et 18 heures du lundi au vendredi nous permet de mieux couvrir l'actualité de partout au pays en direct, peu importe l'heure et le lieu.

Bien sûr, nous sommes critiqués et nous en prenons acte. Nous devons constamment rechercher le meilleur équilibre pour les contenus d'information sur l'ensemble de nos réseaux. Cependant, demandons-nous ce qui se passerait si nous n'étions pas présents et accessibles au plus grand nombre de téléspectateurs partout au pays. Une chaîne privée d'information continue serait-elle la solution? Qu'est-ce que les francophones auraient à écouter? Des nouvelles de Toronto, Moncton, Vancouver, Québec, Calgary? Des informations internationales produites par des correspondants canadiens qui se déplacent à l'étranger? Oubliez cela. Ce que nous offrons est unique.

Face aux plaintes, nous agissons en toute transparence. Nous répondons publiquement et, le cas échéant, nous reconnaissons nos erreurs et apportons les correctifs nécessaires. D'ailleurs, il est désormais possible de consulter les plaintes et mes réponses sur le site Web de Radio-Canada. Il en est de même pour les rapports de l'ombudsman.

En regroupant les services de la radio, de la télévision et du Web sous une même direction, nous avons voulu marquer nettement que le mandat de Radio-Canada doit constituer un instrument de démocratie et de culture. C'est cette force combinée qui nous a permis d'être présents pendant 12 semaines consécutives en Afghanistan avec des journalistes chevronnés comme Céline Galipeau, Alexandra Chaska et Frédéric Nicoloff. D'ailleurs, je suis heureux de vous annoncer que nous y retournerons l'automne prochain.

À la radio, nous sommes les seuls à offrir des contenus journalistiques d'une aussi grande qualité à toute heure du jour. Ces contenus sont appréciés du public puisque nos radiojournaux, par exemple, ont atteint des records d'écoute, selon les derniers résultats BBM de l'hiver 2007. Aussi quelle autre télévision que celle de Radio-Canada compte 10 émissions d'affaires publiques dans sa grille, dont six diffusées en heure de grande écoute? Ne cherchez pas: les affaires publiques, dans les réseaux privés, cela n'existe pas. Nulle part ailleurs qu'à Radio-Canada vous ne trouverez des émissions comme *La Facture*, un magazine qui se consacre aux problèmes concrets qui touchent les gens et qui rejoint en moyenne plus de 705 000 téléspectateurs chaque semaine, ou encore *L'épicerie*, un magazine axé sur l'alimentation qui rejoint chaque semaine une moyenne de 658 000 téléspectateurs. *Découverte*, un des seuls magazines scientifiques à la télévision francophone, rejoint une moyenne de 600 000 téléspectateurs les dimanches soirs et a même régulièrement frôlé le million de téléspectateurs au cours des dernières semaines.

• (0920)

[Traduction]

Cet automne, parce que nous pouvons profiter de l'expertise de tous nos artisans radio, télé et Web, nous serons le seul réseau de télévision à offrir un magazine hebdomadaire d'information internationale à heure de grande écoute. Il s'agit d'une toute nouvelle émission avec un public en studio où des invités de marque et des reportages uniques nous permettront de mieux comprendre le monde qui est aussi notre monde, votre monde!

[Français]

Nous offrons aux Canadiens une programmation de qualité, comme en témoignent d'ailleurs les nombreux prix nationaux et internationaux qui ont été décernés à nos émissions l'an dernier. *Découverte*, par exemple, a remporté pas moins de quatre prix, dont le Prix Gémeaux de la meilleure émission d'affaires publiques et le Grand prix du festival de télévision scientifique d'Athènes. L'émission *Dimanche magazine*, diffusée à la première chaîne radio,

a également remporté en 2006 un prestigieux Peabody Award pour un reportage sur les changements climatiques. Enfin, la série 109, produite à Toronto et diffusée au Réseau de l'information, a reçu un Ruban d'or lors du dernier congrès de l'Association canadienne des radiodiffuseurs.

Dans le futur, pour Radio-Canada, créer un espace public plus fort que jamais est primordial, car face à la multitude de chaînes et à la quantité phénoménale de sources d'information, nous devons créer un îlot de confiance où le citoyen saura que l'information qui vient du diffuseur public est fiable et crédible. Pour enrichir la vie démocratique et culturelle des citoyens et poursuivre sa mission de diffuseur public, Radio-Canada doit maintenir sa capacité de favoriser la cohésion sociale et de refléter une véritable diversité.

Je vous remercie.

[Traduction]

**Le président:** Merci de vos exposés.

Mme Marleau sera la première à intervenir.

D'accord, allez-y, monsieur Scott.

**L'hon. Andy Scott (Fredericton, Lib.):** Je pense qu'elle va attendre.

J'aimerais souhaiter la bienvenue à nos témoins.

D'abord, j'aimerais vous présenter mes excuses. Jeudi dernier, j'ai indiqué que CBC national n'accordait pas assez d'attention au Parlement à Fredericton. Cet après-midi-là, un cerf était entré dans l'assemblée législative de Fredericton. Je ne sais pas comment vous y êtes parvenus, mais nous apprécions grandement votre souci du détail.

J'ai quelques questions. D'abord, nous avons beaucoup discuté du rôle de la publicité dans le cadre de la radiodiffusion. Quel effet la publicité à la télévision de langue anglaise a-t-elle — et je parle précisément de ce contexte-là — sur les décisions prises dans le contexte des nouvelles?

Je regardais la télévision hier où l'on s'inquiétait du bien-être de Paris Hilton. Pour ce qui est de se démarquer, vous pouvez être sûrs que c'est quelque chose que l'on peut retrouver ailleurs.

Dans quelle mesure la nécessité d'avoir de bonnes cotes d'écoute joue-t-elle dans ces décisions?

**M. Tony Burman:** D'abord, j'imagine que votre mention de Paris Hilton était métaphorique. CBC/Radio-Canada s'oppose vigoureusement à la couverture de telles histoires. Je ne vous ennuierai pas en vous citant les nombreux exemples que nous avons vus au cours des derniers mois, voire des dernières années, dans lesquels nous avons fait l'opposé de ce qu'on voyait sur le câble commercial américain et, dans une certaine mesure, canadien. Je ne crois pas me tromper en disant que nous sommes aussi indifférents que vous l'êtes pas rapport à ces histoires.

Le radiodiffuseur public doit faire de son mieux pour élargir son public, pour créer un lien avec le plus de Canadiens possible. Mais cet effort doit demeurer raisonnable et ne pas se faire aux dépens de la qualité. Nous n'avons jamais été indifférents à l'égard de la taille de notre public. Nous avons toujours tenté d'arriver à un équilibre afin d'offrir une vaste gamme de programmes tout en nous assurant de ne pas sacrifier la qualité au profit des chiffres et des cotes d'écoute.

Il n'existe pas, à ma connaissance, de lien entre la publicité et les nouvelles ou les actualités. J'occupe des postes supérieurs à CBC depuis environ 20 ans et je ne me rappelle pas d'une seule décision prise afin de cibler un public pour plaire aux publicitaires. Notre organisation est une cloison étanche.

Alors je ne crois pas que la publicité pose problème. Mais, s'il n'y avait pas beaucoup de Canadiens qui nous regardaient, nous écoutaient et nous lisaient, vous ne seriez pas heureux de la place de CBC/Radio-Canada au Canada. Il s'agit d'arriver à un équilibre.

• (0925)

**L'hon. Andy Scott:** Ce n'était pas une métaphore. Je regardais la télévision hier, et, à Newsworld, on parlait beaucoup de Paris.

**M. Tony Burman:** Sauf tout le respect que je vous dois, je crois que le fait qu'elle aille en prison intéresse une grande partie de notre public. Notre couverture se limitait à cela.

**L'hon. Andy Scott:** De nouveau, il s'agit de se démarquer. Pour y parvenir, nous pourrions nous y prendre autrement.

L'autre question porte sur CBC.ca et son format texte. Nous en avons parlé au cours d'un forum avec les enfants de ma circonscription. Ils ont attiré mon attention sur le fait qu'ils le percevaient comme un texte — je n'y avais pas pensé, car j'ai grandi en lisant les journaux — et que cela représentait un journal en ligne pour eux par rapport à un outil audio ou visuel. Certains ont rapidement demandé pourquoi ce médium qui, historiquement, représentait la radio et la télévision, voulait désormais devenir un journal. Je vous parle donc de leur perception. Ils veulent quelque chose de beaucoup plus visuel, c'est ce à quoi ils s'attendent. Je me demande ce que vous en pensez.

[Français]

**M. Alain Saulnier:** Si vous me le permettez, je veux préciser une chose.

Il est important de considérer le site Web de Radio-Canada, que ce soit CBC.ca ou Radio-Canada.ca, comme un ensemble de propositions de contenu. Si vous le visitez ce matin, vous allez y trouver aussi bien des reportages en audio qu'en vidéo, vous allez pouvoir réécouter *Le Téléjournal* d'hier soir et vous allez également pouvoir choisir des émissions à la carte, qui vont vous permettre de réécouter des émissions d'affaires publiques présentées au cours des derniers jours.

Il est certain qu'il ne s'agit pas d'un journal. Il s'agit tout simplement d'une mise en forme pour permettre de comprendre le contenu audio et vidéo que nous offrent ces sites Web. C'est dans cette perspective qu'il faut voir de plus en plus l'ensemble de ce qu'on appelle l'univers multimédia. On ne pourra plus écouter la radio et la télévision comme on le faisait ces dernières années. Vous allez obtenir des émissions sur iPod, sur le Web et sur vos téléphones également, de telle sorte qu'il faut absolument que Radio-Canada s'engage dans cette voie pour que la richesse de ses contenus — je pense entre autres aux contenus qu'on offre du côté de Radio-Canada — puisse être accessible au plus grand nombre de personnes.

Les moins de 35 ans, dorénavant, s'informent de plus en plus via le Web.

Comment faire en sorte que les contenus de Radio-Canada, pour lesquels on investit beaucoup d'argent et pour lesquels on a toute l'expertise nécessaire, puissent être accessibles à ces gens? C'est un peu le pari qu'on fait.

[Traduction]

**M. Tony Burman:** Puis-je ajouter quelque chose?

Lundi dernier, nous avons considérablement modernisé le site des nouvelles en ligne de CBC. Vous, ainsi que les enfants dont vous avez parlé, y verrez que l'on a mis davantage l'accent sur le côté vidéo et audio. Ce n'est que le début d'une très grande transformation qui aura lieu au cours des prochaines semaines à CBC.ca. Comme l'a mentionné Alain, si les ressources nous le permettent, nous allons tenter de garantir que les médias vidéo et audio fassent partie intégrante de notre service en ligne.

**L'hon. Andy Scott:** Merci. Nous l'apprécions.

**Le président:** Merci.

Passons à M. Kotto.

[Français]

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

Bonjour.

Je poursuis sur le sujet qu'a soulevé M. Scott. On est en pleine révolution technologique, avec les technologies émergentes. Faites-vous suffisamment d'efforts pour éduquer la population, les jeunes et même les vieux, afin de les inciter à consulter vos contenus à partir de ces nouvelles plateformes? Comment le faites-vous?

C'est ma première question.

• (0930)

**M. Alain Saulnier:** Il y a plusieurs façons d'attirer la jeunesse à Radio-Canada. Par exemple, à la radio, les émissions *275-Allô* et *Ados-Radio* sont présentées tous les soirs à 19 heures et à 19 h 30 à la première chaîne radio de Radio-Canada. Cette plateforme nous permet d'inviter les jeunes à nous suivre sur d'autres plateformes comme le Web, car ces émissions y font référence.

Au cours des émissions de télévision, nous invitons les gens à se rendre également sur les sites Internet pour appuyer davantage ces contenus. Radio-Canada est actuellement un leader pour ce qui est d'offrir des contenus riches et diversifiés sur toutes les plateformes. Nous avons été les premiers à offrir des contenus sur iPod. Savez-vous quelle est l'une des deux émissions les plus téléchargées sur iPod à l'heure actuelle? C'est l'émission *Les Années lumière*, qui est diffusée à la radio de Radio-Canada.

Cela veut dire que des gens prennent la peine de télécharger une émission de radio de deux heures pour pouvoir l'écouter quand bon leur semble. C'est une invitation aux jeunes à aller chercher des contenus qu'ils n'ont peut-être pas le temps d'écouter au moment où ils sont présentés à la première chaîne radio.

Il faut se servir de toutes les entrées qui existent. Dorénavant, les jeunes n'écoutent plus une émission au moment où nous le désirons; ils l'écoutent au moment qui leur convient. C'est à nous de bien répondre à ce besoin. Ce phénomène est d'autant plus vrai chez les jeunes de moins de 30 ans.

**M. Maka Kotto:** Quel travail de sensibilisation faites-vous auprès des dinosaures — appelons-les comme cela —, soit les gens qui sont récalcitrants aux nouvelles technologies, pour les intéresser aux contenus de ces nouvelles plateformes?

**M. Alain Saulnier:** Le site de Radio-Canada.ca contient des carnets de Bruno Guglielminetti qui nous permettent de comprendre le développement des nouvelles technologies. À l'automne, une zone jeunesse sur le site de Radio-Canada.ca abordera ces questions. C'est une des zones thématiques que nous voulons développer au cours de l'automne. Il y aura notamment une zone consacrée à l'environnement.

Il faut être très proactif dans ce domaine. Il faut investir ces plateformes pour offrir des contenus aux personnes de tous âges et les amener à nous écouter de plus en plus.

**M. Maka Kotto:** Au Québec, quelqu'un du milieu du cirque a dit: *Only sky is the limit*. Pouvez-vous nous exposer les principales embûches qui freinent votre élan à l'atteinte d'un idéal en matière d'information?

**M. Alain Saulnier:** Parlez-vous de la télévision, ou de la radio?

**M. Maka Kotto:** Comme je n'ai pas beaucoup de temps pour poser ma question, je parle surtout de télévision et de radio.

**M. Alain Saulnier:** Tony pourra peut-être répondre également à cette question. Pour ma part, je pense que Radio-Canada doit élaborer ses stratégies en fonction du média. Nous savons tous qu'à la radio, les périodes de grande écoute sont le matin et la fin de l'après-midi. Nous avons un très vaste auditoire durant ces périodes. Les émissions diffusées aux heures de grande écoute sont régionales et desservent les communautés, mais ces émissions sont également enrichies par des contenus nationaux et internationaux.

La stratégie des chaînes de radio consiste à être de plus en plus ouvertes sur le monde. Le meilleur service qu'on peut rendre aux francophones d'ici est de leur permettre d'avoir accès à la planète. Ils doivent avoir accès de plus en plus aux contenus présentés partout dans le monde, afin d'être forts et de se développer. Selon nous, ces heures de grande écoute doivent être de plus en plus développées.

Le défi de la télévision est différent. Elle doit évoluer dans un régime financier mixte, qui consiste à bénéficier à la fois d'un appui financier de l'État et de recettes publicitaires. Il n'est pas toujours évident de composer avec un tel régime. En information, on essaie d'offrir ce qu'il y a de mieux. Le positionnement que Sylvain Lafrance et moi-même avons proposé est de développer encore plus de contenu culturel et d'information internationale de qualité.

Notre défi est de renforcer la démocratie et la culture, et on compte bien le faire.

• (0935)

**M. Maka Kotto:** Merci.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Monsieur Angus.

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

Je vous remercie de vous être joints à nous ce matin.

Tout au long de nos audiences, il a été question à plusieurs reprises des pressions des publicitaires sur les journalistes, de la partialité dans les nouvelles et du choix des sujets qui vont être traités. J'ai beaucoup réfléchi aux pressions qui s'exercent sur un télédiffuseur public. La BBC a été ébranlée jusque dans ses fondations lors de l'histoire d'Andrew Gilligan, quand on s'est demandé si l'on avait tenté de rendre le message plus excitant. Mais de toute évidence, la BBC a fait l'objet d'une attaque frontale directe de la part du Bureau du premier ministre, qui a fait tout ce qu'il pouvait pour enterrer l'affaire. En définitive, un journaliste a perdu son emploi et le directeur de la BBC a été écarté. Pourtant, l'histoire semble avoir donné raison aux auteurs du reportage initial de la BBC.

Je m'intéresse à la situation de Radio-Canada, qui n'est ni aussi indépendante ni aussi sûre financièrement que la BBC. Je pensais à l'histoire de Terry Milewski concernant le sommet de l'APEC. Susan Delacourt a écrit que Milewski avait décidé de lui-même de faire une manchette du sommet de l'APEC en s'évertuant à publier des documents qui avaient fait l'objet d'une fuite et en suivant avec attention le dossier de l'APEC. Par la suite, le Bureau du premier ministre a lancé une action directe contre CBC et Milewski s'est lui aussi fait montrer la porte.

Comment pouvez-vous décider de vous en prendre au gouvernement, ce qui équivaut pour vous à mordre la main qui vous nourrit?

**M. Tony Burman:** Si vous me permettez ce rectificatif, Terry Milewski ne s'est pas fait montrer la porte. C'est toujours un journaliste incroyablement...

**M. Charlie Angus:** Du moins, il s'est fait évincer de ce dossier.

**M. Tony Burman:** Oui, mais c'est toujours un journaliste éminent de la salle des nouvelles de CBC.

Vous avez bien présenté le défi. Je pense qu'aucun organisme n'a été plus conscient que CBC/Radio-Canada du scandale de la BBC. Nous en avons tiré la leçon, aussi bien quant à la façon dont la BBC a abordé le problème que quant à la réaction du gouvernement, et nous avons imaginé comment la même situation pourrait se produire au Canada.

Je pense qu'au fil des années, Radio-Canada s'est toujours montrée opiniâtement déterminée à préserver son indépendance vis-à-vis du gouvernement. Les tensions entre Radio-Canada et le gouvernement sur diverses questions, notamment concernant les nouvelles et les affaires courantes, sont bien connues. Elles font partie du décor.

Je pense que vous avez tout à fait raison de parler de l'instabilité financière de Radio-Canada. C'est un souci pour tout le monde, non seulement pour les employés de Radio-Canada, mais pour un grand nombre de Canadiens. Par nos politiques et par nos différentes garanties, nous nous efforçons de nous doter d'un nombre suffisant de mécanismes — et j'en ai mentionné certains dans mon exposé liminaire — qui assurent au public canadien que Radio-Canada va lui donner l'heure juste, malgré quelques bavures occasionnelles. Nous espérons être toujours en mesure de résister aux pressions auxquelles nous sommes soumis, non seulement de la part du gouvernement, mais de toutes parts.

**M. Charlie Angus:** Pensez-vous que le service des nouvelles de Radio-Canada se sentirait plus en confiance avec un mandat de cinq ou dix ans assorti d'un financement garanti? Actuellement, vous attendez chaque année jusqu'à la dernière minute ce budget de 60 millions de dollars qui vous sera accordé ou non, selon la disposition du gouvernement à votre endroit.

**M. Tony Burman:** Je vous réponds par l'affirmative. Quel que soit le critère de référence, je trouve ridicule que cet organisme doive fonctionner d'une année sur l'autre sans être jamais sûr de son financement. L'incertitude se répercute dans l'ensemble de la Société. Et bien sûr, elle se fait sentir au service des nouvelles et des affaires courantes, qui est d'une importance capitale.

Lorsqu'on a posé à Alain une question concernant les défis de Radio-Canada, j'ai pensé à l'un des défis qui se pose aussi bien à CBC qu'à Radio-Canada, et c'est celui de la protection des ressources, sans laquelle nous ne pourrions pas continuer à couvrir l'Afghanistan ou le Soudan.

Je pense qu'une certaine stabilité financière aurait un effet direct très positif sur la composante de l'information dans le mandat de Radio-Canada.

**M. Charlie Angus:** J'aimerais vous poser une question concernant la publicité et ses effets sur la couverture de l'actualité.

À l'émission *The Current* d'hier, on a présenté une discussion intéressante où on disait que CanWest Global avait saisi la justice pour renverser l'interdiction de la publicité sur les médicaments délivrés sur ordonnance. Les représentants de cette société affirment qu'en les empêchant de gagner de l'argent par la publicité, on enfreint directement leur liberté d'expression. Or, dans le débat sur CBC, on a parlé de l'effet considérable de la publicité directe sur le prix des médicaments et le coût du système de santé en comparant la situation canadienne à celle des États-Unis et en opposant différents points de vue.

Si CanWest obtient gain de cause, il y aura certainement des conséquences pour la couverture de l'actualité dans divers domaines entourant le système de santé. Quel effet aurait cette pression à la baisse sur CBC? Pensez-vous que cela pourrait vous amener à concurrencer les autres pour obtenir de la publicité pharmaceutique? Avez-vous commencé à prendre des décisions sur la publicité et son interférence dans la couverture de l'actualité?

● (0940)

**M. Tony Burman:** Je ne connais pas suffisamment l'aspect juridique de l'initiative de CanWest, mais je pense de façon générale que CBC/Radio-Canada est déterminée depuis longtemps à maintenir une cloison étanche entre ses services de nouvelles et d'actualités et l'influence que peut avoir la publicité.

Il faut reconnaître que cela n'a pas toujours été facile. Je pense que nous avons préservé cette étanchéité, mais l'instabilité financière de Radio-Canada est préjudiciable de ce point de vue. Je considère avec

confiance qu'on peut maintenir la séparation entre les deux et que Radio-Canada ne s'engagera jamais dans une direction où ses politiques publicitaires auraient un effet sur ses décisions journalistiques.

Alain.

[Français]

**M. Alain Saulnier:** Le code publicitaire qui existe à Radio-Canada est unique et fait partie d'un ensemble d'instruments visant à protéger et à garantir l'indépendance de Radio-Canada à l'égard du genre de pressions que vous évoquez.

Vous avez parlé également de la concentration qui commence à se manifester un peu partout. Un des meilleurs remparts contre la concentration qui risque de se produire dans le domaine de la presse est la SRC/CBC, car celle-ci est en mesure d'offrir une diversité culturelle et territoriale et d'accueillir toutes les opinions. Dans un autre environnement, la concentration fait en sorte qu'on se dirige de plus en plus vers un seul et même point de vue.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Nous allons passer maintenant à M. Brown.

**M. Gord Brown (Leeds—Grenville, PCC):** Merci, monsieur le président. J'aimerais remercier nos témoins de s'être joints à nous.

Je vais rester du côté anglophone, monsieur Burman; c'est celui que je connais le mieux. Vous nous avez présenté votre exposé et je pense que c'est un excellent argument publicitaire sur les raisons pour lesquelles il faut regarder CBC et ses émissions d'actualité, mais nous sommes ici aujourd'hui pour étudier le rôle du télédiffuseur public.

J'aimerais citer vos propos:

On entend parfois dire que CBC News ne sert à rien, car les télédiffuseurs privés font exactement ce que nous faisons, et le font bien. On peut convenir que les télédiffuseurs privés travaillent très bien dans certains domaines. Toutefois, on peut aussi débattre de la question de savoir s'ils sont meilleurs que CBC/Radio-Canada dans ces mêmes domaines. Ce qui est indiscutable, c'est le rôle de...

Pouvez-vous nous dire ce que la couverture de l'actualité a d'unique du côté public et pourquoi les contribuables canadiens devraient y être favorables? Qu'avez-vous d'unique à proposer aux Canadiens dans vos émissions de nouvelles du fait de votre état de télédiffuseur public? Voilà ce que j'aimerais savoir.

**M. Tony Burman:** Je vous répondrai de différentes façons. Dans le contexte des propos échangés précédemment, je pense qu'il est très important, dans une démocratie, de proposer des services de nouvelles et d'actualités qui ne subissent pas l'influence indue des intérêts commerciaux et publicitaires. Il y a eu bien des cas, aussi bien au Canada qu'aux États-Unis, où l'influence du commerce et de la publicité sur les médias s'est faite sentir concrètement dans des décisions journalistiques auxquelles les téléspectateurs et les auditeurs sont exposés, ce qui à mon sens est très négatif.

Comme j'ai essayé de l'indiquer dans mon exposé, il y a toute une gamme d'émissions proposées par CBC et Radio-Canada qui n'ont pas d'équivalent chez nos concurrents commerciaux, ne serait-ce que par l'étendue de notre couverture internationale. Et nous ne les proposons pas forcément parce qu'elles ont un effet direct sur nos cotes d'écoute. Nous les proposons parce que nous savons que les Canadiens sont nombreux à se fier à leur télédiffuseur public pour comprendre leur rapport au monde.

Comme je l'ai dit dans mon exposé, je pense que de nombreux événements particuliers nous renvoient à l'histoire de ce pays et constituent des anniversaires, devenant ainsi ce qu'on peut décrire comme des émissions directement prévues dans notre mandat. Nous savons par la réaction de l'auditoire que ces événements sont extrêmement significatifs.

Je pense qu'on retrouve dans tous nos réseaux et sur toutes nos plateformes la gamme des émissions de CBC Radio proposées dans l'ensemble du pays qui, comme je l'ai indiqué, arrivent en première place sur de nombreux marchés et en deuxième sur de nombreux autres marchés, ce qui indique bien la place remarquable occupée par CBC Radio dans toutes les localités du territoire canadien.

Je pense que le succès de notre cyberservice et l'engouement qu'il suscite auprès du public apportent un autre exemple des raisons qui attirent les Canadiens vers CBC et Radio-Canada; de nombreux jeunes Canadiens considèrent que l'expérience que leur proposent nos cyberservices est beaucoup plus pertinente que celle qu'ils trouvent chez certains de nos concurrents commerciaux.

Si les Canadiens font le total de tous ces éléments, ils pourront décider s'ils souhaitent suivre le modèle américain, qui consiste essentiellement à laisser les médias de nouvelles assurer leur propre survie dans un contexte commercial, ou s'ils préfèrent ce qui s'est passé au Canada, ce qui se passe en Grande-Bretagne et dans toute les démocraties modernes d'Europe, c'est-à-dire la création d'un télédiffuseur public unique et dynamique qui complète ce que ses concurrents commerciaux ont à proposer.

• (0945)

**M. Gord Brown:** On peut évidemment débattre de l'importance des cotes d'écoute dans tout ce processus, mais vous avez dit que CBC Radio arrivait en première place sur certains marchés. CBC Radio propose un modèle unique. Je sais qu'elle jouit d'un très large auditoire, en particulier... Je connais mieux ce qui se passe dans l'est de l'Ontario.

En revanche, pour parler spécifiquement d'Ottawa, vos nouvelles télévisées arrivent en troisième position loin derrière les autres au niveau des cotes d'écoute. À votre avis, pourquoi vos résultats sont-ils bons du côté de la radio et moins bons du côté de la télévision?

**M. Tony Burman:** Ils sont bons du côté de la radio précisément parce que cette radio se consacre aux questions et aux préoccupations que tous les Canadiens jugent importantes.

Sauf votre respect, je conteste votre évaluation de la télévision. La télévision, ce n'est pas uniquement l'émission de 18 heures, à l'heure du souper; la télévision, c'est *The National*, c'est *the fifth estate* et c'est CBC Newsworld. La télévision, c'est une multitude d'émissions. Comme je l'ai dit dans mon exposé, si l'on regarde les cotes d'écoute, on trouve de nombreuses émissions qui sont plus que concurrentielles par rapport à celles de nos rivaux commerciaux et qui, dans bien des cas, surclassent toutes les émissions concurrentes quant au nombre de téléspectateurs.

En ce qui concerne la programmation régionale de CBC Television à l'heure du souper, elle constitue pour la Société un défi depuis des années. Comme le savent sans doute les membres du comité, il existe dans la région de Vancouver une initiative appelée MyCBC qui s'efforce de renouveler la prise de contact de l'auditoire avec CBC Television à 18 heures et c'est un segment sur lequel nous travaillons fort.

Je vous invite aimablement à ne pas considérer exclusivement un seul créneau horaire pour déterminer l'importance de CBC Television dans le cœur des Canadiens.

**Le président:** Merci.

Madame Marleau.

**L'hon. Diane Marleau (Sudbury, Lib.):** Je dirai pour commencer qu'à mon avis, nous avons besoin de vous aujourd'hui comme nous avons toujours eu besoin de vous depuis le début de la télévision publique. Malgré les défis que vous avez dû relever, vous avez fait un excellent travail, aussi bien du côté anglophone que du côté francophone.

Je représente une circonscription du nord-est de l'Ontario, comme vous le savez peut-être, la circonscription de Sudbury. Je suis francophone et j'écoute de nombreuses émissions aussi bien en français qu'en anglais. J'espère que les défis financiers auxquels vous êtes confrontés ne vous empêcheront pas de continuer à faire votre excellent travail.

Par ailleurs...

[Français]

Je regarde souvent RDI en même temps que CBC Newsworld. J'aime bien regarder la télévision en français. Il est important pour moi de pouvoir écouter les nouvelles, surtout le matin, parce que, comme politiciens, nous devons savoir ce qui se passe. Or, je ne me vois pas, je ne vois pas l'Ontario ni l'Alberta. Franchement, c'est un programme souvent axé sur le Québec. Il est formidable, mais j'aimerais qu'on fasse davantage pour les communautés francophones.

Je crois fermement que la démocratie est mal servie quand on ne se connaît pas mieux d'un bout à l'autre du pays. Pour moi, c'est essentiel. Je sais que vous essayez, mais je vous demande d'essayer un peu plus fort, si c'est possible. C'est la même chose pour la radio.

• (0950)

[Traduction]

Je veux moins vous faire des reproches que vous demander d'essayer d'en faire plus. J'écoute la radio de CBC et j'écoute celle de Radio-Canada. Lorsque je rentre chez moi en voiture à partir d'Ottawa, je traverse un vaste territoire et le seul service disponible sur la radio de ma voiture — et je ne suis pas abonnée à Sirius — c'est CBC ou Radio-Canada. C'est très important pour tous ceux qui doivent traverser ce vaste territoire. Mais il se trouve que toute la programmation locale se termine à 18 heures — et ce n'est pas uniquement de la programmation locale; c'est essentiellement de la programmation régionale.

Je vais vous donner un exemple. L'année dernière, je rentrais chez moi en voiture lorsque CBC Radio a annoncé qu'il semblait y avoir un incendie dans un foyer pour personnes âgées à Sudbury. L'animateur n'en était pas certain. Il ne parvenait pas à confirmer l'information. Vous devez comprendre que les bureaux de CBC Radio à Sudbury sont à environ quatre coins de rue de l'immeuble en feu. À mesure qu'approchait l'échéance de 18 heures, aussi bien du côté anglais que du côté français, personne n'a pu obtenir confirmation; j'essayais de savoir ce qui s'était passé, mais à 18 heures, les gens de Sudbury ont dû quitter l'antenne en s'excusant de n'avoir obtenu aucun renseignement sur l'événement. L'émission locale s'est terminée, et on est passé aux nouvelles internationales.

J'aimerais donc vous demander s'il serait possible de stimuler quelque peu le service régional. Chez moi, il n'existe aucune autre source d'information. Les autres télédiffuseurs n'ont rien pour nous. CBC et Radio-Canada sont les seules stations disponibles. Je trouve merveilleux que vous fassiez un travail formidable au niveau international, mais vous pourriez faire mieux en ce qui concerne l'intérieur du pays.

**M. Tony Burman:** J'apprécie votre point de vue et je l'accepte. En fait, je réponds par l'affirmative à votre question: c'est précisément ce que nous allons faire.

L'une des réalités du monde actuel des médias, c'est que nos auditoires sont omniprésents en tout temps; les auditeurs ne doivent plus se limiter à un créneau horaire, à un seul médium ou à une seule plateforme. La permanence des nouvelles diffusées 24 heures sur 24, y compris les nouvelles locales et régionales, nous absorbe véritablement. L'un des déterminants de notre nouvelle stratégie régionale, qui va partir de Vancouver pour couvrir l'ensemble du territoire, c'est ce que nous appelons MyCBC. C'est l'extension du service régional et local qui sera désormais proposé 24 heures sur 24 à nos auditeurs, à nos téléspectateurs et à nos internautes; ce service devrait comprendre plus d'information en soirée, comme vous l'avez dit, ainsi qu'en fin de semaine. Nous avons pris conscience de ce problème, que vous avez parfaitement exposé. Je peux vous assurer que nous faisons tout en notre pouvoir pour le régler, dans la limite de nos ressources.

[Français]

**L'hon. Diane Marleau:** Je veux maintenant entendre ce que vous allez faire en français. Cela m'intéresse beaucoup.

**M. Alain Saulnier:** Du côté du Réseau de l'information à la télé ou du côté de la première chaîne, radio ou télé, on est préoccupé par ces questions. Je peux vous assurer que nous prenons bonne note de toutes les critiques qui nous sont adressées. En même temps, personne d'autre que nous ne pouvait couvrir le Sommet des communautés francophones et acadiennes au cours du dernier week-end. Nous sommes préoccupés par ces questions. Cela fait partie de notre mandat et c'est notre devoir de le faire.

**L'hon. Diane Marleau:** D'ailleurs, j'aurais dû vous remercier pour cela, parce que c'est impressionnant de voir cette couverture. Mais des événements de ce genre ne se produisent pas souvent.

**M. Alain Saulnier:** Si vous me le permettez, j'aimerais ajouter quelque chose en ce qui concerne les nouvelles. Où avez-vous entendu parler du virage vert de Sudbury si ce n'est à Radio-Canada?

**L'hon. Diane Marleau:** Oui.

**M. Alain Saulnier:** De la même manière, à quel moment allez-vous entendre parler de forêts et de lacs au Québec? Parfois, on a l'impression que ce territoire n'est composé que de villes, alors que c'est faux.

Il nous faut donc rendre compte de ce qui se passe un peu partout sur la Côte-Nord du Québec, dans la Bas-Saint-Laurent, etc. Il faut parler des pêches, de même que de la crise du homard à Shippagan. Bien sûr, nous sommes préoccupés par ces choses-là.

Je peux également vous dire que c'est dans cet esprit que l'automne prochain, vous aurez notamment des éditions des téléjournaux de l'Atlantique les samedis et dimanches. On commence et on va progresser de plus en plus pour essayer d'offrir le plus de nouvelles possibles, pas seulement en semaine jusqu'à 18 heures, comme vous le dites.

● (0955)

**L'hon. Diane Marleau:** Il faut s'assurer que Radio-Canada et CBC ne deviennent pas comme les autres, c'est-à-dire une radio, une télévision, un site pour les grandes villes seulement, où on n'entend parler que de Montréal, Toronto et Vancouver. Cela nous préoccupe parce qu'il arrive souvent qu'on n'existe pas pour les autres médias. Vous êtes notre voix et notre espoir.

Je suis convaincue que vous allez demeurer en place. On peut travailler ensemble pour s'assurer de maintenir ce service public, parce que c'est tellement important aujourd'hui.

Je vous remercie de votre travail. Je vais continuer de suivre l'histoire pour voir vos progrès.

[Traduction]

Je vais me tenir au courant de vos progrès et j'espère que vous vous souviendrez que vous n'êtes pas là uniquement pour desservir les grandes villes; vous êtes là pour desservir également les petites villes et toutes les régions. En fait, vous êtes même plus importants dans toutes les régions que dans les grandes villes.

**Le président:** Nous passons maintenant à Mme Bourgeois.

[Français]

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

Bonjour, messieurs.

Mes questions s'adressent à M. Burman, puisque mon collègue a posé des questions à M. Saulnier au sujet de la société francophone.

Monsieur Burman, nous avons fait le tour des différentes villes canadiennes et nous assistons à l'émergence de médias citoyens ou de médias communautaires qui désirent desservir leurs communautés locales.

Quelle importance accordez-vous à ces nouveaux médias? Étant donné que vous êtes quand même journaliste, faites-vous des alliances avec ces gens? Quelles sont vos préoccupations, si vous en avez, à leur égard?

[Traduction]

**M. Tony Burman:** Oui. Cela fait partie de notre stratégie de prise de contact beaucoup plus vigoureuse avec tous les Canadiens, où qu'ils se trouvent. Je pense que vous avez raison. Dans l'ensemble du pays et notamment dans les petites villes, de nombreux Canadiens ont constitué un important réseau de médias communautaires. Notre expansion et notre emprise régionale et locale ont pour objectif d'attirer le plus grand nombre de partenaires, car je considère que dans de nombreuses localités, CBC et Radio-Canada jouent un rôle d'intermédiaires impartiaux. Nous proposons une zone de sécurité; nous nous intéressons aux mêmes choses que la plupart de ces groupes locaux. C'est donc pour nous un objectif naturel.

Ce que l'on remarque aussi bien à CBC qu'à Radio-Canada, c'est l'inclusion d'un plus grand nombre de points de vue divers grâce à ce que l'on appelle le contenu généré par l'utilisateur; nous invitons les gens à nous proposer leurs propres reportages sous une forme susceptible de rejoindre un plus vaste auditoire. Nous sommes bien conscients de la nécessité de tirer parti des nouveaux médias selon les modalités que vous avez évoquées.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Monsieur Burman, les gens dans communautés francophones hors Québec que nous avons rencontrés se sont plaints d'un manque de journalistes dans leurs communautés, ainsi que d'une couverture journalistique adéquate et impartiale. Il semble que les journalistes sont peu nombreux à vouloir aller en région.

Je voudrais savoir si vous faites des efforts pour assurer une couverture journalistique adéquate? Y a-t-il des incitatifs? Donnez-vous des cours et de l'information aux journalistes quant au traitement des informations en provenance des communautés autochtones ou francophones hors Québec? Y a-t-il un traitement particulier?

[Traduction]

**M. Tony Burman:** Je pense que nous sommes de plus en plus conscients de la nécessité de décentraliser davantage nos services de nouvelles et d'actualités de façon à renforcer l'autonomie de ceux qui contribuent à nos émissions, à nos services et à nos réseaux, pour qu'ils dépendent moins des grands centres comme Toronto ou Montréal. Nous nous efforçons en ce sens d'étendre la largeur et la portée de notre couverture, et nous devons évidemment le faire en envoyant des journalistes sur le terrain. Des incitatifs existent. Nous sommes tout à fait conscients de la nécessité d'inciter nos employés à se rendre dans tous les endroits de notre pays. La contrainte pour nous — et cela nous ramène à l'horrible question des ressources — c'est précisément le niveau des ressources dont nous disposons. En tant que chefs de pupitre, Alain et moi-même pourrions facilement revendiquer l'envoi d'un plus grand nombre de journalistes dans un plus grand nombre de villes, mais nous avons des contraintes dont nous sommes tenus de nous accommoder.

Nous faisons donc ce que nous pouvons avec les ressources dont nous disposons.

• (1000)

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Finalement, monsieur Burman, j'ai une dernière question.

J'ai reçu un courriel — je vais nommer le monsieur parce qu'il est très connu — de Réjean Beaulieu du *Canard Réincarné*. Cet homme a logé une plainte auprès de l'ombudsman parce que, lorsque nous sommes allés à Vancouver, il était l'un des trois témoins francophones hors Québec qui sont venus nous parler des services de la Société Radio-Canada anglophone, et seul son témoignage n'a pas été rapporté par la SRC. Cette dernière n'a pas fait état de son témoignage, qui était un peu différent de celui des deux autres personnes. C'est même quelque chose que j'avais souligné.

Étiez-vous au courant de cette plainte? Il a adressé sa plainte au responsable, M. Pierre Guérin, et il ne semble pas avoir reçu de réponse.

Ce n'est pas la première fois...

[Traduction]

**M. Tony Burman:** Est-ce que c'est...? Oui.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Lorsque le comité a voyagé, nous avons rencontré au moins quatre personnes qui nous ont dit qu'ils recevaient rarement une réponse lorsqu'ils faisaient une plainte à la CBC.

Tout à l'heure, je lisais ce magnifique petit guide intitulé « Normes et pratiques journalistiques » et j'essayais de voir quels

recours ont les gens ou, au moins, comment ils peuvent se faire entendre. Ils sont obligés de recourir à l'ombudsman, alors qu'ils peuvent peut-être se faire entendre sur leur territoire, à côté de chez eux.

[Traduction]

**M. Tony Burman:** Il est difficile pour moi de me prononcer sur un dossier dont je ne connais pas les détails, mais toute cette histoire m'intrigue. À CBC et à Radio-Canada, nous nous appliquons à fournir des réponses aux gens qui nous font parvenir soit des demandes d'information, soit des plaintes. En un sens, c'est la première forme de réponse qui provient de notre programmation. Je ne me souviens pas — je crois que nous avons un délai de 14 jours... La responsabilité dans ce domaine est bien établie mais évidemment, avec le temps, certaines situations s'échappent par les mailles du filet. Le plus souvent, lorsque nous recevons des plaintes, nous constatons qu'on peut leur apporter une réponse. Je peux simplement vous dire que nous allons nous renseigner et étudier la question, car nous sommes tout à fait conscients de la nécessité de répondre aux Canadiens qui s'adressent à nous, et je pense que les résultats que nous avons obtenus ces dernières années en la matière sont très bons.

**Le président:** Merci.

Monsieur Fast.

**M. Ed Fast (Abbotsford, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je vous remercie tous les deux de votre présence parmi nous aujourd'hui.

Lorsque nous sommes arrivés ici ce matin, on nous a remis un exemplaire des normes et pratiques journalistiques de CBC et Radio-Canada. J'ai eu l'occasion de le parcourir brièvement. Ce qui m'a frappé tout d'abord, c'est ce qu'on trouve à partir de la page 103 sous la rubrique « Normes concernant les activités du personnel »; on peut y lire ceci: « La Société Radio-Canada n'a pas seulement l'obligation d'être impartiale; il lui faut aussi projeter une image d'impartialité ». C'est donc toute la question de la façon dont Radio-Canada est perçue... On va bien au-delà de la simple objectivité. En définitive, il s'agit de ce que les Canadiens pensent de CBC/Radio-Canada.

Comme vous le savez, si de nombreux Canadiens sont très favorables à Radio-Canada, il y en a également pour qui la Société a perdu toute pertinence ou ne traduit plus leurs valeurs propres. Je vous avoue que je n'ai jamais adhéré au mythe voulant que les journalistes puissent être totalement impartiaux. Nous sommes tous des êtres humains. Nous trimbalons un ensemble de valeurs et de perspectives qui infléchissent inévitablement tout ce que nous faisons. Le mieux qu'on puisse espérer, c'est d'atteindre une norme d'objectivité telle que Radio-Canada, par exemple, soit crédible auprès de tous ceux à qui elle s'adresse, c'est-à-dire l'ensemble de la population canadienne.

J'aimerais poser quelques questions concernant les politiques d'embauche et de licenciement. Votre personnel doit se conformer à un ensemble assez impressionnant de normes journalistiques. J'aimerais revenir à un incident malencontreux où on a prétendu que l'un de vos employés avait manipulé et accentué une photo pour donner l'impression qu'un site environnemental était dans un plus mauvais état qu'il ne l'était en réalité. Vous souvenez-vous de cet incident?

• (1005)

**M. Tony Burman:** Non.

**M. Ed Fast:** C'est tout récent. Je crois que l'employé s'est servi de filtres pour projeter une image plus inquiétante qu'elle ne l'était en réalité. Vous souvenez-vous de cet incident?

**M. Tony Burman:** D'habitude, j'ai une excellente mémoire des événements de ce genre, mais en l'occurrence, je ne m'en souviens pas.

**M. Ed Fast:** Au cours d'une séance antérieure, nous avons recueilli un témoignage à ce sujet.

Permettez-moi d'aller un peu plus loin. Pouvez-vous présenter aux membres du comité la procédure de recrutement des journalistes? Que faites-vous pour vous assurer qu'ils arrivent libres de tout préjugé? Quand on constate qu'un journaliste a laissé transparaître ses préjugés dans son article, quelles mesures prenez-vous pour le sanctionner ou, éventuellement, pour mettre un terme à son emploi?

**M. Tony Burman:** Le processus de sélection pour l'embauche de l'ensemble du personnel, y compris des journalistes, est très rigoureux. Lorsqu'un poste est ouvert, la vacance est annoncée publiquement, on organise un concours comportant différentes phases d'élimination, puis on dresse la liste des candidats retenus. On forme habituellement un jury de quatre ou cinq employés chevronnés qui sont habilités à choisir le meilleur candidat.

Généralement, nous ne recrutons pas en bas de l'échelle. Nous recrutons des gens qui ont de l'expérience en journalisme. Nous connaissons les antécédents de nos journalistes. Nous savons s'ils ont déjà fait montre de leurs préjugés. Le cas se produit rarement. Un journaliste qui fait preuve de préjugés ne tarde pas à se faire éliminer de la profession.

Je considère que le journalisme est un jeu collectif. Nous avons des rédacteurs en chef, des agents des affectations et des réalisateurs. Au titre des précautions inhérentes à notre manuel des normes et pratiques journalistiques, nous estimons qu'il y a suffisamment de niveaux dans la hiérarchie pour que le journaliste qui commence innocemment ou par malfeasance à révéler une passion ou un préjugé se fasse intercepter avant que son reportage ne soit diffusé sur les ondes. C'est pour cela, je pense, que nous avons réussi à contrôler ce risque.

Pour répondre au deuxième élément de votre question, nous n'avons aucune patience envers ceux qui enfreignent nos normes journalistiques. Nous les forçons à nous rendre des comptes. Nous avons diverses façons d'agir dans ce domaine. Encore une fois, je ne pense pas que ce genre de problème se pose aussi souvent que votre question le laisse entendre, en ce sens que nous avons la chance de pouvoir choisir entre de très nombreux journalistes qui veulent entrer à Radio-Canada. De ce fait, ceux qui sont choisis sont d'un très haut niveau professionnel.

J'accepte votre affirmation selon laquelle nous avons tous des passions et des points de vue personnels. Mais en prenant de l'expérience, les journalistes apprennent à laisser tout cela à la porte. Et je pense qu'en général, mes collègues de CBC et de Radio-Canada le font très efficacement.

**M. Ed Fast:** Dans votre exposé, vous avez parlé de votre souci de respecter un certain équilibre dans vos reportages. Vous avez parlé également du rôle de l'ombudsman de CBC. Je pense que la télévision anglophone, en particulier, a toujours du mal à atteindre les Canadiens. CBC devrait s'efforcer davantage de s'astreindre à la pertinence. Avez-vous envisagé d'autres façons de rejoindre les Canadiens et de garantir à votre programmation la plus grande objectivité possible?

•(1010)

**M. Tony Burman:** C'est ce que nous faisons. J'y ai fait référence dans mon exposé liminaire. C'est ce que nous faisons en permanence tout au long de l'année. Nous le faisons en braquant les projecteurs

sur des événements spéciaux comme les élections ou les crises internationales majeures comme l'Irak. Nous formons des groupes de citoyens. Nous formons des comités d'universitaires et de téléspectateurs qui sont invités à critiquer notre présentation de l'actualité.

La couverture d'une élection se situe à deux ou trois niveaux différents. Pendant une campagne électorale qui, comme vous le savez, peut durer de six à sept semaines, mon équipe restreinte rencontre tous les vendredis un groupe de personnes venues de tous les coins du pays, qui n'ont rien à voir avec CBC et qui présentent les perspectives politiques les plus diverses. Elles parlent en toute franchise des atouts et des faiblesses de la façon dont nous présentons la campagne à la radio, à la télévision ou sur Internet.

Je pense qu'il y a un véritable effort continu de notre part, comme vous le dites, de rejoindre les Canadiens et de nous renseigner pour savoir si ce qu'ils trouvent sur nos ondes ou sur nos sites Internet leur semble acceptable et pertinent.

**M. Ed Fast:** Merci, monsieur le président.

**Le président:** Merci.

Monsieur Scarpaleggia.

**M. Francis Scarpaleggia (Lac-Saint-Louis, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Je ne suis pas au courant de l'incident de la photo retouchée dont a parlé M. Fast. Le cas le plus flagrant de reportage trompeur que je connaisse — et vous avez sans doute vu la séquence sur une chaîne américaine privée — est celui d'une journaliste qui se trouvait dans une zone frappée par un ouragan. Elle était dans un bateau, pour bien montrer à quel point l'eau avait monté et pendant qu'elle tenait des propos très dramatiques assise dans son canot, un caméraman a marché à côté d'elle. En fait, l'eau n'était pas profonde du tout.

**M. Tony Burman:** Ah, mon Dieu!

**M. Francis Scarpaleggia:** Je suppose que vous n'embaucheriez pas cette journaliste à Radio-Canada.

**M. Tony Burman:** Non, et je vais prendre son nom en note. Merci.

**M. Francis Scarpaleggia:** Vous avez parlé de ces groupes de consultation, en particulier en période d'élection, qui vous permettent de vérifier si vos nouvelles sont objectives. À votre connaissance, est-ce que les télédiffuseurs privés font la même chose?

**M. Tony Burman:** Non, pas à ma connaissance, et ils ne le font certainement pas autant que nous. Notre hypothèse de départ, c'est que nous ne pouvons pas demander aux Canadiens de s'en remettre au jugement des journalistes de CBC pour ce qui est de la qualité de notre information. En ce sens, nous sommes très heureux d'aller chercher à l'extérieur des points de vue sur la façon dont nous nous acquittons de notre tâche. Ces réactions nous sont très précieuses.

[Français]

**M. Alain Saulnier:** Si vous le permettez, j'aimerais préciser que le simple fait de pouvoir échanger avec les internautes et les auditeurs dans le cadre de tribunes téléphoniques, de carnets ou de blogues permet des échanges constants avec les citoyens. De cette façon, nous pouvons connaître leur opinion à l'égard de nos émissions. Le service à l'auditoire, le service des plaintes, l'échange de courriels, les blogues et les tribunes téléphoniques donnent aux gens l'occasion de faire entendre leur opinion. Le fait d'offrir de tels services est probablement unique.

[Traduction]

**M. Francis Scarpaleggia:** En ce qui concerne la partialité des reportages, je ne pense pas qu'elle soit systématique.

Ce dont je veux parler ne relève peut-être pas de la partialité, mais on semble noter une sorte de caprice dans l'ensemble du pays, en ce sens que les journalistes ont tendance à toujours solliciter l'opinion des mêmes experts, parce que c'est plus facile pour eux. Ils ont leur numéro dans leur BlackBerry et ils sont déjà entrés en contact avec eux.

Je me souviens qu'une fois — et il s'agissait d'un télédiffuseur privé — j'ai vu un reportage sur une garderie au bulletin de 18 heures, et j'y ai reconnu un ami. La séquence montrait des parents qui amenaient leurs enfants à la garderie. J'ai demandé à mon ami comment il se faisait qu'on l'ait vu aux nouvelles télévisées et il m'a répondu que c'était parce que le frère de l'un des parents travaillait pour la station de télévision.

Que faites-vous pour éviter que les journalistes ou les réalisateurs n'optent pour la facilité et s'adressent toujours aux mêmes personnes, qu'ils mettent ainsi en valeur?

• (1015)

**M. Tony Burman:** Je pense que c'est un défi considérable pour toute entreprise médiatique et à ce propos, nous sommes carrément obsédés par le souci d'étendre notre fichier Rolodex, pour ainsi dire, pour parvenir à une véritable diversité de points de vue. Nous contrôlons minutieusement et statistiquement cette diversité pendant les campagnes électorales, non seulement en fonction des origines ethniques, mais pour avoir une véritable diversité des points de vue. Nous la contrôlons chronomètre en main, pour ainsi dire. Je ne parle pas seulement de la représentation des conservateurs par rapport à celle des gens du NPD. Nous tenons cette forme d'impartialité pour acquise. Je parle d'une diversité beaucoup plus grande.

Au Canada, nous sommes beaucoup plus conscients — et je parle ici au nom du télédiffuseur public — de la nécessité de proposer une couverture de large portée qui traduise aussi bien à la radio, à la télévision que dans nos sites Internet, toute la diversité de ce pays. Nous y accordons la plus grande attention.

**M. Francis Scarpaleggia:** J'aimerais parler des cloisonnements. Je crois que vous avez un cloisonnement, un pare-feu. Il me semble également que les radiodiffuseurs privés en ont aussi. Ceux qui disent que les radiodiffuseurs privés dépendent trop des intérêts commerciaux ne pensent pas forcément au PDG de Procter & Gamble qui appellerait le chef de pupitre pour lui dire qu'il n'a pas aimé la couverture de tel ou tel événement, mais plutôt au fait qu'inconsciemment, l'équipe sait qu'elle ne recevra pas un coup de téléphone à ce sujet, mais que le chef d'entreprise ne sera pas content si l'on diffuse trop de choses qui nuisent aux affaires. Parce qu'en bout de ligne, on reçoit de l'argent de cette entreprise. Donc, même s'il y a un cloisonnement, il y a quand même une notion subconsciente selon laquelle il faut être prudent.

Est-ce que ce phénomène existe aussi à la SRC, mais sous une forme différente, surtout compte tenu du fait que son financement n'est pas stable? Il y a certainement des cloisonnements, mais les journalistes et les chefs de pupitre doivent être conscients du fait que s'ils attaquent trop souvent le gouvernement, puisque le financement de la Société est renouvelé tous les deux ou trois ans, je crois, il faut faire attention. Est-ce qu'il n'y a pas le même système, même s'il faut tenir compte des sensibilités du gouvernement plutôt que de celle des annonceurs?

**M. Tony Burman:** Je crois que nous essayons ardemment d'éviter ce problème. Ce phénomène peut arriver, c'est évident. Cependant, à mon avis, pour tout journal télévisé de la Société ou toute émission sur les affaires courantes, on reflète une diversité telle qu'il semble que nous sommes protégés de ce danger, tant que l'on fait attention de ne pas faire ce genre de chose par inadvertance. Je crois que notre bilan est très bon, à ce sujet.

Il y a toujours des tensions avec les gouvernements. Cela fait 30 ans que je suis à Radio-Canada et nous avons eu des tensions avec de nombreux gouvernements. Il serait ridicule que la Société commence à adapter son approche au gouvernement du jour qui a une incidence sur son financement...

**M. Francis Scarpaleggia:** Je comprends. Une dernière chose, monsieur.

Nous sommes en train de dire, en quelque sorte, que les journalistes privés, les journalistes qui travaillent pour les radio-diffuseurs privés, ne sont pas à l'abri de ce genre de pressions des annonceurs privés. Comprenez-vous ce que je veux dire? J'essaie d'établir un parallèle entre les secteurs privé et public.

**M. Tony Burman:** Monsieur le président, est-ce que vous m'accordez 30 secondes pour répondre à l'intervention de monsieur?

Je regardais mes notes. Je pense que vous parlez de la photo affichée sur le site Web de CBC.ca associée au Protocole de Kyoto. Ce qui s'est passé — et votre description ne correspond pas à mes souvenirs de cette histoire —, c'est que la photo a été retouchée. Elle n'a pas été retouchée pour être diffusée à notre antenne. Elle a été retouchée parce que c'est ce que les gens font pour voir quelle est l'incidence... Cette photo a été mal classée. D'abord, cet incident n'aurait jamais dû se produire et ensuite, la photo n'aurait pas dû être affichée. Elle a été affichée par inadvertance et utilisée.

La différence entre les deux photos était très subtile. En fait, elles avaient l'air identiques. Nous l'avons examinée. Dès qu'on nous a avisés, nous avons immédiatement retiré la photo du site. C'est un incident qui n'a provoqué presque aucun dommage et à notre connaissance, pour lequel il n'y avait aucun motif négatif. C'était une erreur de traitement que nous avons corrigée et qui ne se reproduira pas. La photo a été mal classée, de sorte que quelqu'un y a eu accès et elle a été affichée sur notre site Web très brièvement.

• (1020)

**Le président:** Merci.

Monsieur Warkentin.

**M. Chris Warkentin (Peace River, PCC):** Merci beaucoup.

Je vous remercie d'avoir précisé les circonstances de cet incident, et cela me ramène à mon argument. Pour les Canadiens qui nous regardent et qui nous écoutent aujourd'hui, il reste que c'était une photo trafiquée, une fausse représentation de ce qui s'est réellement passé, d'autant plus que c'était une photo dépassée, puisqu'entre le moment où la photo a été prise et celui où elle a été affichée sur le site Web, les cheminées n'existaient plus. C'était donc une fausse représentation de la réalité.

Cela nous amène à parler de la sensibilité dont vous devez faire preuve à Radio-Canada, même si cet incident n'était pas intentionnel et ne visait pas, d'après ce que vous me dites, à induire les Canadiens en erreur. Pourtant, ils ont été induits en erreur parce que la photo visait à étayer ce que l'on présentait dans l'article qui l'accompagnait.

Je pense que c'est ce qui inquiète beaucoup de Canadiens, c'est-à-dire que vous êtes un radiodiffuseur, mais que vous avez une responsabilité vis-à-vis du public parce que les Canadiens doivent pouvoir faire confiance à leur radiodiffuseur national. Évidemment, cet incident était extrêmement délicat et, malheureusement pour la SRC, ce n'est pas le premier et ça ne sera peut-être pas le dernier. Mais je crois qu'il est important que l'on s'engage, après ce genre d'incident, à ce qu'il ne se reproduise pas.

J'aimerais donc savoir quelles ont été les déclarations prononcées après cet incident et quelles assurances vous pouvez nous fournir ce genre de couverture partielle ne se reproduira pas.

**M. Tony Burman:** Dans ce cas précis, j'ai essayé de vous expliquer qu'il y a eu une enquête pour déterminer ce qui s'était passé, puis des excuses, et que nous avons pu déterminer qu'il n'y avait, pour cet incident, de motif dommageable.

**M. Chris Warkentin:** Chaque fois qu'une photo sert à étayer une revendication, je crois qu'il y a une corrélation, et qu'il y a une certaine partialité... Je comprends que cela n'était pas intentionnel.

**M. Tony Burman:** Eh bien, cette photo n'était pas destinée à être diffusée. Je pense que c'est le principal.

**M. Chris Warkentin:** Mais vous appliquez les mêmes règles pour le site Web et l'antenne, n'est-ce pas?

**M. Tony Burman:** Certainement, et nous nous sommes engagés à ce que ce genre de chose ne se reproduise pas. En me préparant pour cette réunion, j'ai fait une petite recherche. Je vous dirais qu'il y a eu six ou sept incidents de ce genre ces deux ou trois dernières années, qui ont découlé d'erreurs ou des pressions qu'implique un réseau de nouvelles continues 24 heures sur 24 et sept jours sur sept, et je n'utilise pas cela comme excuse. Je sais que ça n'est pas un problème répandu. Il ne s'agit pas d'incidents qui...

**M. Chris Warkentin:** Parlons de choses qui ne sont peut-être pas si fortuites.

Pouvez-vous m'expliquer le processus par lequel se font les reportages, au Canada. J'imagine que vous avez tous les jours des centaines de reportages que vous pouvez diffuser à l'émission *The National* ou à CBC Radio, et qu'il y a un processus de décision pour choisir lesquels feront les manchettes.

Je trouve cela assez intéressant, en fait — et je vais vous citer un exemple, après quoi vous pourrez m'expliquer comment on choisit les manchettes de la journée — car il y a eu récemment un rallye sur le caractère sacré de la vie sur la Colline parlementaire. En fait, j'ai eu la possibilité d'y participer et je crois comprendre qu'il y avait près de 7 000 personnes, soit plusieurs milliers de personnes qui se sont rassemblées sur la Colline. Il me semble même qu'il y a eu une conférence de presse — à laquelle un de mes collègues d'en face a participé. Or, je crois que Radio-Canada n'a pas couvert le rallye, ni même la conférence de presse des différents parlementaires qui voulaient parler de cette question.

Je me demande comment Radio-Canada est arrivée à cette décision de ne pas tenir compte des 7 000 personnes réunies sur la Colline parlementaire, alors que le lendemain, avec 20 manifestants, on peut choisir de faire les manchettes.

**M. Tony Burman:** Votre second exemple est hypothétique. À mon avis, Radio-Canada choisit ses nouvelles de la même manière que tout autre organe de presse, c'est-à-dire qu'on évalue la valeur d'une nouvelle en particulier par rapport aux autres nouvelles dont nous disposons. Pour ce qui est de cette nouvelle-là, je n'ai pas de détails, je ne pourrais pas vous dire comment nous l'avons traitée.

•(1025)

**M. Chris Warkentin:** Je veux seulement savoir, hypothétiquement, comment vous pourriez omettre de mentionner le fait que 7 000 personnes se sont rassemblées sur la Colline du Parlement. Je me demande seulement à quoi on songe lorsqu'on décide...

**M. Tony Burman:** Je vous répondrai respectueusement que je n'admets pas votre raisonnement. Personne chez nous ne s'est levé ce matin-là et a dit: « Nous n'allons pas parler de ces 7 000 personnes sur la Colline. » J'irai vérifier avec plaisir... Vous savez, après la séance du comité, je vais aller faire enquête, mais il ne se passe pas deux jours où il n'y a pas une multitude de groupes — des groupes d'intérêts, des groupes de personnes — qui estiment que l'événement qu'ils ont organisé mérite qu'on en parle sur nos ondes à l'exclusion de toute autre chose. Nous voyons cela tous les jours dans notre métier.

Soyons justes, on a un portrait plus juste de la situation quand on voit que bon nombre de ces nouvelles, dont celle que vous venez de mentionner, ont reçu beaucoup d'attention à Radio-Canada à maints égards. J'ignore si nous avons ce jour-là le personnel voulu pour couvrir cette nouvelle. Nos moyens sont limités à Ottawa; nous ne pouvons pas traiter toutes les nouvelles que nous voulons à Ottawa. C'est le genre de choix qu'on fait, et nous les défendons, mais je peux me pencher sur cette question si vous voulez.

**M. Chris Warkentin:** Non, je voulais seulement savoir. J'ai pensé que c'était un bon exemple. Je voulais seulement savoir comment on décide, mais je constate que vous n'êtes pas sûr de ce qui s'est passé, donc je comprends ça.

**Le président:** Nous allons maintenant passer à M. Angus.

**M. Charlie Angus:** Je trouve cette discussion très intéressante. Comme radiodiffuseur indépendant et journaliste, j'ai toujours eu une relation très particulière avec Radio-Canada. Je me suis buté à ce petit livre bleu plusieurs fois, et je suis heureux de le voir enfin imprimé, parce que je me demandais toujours pourquoi certaines nouvelles que je proposais... Je me faisais taper sur les doigts.

En fait, je tiens à le préciser parce que je crois que c'est instructif, je ne faisais pas les actualités à Radio-Canada parce que j'étais connu pour mes opinions assez marquées, mais j'ai fait beaucoup de reportages culturels dans le Nord, et j'avais réalisé une série en dix épisodes sur les pionniers du Nord. Impossible de trouver sujet plus anodin que celui-là, mais je me suis retrouvé un jour mêlé à une lutte très controversée dans le Nord, et j'ai été cité sur les ondes. Ce matin-là, j'ai reçu un appel d'un très bon ami à moi, un journaliste respecté de Radio-Canada, qui m'a dit: « Je pense que tu es fini ici. » Je lui ai répondu: « Oui, je crois que tu as raison. » Ce matin-là, ma série en dix épisodes a été retirée, et on m'a dit: « Cette série ne sera pas diffusée par Radio-Canada parce qu'on estime que vous faites du militantisme politique, même si vous n'êtes pas un de nos journalistes. »

Je pose cette question parce que j'ai eu affaire à ce code de conduite. Il me semble qu'il existe un véritable code de normes dans toutes les stations régionales du pays, et on insiste pour dire que Radio-Canada a une voix à elle et qu'elle veut maintenir cette norme. Comment allez-vous vous assurer, pas seulement dans un lieu central comme Toronto et Montréal, mais aussi à Yellowknife, à Sudbury et à St. John's, que l'on respecte cette norme et que vos réalisateurs ont une bonne idée de ce qu'est et n'est pas la voix de Radio-Canada?

**M. Tony Burman:** Nous nous fions aux dirigeants que nous avons en ces endroits. L'une des qualités durables de CBC et de Radio-Canada, c'est la qualité des responsables des nouvelles et des émissions, pas seulement dans les grands centres comme Toronto ou Montréal mais partout au pays.

Je crois que CBC autant que Radio-Canada sont plus désireuses de consolider leur présence régionale et même de l'élargir dans les milieux où Radio-Canada n'est peut-être pas présent en ce moment. On s'assure que les normes qu'on observe en ces endroits sont semblables aux normes nationales, comme nous le voulons tous, et nous y arrivons grâce à la qualité, non seulement du personnel, mais de nos dirigeants aussi.

Ce document est très important au sein de notre organisation. Je pense qu'il y a beaucoup de monde qui le prend très au sérieux, et idéalement, cela va limiter le nombre de problèmes que nous allons rencontrer.

**M. Charlie Angus:** J'ai connu beaucoup de monde dans les médias privés au fil des ans parce que j'ai travaillé avec eux, et quand on est dans une région nordique, une région isolée, il est sûr qu'il est assez difficile de faire parler de soi au niveau national, à moins qu'un ouragan ne s'abatte sur le parc de roulottes local et qu'on se trouve à être le seul caméraman sur place. À part cela, il semble y avoir un fossé.

Comment pensez-vous qu'on pourrait situer dans le contexte national les nouvelles régionales et locales?

•(1030)

**M. Tony Burman:** Cela fait des années que j'entends cette plainte à Radio-Canada. C'est un sujet que nous prenons au sérieux. Je crois que si vous procédiez à un examen minutieux de l'émission *The National* au cours des deux, trois ou quatre dernières années, vous en concluriez, et je sais que les chiffres le confirment, que ce n'est plus du tout le cas. Il existe une ouverture de la part de toutes nos émissions nationales et réseau à l'égard des voix régionales et des nouvelles régionales que nous voulons entendre davantage. Je crois que tout cela a enrichi notre programmation. J'imagine que le nombre de plaintes que nous entendons à ce sujet a probablement diminué par rapport à ce qu'on entendait autrefois.

**M. Charlie Angus:** Je vais passer du régional à l'international à cause de la situation où nous nous retrouvons maintenant, avec l'instabilité croissante de diverses régions du monde, dans les principaux centres de nouvelles du monde. Par exemple, on n'a toujours pas entendu parler d'Alan Johnston qui a été enlevé à Gaza. De plus en plus de journalistes sont la cible d'attaques dans des régions et dans des guerres où, par le passé, les journalistes étaient toujours en mesure de faire leur métier. Nous n'avons presque plus de journalistes sur le terrain en Irak. Vous avez dit que nous étions présents au Darfour, mais maintenant, Gaza est devenue zone interdite. C'est le cas de bon nombre de ces endroits.

Comment décide-t-on qu'on va envoyer un journaliste sur le terrain s'il s'agit d'une situation instable dans le climat d'aujourd'hui?

**M. Tony Burman:** C'est probablement devenu le problème le plus important qui se pose pour nous au niveau des nouvelles internationales, lorsqu'il s'agit de couvrir Gaza, comme vous dites, lorsqu'il s'agit aussi de couvrir le nord du Liban, toutes ces autres régions. Je crois que nous avons la chance de compter sur un grand nombre de journalistes expérimentés. J'ai travaillé dans quatre zones de guerre, et mes collègues ont des états de service semblables.

Je pense que la question de la sécurité de nos journalistes est primordiale pour nous. Je crois que ce que nous faisons, c'est prendre en compte la nécessité où nous sommes comme organe de presse de couvrir ces événements pour les Canadiens tout en nous assurant de protéger nos journalistes. Je crois qu'une bonne partie du problème se pose au niveau des ressources. Comme vous le savez, en Irak, par exemple, il nous en coûte plus cher pour assurer la sécurité de nos journalistes que ce qu'il en coûte pour les payer, et c'est une réalité qui donne du fil à retordre à une organisation comme CBC ou Radio-Canada.

[Français]

**M. Alain Saulnier:** Ces décisions, nous les prenons ensemble. Dans le cas de l'Irak, Tony et moi en avons discuté et avons pris la décision de ne plus envoyer qui que ce soit parce que leur sécurité ne pouvait pas être garantie. L'automne dernier, sur les trois reporters qui ont été envoyés en Afghanistan, il y avait deux femmes: Alexandra Szacka et Céline Galipeau. La troisième personne était Frédéric Nicoloff. Nous maintenions un lien constant avec eux, précisément pour nous assurer qu'ils ne prenaient pas de risques inutiles. Je peux vous garantir qu'en tant que patron de l'information, il m'est parfois difficile de dire à quelqu'un d'aller sur le terrain, parce que je suis conscient de la responsabilité que ça implique.

[Traduction]

**M. Charlie Angus:** Une dernière remarque, et j'ai terminé. Lorsque Alan Johnston est resté à Gaza, c'est parce qu'il pensait que s'il partait, plus personne ne parlerait de cette situation et on cesserait complètement d'en parler. Et il y a maintenant des régions comme la Tchétchénie qui sont devenues des zones interdites pour les journalistes, donc n'importe quoi peut se passer là-bas.

Qu'est-ce qui arrive aux nouvelles lorsqu'il n'y a personne sur le terrain pour assurer une vérification indépendante, ou une réplique indépendante, à propos de ce qu'on dit dans ces endroits?

**M. Tony Burman:** C'est une difficulté réelle. Il y a deux façons de faire les choses. Un, on peut se servir des journalistes qui sont basés sur place et des gens, que ce soit à Gaza ou — il y a quelques années de cela — en Tchétchénie, dans ces régions où nous ne pouvons pas aller. De même, ce que nous faisons aussi, c'est couvrir la situation à partir de la périphérie. Par exemple, nous parlons encore beaucoup de Gaza même si nous ne pouvons pas pour le moment entrer à Gaza étant donné qu'on peut en parler à partir d'Israël ou de la Jordanie. C'est une difficulté pour tous les médias, pas seulement Radio-Canada, mais nous disposons d'une telle gamme, comme Alain l'a dit, de journalistes expérimentés sur le terrain que nous pouvons quand même couvrir la situation de notre mieux en dépit du fait que nous ne pouvons pas nécessairement entrer dans la région aussi souvent que nous le voudrions.

•(1035)

**Le président:** Je vous remercie.

Je vous remercie tous les deux d'être venus ce matin répondre à nos questions. Nous allons faire une courte pause, après quoi nous allons revenir pour discuter des affaires du comité.

• (1035)

(Pause)

• (1040)

**Le président:** Concernant les affaires du comité, la semaine dernière, je n'ai pas eu gain de cause au Comité de liaison. On ne nous permettra pas de nous rendre au Royaume-Uni pour y étudier la BBC, même si je me suis battu comme un lion pour nous tous.

Deuxièmement, il y a l'avis de motion de Maka Kotto. Il propose que:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, le Comité permanent du patrimoine canadien recommande au gouvernement fédéral de procéder de toute urgence au transfert de la part revenant au Québec, des 60 millions de dollars de subventions sur deux années, pour le financement des festivals afin que ces subventions s'ajoutent aux programmes existants du gouvernement du Québec. Et que rapport de l'adoption de cette motion soit fait à la Chambre à la première occasion.

Voulez-vous parler de la motion, monsieur Kotto?

[Français]

**M. Maka Kotto:** Merci, monsieur le président.

Cette motion reflète la volonté de l'Assemblée nationale du Québec, tous partis confondus: le Parti libéral du Québec, l'Action démocratique et le Parti Québécois. À la lumière de l'urgence qui s'impose actuellement, les organisateurs des festivals au Québec avaient espoir, compte tenu qu'ils avaient rencontré M. Flaherty avant même qu'il n'établisse son budget et que le ministre avait promis l'avènement d'un nouveau fonds pour les festivals afin de remplacer celui qui avait été aboli par M. Martin, de voir ce nouveau fonds mis à la disposition des organismes, de façon à ce que les projets puissent être réalisés de manière adéquate cet été.

Or, force est de constater, compte tenu de la rétention financière de la ministre du Patrimoine canadien, que cette dernière n'est pas disposée à distribuer ces fonds en ce moment, ce qui engendre déjà des dégâts sur le terrain. Des festivals ont mis la clé sous la porte, d'autres accumulent des déficits. Le Québec dispose de critères pour redistribuer la part qui lui reviendrait. C'est une demande qui a également été réitérée par M. Bachand, le ministre du Tourisme du Québec. Il a insisté sur le fait que ce serait une mesure d'urgence. Mme la ministre du Patrimoine aura le temps nécessaire pour établir les critères du programme l'année prochaine, de façon à le faire concorder avec sa vision.

Nous sommes donc face à cette réalité. Vous savez quels sont les impacts des festivals sur l'économie du Québec. Vous savez également que les festivals ont, sur le plan international, mis le Québec sur la *map*, comme on le dit, et qu'ils assurent en outre une activité touristique. Ils sont en effet le fer de lance de la promotion du Québec aux États-Unis, en Amérique du Sud et en Europe.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Monsieur Angus.

**M. Charlie Angus:** Merci.

Je comprends pourquoi mon collègue propose cette motion parce que, chose certaine, au Québec et ailleurs au pays, on se préoccupe beaucoup de ce programme des festivals.

Mais j'ai des réserves quant à cette motion. J'ai parlé à des coalitions de festivals de partout au pays, et elles croient qu'il est encore possible d'obtenir un accord. Si nous adoptons cette motion, les festivals dans toutes les autres régions du pays vont se retrouver essentiellement le bec à l'eau. Il serait incorrect à mon avis d'adopter cette motion parce qu'on créerait une situation inéquitable.

Il pourrait y avoir de plus petits festivals, par exemple, à l'Île-du-Prince-Édouard qui ne sont pas aussi bien... Je ne sais pas s'il existe des critères ou non, mais si on fait simplement un transfert vers une région et qu'on oublie tous les autres festivals du pays, nous manquerions à l'obligation que nous avons, à savoir, obtenir une rencontre entre les coalitions et le ministre, définir les critères et verser ces subventions.

• (1045)

**Le président:** Monsieur Abbott.

**M. Jim Abbott (Kootenay—Columbia, PCC):** Je voudrais aussi parler de cette motion, mais avant de le faire, j'aurais besoin d'une petite clarification de la part de notre greffier.

Je pose ma question parce que je ne connais pas bien l'article 108 (2) du Règlement. J'aimerais qu'on nous explique le rapport qu'il y a entre cet article et la motion de M. Kotto. Autrement dit, si la motion de M. Kotto dit que le Comité permanent du patrimoine canadien recommande au gouvernement fédéral de faire ceci ou cela, cela ne me pose pas problème. Je veux seulement savoir pourquoi on mentionne expressément l'article 108(2) du Règlement. Je ne comprends pas.

Ce n'est pas une critique; c'est une demande d'information.

[Français]

**Le greffier du comité (M. Jacques Lahaie):** Le paragraphe 108 (2) est de nature générale et couvre toutes les activités que le ministère du Patrimoine canadien entreprend. Selon ce paragraphe, le comité est habilité à étudier toute question relative à ce ministère. Ce n'est pas un pouvoir spécifique, mais général.

[Traduction]

**M. Jim Abbott:** Très bien.

Je n'insisterai pas là-dessus. Je ne vois pas pourquoi il est nécessaire d'avoir un renvoi. De toute façon, ce n'est pas le point important.

M. Kotto m'a entendu intervenir à la Chambre et il a entendu également la ministre signaler que les 60 millions de dollars pour une période de deux ans viennent s'ajouter aux montants qui ont déjà été affectés. La ministre et moi avons dit combien d'argent était disponible. Nous avons signalé à plusieurs reprises lors de nos discussions que ce montant de 60 millions de dollars sur une période de deux ans est réservée au financement d'événements d'une importance ou d'une ampleur plus limitée. Aujourd'hui nous devons certainement être vendredi et il doit faire très froid parce que je suis d'accord avec M. Angus aujourd'hui; cependant, en sus de ce qu'il a dit de façon d'ailleurs fort éloquente, j'aimerais rappeler qu'on n'avait jamais eu l'intention de transférer la responsabilité d'une compétence à une autre, soit du gouvernement fédéral aux gouvernements provinciaux.

Comme on l'a décrit dans les documents du budget, comme on l'a dit depuis, et j'entends par-là la ministre ou moi-même, il est clair que cet argent doit être transféré du Trésor directement à ceux qui s'en serviront. Cette motion n'a rien à voir avec l'intention de la ministre ou du gouvernement.

**Le président:** Je vous remercie de ce commentaire.

Nous passerons d'abord à M. Scott puis à M. Kotto.

**L'hon. Andy Scott:** Ça s'améliore, Jim, dans ce contexte. Je suis d'accord avec Charlie et Jim, quoique je devrai ajouter ce qui suit.

Je ne crois pas qu'il s'agit d'une solution appropriée, mais je partage ses inquiétudes à l'égard de ce dossier. Je crois que la ministre responsable du programme d'emplois d'été a démontré qu'elle pouvait remettre les pendules à l'heure et essayer d'intervenir rapidement pour régler le problème. Cependant, je ne dois pas excuser complètement le gouvernement parce qu'il n'a pas pu répondre rapidement ou intervenir pour régler le problème rapidement, tout au moins pour les étudiants qui cherchent un emploi pour l'été.

Pour ce qui est de la solution offerte, je ne pourrai l'appuyer. Je crois que le gouvernement a un rôle à jouer à titre de gouvernement national pour appuyer ce genre d'événements. Rien ne me garantit que si ce montant était versé à la province — et je ne parle pas du Québec, je parle de n'importe quelle province — on ne se contenterait pas simplement de remplacer les dépenses déjà assumées par le gouvernement provincial pour ces mêmes événements ou simplement se servir de ces montants pour réduire les impôts par exemple.

• (1050)

**Le président:** Merci.

Monsieur Kotto.

[Français]

**M. Maka Kotto:** Je précise encore une fois, en paraphrasant le ministre du Tourisme au Québec, M. Bachand, que ce serait une mesure circonstancielle et non permanente. Compte tenu des enjeux pour le Québec, faire fi de cette urgence et du fait que le vote sur ce sujet a été unanime à l'Assemblée nationale du Québec, c'est méconnaître la réalité culturelle et artistique de même que les retombées économiques qui y sont reliées.

Je pense que tout le monde, de part et d'autre, a émis son point de vue. Par conséquent, je ne crois pas qu'on ait à s'attarder davantage sur le sujet. Je demanderais donc un vote par appel nominal sur la question.

Merci.

[Traduction]

**Le président:** D'accord, procédons à un vote par appel nominal.

(La motion est rejetée [voir le *Procès-verbal*].)

**Le président:** La motion est rejetée.

M. Fast ne présentera pas sa motion tout de suite. Cela demeure un avis de motion mais il faut quand même un peu plus de précision.

Il y a deux autres choses que j'aimerais aborder.

La première question concerne les nominations par décret du conseil.

Sur la recommandation de la ministre du Patrimoine canadien et de l'Office national du film et en vertu de l'article 16 de la Loi sur l'Office national du film, Son Excellence la Gouverneure générale en

conseil nomme Tom Perlmutter de Montréal commissaire du gouvernement à la cinématographie.

Voulez-vous que l'on rencontre cette personne?

**Des voix:** D'accord.

**Le président:** Est-ce que tout le monde convient d'inviter cette personne à comparaître devant le comité?

**Des voix:** D'accord.

**M. Charlie Angus:** Quel est son nom encore? Je ne vous ai pas entendu.

**Le président:** Il s'agit de Tom Perlmutter, de Montréal au Québec.

De plus, nous sommes assez chanceux, tout au moins c'est ce qu'on pourrait dire. Le PDG, l'équivalent de sous-ministre, Martin Matthews, du ministère néo-zélandais de la Culture et du Patrimoine rencontrera des fonctionnaires à Ottawa du 11 au 13 juin. Il est responsable de la radiodiffusion publique en Nouvelle-Zélande, et nous aurons l'occasion, le 16, de lui demander de comparaître devant notre comité; il se pourrait cependant qu'il demande que cette réunion se déroule à huis clos.

La demande présentée au Comité de liaison a été rejetée et nous ne pouvons donc pas nous rendre au Royaume-Uni. Lorsque M. Matthews sera ici, nous pourrions faire appel à ses services car il représente une ressource absolument inestimable. On a dit que le système de radiodiffusion en Nouvelle-Zélande ressemblait beaucoup au système canadien.

Je fais donc cette suggestion. Est-ce que cela vous convient à tous?

**Des voix:** Oui.

**Le président:** Donc, nous aurons certainement de très bonnes questions à lui poser le 12.

Un instant. Avant que l'on ajourne nos travaux, il y a quelque chose concernant notre réunion de jeudi prochain.

• (1055)

[Français]

**M. Marion Ménard (attaché de recherche auprès du comité):**

Il est très important que pour la rencontre de jeudi prochain, nous obtenions de la rétroaction de votre part concernant la rédaction du rapport l'été prochain. Je vous invite à me faire part de vos propositions, recommandations ou orientations. Nous pouvons reprendre les mêmes thèmes que ceux abordés jeudi dernier dans le cadre de la table ronde, soit le mandat, la gouvernance, l'imputabilité, les nouvelles technologies et le financement. Bref, j'aimerais vous entendre jeudi; la parole sera à vous.

[Traduction]

**Le président:** Merci. Je tiens à vous remercier tous du très bon travail que vous avez fait lors de la table ronde la semaine dernière. Je pense que c'était une excellente réunion.

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.**