

simplement des conjectures. Ils doivent être bien définis, évidents et suffisamment importants pour surpasser les dangers inhérents à la concentration.»

Pourriez-vous nous donner un exemple de concentration de moyens de communication, qui serait, ou pourrait être au profit de la société?

M. Johnson: Il m'est difficile de penser à un tel profit, mais...

Le président: Qu'aviez-vous à l'esprit en écrivant ce passage?

M. Johnson: Bien, ce que j'avais à l'esprit était qu'il me semblait falloir quelqu'un sans parti pris là-dessus. Je partirais de la présomption qu'il ne devrait y avoir aucune concentration; que chaque débouché de l'opinion devrait dépendre d'un propriétaire indépendant. Maintenant, si vous voulez passer de cet état initial à un état avec quelque concentration, il me semble c'est à la personne, qui veut en posséder plus d'un, de démontrer que cela devrait lui être permis. Mais cela ne devrait pas être un obstacle insurmontable. Il se peut fort bien qu'il soit capable d'exposer les raisons pour lesquelles c'est substantiellement et, d'une manière évidente, dans l'intérêt général, le dommage irrémédiable que le public subira si on ne lui permet pas d'en posséder plus d'un. S'il peut le prouver, nous devrions être prêts à accepter cette mesure de concentration.

Du reste, il me semble que c'est de ce côté que devrait se trouver l'obligation. Actuellement, par-devant la Commission fédérale des communications, l'obligation est plutôt de l'autre côté. L'opinion implicite est que quiconque veut fusionner devrait pouvoir le faire, à moins que le commissaire Johnson ne puisse s'y opposer, en énumérant les raisons en vertu desquelles cela ne devrait pas être approuvé. Ça me semble être exactement le contraire, un point c'est tout.

Le président: Vous semblez contester l'utilité des lois antitrust. Vous dites qu'elles ne peuvent bloquer la concentration que lorsque la menace est économique. Pourriez-vous discuter ce point?

M. Johnson: Bien, en général, les lois antitrust concernent la concentration économique et les problèmes de marché. Le même genre de conséquences économiques peuvent résulter de la concentration dans les domaines du film, du magazine, du livre, de la télévision ou du journal que dans l'acier, l'automobile ou toute autre industrie.

En principe, les pratiques anticompétitives—prix supérieurs, peu d'innovations sur le plan technique, accords secrets et monopoles de toutes sortes—peuvent exister aussi bien dans ces industries.

Seulement, ce n'est pas le vrai, ou, du moins, le principal problème. Nous devrions, à mon avis, nous sentir concernés par beaucoup plus qu'une simple concentration économique. Ce qui nous concerne dans la concentration, c'est le marché des idées. Et là, à mon avis, au moins pour les États-Unis, je veux avoir la plus grande diversité possible, et je suis prêt à payer, économiquement parlant, le prix de cette diversité. Je pense que je veux prévenir l'efficacité économique qui pourrait résulter de n'avoir qu'un journal pour les États-Unis, ou que trois réseaux commerciaux sur le plan national.

Le président: Vous ne croyez pas à l'utilité des lois antitrust, du moins dans ce contexte, vous tendez à bannir le politicien. Dans un passage haut en couleurs, vous le décrivez en disant:

«Chaque fois que le FCC s'agit comme en se réveillant en sursaut, l'industrie de la radiodiffusion se hâte de le faire matraquer par le Congrès. Et le fait qu'en gros, 60 pour cent des dépenses électorales vont à la radio et la télévision ne donne qu'un aperçu du pouvoir de la radiodiffusion sur les sénateurs et les membres du Congrès.»

Alors, si le gouvernement ne va pas de l'avant, qui le fera?

M. Johnson: La raison d'être de mon livre «Comment répondre à votre appareil de télévision» est justement de poser cette question, et je pense, du moins en ce qui concerne les États-Unis, que notre pays est fait par nous, avec un gouvernement fait par nous. Nous avons des institutions sensibles à toutes sortes de pressions, et pas seulement aux mauvaises, à celles qui proviennent d'intérêts personnels sur le plan économique et de la cupidité d'entreprises. Mais c'est au public de structurer et d'exprimer son point de vue, d'utiliser les moyens légaux à sa disposition, moyens qui traînent çà et là, rouillant en attendant de trouver quelqu'un pour presser sur le bouton.

Le président: Si le président vous disait: «Monsieur Johnson, je vais vous mettre à la tête de toute la radiodiffusion et les communications, dans cette étendue...»

M. Johnson: C'est une supposition si déraisonnable que je crois impossible de l'aborder.