

Le président : M. Glassford, sûrement les connaissances techniques nécessaires à un rédacteur seront bien différentes pour une revue qui s'intéresse aux matériaux de construction et pour une publication qui traite de l'administration civique, n'est-ce pas ?

M. Glassford : Très différentes, bien sûr.

Le président : Est-ce que ces deux aspects sont traités dans ce cours ?

M. Glassford : Au fond, notre sujet porterait, par exemple, sur les façons de se servir de l'information technique dont un journaliste a besoin.

M. Kay : Journalisme de revues.

Le président : Êtes-vous, messieurs, des citoyens de deuxième classe à l'intérieur de l'industrie.

M. Glassford : Pas du tout. Du moins je ne le pense pas.

Le président : Gagnez-vous autant que ceux qui vendent de la réclame publicitaire ?

M. Glassford : Je pense que la distinction qui a été faite précédemment est assez juste.

Le président : Que voulez-vous dire par : «assez juste» ?

M. Glassford : Eh bien ! pour tout dire, je suis tout à fait sûr de gagner plus que bien des directeurs de publications.

Le président : Oui, mais est-ce que vous avec une revue à très fort tirage ?

M. Glassford : Oui.

Le président : Gagnez-vous plus que les vendeurs de publicité de votre publication ?

M. Glassford : Je gagne plus que les agents de la publicité.

Le président : Gagnez-vous plus que le directeur de la publicité ?

M. Glassford : Non.

Le président : Est-ce que cela vous ennuie ?

M. Glassford : Pas le moins du monde.

Le président : A votre connaissance—peut-être que vous ne pourrez pas répondre à cette question—est-ce que cela est vrai dans l'industrie des quotidiens ?

M. Glassford : Je ne sais vraiment pas comment répondre à cette question.

Le président : Vous voulez dire que les directeurs de la publicité de la plupart des quotidiens gagneraient plus que les rédacteurs ?

M. Glassford : Eh bien ! n'ayant pas d'expérience dans un journal . . .

Le président : Est-ce que quelqu'un parmi vous désirerait ajouter quelques commentaires sur le sujet ?

M. Verronneau : Non.

Le président : De toute manière vous ne vous considérez pas des citoyens de deuxième classe.

M. Glassford : Non.

Le président : Cela ne vous inquiète pas que votre nomination soit souvent faite à la demande d'une personne du service de la publicité ? Comprenez-moi bien, j'ai cru comprendre . . .

M. Verronneau : Je dirais qu'en général on engage quelqu'un pour sa compétence. Il importe peu que les juges de cette compétence aient de l'expérience dans la vente ou une formation journalistique.

Le président : Ne pensez-vous pas que des personnes qui s'y connaissent en journalisme soient mieux placées pour juger d'une compétence journalistique que des personnes qui ont fait carrière dans la vente de réclames publicitaires.

M. Verronneau : Règle générale cela est sûrement vrai. Cependant, il y a toujours bon nombre de personnes aux divers niveaux de direction de nos grandes maisons d'édition, qui ayant une formation journalistique sont capables de juger de la valeur de ces candidats.

M. Glassford : Je crois réellement que l'on part d'une fausse prémisse ici, car je viens justement d'engager un assistant la semaine dernière, et le choix de cette personne me fut entièrement laissé.

Le président : Mais cet assistant, avant de devenir rédacteur, devra, je présume, satisfaire les exigences d'une personne de la publicité ?

M. Glassford : Oui.

M. Kay : Eh bien ! pas nécessairement. Les structures de la compagnie veulent que dans chaque publication les services de rédaction et de publicité travaillent ensemble sous un seul directeur. Souvent ce directeur sera sorti des rangs du personnel de la publicité et continuera en effet, de servir dans le secteur de la publicité. Dans d'autres cas aussi, on trouvera un directeur qui, lui, est sorti des rangs du personnel de la rédaction et qui a rempli les tâches d'un rédacteur et d'un gérant.

Le président : Savez-vous, monsieur Kay, vous ne serez peut-être pas capable de répondre à cette question, naturellement, est-ce qu'il y a plus de directeurs de publications d'affaires qui viennent de la publicité que de la rédaction ?