

*Périodiques non canadiens*

Certains experts en publicité ont prévu que, si le *Time* et le *Reader's Digest* quittaient le Canada, les petites publications en souffriraient plus qu'elles n'en profiteraient, car la disparition de ces deux revues à fort tirage nuirait à la rentabilité des publicités destinées aux revues. Il semble donc évident, et il est en fait très possible, que nous risquions de perdre deux revues et d'y gagner fort peu de choses. Il n'est absolument pas dit que les dollars qui vont au *Time* et au *Reader's Digest* seraient investis dans d'autres revues.

Il est intéressant de noter que trois sphères d'activités contribuent principalement à la publicité dans les périodiques—je ne m'en étais jamais rendu compte avant ma vérification—il s'agit de la vente de l'alcool, des automobiles et des voyages. Ce sont des sociétés internationales qui s'adonnent à ces activités; même si elles offrent de la publicité au *Time* et au *Reader's Digest* après avoir quitté le Canada, elles pourront en fait récupérer leurs frais en imposant une taxe de gestion à la succursale canadienne.

Pour attirer l'argent de la publicité, un périodique doit d'abord attirer des lecteurs. Un hebdomadaire d'actualités comme *Maclean's* pourrait-il par exemple attirer la publicité si le *Time* et le *Reader's Digest* quittaient le Canada? Personne ne peut sérieusement croire qu'un périodique pourrait rivaliser avec le *Reader's Digest* et avec l'intérêt international qui s'y attache. Le *Reader's Digest* appartient à une catégorie spéciale. Ses articles ont une valeur universelle; ils peuvent se situer partout dans le monde, il suffit de changer le nom et l'histoire est acceptable. Si un périodique canadien peut attirer des lecteurs, pourquoi ne le fait-il maintenant? Je ne vois aucune raison pour laquelle un périodique canadien, de même tenue que le *Time*, ne pourrait avoir maintenant autant de succès que si le *Time* n'y était plus.

On lit *Time* non pas tant pour sa teneur canadienne que pour la fenêtre que ce périodique nord-américain nous ouvre sur le monde. La teneur canadienne, je ne l'ai jamais trouvée formidable, et ses articles n'en disent guère plus que nos propres quotidiens et d'autres journaux. Il ne faut pas oublier que la grande majorité des Canadiens vit sur le continent nord-américain et considère le reste du monde d'un point de vue nord-américain. Rien ne nous dit, si *Time* et *Reader's Digest* disparaissent, qu'une revue canadienne équivalente nous donnera le même point de vue.

Peut-être que, dans ce débat, on ne comprend pas bien certaines choses. Considérons notre population. Elle compte 22 millions d'âmes, mais se trouve divisée en deux groupes linguistiques. Les 6 millions de francophones se trouvent en dehors du groupe culturel de lecture anglaise, ce qui réduit à 12 ou 14 millions de personnes le marché des revues de langue anglaise.

D'autre part, notre population et nos lectures sont marquées d'une sorte de régionalisme: les revues de langue anglaise doivent par nécessité être publiées à Toronto. S'il est un groupe de Canadiens littéraires particulièrement mal considérés des autres Canadiens, c'est bien ceux qui vivent en dehors de Toronto. Les habitants des Prairies et de la côte ouest ne s'intéressent pas aux activités quotidiennes du monde littéraire de Toronto. S'ils veulent se tenir au courant de ce qui se passe ailleurs, il ont tendance à se tourner vers Minneapolis et Saint-Paul, vers Los Angeles et San Francisco. Cela fait partie de la vie nord-américaine.

Les publications canadiennes qui ne peuvent conserver leurs lecteurs ne sont pas les seules à avoir ce problème. Aux États-Unis, où il y a un vaste marché de 200 millions d'habitants, *Life*, *Look*, *Saturday Evening Post* et une foule

d'autres publications se sont aussi fait engloutir. Il me semble que les problèmes que comporte la publication d'une revue de nouvelles hebdomadaires au Canada sont particulièrement complexes. Si cette revue doit être canadienne, ce ne sont pas six pages de nouvelles canadiennes du *Time* qu'il l'empêcheront d'attirer des lecteurs et de la publicité. Par ailleurs, si elle veut être internationale, comme *Time*, elle aura une concurrence aussi forte, que *Time* ait une édition canadienne ou non.

Il me semble impossible qu'une publication canadienne puisse fournir à ses lecteurs des reportages internationaux comme ceux qu'offrent *Time* ou même *Newsweek*. Le marché canadien n'est pas assez vaste pour permettre une entreprise de cette envergure. Il me semble évident que le point de vue d'une revue canadienne sur la scène internationale ressemblera beaucoup au point de vue américain dans le même domaine. Autrement dit, puisque nous habitons le même continent, notre point de vue sera très analogue à celui des États-Unis.

● (2150)

Si nous mettons *Time* à la porte, il est probable que les kiosques à journaux du Canada en offriront l'édition américaine et que les magazines d'actualités devront se faire la concurrence pour faire connaître leur point de vue sur les affaires internationales. Le magazine d'actualités canadien sera essentiellement le même. En définitive, toute la question se résume à savoir s'il vaut mieux avoir un magazine d'actualités unique, entre les mains d'un groupe très dense, qui fasse concurrence aux revues *Time*, *Newsweek*, et autres magazines d'outre-frontière auxquels manquera le contenu canadien. Bien que *Time* ne soit pas l'idéal pour les Canadiens, il est si puissant que la situation actuelle vaut mieux que la nouvelle.

Qu'en est-il du règlement qui veut que les publications ne soient pas admissibles si leur contenu est essentiellement le même que celui de publications étrangères? Je crois savoir que ce règlement figure dans les statuts depuis 1964, mais qu'il n'a jamais été vraiment utilisé, faute de pouvoir s'appliquer à des publications importantes. Jamais aucune directive n'a été donnée quant à la teneur en chiffres de pourcentage d'une publication canadienne. Quoi qu'il en soit, en 1972, dans l'affaire Jay-Kay Publications, la Cour fédérale a rendu le jugement suivant:

La preuve révèle que l'édition canadienne reproduit dans l'ensemble 60 p. 100 des textes parus dans l'édition américaine; à ce titre seulement, cette publication n'est pas admissible.

C'est-à-dire que cette publication ne pourrait se prétendre canadienne en vertu de nos lois fiscales. Ce genre de pourcentage pourrait servir à définir une publication canadienne dans une situation comme celle-ci. Une publication canadienne pourrait comporter 10 pages de contenu américain d'une haute valeur littéraire et 20 pages d'insignifiances canadiennes, ce qui lui permettrait, je suppose, de se prévaloir de l'étiquette canadienne.

J'aimerais également faire remarquer qu'il y a une ou deux publications qui seront prises dans le filet que l'on devrait à mon avis laisser subsister. Je veux parler du périodique médical *Modern Medicine of Canada*. Je crois qu'il existe d'autres magazines artistiques et scientifiques dans la même catégorie. Comme la connaissance médicale est répandue de par le monde et ne connaît pas réellement de frontières, il me semble insensé d'exclure les magazines que nous avons actuellement.