

survivre indéfiniment dans une situation où une grande partie de notre population se trouve aliénée du média et n'a pas la possibilité de communiquer avec les individus qui partagent ses intérêts ou ses convictions. Je ne veux pas parler uniquement d'un mécontentement politique ou social en regard du média. Je ne me plains pas seulement du fait que le média ne traite pas des sujets dont j'aimerais entendre parler. J'affirme que le média américain est un échec. Il suffit pour s'en convaincre, de comparer l'infinie variété et l'extraordinaire diversité d'une nation comme la nôtre à l'infime variété que l'on retrouve sur nos écrans de télévision.

En second lieu, la possibilité qu'offre la concentration des médias d'exercer un certain pouvoir politique, n'est pas sans nous causer de soucis. Une preuve de ce pouvoir abject est la facilité avec laquelle les médias réussissent, à peu de chose près, à obtenir du Congrès américain toute législation qui lui tient à cœur. Grâce au réservoir d'information qu'il contrôle, le média exerce ce même pouvoir sur le mode de pensée et l'esprit du public, et il peut ainsi influencer la vie politique locale ou celle de l'état.

Troisièmement, une concentration induite des médias va à l'encontre du principe qui préconise la propriété locale du média, principe auquel le Congrès et la FCC sont favorables. La propriété locale permet au propriétaire une plus étroite surveillance des opérations quotidiennes. Cette situation favorise un rapprochement entre le propriétaire et ses auditeurs ou ses lecteurs. Au niveau du média, selon la FCC, l'intégration des fonctions de propriété et de direction est un gage de qualité. Mais pour chaque cas de propriété multiple où le propriétaire possède plusieurs moyens d'information dans différentes localités, nous avons un propriétaire absent. L'éternel conflit entre propriété locale d'une part et propriété multiple d'autre part, apparaît chaque fois que la FCC tente d'établir qui doit être tenu responsable de la violation d'un de nos règlements. Les propriétaires cherchent toujours à fuir leurs responsabilités en reportant le blâme sur quelque directeur anonyme pris dans les rets de la bureaucratie.

La possibilité d'un accroissement des pratiques anticoncurrentielles, est un quatrième abus qui peut résulter d'une concentration excessive du contrôle du média. Par exemple le propriétaire de deux entreprises d'information, possédant deux débouchés sur un même marché, peut utiliser le pouvoir de monopole d'une de ses entreprises pour détruire toute concurrence au niveau de la seconde. Une telle situation peut donner lieu à certaines contraintes. On peut imaginer par exemple, le propriétaire d'une station radiophonique don-

nant des taux préférentiels aux annonceurs qui encouragent également le journal local dont il est le propriétaire. (Voir *Complaint of Daily Herald-Telephone and Sunday Herald-Times, Bloomington, Indiana,—F.C.C. 2d—(1970).*)

Il y a également risque d'abus, lorsque le média est impliqué dans des conglomerats. Il y a plusieurs façons dont la propriété conglomerée peut influencer le bon fonctionnement des moyens d'information concurrentiels. Rappelons-nous ici que la variété de l'information et des points de vue présentés au public dépend souvent de la présence de cette concurrence. Supposons que, dans une certaine localité, une banque détienne des stations radiophoniques ou un journal, et qu'en plus, elle représente la seule opération bancaire dans cette localité. Un concurrent réel ou éventuel, qu'il s'agisse d'une station radiophonique ou d'un journal, aura peut-être certaines difficultés à obtenir un emprunt de la banque à des taux raisonnables. Les moyens d'information propriété de cette banque jouiront peut-être d'un crédit des plus favorables, leur donnant un avantage marqué sur leurs concurrents. Les annonceurs qui doivent faire affaire avec la banque, peuvent hésiter avant d'annoncer sur les ondes des stations radiophoniques concurrentes. Les entreprises commerciales dépendantes de la banque pour leurs ressources financières et certains services bancaires, seront peut-être induites à annoncer sur les ondes ou dans le journal appartenant à la banque. En d'autres circonstances, ces entreprises n'opteraient peut-être pas pour une telle publicité. Finalement, au niveau local, la banque représente souvent un annonceur important qui sera susceptible alors de favoriser son propre média.

Cinquièmement, la propriété multiple et les conglomerats favorisent davantage la déformation de l'information, en vue de satisfaire les visées économiques des sociétaires. Nous n'avons pas lieu de nous étonner devant l'attitude bien humaine des propriétaires qui, oubliant les intérêts du média, tentent d'influencer le contenu de l'information pour satisfaire leurs propres intérêts. Si une banque est propriétaire d'un journal ou d'une station radiophonique, l'information que recevra le public sur des sujets touchant les intérêts de la banque comme, entre autres, le renouvellement urbain, le développement communautaire, les projets gouvernementaux pour la construction de logements et la taxation, pourra en être grandement influencée. On peut procéder à une déformation directe du contenu de l'information. La direction connaissant les intérêts de la société, peut voir à ce que ces intérêts soient protégés. D'autre part cette déformation peut se faire avec plus