

possibles; dans ce genre de publication, la spécialisation du bon journalisme avec la bonne annonce atteint un haut degré de perfection.

Dans le domaine des périodiques consacrés à l'agriculture, le commerce, la religion et l'instruction, le Canada compte plusieurs publications qui connaissent un succès exceptionnel.

Au tableau 3, pp. 802 à 807, on trouvera des données concernant les principaux magazines et les publications spécialisées du Canada. D'après cette classification, basée sur celle du *Canadian Advertising*, il y avait, vers la fin de 1938, un total de 70 magazines traitant divers sujets en circulation active au Canada; 11 d'entre eux étaient en français. A la même date, on comptait 21 journaux financiers canadiens actifs, dont 2 en français; 37 journaux agricoles (4 français); et non moins de 216 journaux classés sous la rubrique de périodiques commerciaux. Les magazines et les journaux paraissant au tableau sont les principaux de chaque catégorie, d'après le tirage vérifié.

Conclusion.

De la comparaison des conditions esquissées dans la première partie de cet article avec les influences et tendances actuelles, on obtient une idée des immenses services que la presse a rendus au Canada et de la grande valeur d'effort humain (parfois héroïque) qu'ils ont exigée.

On constatera que les temps modernes ont apporté de nombreux changements. L'organisation très complexe et d'une souplesse excessive, nécessaire de nos jours à l'information, et la machinerie dispendieuse et compliquée requise pour l'impression des grands quotidiens et hebdomadaires actuels ont placé la publication des journaux dans les rangs des "grosses entreprises"; une armée de plus en plus nombreuse d'employés dépend de cette entreprise et un capital considérable y est engagé (voir pp. 414-419 pour les statistiques sur l'impression et édition). Le journal florissant doit maintenant subvenir à ses propres besoins financiers et autres et, quoique les opinions exprimées dans les articles de fond tendent souvent à favoriser certains partis politiques, l'information des meilleurs journaux modernes est habituellement impartiale et la force de la presse "indépendante" n'a cessé de grandir.

Ainsi, malgré la tendance actuelle à la concentration et à la forme coopérative en vue de certaines fins décrites aux pp. 782-788, la presse comme entité reste un ensemble d'unités séparées, chacune s'acheminant vers sa propre destinée, à sa façon. Les grands quotidiens, publiés dans les grandes villes d'un océan à l'autre, sont les plus imposants, mais le plus petit hebdomadaire est une unité aussi intégrale de la "démocratie de la presse".

Les associations coopératives déjà décrites exercent une influence unificatrice seulement dans l'économie et non dans la politique éditoriale ou l'administration particulière de chaque journal. Pour ce qui est de l'information, en outre de ce que leur fournit la Presse Canadienne, quelques journaux les plus importants ont aussi leurs correspondants à l'étranger. Au moyen de telles agences d'information, d'une part la presse se tient au courant des événements qui surviennent aux quatre coins du monde, et de l'autre elle est en communication avec les hebdomadaires et les semi-hebdomadaires des petites villes qui reçoivent des syndicats une grande partie des nouvelles de l'extérieur.

Le Canada, malgré la distribution éparse de sa population, possède dans sa presse, pour la distribution des renseignements d'actualité parmi ses habitants, un outillage insurpassé dans les autres pays dont la population, la richesse et les marchés sont d'une importance comparable.

Il n'est pas nécessaire d'appuyer davantage sur le rôle important joué par la dissémination des nouvelles dans la croissance et le développement du Canada. Elle