

Les industries culturelles au Québec : un enjeu vital!

Jean-Guy Lacroix et Benoit Lévesque

Volume 4, numéro 2, automne 1986

Les industries culturelles : un enjeu vital!

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1002007ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1002007ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département de sociologie - Université du Québec à Montréal

ISSN

0831-1048 (imprimé)

1923-5771 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Lacroix, J.-G. & Lévesque, B. (1986). Les industries culturelles au Québec : un enjeu vital! *Cahiers de recherche sociologique*, 4(2), 129-168.
<https://doi.org/10.7202/1002007ar>

LES INDUSTRIES CULTURELLES AU QUEBEC: UN ENJEU VITAL!

Jean-Guy LACROIX
Benoit LÉVESQUE

Au Québec et au Canada, le concept d'industries culturelles n'a pas connu une grande vogue avant la deuxième moitié des années 1970. En effet, ce n'est qu'à partir de cette période que l'emploi de ce concept devient courant comme en témoignent les grandes enquêtes et publications gouvernementales ⁽¹⁾. Actuellement, le foisonnement des études ⁽²⁾ et des déclarations au sujet de ces industries montre bien que ce secteur industriel est l'objet d'un intérêt particulier de la part des États québécois et canadien.

Pour la société québécoise dont la reconnaissance de la spécificité et de la particularité a toujours fait l'objet d'âpres contestations par l'État canadien et qui a toujours tenu à la force et à la cohésion de ses institutions culturelles, les industries culturelles constituent un enjeu fondamental, voire «vital» ⁽³⁾. En effet, il est loin d'être acquis que le développement de ces industries, sous le signe de la privatisation et sous la pression de l'internationalisation, permettra la reproduction de la spécificité nationale. Cette dernière s'est faite jusqu'ici sous l'égide de l'État à travers le rapport étroit des intérêts économiques et politiques, et des institutions et des appareils qui ont pris, plus souvent qu'autrement, la forme de services publics (écoles, radio-télévision, théâtre, etc.).

Deux raisons justifient notre inquiétude et laissent entrevoir pourquoi le dossier des industries culturelles constitue un enjeu «vital» pour le Québec.

En premier lieu, la soumission de la production culturelle aux contraintes de la recherche de marchés internationaux conduit à l'élimination des caractères spécifiques des cultures nationales dans les marchandises culturelles pour qu'elles soient exportables sur un maximum de marchés. Les marchandises culturelles sont ainsi «expurgées» de leur

spécificité. Cette recherche amène donc un nivellement des produits culturels et les rendent alors impropres à la reproduction de la spécificité culturelle nationale et de l'identité nationale.

En deuxième lieu, la marchandisation de la culture comme principe de développement de ce secteur signifie aussi que la taille des entreprises et des marchés est une composante stratégique dans le contrôle de ces industries. Des segments de production et même des industries entières risquent alors d'être éliminés parce qu'ils s'avèrent non rentables. Or, les entreprises québécoises dans ce secteur, surtout dans le domaine de la production des contenus, sont en général plutôt petites et le marché québécois fort restreint. Ces entreprises sont donc placées dans des conditions difficiles de rentabilité; le contrôle du marché domestique risque de leur échapper d'autant plus que le marché des technologies employées dans ce secteur est lui-même contrôlé par des entreprises étrangères, surtout américaines. De plus, même sur le plan des contenus, le marché québécois est fortement dépendant des produits étrangers, là aussi américains. Cette forte dépendance au regard des entreprises américaines ne peut que s'accroître au moment du libre-échange avec les États-Unis ⁽⁴⁾. Comme le mentionnait Michèle Mattelart dans la revue *Border Lines*, la production de marchandises culturelles transnationales contient non seulement un projet culturel mais aussi un nouveau système de pouvoir, un pouvoir international plutôt que national ⁽⁵⁾. Le développement des industries culturelles et plus spécifiquement la forme de ce développement, constituent donc un enjeu fondamental pour la société québécoise.

L'objectif de notre étude vise à déterminer les paramètres de cet enjeu, d'une part, en repérant les *conditions socio-historiques* ayant présidé à leur développement et susceptibles d'en déterminer leur essor, et d'autre part, en évaluant *l'importance de ces industries* en termes de volume d'emploi, de salaires, de revenus, de contrôle et d'autonomie du marché domestique.

1. Les politiques canadiennes et québécoises de développement des industries culturelles

Depuis la Confédération (1867) jusqu'aux années 1950, les politiques culturelles canadiennes et québécoises de même que l'aide directe des deux paliers de gouvernement ont touché presque exclusivement le secteur non commercial. Les entreprises relevant des industries culturelles comme la presse écrite et les périodiques ne furent

soutenues qu'*indirectement* soit par des tarifs postaux réduits et l'exemption de la taxe d'accises.

Les années 1930 marquèrent cependant le début d'une intervention importante de l'État dans le secteur des industries culturelles comme en témoigne la fondation de la Commission canadienne de la radiodiffusion qui deviendra la Corporation de Radio-Canada en 1936. À partir de cette époque, la radiodiffusion constitua l'épine dorsale de la politique culturelle canadienne (ou l'équivalent des chemins de fer canadiens pour l'économie, comme le répéteront les hommes politiques).

Dès lors, les forces qui, à travers les alliances et les oppositions, ont marqué la radiodiffusion, sont aussi celles qui détermineront les politiques culturelles canadiennes et québécoises. Ces forces se composent: du capital américain et du capital canadien, des secteurs privé et public, du capital canadien et du capital régional ainsi que des revendications populaires.

Selon les conjonctures, l'une ou l'autre de ces forces domine la scène de sorte que le dernier demi-siècle peut se diviser en trois grandes périodes.

1.1 Dominance de la notion de service public et crainte de l'envahissement américain (1932-1957)

Dans le domaine culturel, la conjoncture des années 1930-1955 est marquée par la dominance de la notion de service public, la crainte de l'envahissement américain et le refus du gouvernement central de reconnaître la juridiction des gouvernements provinciaux, surtout celui du Québec, dans la radiodiffusion.

Au niveau du discours, la notion de service public s'impose assez facilement au début de la période. Ainsi, en 1932, Augustin Frignon qui avait été membre de la Commission AIRD, affirmait sans ambiguïté qu'on ne peut pas mélanger les intérêts de celui qui désire faire de l'argent avec les biens matériels avec ceux de celui qui cherche à rendre service à son pays ⁽⁶⁾. Vingt ans plus tard, soit en 1951, la Commission MASSEY-LEVESQUE écrit que «...le principal grief des propriétaires de postes privés se fonde, croyons-nous, sur la supposition erronée qu'au Canada, la radiodiffusion est une industrie» ⁽⁷⁾. La Commission atteste ainsi sans équivoque qu'à partir des années 1950 l'industrie («ceux qui cherchent à faire de l'argent») est de plus en plus

combative et qu'elle n'hésite plus à remettre en cause la notion de service public.

Par ailleurs, ce qui prédomine surtout au début de cette période, c'est la crainte de l'envahissement américain. Comme l'écrit l'historien R.A. Jones, cette crainte «...paraît s'intensifier et se généraliser, du moins à l'intérieur d'une certaine élite» (8). Dès 1929, la Commission AIRD constatait que «... la plupart des programmes de radiodiffusion proviennent de sources extra-canadiennes» et principalement américaines (9). De plus, entre 1933 et 1936, la *National Broadcasting Company* (N.B.C.) aurait offert d'acheter «...toutes les stations canadiennes ou la plupart d'entre elles, et de les intégrer au réseau national américain» (10). A cette époque, «...nombre de Canadiens... craignaient que l'annexion culturelle ne suivit notre intégration dans la radio américaine» (11). Aussi, la Ligue canadienne de la radio n'eut pas de difficulté à réaliser de larges mobilisations populaires pour une radio d'État canadienne. Mais comme le notait son président, Graham Spy, le choix ne se fit cependant pas entre réseau privé et réseau d'État mais entre «l'État et les États - Unis» (12).

Au début des années 1950, la Commission MASSEY-LEVESQUE constate avec inquiétude que l'influence américaine s'exerce non seulement sur les films, les émissions radiophoniques et les périodiques, mais aussi sur les arts, les lettres et les sciences. Elle relève dans son rapport qu'entre 1911 et 1949 la *Carnegie Corporation* a donné \$5,9 millions à des institutions culturelles canadiennes et la Dotation Rockefeller, \$11,6 millions. Si «...l'échange culturel est excellent en soi, écrivent les commissaires, nous ne devons pas nous aveugler au point d'oublier le danger toujours présent d'une dépendance permanente». Pour contrer cette influence, ils proposent, entre autres, la fondation du Conseil des arts du Canada.

Pour ne pas succomber à la «tentation du Sud», l'intervention de l'État central doit être non seulement maintenue, mais renforcée. Dans le domaine de la radiodiffusion, le secteur privé est incapable de relever le défi puisque les petits réseaux privés sont des «chaînon des États-Unis» (13). Sans radio d'État, ajoute la Commission, «...nous aurions une copie carbone du système américain et la copie aurait été tirée aux États-Unis». En conséquence, elle conclut ce qui suit: «...seul un régime étatisé de radiodiffusion a permis à la radio canadienne de conserver un caractère essentiellement canadien».

De plus, la Commission sur l'avancement des arts, lettres et sciences insiste sur le fait que la Société Radio-Canada et, à une échelle

plus réduite, l'Office National du Film, (O.N.F.) jouent un rôle irremplaçable dans le développement de la culture canadienne. Pour les comédiens, les musiciens et les écrivains, il n'existe «aucun débouché [au Canada], si ce n'est Radio-Canada»⁽¹⁴⁾. Dans le secteur privé, le contenu canadien est «plus réduit et plus pauvre» de sorte que les artistes canadiens n'y sont que très faiblement utilisés. Sans la radio d'État, les artistes qui font carrière au pays devraient s'exiler aux États-Unis ou changer de domaine.

Dans cette conjoncture, du début des années 1950, la Commission MASSEY-LEVESQUE recommande que le développement de la télévision se fasse sous l'égide de la Société Radio-Canada puisque «...seule une organisation nationale est en mesure de protéger la nation contre une commercialisation et une américanisation excessive»⁽¹⁵⁾. La politique du «canal unique» de même que celle accordant à la Société d'État la première place dans le régime de radiodiffusion ne fera pas l'unanimité. Un membre de la Commission, Arthur Surveyer, déposa un rapport minoritaire qui reprend les positions du secteur privé, à savoir, la réduction du rôle de Radio-Canada au profit du secteur privé et le droit pour ce dernier de négocier des accords avec les réseaux américains. Cette position minoritaire qui deviendra dominante dans la période suivante, laisse bien voir que les intérêts de la bourgeoisie canadienne dans les industries culturelles sont davantage ceux d'une *bourgeoisie commerçante que d'une bourgeoisie industrielle*. C'est sans doute pour cette raison qu'en 1957, la Commission FOWLER conclut que, sans un organisme d'État comme Radio-Canada «...les influences culturelles émanant des États-Unis nous submergeraient rapidement et les forces économiques contraindraient bientôt nos postes de radio et de télévision à devenir des organes des réseaux américains»⁽¹⁶⁾.

1.2 Du service public aux industries culturelles (1958-1980)

Cette période peut être caractérisée à la fois par une privatisation croissante et par une présence de plus en plus offensive des provinces, plus particulièrement du Québec. Alors que la dépendance à l'égard des États-Unis est de plus en plus visible, la crainte de l'envahissement passe au second et même au troisième plan. Les oppositions secteur public/secteur privé et bourgeoisie canadienne/bourgeoisie régionale occupent manifestement le devant de la scène dans une conjoncture de crise de l'unité canadienne où le Québec est l'un des principaux acteurs.

Cette longue période peut se diviser en deux sous-périodes: une première, de 1958 à 1967, durant laquelle s'opère le virage politique en

faveur de la privatisation et une seconde, de 1968 à 1980, durant laquelle les provinces, surtout le Québec, tentent de se donner une «politique de développement culturel» au moment où le concept d'industries culturelles s'impose.

1.2.1 Le virage en faveur de la privatisation (1956-1967)

À leur arrivée au pouvoir en 1958, les conservateurs de John Diefenbaker adoptent une nouvelle loi de la radiodiffusion qui constitue un virage important en faveur du secteur privé. En premier lieu, le pouvoir de réglementation est retiré à RadioCanada et est confié au Bureau des Gouverneurs de la Radiodiffusion (B.G.R.) dans lequel le secteur privé est fortement représenté ⁽¹⁷⁾. En deuxième lieu, la «politique du canal unique» cesse de présider au développement de la télévision: des licences sont attribuées à des stations de télévision dans des localités disposant déjà d'une station. Les portes sont ouvertes à la constitution de réseaux privés de langue anglaise et de langue française.

Dans ce contexte, la notion de service passe au second plan pour la formulation des politiques. Désormais, les exigences de la rentabilité modèleront de plus en plus le système canadien de radiodiffusion. Le temps d'antenne accordé à la publicité de même que le nombre d'émissions américaines croîtront considérablement. Ainsi, en 1964, de 51% à 78% de toutes les émissions diffusées en soirée par les réseaux privés de langue anglaise étaient d'origine américaine ⁽¹⁸⁾. Cela montre bien que la politique des quotas imposée par le B.G.R. — 45% et 55% de contenu canadien — constituait «une façade» selon l'expression de Dallas W. Smythe ⁽¹⁹⁾. Comme le coût d'achat des émissions américaines était de beaucoup inférieur à celui de la production de la plupart des émissions canadiennes, le secteur privé continua de mener la lutte contre la politique des quotas manifestant des aspirations pour un contenu «complètement» américain.

À cette époque, les libéraux québécois découvrent la culture et en font l'objet des premiers articles de leur programme politique. Ainsi, l'une des premières transformations qu'ils feront subir à l'appareil d'État sera la création d'un ministère des Affaires culturelles. A l'occasion de la création de ce ministère en mars 1961, Jean Lesage indique que son parti «...a voulu donner priorité aux problèmes culturels et aux questions qui touchent l'éducation» ⁽²⁰⁾. En vertu de cette loi, le M.A.C. aura sous sa juridiction la Commission des monuments historiques et les trois nouveaux organismes suivants: le Département du Canada-français d'outre-frontière, le Conseil provincial des Arts et l'Office de la

langue française. La réalité aussi bien que le concept des industries culturelles sont complètement absents. Les interventions du M.A.C. seront centrés sur la langue et le patrimoine. En fait, le nouveau ministère ne réussira pas à se libérer de la tutelle du Conseil du trésor qui poursuit sa fonction de mécène des Arts qu'il assumait jusque-là selon la logique du patronage. Le Conseil provincial des Arts, créé en 1961, disparaît en 1971, n'ayant disposé au cours de cette période ni d'un budget de fonctionnement ni d'un fonds qui lui aurait permis de générer ses propres activités. Complètement désabusé, Paul-Emile Lapalme remet, en septembre 1964, sa démission d'un ministère où il ne pouvait signer «à coup sûr une réquisition de \$1,000» (21).

Le Livre blanc du ministère des Affaires culturelles, que présente Pierre Laporte en novembre 1965 (22), ne sera jamais déposé parce que manifestement trop nationaliste: affirmation de la juridiction quasi exclusive du Québec dans le domaine de la culture et critique d'un pluralisme culturel, «synonyme d'exil culturel à l'intérieur de nos propres frontières». En 1966, l'Union nationale de retour au pouvoir nie l'existence de ce livre blanc qui ne constitue, à notre avis, qu'une version québécoise du Rapport MASSEY-LEVESQUE publié quinze ans auparavant. En effet, les propositions de politique culturelle du Rapport et du Livre blanc partagent les constituantes suivantes: dominance de la notion de service public, forte crainte de l'envahissement américain —pour le Québec, il s'agit de l'«envahissement anglo-américain»— nécessité de l'intervention de l'État sous peine d'être submergé par une culture de masse qui, selon les expressions du Livre blanc, n'est rien d'autre qu'une «pseudo-culture» ou même une «anti-culture».

Depuis l'époque de la Révolution tranquille, on peut cependant relever une série de lois votées à partir de 1964 portant sur les conservatoires, les bibliothèques publiques, les musées, le Conseil d'artisanat du Québec, l'assurance-édition, les librairies accréditées, etc. Ce sont toutefois des préoccupations plutôt d'ordre linguistique qu'économique qui justifient alors l'intervention de l'État dans les industries du livre et du cinéma. En ce sens, le Québec est alors en retard par rapport à la politique canadienne des industries culturelles.

1.2.2 Les politiques culturelles canadiennes et québécoises à l'heure de la crise de l'unité nationale (1968-1980)

Dans la deuxième phase (1968-1980) de cette longue période, la notion d'industries culturelles s'impose au rythme même de la privatisation et de l'américanisation de la culture dans un contexte politique

où Ottawa cherche, d'abord et avant tout, à élargir sa juridiction au détriment des provinces. Cela est particulièrement manifeste dans le secteur de la radiodiffusion où la politique est définie selon le modèle d'industries culturelles avec une orientation de contenu canadien. La nouvelle loi de la radiodiffusion de 1967-68 de même que le remplacement du B.G.R. par le Conseil de la radio-télévision (C.R.T.C.) vont dans cette direction. Outre l'attribution d'objectifs précis quant à l'unité canadienne, la politique de canadianisation repose d'une part sur la propriété et le contrôle des appareils de *diffusion* et, d'autre part, sur une politique de quotas de contenus canadiens. Dans ce cas comme dans l'autre, l'instance de réglementation que constitue le C.R.T.C. occupe une place de plus en plus visible comme le révèle un budget qui passe de 1,9 millions de dollars en 1969 à 15 millions de dollars en 1978 ⁽²³⁾.

Les mesures concernant la canadianisation des appareils de diffusion ne sont pas isolées. L'Agence d'examen de l'investissement étranger (F.I.R.A.) se préoccupe, par exemple, de freiner l'expansion de la propriété et du contrôle étrangers dans le domaine de l'édition et de la diffusion du livre ⁽²⁴⁾. L'article 19 de la Loi sur l'impôt et le revenu élimine depuis 1965 la concurrence étrangère pour la publicité dans les journaux et périodiques et, depuis 1976, pour les stations de radio et de télévision ⁽²⁵⁾. De plus, l'article 20 de cette même loi favorise aussi la propriété canadienne en permettant l'abattement fiscal des sommes empruntées pour acheter des actions évoluant dans ce domaine. Dans son Rapport annuel de 1970-71, le C.R.T.C. indique qu'«une décision sur quatre peut être classée dans la catégorie relative à la propriété ⁽²⁶⁾». Finalement, toutes les entreprises de câblodistribution sont devenues canadiennes mais cette canadianisation des appareils de diffusion n'a pas nécessairement eu d'incidence sur les contenus, d'où la politique des quotas.

La politique des quotas — qu'il s'agisse d'émissions canadiennes à la télévision ou de disques canadiens à la radio — est beaucoup plus difficile à faire respecter et à évaluer. Telle qu'elle est définie et administrée, cette politique ne semble pas avoir contribué à l'émergence d'une industrie canadienne de production de contenus bien qu'elle ne fut pas sans incidence au plan de l'emploi des artistes canadiens ⁽²⁷⁾.

La politique de canadianisation fut un échec parce qu'elle n'a influé que sur la propriété des *appareils de diffusion*: radio, télévision, câblodistribution, télévision payante, etc. Elle n'a pas réussi à modifier substantiellement la structure ni de l'appareil de distribution, ni de l'appareil de production de sorte que la plupart des produits culturels, distri-

bués au pays, sont étrangers. Et cela même si les politiques élaborées par les libéraux, à partir de 1968 surtout, se voulaient celles de la dernière chance. A cette époque, le sénateur Keith Davey, après avoir constaté que nous étions culturellement et économiquement un satellite des États-Unis, reprenait à son compte cette affirmation du recteur de l'Université de Loyola, Thomas I. McPhail: «...les Canadiens n'ont plus qu'une décennie ... pour décider s'ils veulent ou non une entité nationale sur le plan politique, culturel et géographique» (28). Cette opinion n'était pas nécessairement celle du gouvernement fédéral pour qui les provinces, et surtout le Québec, constituaient alors la principale menace pour le Canada.

C'est sous l'instigation de Jean-Paul L'Allier, ministre des Communications puis des Affaires culturelles, que le Québec systématisa sa politique culturelle dans la direction des industries culturelles.

Le document de travail *Pour une politique québécoise des communications* (1971) se situe explicitement dans la perspective de la souveraineté culturelle. Même s'il s'agit surtout d'une «politique globale des communications», celle-ci est présentée comme «indissociable» du système d'éducation, de la culture et de tout ce qui est propre au Québec. Le document reconnaît aux réseaux de communication le «caractère de service public» essentiel à la vie collective des Québécois. Conformément à certains articles du programme de 1966 du Parti libéral du Québec, le document revendique les juridictions nécessaires pour la mise en oeuvre d'une politique des communications et recommande que la câblodistribution soit «assujettie à l'État québécois, par sa Régie des Services publics» (R.S.P.). L'enjeu que représente le contrôle du câble est non seulement culturel, mais aussi économique: le document propose un «schéma industriel ou la Caisse de dépôt pourrait renforcer la propriété québécoise» (29). Le Livre blanc *Le Québec maître-d'oeuvre de la politique des communications sur son territoire* (1973) ajoute peu au Livre vert si ce n'est de bien faire le point sur les revendications du Québec à l'égard d'Ottawa. Sur cette question, la réponse viendra en 1977 alors que la Cours Suprême mettra fin aux prétentions du Québec dans le domaine de la câblodistribution.

A la fin de 1975, l'heure est au bilan et à la critique de la politique de souveraineté culturelle. Le Rapport du Tribunal de la Culture (30) concluait que la souveraineté culturelle n'était guère possible sans souveraineté politique. Le bilan que réalisait à la même époque le sous-ministre Guy Frégault était davantage circonscrit à l'action du M.A.C. depuis sa fondation. Il en ressortait d'abord un fort

sentiment de frustration: le sous-ministre parlait d'une «impression sinon d'un échec, du moins d'un demi-échec» (31). Cela était d'autant plus évident que la création du M.A.C. en 1961, en mettant fin au «quasi monopole du Fédéral», avait soulevé beaucoup d'attentes qui n'avaient pas toujours été comblées faute de moyens. Entre 1963-64 et 1973-74, le budget du M.A.C. diminue de 0.60% du budget du Québec à 0.39% (32). De plus, dans le contexte de la crise de l'unité canadienne, par l'entremise du Conseil des Arts, le Fédéral avait repris l'initiative comme le montre bien l'évolution des budgets du M.A.C. et du Conseil des Arts: celui du M.A.C. passant de \$5 à \$25 millions entre 1963-64 et 1973-74 alors que celui du Conseil croissait de \$3,7 à \$36,5 millions durant la même période. Par contre, à la même époque le budget du ministère des Communications du Québec connaît une croissance beaucoup plus rapide, passant de \$10 à \$30 millions en moins de cinq ans (1969-1974) (33).

L'échec de la politique de souveraineté culturelle, ou de la «québécoïsation», n'est pas uniquement imputable au gouvernement fédéral même si celui-ci souffrait à l'époque de «myopie centralisatrice» (34). Cela ne modifie en rien le fait que les politiques québécoise et canadienne souffrent d'une même maladie: la faiblesse de l'appareil de production culturelle et la concentration des investissements et des interventions dans l'appareil de diffusion. De l'avis même de Guy Frégault, il existe alors «...une disproportion énorme entre l'aide à la diffusion (livre), à l'interprétation (musique, théâtre), à la conservation (bibliothèque, musée) et l'aide à la création» (35). On réussit tout au plus à encourager la «culture d'élite» comme le théâtre ou l'opéra qui s'adressent à une minorité alors que l'aide pour des activités s'adressant à l'ensemble de la population ne profite souvent qu'à des activités traditionnelles comme les divers festivals régionaux.

Dans ce contexte, le premier document de synthèse et d'orientation à être rendu public par le M.A.C. en quinze ans le Livre vert *Pour l'évolution de la politique culturelle* (1976), se situe clairement dans le prolongement de la politique de la souveraineté culturelle et de l'ancrage régional. La nouveauté se situe dans l'importance accordée aux industries culturelles, la référence est explicite. Dès l'introduction concernant les orientations nouvelles à prendre, le ministre des Affaires culturelles, Jean-Paul L'Allier, demande au ministère de l'Industrie et du Commerce (M.I.C.) «...de considérer les industries culturelles comme des industries à part entière» et de leur accorder, en conséquence, «...l'aide, le support et la compréhension auxquels elles sont en droit de s'attendre» (36). S'il s'avérait, ajoute le ministre, que le M.I.C. ne satisfasse pas aux besoins des industries culturelles, il faudrait envisager

sérieusement l'hypothèse d'une société d'initiative culturelle (par analogie à SOQUIP, SOQUEM, REXFOR, etc) qui soit cependant rattachée au M.A.C. Il faut, poursuit-il:

«...permettre aux promoteurs et aux diffuseurs québécois de bénéficier d'une structure industrielle favorable si l'on veut que le Québec ne devienne pas «un vaste et informe lieu de consommation de produits culturels étrangers»⁽³⁷⁾.

Le Livre blanc du Dr Camille Laurin, *La politique québécoise du développement culturel* (1978), que l'on doit à la plume de Fernand Dumont, se situe en nette continuité avec le Livre vert du libéral Jean-Paul L'Allier. Sans doute, le ministre se devait d'insister, dans sa présentation, sur le fait qu'«une souveraineté culturelle qui ne s'appuie pas sur une forte assise économique est illusoire»⁽³⁸⁾. Mais l'option étant affirmée, les recommandations pour le court terme auraient pu être faites par les libéraux de l'époque, qu'il s'agisse de la loi sur le cinéma, de la régionalisation de Radio-Québec, de l'Institut québécois sur la culture ou encore de la Société de développement des industries de la culture et des communications (S.O.D.I.C.C.).

Cela dit, le Livre blanc, à la différence du Livre vert de L'Allier, présente la «société d'initiatives» (la future S.O.D.I.C.C.) comme «la pierre angulaire d'une politique de croissance des industries culturelles». Il contient aussi deux importants chapitres sur les industries culturelles. Le premier brosse un tableau de ces industries à la suite duquel il conclut que, l'exception du secteur du livre «...la plupart des entreprises de production culturelle au Québec sont de création récente, de peu d'envergure et de structure faible du point de vue financier et administratif»⁽³⁹⁾. Le second porte sur la nécessaire intervention de l'État et concerne surtout le support de l'État à la production et à la diffusion des produits culturels de l'entreprise privée québécoise. Même si dans ce chapitre la proposition d'une «société d'initiatives» constitue une nouveauté de taille, il n'en demeure pas moins que les principales préoccupations sont celles concernant la diffusion, la promotion et l'accès aux marchés intérieurs et extérieurs. Si l'on ajoute à cela l'importance que le ministère des Communications a accordé à l'industrie de la câblodistribution au cours de cette période, il nous faut conclure que les points faibles de la politique québécoise de «souveraineté culturelle» sont les mêmes que ceux de la politique de canadianisation: dans un cas comme dans l'autre, les bourgeoisies impliquées dans les industries culturelles relèvent plutôt de la bourgeoisie commerçante que de la bourgeoisie industrielle.

1.2.3 Le privé et les États-Unis depuis 1980

Au Canada, le Rapport APPLEBAUM-HEBERT, paru au début de 1982, constitue la première enquête globale effectuée dans le domaine de la culture depuis celle réalisée en 1951 par V. Massey et G.H. Lévesque. Les principales recommandations ne vont évidemment pas dans le même sens puisque trente ans plus tard ce n'est plus la notion de service public qui donne une cohérence à l'ensemble des recommandations, mais celle d'industries culturelles.

D'inspiration néo-libérale, la stratégie de développement des industries culturelles qu'esquisse le Rapport APPLEBAUM-HEBERT est limpide. Il s'agit *dans un premier temps* d'utiliser les canaux de diffusion appartenant aux Canadiens pour conquérir une partie du marché domestique et mettre ainsi au monde une industrie canadienne de production de films et de vidéos. Le document *Vers une nouvelle politique nationale de la radiotélédiffusion* (1983) insiste sur l'urgence d'agir dès maintenant puisque «les circonstances sont favorables»: «... les 1 312 stations et réseaux de radiodiffusion et de télédistribution ainsi que les 1 886 radiodiffuseurs qui composent le système canadien de radiotélédiffusion produisent chaque année des recettes de plus de deux milliards de dollars»⁽⁴⁰⁾. *Dans un deuxième temps*, il s'agit d'utiliser cette base, le marché domestique, pour conquérir une part du marché extérieur. C'est le secteur privé qui est le plus apte à relever ce défi.

Comme l'écrivait Gaétan Tremblay en 1985, les «...faits et gestes du ministre Marcel Masse laisse entrevoir une direction qui, loin de s'éloigner des politiques de Francis Fox, les pousserait même un peu plus loin», soit dans le sens du «rétrécissement de l'importance et du rôle du secteur public», de l'«accroissement de la place du secteur privé» et de la «politisation du processus décisionnel»⁽⁴¹⁾. Mais, à l'heure du libre-échange avec les États-Unis, les positions du ministre Masse étaient trop «nationalistes» — dans le sens canadien du terme — pour qu'il conserve ce ministère.

En acquiesçant aux principales recommandations de la Commission MACDONALD sur l'union économique, dont celle de ne rien exclure a priori des négociations, le gouvernement Mulroney ne pouvait que désavouer un ministre comme Marcel Masse qui s'était compromis⁽⁴²⁾, dans le sens du Rapport APPLEBAUM-HEBERT. La Commission MACDONALD va beaucoup plus loin que le Rapport APPLEBAUM-HEBERT dans le sens du néo-libéralisme. En effet, alors que la première propose comme politique industrielle de ne pas en

avoir, de s'en remettre aux lois du marché ⁽⁴³⁾, le second met de l'avant une «mini-politique» industrielle pour le secteur culturel. Il suggère, comme nous l'avons indiqué, que les Canadiens profitent du contrôle qu'ils ont des canaux de diffusion pour se donner *un avantage comparatif nouveau* dans la production de contenu, films et vidéos. Les mesures proposées pour y arriver sont: les stimulants fiscaux, le marché protégé, les mécanismes de promotion, etc. qui ne sont rien d'autre que des barrières non tarifaires. Comme ces mesures ne seront efficaces qu'à moyen et long terme, on voit mal comment cette stratégie pourrait être justifiée à la table des négociations sur le libre-échange avec les États-Unis.

Enfin, cette politique des industries culturelles qui avait été formulée par les libéraux sur une fin de règne est trop timide et arrive trop tard. Si la bourgeoisie canadienne, qui a des intérêts dans les industries culturelles, s'oppose au libre-échange pour maintenir un *statu quo* qu'elle juge favorablement, elle n'est pas pour autant inconditionnellement en faveur au protectionnisme culturel. Parce qu'elle est plutôt commerçante qu'industrielle, elle tire profit non seulement d'une libre circulation des produits culturels, mais aussi de la pénétration de plus en plus grande des produits américains au Canada. Le lobbying du secteur privé, au cours des vingt dernières années, pour abaisser et même éliminer les quotas de contenu canadien, en témoigne éloquemment.

Dans le document de travail *Un futur simple* que le M.C.Q. a présenté lors de la Conférence des Communications d'octobre 1983, il est écrit que l'intervention de l'État québécois a porté sur «l'architecture des réseaux de communications plutôt que (sur) ce que ces réseaux véhiculent comme contenu ⁽⁴⁴⁾.

À l'occasion du «virage technologique», le document annonce «le virage économique» tout en admettant que le discours économique dans la culture et les communications est «passablement récent». Certains passages où il est question de marché à investir et à exploiter pourraient passer pour des extraits du Rapport APPLEBAUM-HEBERT:

«Marché intérieur à investir. Marché extérieur à exploiter. Un titre qui laisse passer des réflexes à la fois protectionnistes et expansionnistes; c'est à la fois japonais et américain dans son inspiration» ⁽⁴⁵⁾.

De même, selon le document, l'État doit avoir un rôle de concertation et de soutien à l'entreprise privée (par exemple, la mise sur

ped d'un forum permanent). Le prêt de \$3 millions que la SODICC accorda quelque temps plus tard à Super-Ecran apparaîtra cohérent avec cette nouvelle politique économique malgré que ce prêt servira à programmer plus de films américains à la télévision québécoise. Les objectifs spécifiquement culturels sont désormais subordonnés à la mise en valeur du capital.

Les libéraux de Robert Bourassa ont rapidement chaussé les bottes de la privatisation et de la déréglementation comme le révèlent les trois rapports déposés au cours de l'été 1986. Le Rapport des «sages»⁽⁴⁶⁾, réalisé sous la direction de Pierre Gobeil, nous apprend que l'intervention de l'État dans le domaine de la culture et des communications se fera désormais en conformité avec les thèses néo-libérales. Ainsi, le premier de ces rapports, celui du 10 mars, propose l'abolition des organismes, commissions et conseils suivants: la Régie du cinéma, l'Institut québécois de recherche sur la culture, l'Institut québécois du cinéma, le Conseil consultatif de la lecture et du livre, le Conseil d'artisanat du Québec, le Conseil de la langue française et la Commission des bibliothèques publiques du Québec.

Il est aussi proposé que le Québec remette au «palier local» les institutions suivantes: la Société du Grand Théâtre de Québec, la Société de la Place des Arts, le Musée des Beaux-Arts de Montréal, le Musée d'Art contemporain, le Musée de la Civilisation et l'Opéra de Montréal.

De plus, comme dans la perspective néo-libérale les industries culturelles sont des industries comme les autres, les «sages» suggèrent que la Société de développement des industries de la culture et des communications disparaisse au profit de la Société de développement industriel. De même, la Société d'exploitation des ressources éducatives devrait être abolie, ce qui suppose que désormais le ministère de l'Industrie et du Commerce soit en mesure d'assumer les fonctions de cette société.

Radio-Québec n'a pas échappé au regard des «sages». Dans le rapport du 10 mars, ils proposent que ses mandats soient révisés et des «ressources substantiellement réduites». Dans le rapport du 26 mai, les «sages» concluent que Radio-Québec doit être privatisé. Après avoir mentionné qu'il existe plusieurs entreprises privées québécoises dans le domaine des communications, les auteurs du rapport justifient cette recommandation par le fait que «l'entrepreneurship» québécois ayant assumé ses responsabilités, le rôle supplétif de l'État peut et doit être remis en question»⁽⁴⁷⁾.

La politique de privatisation risque également de toucher le secteur non commercial de la culture et même celui qui ne peut être directement rentabilisé. Ainsi, en cédant au palier local des institutions «nationales» comme la Place des Arts, le gouvernement pousserait les villes et municipalités à se tourner vers ceux qui ont de l'argent: les grandes entreprises. Dans cette hypothèse, le Conseil des Arts de demain pourrait bien être Bell Canada, Lavallin, Alcan, MacDonald, Bombardier, etc. Nous hériterions alors de la formule américaine de la Fondation avec les alliances que cela suppose. Plusieurs artistes et créateurs ont déjà pris l'habitude de frapper aux «bonnes portes».

Enfin, si en plus le libre-échange devait s'appliquer aux industries culturelles, la situation de ce secteur ne pourrait que se détériorer. Richard G. Lipsey et Murray G. Smith du C.D. Howe Institute, qui sont favorables à l'inclusion des industries culturelles dans une entente éventuelle sur le libre-échange avec les États-Unis, admettent que la levée de toutes les barrières non tarifaires dans ce secteur (par exemple, les quotas et la loi C 58) pourrait mettre fin à la plupart des entreprises petites et marginales ⁽⁴⁸⁾. Pour eux, cela ne pose aucun problème sérieux puisque les grandes entreprises et les entreprises performantes pourraient en tirer profit. Une telle conclusion ne peut que soulever des inquiétudes lorsqu'on considère la faiblesse de la structure industrielle de ce secteur comme nous le démontrerons dans la seconde partie de cet article.

2. La situation des industries culturelles au Québec

2.1 Le marché culturel québécois

Le marché culturel au Québec est assez important comme l'indiquent les 818 entreprises que totalisaient en 1983-84 les industries des quotidiens (12 entreprises), des hebdos (189), des périodiques (319), de la radio (117), de la télévision (32) et de la câblodistribution (149) ⁽⁴⁹⁾. Ce marché se caractérise: au plan de l'offre des produits et des services par une forte concentration de la diffusion (les médias rejoignant le plus massivement les consommateurs), par l'effet structurant de la barrière linguistique que constitue la langue, le français, de la majorité des Québécois, et, au plan de la demande par un important potentiel de développement et d'approfondissement de la consommation culturelle.

2.1.1 La concentration et la taille des entreprises

La concentration est très forte au niveau des quotidiens et des hebdomadaires nationaux où respectivement dix des douze quotidiens et sept des huit hebdomadaires appartiennent à des chaînes; deux à Québecor, quatre à Gesca, trois à Unimédia et un à Southam ⁽⁵⁰⁾. La concentration est également très importante dans le domaine de la radio, de la télévision et de la câblodistribution. Pour la radio, plus de 60% des stations sont contrôlées par des chaînes ⁽⁵¹⁾ alors que pour la télévision, toutes les stations sont contrôlées ou affiliées aux grandes chaînes: dix à Radio-Québec, douze à Radio-Canada/CBC, neuf à TVA et une à CTV ⁽⁵²⁾. Finalement, pour la câblodistribution une entreprise, Vidéotron, exerce un quasi-monopole rassemblant près de 60% des abonnés québécois ⁽⁵³⁾.

Au plan de la diffusion, en tenant compte du rapport entre la taille des concentrations évoquées précédemment et celle du marché québécois et du fait que les grandes entreprises sont implantées dans les bassins les plus peuplés de l'axe Montréal-Québec alors qu'en périphérie on retrouve une grande diversité de petites entreprises souvent affiliées à des réseaux ayant à leur tête ces grandes entreprises, on constate que la concentration est très avancée. Le contrôle économique de ces dernières s'étend en effet, bien au-delà de leur propriété juridique ⁽⁵⁴⁾.

À propos de la distribution, les industries culturelles canadiennes traditionnellement faibles et/ou presque entièrement contrôlées par des entreprises étrangères, comme l'ont très bien montré Paul Audley ⁽⁵⁵⁾ ainsi que toutes les commissions d'enquête qui se sont penchées sur la question ⁽⁵⁶⁾, progressent vers la formation de concentrations, monopoles de fait, sous contrôle québécois. C'est le cas de la télédistribution avec Vidéotron d'André Chagnon. C'est également le cas de l'emprise de Québecor de Pierre Péladeau dans la distribution des livres, revues, disques et journaux ⁽⁵⁷⁾. Audley signale qu'une enquête de SORECOM ⁽⁵⁸⁾ avait déjà montré, en 1978, qu'il y avait au Québec des alternatives fortes aux distributeurs américains dans le secteur des journaux et périodiques ⁽⁵⁹⁾. Plus récemment, une enquête effectuée à la demande du ministère des Communications du Canada auprès de l'industrie cinématographique a souligné que les distributeurs québécois, bien que beaucoup moins importants que leurs concurrents américains, contrôlaient une plus grande part de leur marché domestique que leurs «confrères» canadiens ⁽⁶⁰⁾.

En ce qui concerne l'offre, le marché culturel québécois se caractérise donc par une concentration d'autant plus forte que ce marché est restreint: d'une part, par son faible volume (6,4 millions d'habitants et 2,1 millions de ménages en 1981 comparativement au volume des marchés du Canada anglais et des États-Unis, respectivement près de 3 et 40 fois plus grands) et, d'autre part, par sa particularité, principalement linguistique, dans l'ensemble nord-américain. Cette exigüité du marché domestique se reflète dans la structure des coûts de production qui, historiquement — comme nous l'avons rappelé dans la première partie de ce texte — s'avèrent plus élevés compte tenu du peu de possibilités de réaliser des économies d'échelle. L'appropriation privée et la recherche de la rentabilité qui l'accompagne nécessitent donc, en raison de ces conditions, la concentration de l'offre.

Cependant, de cette concentration résulte une importante uniformisation des produits disponibles qui risque d'ailleurs de s'accroître par la récente tendance à développer des stratégies multi-médias et des appropriations croisées. Cette tendance s'esquisse avec l'élargissement de l'emprise de Québecor pour la distribution du livre et du disque, puis avec l'acquisition de Télé-Métropole par Vidéotron après la tentative ratée de Power Corporation propriétaire, entre autres, de la chaîne des quotidiens Gesca.

Cette concentration a une deuxième conséquence pour le marché culturel québécois. Les entreprises réalisant ces concentrations dans une même industrie à l'intérieur du marché domestique épuisent rapidement leurs possibilités de croissance. Il leur reste alors la possibilité «d'envahir» d'autres industries, c'est la stratégie multi-médias dont nous venons de parler ou encore celle d'acquérir d'autres entreprises par la même industrie mais à l'extérieur du Québec. Cette deuxième stratégie est déjà en voie d'application comme le montrent l'acquisition d'un quotidien de Winnipeg par Québecor et l'achat de QCTV d'Edmonton (câblodistribution) par Vidéotron. Cette extension de la propriété des grandes entreprises à l'extérieur du Québec rompt les liens qui les attachaient «nécessairement» au marché domestique québécois et pour lesquels l'État québécois est intervenu, entre autres, par le biais de la Caisse de Dépôt et de la SODICC, afin de favoriser l'appropriation dans le secteur par des intérêts québécois. Autrement dit, elle permet aux entreprises de s'affranchir de la population et de la culture qui les ont «nourries» et qui ont constitué leur base originelle de rentabilité. Cette autonomie à l'égard du marché d'origine conduit rapidement à aligner la production sur l'ensemble des marchés plutôt qu'en fonction de la spécificité du marché auquel l'entreprise était auparavant organiquement liée. La récente série télévisée «Lance et compte» avec sa trame

musicale en anglais, afin de faciliter sa vente dans les marchés anglophones d'Amérique du nord, illustre bien la conséquence de cette autonomie que les entreprises s'autorisent dans leur recherche de plus vastes marchés.

2.1.2 L'effet structurant de la barrière linguistique sur l'offre

La langue française domine très largement dans l'ensemble des médias. Mais, l'importance du français dans la structuration du marché culturel québécois devient encore plus évidente lorsqu'on sait que: 1) dans l'édition, les titres et exemplaires français ont, de 1971 à 1982, augmentés respectivement de 87% à 89.8% et de 62.1% à 93.3% (61); 2) de 1960 à 1982, la presse francophone a augmenté sa part du tirage de 67.4% à 81.5% (62); 3) la production de films et de vidéo par des maisons québécoises se fait en français dans 68.4% et 57.0% des cas (63).

La domination de la langue française est toutefois moins évidente dans certaines industries. Ainsi, concernant les enregistrements sonores produits au Québec, le français est moins fréquemment utilisé que l'anglais (35.0% comparativement à 46.6%), malgré que son emploi ait progressé de 1977 à 1980 de 31.3 à 35.0% (64). De plus, si on tient compte de l'écoute de la musique rock sur tourne-disque domestique, à la radio et des programmes des grandes chaînes américaines de télévision, on observe que la barrière linguistique spécifiant le marché culturel québécois en Amérique du nord est fragile.

Toutefois, la demande déterminée par la langue de la grande majorité des québécois provoque des ajustements qui structurent l'offre. Ainsi, en ce qui concerne le marché de la vidéo-cassette, une étude effectuée par la firme Jolicoeur et associés pour le Ministère des Communications du Québec montre que l'émergence de la demande francophone a modifié la structure de l'offre au cours des dernières années de sorte qu'actuellement, plus de la moitié des titres en versions françaises sont édités par des firmes canadiennes (65) et que la proportion moyenne des titres en français représente 58% de l'inventaire des clubs vidéo (66). Le développement des firmes québécoises dans la production de logiciels destinés à la population francophone indique que dans le marché des programmes informatiques la barrière linguistique pourrait avoir également d'importants effets de structuration. De plus, l'effet de la barrière linguistique pourrait devenir d'autant plus déterminant dans la structuration du marché culturel québécois que les industries de contenus accroissent leur importance dans les industries culturelles.

L'effet structurant de la barrière linguistique sur l'offre semble un constat banal quand on ne l'applique qu'à la facturation linguistique des produits. Mais, lorsqu'on tient compte de la traditionnelle volonté politique manifestée au Québec de favoriser l'appropriation dans le secteur culturel par des intérêts québécois par le biais d'interventions directes et indirectes de l'État, on s'aperçoit que la spécificité culturelle et linguistique a également eu et continue d'avoir un effet structurant sur la propriété des entreprises et la concentration. Cependant, dans l'actuel contexte idéologico-économique on peut penser que ce facteur n'a plus le même poids dans la mesure où ce n'est plus la valeur d'usage et donc la spécificité culturelle qui détermine le développement des industries culturelles mais bien la recherche de la rentabilité du capital investi laquelle conduit, comme nous l'avons vu plus haut, à «dénationaliser» et internationaliser l'appropriation autant que la production. Dans un tel contexte, l'effet de la barrière linguistique serait confiné à la facturation linguistique des produits et son incidence pourrait être limitée à la stimulation d'une industrie de traduction et d'adaptation des contenus étrangers.

2.1.3 La consommation

La consommation des produits culturels au Québec se manifeste par une augmentation des dépenses moyennes par famille pour les produits, plus 4.3%, et une diminution, -7.5%, des dépenses pour les appareils (Tableau 1). Ces données couvrent la période 1974-1982; elles sont donc antérieures à la vague récente d'acquisition du magnétoscope et à l'amorce de la pénétration du microordinateur dans les foyers. Toutefois, l'importance grandissante des contenus dans le développement des industries culturelles témoigne d'une tendance structurelle du marché culturel. En général, on peut donc supposer qu'une fois passées les vagues de premières acquisitions d'un équipement, les dépenses se déplacent vers l'acquisition des contenus et ce, autant au Québec qu'ailleurs dans le monde.

La consommation des produits culturels peut être qualifiée à la fois d'importante et de relativement «sous-développée» au sens où il reste pour la plupart des produits un potentiel substantiel pour approfondir le marché. Le Tableau 1 montre que des années 1974 à 1982, années de récession et de crise, les dépenses pour les contenus ont augmenté de 4.3% alors que l'ensemble des dépenses des ménages diminuait de 3.8%. Cette hausse des dépenses pour les contenus, malgré la situation économique difficile, indique bien l'importance

qu'elles acquièrent dans la vie moderne et la place croissante qu'elles pourraient occuper dans un contexte de croissance économique stable.

La consommation culturelle québécoise est importante comme le montrent: le tirage de 1 027 millions d'exemplaires des quotidiens ⁽⁶⁷⁾; l'équipement des ménages en appareils radio et télévision (plus de 98% des ménages) ⁽⁶⁸⁾, de tourne-disques et de magnétophones (plus de 75% et 42% des ménages) ⁽⁶⁹⁾; les heures d'écoute hebdomadaire de la radio et de la télévision (plus de 20 et 21 heures) ⁽⁷⁰⁾; les 82% de Québécois déclarant écouter souvent et très souvent de la musique ⁽⁷¹⁾; la fréquentation des salles de cinéma (plus de 60% de la population), des ciné-parcs (plus de 21%) et la moyenne annuelle de fréquentation des salles (10.8 fois) ⁽⁷²⁾; l'achalandage moyen annuel de chaque musée québécois (25,000 visiteurs) ⁽⁷³⁾ et l'assistance aux opéras et aux concerts symphoniques (plus de 71 000 et 180 000 spectateurs en 1980) ⁽⁷⁴⁾.

Par contre, on s'aperçoit que le marché de la culture peut être considérablement élargi puisque: une proportion importante de la population affirme ne pas lire les quotidiens (43%), les hebdomadaires nationaux (75%) et régionaux (29%) ⁽⁷⁵⁾; le tirage des quotidiens ne représente que 54% du marché alors qu'il atteint 72% au Canada ⁽⁷⁶⁾; 50% des gens affirment ne lire de livres que rarement ou jamais ⁽⁷⁷⁾; 68% de la population déclare ne pas fréquenter de bibliothèques et 70% ne pas visiter d'exposition de livres ⁽⁷⁸⁾; le taux d'occupation des places en salle de cinéma est tombé de 1946 à 1983 de 35% à 14.5% ⁽⁷⁹⁾; environ 60% de la population ne possède pas de magnétophone ⁽⁸⁰⁾ et 90% n'a pas de micro-ordinateur ⁽⁸¹⁾; 90% des Québécois affirment ne pas avoir l'intention de s'abonner à la télé-payante et aux canaux spécialisés de télévision ⁽⁸²⁾; une fraction très importante de la population affirme ne pas fréquenter de musée d'art (77%), de galerie d'art (80%), de boutique d'artisanat (49%), de théâtre (63%), de spectacles de musique populaire (64%) et classique (86%), de spectacle de danse (ballet (93%), moderne et ballet-jazz (90%), folklorique (95%)) ⁽⁸³⁾; enfin, 71% des Québécois affirment ne pas acheter d'oeuvre d'art ou de pièces d'artisanat ⁽⁸⁴⁾.

Globalement, on peut donc considérer que le marché culturel québécois se caractérise par: 1) une forte concentration et centralisation dans la diffusion et la distribution dont résulte une importante uniformisation de l'offre; 2) une faiblesse de l'appareil domestique de production dont les entreprises, récentes et petites, sont économiquement contrôlées par les grandes entreprises de diffusion et de distribution; 3) une demande à fort potentiel d'approfondissement

surtout au niveau des contenus de formation (développement des connaissances: livres, logiciels, arts,...); alors que pour celui des produits de divertissement, la consommation est déjà importante et semble se diversifier tout en poursuivant une certaine croissance (par exemple, les vidéo-cassettes); 4) une exigüité du marché qui devient la contrainte principale du développement des industries culturelles lorsqu'on ne considère le marché culturel québécois qu'en fonction de la possibilité de maximiser la rentabilité.

2.2 L'importance des industries culturelles au Québec

L'importance des industries culturelles au Québec peut, entre autres, être perçue par le volume de l'emploi, des salaires versés et des revenus. Le Tableau 2 permet de constater, que les industries étudiées comprennent plus de 3 200 entreprises, procurent près de 50 000 emplois, versent plus d'un milliard en salaires et totalisent plus de 2 milliards de revenus. En 1984, cela représentait 2.3% du PIB québécois.

Ces données montrent bien l'importance des industries culturelles. Elles sont cependant incomplètes d'une part, parce qu'il n'existe pas de renseignements chiffrés au sujet de plusieurs autres industries culturelles et, d'autre part, parce que les statistiques ne précisent que rarement le nombre de pigistes et d'emplois à temps partiel alors que ces emplois constituent dans certaines industries culturelles (périodiques, disques, films, vidéos...) un apport substantiel de main-d'oeuvre, lorsque ce n'est pas le principal. L'importance de la contribution des industries culturelles à l'économie et au marché de l'emploi est donc supérieure à ce que montrent les données du Tableau 2. Pour s'en persuader, il suffit de constater qu'aux 49 620 emplois recensés dans notre étude (Tableau 2), il faut ajouter au moins 7 620 artistes qui contribuent aux activités culturelles québécoises et additionner leurs revenus de 57,1 millions à la rémunération totale de plus de 1 milliard comptabilisée au Tableau 2.

Cependant, l'importance de ces industries pour la société québécoise tient surtout à l'enjeu sociétal qu'elles constituent par leur rôle dans la reproduction de la spécificité culturelle québécoise. Or, le secteur des industries culturelles est un secteur assez fragile compte tenu d'une part, de la tendance à l'internationalisation et à la privatisation alors que le développement de ces industries a toujours été assuré au Canada et au Québec grâce aux interventions de l'État et d'autre part, du

fait de leur faiblesse et de leur dépendance sur le plan de la production par rapport aux entreprises étrangères, particulièrement américaines.

2.3 *La dépendance du marché culturel québécois des contenus étrangers*

La dépendance du marché culturel québécois face à l'extérieur est importante autant pour les industries réglementées que pour les non-réglementées. Exception faite de l'industrie des quotidiens, elle s'avère toutefois plus grande parmi celles qui ne sont pas réglementées. L'énumération qui suit, illustre le constat de ces propos:

- 85% des titres des périodiques de masse proviennent de l'extérieur du Canada (85) et plus de 45% des périodiques lus, viennent de l'extérieur du Québec (86);
- 42.8% des livres français vendus au Canada sont importés bien que de 1975 à 1979 cette fraction ait décliné de 69.3% à 42.8% alors qu'elle augmentait de 51.7% à 56.8% dans le cas des livres anglais (87);
- les ventes de disques et de bandes avec contenu canadien ne représentent que 11.5% du total des ventes (4.5 millions sur 39.7) ce qui est tout de même une proportion plus grande qu'en Ontario (7.0% et 14.0 millions sur 201.1) (88);
- 80.0% des nouveaux enregistrements sonores produits au Québec en 1980 étaient effectués à partir de bandes originales louées ou achetées à l'extérieur du Canada et les maisons québécoises d'enregistrement versaient à l'étranger plus de 8,0 millions en droit de reproduction mécanique et de licences, soit 18.7% de leurs revenus, alors que l'anglais était la langue des nouveaux produits enregistrés au Québec dans 46.6% des cas (89);
- 64.3% et 66.7% des pièces présentées au théâtre — institutionnel et d'été — provenaient de l'extérieur du Canada (90);
- 97.2% des longs métrages disponibles auprès des distributeurs au Québec entre 1971 et 1981, provenaient de l'extérieur du Québec dont 5.3% du Canada anglais, 34.9% des États-Unis et 14.9% de la France (91);
- la proportion des films français projetés au Québec a décliné entre 1976 et 1983 de 72.3% à 58.4% alors que celle des films anglais

a cru de 26.8% à 39.6% et que dans la région de Montréal le rapport français/anglais dans les films projetés passait de 58.3%/40.3% à 48.0%/49.2% ⁽⁹²⁾;

- le nombre moyen d'heures d'antenne consacrées à diffuser de la musique populaire et rock est de 58.4 sur 146.5 (93). La plus grande partie de cette musique était étrangère et de langue anglaise, seule la réglementation du CRTC qui oblige les stations françaises à faire une place substantielle aux contenus canadiens et français empêche que la proportion de musique étrangère et anglaise diffusée soit plus importante;
- l'écoute de la télévision française dans la région de Montréal a diminué de 1968 à 1983 de 65% à 48% alors que celle de la télévision anglaise a augmenté de 35% à 48% ⁽⁹⁴⁾;
- le pourcentage des ménages québécois regardant la télévision américaine a crû de 1971 à 1979 de 26.1% à 34.2% chez les francophones et de 57.0% à 79.4% chez les anglophones ⁽⁹⁵⁾;
- près de 95% des longs métrages présentés à la télévision au Québec proviennent de l'extérieur du Canada, dont 45% des États-Unis pour les stations françaises (sauf Radio-Québec: 13.2%) et 62.6 et 71.4% pour les stations anglaises CBC et CTV alors que le pourcentage des feuilletons provenant de l'étranger est de 66.3% à Radio-Canada, 74.5% à Radio-Québec, 89.6% à TVA, 86.2% à CBC et 100% à CTV dont la grande majorité est américaine (39.1% à Radio-Canada, 85.9% à TVA, 12.2% à Radio-Québec, 63.8% à CBC et 93.5% à CTV) ⁽⁹⁶⁾;
- 82% des vidéo-cassettes distribuées au Québec étaient de langue anglaise et provenaient à 99% de l'étranger (4% du Canada anglais, 77% des États-Unis et 4% de la France) ⁽⁹⁷⁾;

Ces quelques données, aussi incomplètes soient-elles, montrent parfaitement bien l'ampleur de la faiblesse de l'appareil productif dans les industries culturelles québécoises. L'analyse des conditions socio-historiques du développement des industries culturelles québécoises que nous avons effectuée dans la première partie de ce texte a démontré que cette dépendance a *toujours* caractérisé le marché domestique. Nos données, nous autorisent même à penser que cette dépendance s'accroît avec l'expansion du marché pour les raisons suivantes: 1) l'appareil productif domestique est insuffisamment développé pour être en mesure de satisfaire, ne serait-ce que la moitié de la demande actuelle; 2) les efforts

consentis pour développer les industries domestiques n'ont que peu et trop tardivement porté sur les industries de contenus, sur la production.

2.4 L'aide de l'État aux industries culturelles

La domination et la dépendance des industries culturelles québécoises sont d'autant plus importantes que le contrôle qu'exercent certaines entreprises québécoises sur des fragments du marché domestique n'est réalisé qu'avec le support de l'État.

L'aide de l'État fournie à ces industries est à la fois directe et indirecte. L'aide directe s'effectue par la réglementation du C.R.T.C. qui exige que les grands médias de diffusion (la radio, la télévision et la câblodistribution) appartiennent à des intérêts canadiens et par des quotas qui obligent la radio et la télévision canadienne à accorder une place importante aux contenus canadiens. L'aide indirecte comprend également des programmes tels que ceux de l'État québécois pour l'intégration des arts à l'architecture du gouvernement du Québec, la «politique du 1%»⁽⁹⁸⁾ et celle du «Prêt d'oeuvre d'art»⁽⁹⁹⁾.

Le support de l'État se manifeste aussi par différentes formes d'interventions directes. Premièrement, l'aide directe de l'État vient des entreprises d'État, telles que: l'Office Nationale du Film (ONF), Radio-Canada et Radio-Québec. Cet apport est considérable comme l'indiquent les dépenses du gouvernement fédéral au Québec pour la Société Radio-Canada (194.1 millions en 1981) et pour l'ONF (16.1 millions en 1981)⁽¹⁰⁰⁾; la proportion des emplois que Radio-Canada et Radio-Québec procurent au Québec en télévision, soit 70.9% des effectifs; et les cachets et droits que la Société Radio-Canada versaient en 1980-1981 au Québec à des artistes, soit \$27,0 millions⁽¹⁰¹⁾.

Les contrats de publicité accordés par le gouvernement aux différents médias constituent une deuxième forme d'aide. A ce titre, le gouvernement du Québec versa en 1982 plus de \$6 millions⁽¹⁰²⁾. Troisièmement, l'État participe directement au développement des industries culturelles par la production de documents. Ainsi, le gouvernement du Québec est le plus important éditeur au Québec publiant en 1980, 36.2% des titres et 38.0% des exemplaires⁽¹⁰³⁾. Finalement, l'aide de l'État se manifeste par des subventions à un ensemble d'activités culturelles dont l'énumération exhaustive serait trop longue à présenter.

On peut donc affirmer que l'aide globale de l'État est plus que substantielle, elle est fondamentale. Récemment, la commission chargée de l'évaluation des coûts des programmes de l'État fédéral, le Rapport NIELSEN, estimait que la contribution fédérale dans le domaine des arts et de la culture était de \$1,6 milliards ⁽¹⁰⁴⁾, ce qui représente 28.8% des revenus totaux des industries culturelles au Canada ⁽¹⁰⁵⁾. À cet aide, il faut ajouter celle des gouvernements provinciaux.

L'aide de l'État fédéral et provincial aux arts et à la culture au Québec est très importante, soit en 1980-1981 \$659,1 millions (Tableau 3). Cependant les industries culturelles s'accaparent la plus grande partie de ce financement, \$367,6 millions, 55.8% de l'aide, ce qui représente 16.2% des revenus totaux des industries retenues dans notre étude (Tableau 2). Il est à noter que la télévision obtient la plus grosse part du gâteau, soit 50% de l'aide versée aux industries culturelles.

L'importance de l'aide de l'État dans le développement des industries culturelles domestiques et leurs évidentes faiblesses persistant au niveau de la structure de l'appareil de production malgré cette contribution, nous incitent à penser que l'actuelle vague d'abolitions des programmes de soutien, de déréglementation et de privatisation, ne réserve qu'un sombre avenir à ce secteur industriel.

Même si la production actuellement réalisée par les entreprises d'État est effectivement assurée dorénavant par l'entreprise privée comme le promulguent plusieurs des plus récents documents politiques que nous avons analysés dans la première partie de notre texte, il n'y aurait qu'un transfert de la production domestique d'un secteur à un autre, du public au privé. Cela ne signifierait en rien un progrès, ni quantitatif ni qualitatif, au plan de la production. Ce ne serait donc que l'appropriation sur les moyens de produire ces contenus et sur les produits qui serait changée. Il est même probable que ce transfert entraînera un éparpillement des ressources humaines et techniques de production. La faiblesse de la structure de production des contenus — caractéristique des industries culturelles québécoises — et la dépendance du marché culturel québécois à l'égard des contenus étrangers ne pourraient alors qu'être accrues.

Conclusion

Le développement des industries culturelles au Québec a été caractérisé par la concentration des investissements privés et étatiques et

des interventions de l'État dans l'appareil de diffusion, par la très grande faiblesse de l'appareil de production et par la très grande dépendance du marché culturel québécois des produits étrangers. La recherche de la rentabilité maximale qui caractérise les développements récents de ces industries conduit, comme notre analyse l'a montré, à «dénationaliser» et internationaliser autant la propriété des entreprises que la production. Ce processus constitue une triple désappropriation.

La privatisation-internationalisation désapproprie premièrement la collectivité, quelle qu'elle soit, de la possibilité, du droit et de la légitimité de regard et de contrôle sur les industries de la culture et même, à plus ou moins long terme, sur toute la sphère de la culture. La recherche de la rentabilité maximale conduit les entreprises privées à s'autonomiser des marchés nationaux et inévitablement à se soustraire de toute contrainte sur la circulation des produits culturels, d'où l'actuelle vogue pour la déréglementation. Cela rend très difficile le développement et surtout l'application d'une politique culturelle. L'approche néo-libérale, manifestée, entre autres, dans le Rapport MACDONALD, en vient même à proposer comme politique de ne pas avoir de politique culturelle et de ne laisser jouer que les lois du marché. Notre analyse nous a permis de signaler quelles seraient les conséquences historiques de l'application même partielle d'une telle politique, la dépendance à l'égard des produits étrangers et la très grande faiblesse de l'appareil productif. La perspective d'un accord sur le libre-échange entre le Canada et les États-Unis incluant les industries culturelles, laisse entrevoir que des segments de ces industries, et même des industries entières, pourraient être abandonnés car non-rentables. L'accroissement de la dépendance et/ou l'incapacité et/ou l'absence d'une volonté d'intervenir dans le développement des industries culturelles signifie une perte d'emprise sur un domaine essentiel de la vie sociale, la culture; et à ce titre, ils désapproprient la collectivité du contrôle sur son devenir facilitant ainsi sa soumission à ceux qui dominent dans les rapports sociaux mondiaux.

Deuxièmement, la privatisation/internationalisation désapproprie les citoyens, devenus, dans l'espace public marchandisé, de simples consommateurs-acheteurs de leur héritage culturel. Le passage de l'organisation de la sphère culturelle selon le principe des services publics à l'organisation des pratiques culturelles par les entreprises privées, marque l'abandon, ou du moins porte au second plan, le droit universel à la culture au profit de la notion d'accès à la culture, à l'information, en fonction de la capacité de payer. Rendre la consommation culturelle dépendante du pouvoir d'achat, c'est subordonner la possibilité d'acquérir du capital culturel à la possession du capital

argent; or, on sait, mais on le sait de plus en plus, que celui-ci est fort inégalement distribué.

Dans l'actuel contexte social où l'information devient la matière stratégique la plus importante du développement économique, soumettre l'acquisition des connaissances, de la culture, au pouvoir d'achat devient un puissant moyen d'étancher la classe sociale économiquement dominante et donc de reproduire les classes sociales. Ce processus désappropriant le peuple de la possibilité d'accéder à l'information, aux connaissances nécessaires aux décisions socialement stratégiques⁽¹⁰⁶⁾ est déjà bien avancé notamment par la place de plus en plus importante qu'occupent les banques de données (dont l'accès est toujours payant) dans le travail de conception et de décision; par la transformation des bibliothèques de plus en plus organisées autour de la consultation (toujours payante) des banques informatisées de données; par la prolifération des écoles privées d'une part et des coupures et des restrictions budgétaires imposées aux écoles publiques, d'autre part.

On constate également que ce processus est déjà bien entamé lorsqu'on connaît le prix de certaines éditions spécialisées à tirage restreint, le coût de l'abonnement à certains bulletins d'information et l'ampleur de la formation académique assurée directement par les grandes compagnies, surtout transnationales. Mais, la privatisation-internationalisation de la culture désapproprie également le simple citoyen parce qu'elle l'écrase, le marginalise, le «vaporise» dirait George Orwell⁽¹⁰⁷⁾, la voix de ceux qui détiennent le pouvoir économique occupant toute la place dans l'espace public.

Finalement, la privatisation-internationalisation désapproprie les créateurs du contrôle sur leurs produits. De plus en plus, la conception des produits culturels, tels qu'ils «apparaissent» sur les marchés, vient de ceux qui occupent les postes de décision économique alors que la réalisation est «confiée» aux créateurs. Ces derniers, s'ils veulent voir leur oeuvre atteindre le public, doivent alors concevoir des produits «qui-se-vendent-le-plus-largement-possible-et-dans-un-maximum-de-marchés». Dans ce processus, les liens unissant un créateur à son espace culturel d'origine et/ou à son espace d'existence sont coupés, du moins tels qu'ils se matérialisent dans les produits. Ainsi, les créateurs sont désappropriés de «leur public» et par le fait même les collectivités sont désappropriées de «leurs créateurs»...qu'on privatise et internationalise. Ce processus, déjà bien enclenché aux États-Unis (lire sur ce sujet, l'article de Schiller dans ce recueil), s'amorce avec vigueur au Canada par le développement du mécénat des

grandes entreprises et la privatisation d'organismes publics subven-
tionnant et soutenant le travail des créateurs.

L'importance de la désappropriation due au développement des industries culturelles sous le signe de la privatisation-internationalisation nous permet de comprendre que la question des industries culturelles constitue un enjeu «vital» pour la société québécoise.

Les industries culturelles sont un enjeu d'envergure sociétal parce que ce sont des industries produisant, diffusant et distribuant des produits symboliques donc des produits qui s'adressent et alimentent l'imaginaire, la représentation, la conscience. Elles sont un enjeu sociétal parce qu'elles relèvent des institutions et des appareils qui, dans une société, ont la tâche de produire et de reproduire le consensus social, donc l'identité nationale et la spécificité d'une société. Le développement des industries culturelles au Québec, la forme de ce dernier et celle du contrôle sur ces industries, mettent donc en jeu la reproduction de la spécificité de la société québécoise.

Mais, la spécificité dont il s'agit ne concerne pas que la particularité de la société telle qu'elle est héritée du passé, de l'histoire, du peuple, de la nation. Elle concerne aussi et surtout la volonté et la possibilité d'intervenir, de contrôler le devenir collectif. C'est précisément ce qu'oblitére la privatisation-internationalisation.

L'internationalisation de la culture, comme le souligne Michèle Mattelart dans *Border Line*, ne recèle pas qu'un projet culturel mais renferme également un nouveau système de pouvoir, un pouvoir international qui s'étend sur les espaces d'échange et de circulation, les marchés, des produits culturels internationalisés ⁽¹⁰⁸⁾.

La question des industries culturelles est donc une question «vitale» parce qu'elle interpelle la démocratie. C'est une question de démocratie à l'échelle internationale lorsqu'est en jeu la capacité/volonté des collectivités de contrôler leur sphère culturelle et leur espace public, lorsqu'il est question de la libre circulation des produits culturels ou du nouvel ordre mondial de l'information et de la culture. C'est aussi une question de démocratie à l'échelle nationale quand est en jeu l'accès à la culture conçu comme un droit, un service public.

La question des industries culturelles est donc une question éminemment politique et son statut d'enjeu politique doit être réaffirmé avec force dans l'actuel contexte où la vague néo-libérale dépolitise les

enjeux sociaux en cherchant à ne les soumettre qu'aux lois du marché dans lequel le poids des individus et acteurs sociaux est fort inégal.

Les industries culturelles constituent donc un enjeu trop important pour le laisser aux aléas du marché. La société québécoise doit, si elle veut assurer sa reproduction comme société réellement spécifique et non seulement comme société folkloriquement différente, contrôler le développement de ces industries afin qu'elles servent toute la collectivité et pas uniquement les entrepreneurs privés locaux ou internationaux. Cette perspective pose le problème de l'alternative à la marchandisation de la culture, problème sur lequel il faudra bien se pencher compte tenu de l'envergure de l'enjeu.

**Jean-Guy LACROIX et
Benoit LÉVESQUE**

Département de sociologie
Université du Québec à Montréal

Tableau 1
Dépenses moyennes par famille à Montréal (1974-1982) et dans l'ensemble du Québec (1982) pour certains produits et équipements reliés à la culture, en dollars constant

	Montréal		Différence		Ensemble du Québec		
	1974	%*	1982	%*	en %	1982	%*
Livres	52.0		57.0		+ 9.6%	51.4	
Journaux	97.0		74.9		-21.8%	67.1	
Périodiques	22.0		37.3		+69.5%	35.9	
Oeuvre d'art et gravures	-		22.3		-	21.1	
Théâtres et concerts	24.0		30.2		+25.8%	24.0	
Cinéma	63.0		42.5		-32.5%	31.5	
Disques et bandes	41.0		43.4		+ 5.9%	39.5	
Bandes vidéo	-		4.2		-	5.6	
Sous-total produits	299.0/ 1.2%		311.8/ 1.3%		+ 4.3%	276.1/ 1.2%	
Récepteur radio	10.9		6.7		-38.5%	6.7	
Chaîne stéréo	63.7		65.4		+ 2.7%	62.4	
Magnétophone	5.3		-		-	3.7	
Téléviseur	114.3		38.6		-66.2%	44.2	
Câblodistribution	17.7		57.3		+223.7	48.3	
Magnétoscope	-		-		-	12.5	
Réparation	16.4		8.1		-50.7%	11.4	
Sous-total équipements	228.3/0.9%		176.1 0.7%		-22.9%	177.8/ 0.8%	
Total	527.3/2.1%		487.9/ 2.0%		- 7.5%	453.9/ 2.0%	
Ensemble de toutes les dépenses	100%		100%		- 3.8%		
	24 986.0		24 048.7			22 953.0	

*: Pourcentage de l'ensemble de toutes les dépenses.

Statistique Canada, Dépenses des familles urbaines, 1974, cat. no: 62-544 et Dépenses des familles au Canada, 1982, cat. no: 62-555.

Tableau 2

Importance des industries culturelles québécoises en termes d'emplois, de salaires versés et de revenus.

	<i>Nombre d'entreprises</i>	<i>Emplois</i>	<i>Salaires (000)</i>	<i>Revenus (000)</i>
Radio	117	2,701	65,176	106,390
Télévision	32	5,484	180,034	182,088
Câblodistribution	94	1,415	35,984	116,848
Edition	238	3,931	82,993	536,360
Imprimerie	1,582	22,869	482,467*	700,435
Librairies de campus	57	376	4,812	34,879
Journaux et pé- riodiques	520	4,929	111,067	313,461
Spectacles musicaux (opéras et orch. symph.)	-	359*	6,924	10,062
Industrie du son et fabrication d'instruments	14	661	10,704	41,241
Enregistrement sonore	37	942	20,792	59,767
Muséologie	100	297	6,292*	2,044(1)
Théâtre (subventionné)	96	1,852	3,197	247
Cinéma:				
.production	-	896	32,538	40,976
.distribution	72	-	-	36,000
.projection	271	2,908	14,692	79,565
Vidéo-cassettes (distribution)	-	-	-	14,000
Total (*)	3,230	49,620	1,057,672	2,274,363

* Estimation

(1) Ne comprend que les trois plus grands musées au Québec.

Sources: Statistique Canada, cat. no: 56-204, 56-205, 36-203, 63219, 47-2-5, 63-207, 87-202; Production de Films et bandes vidéos, compilation spéciale; Lamb Guay inc., Étude sur l'industrie de l'imprimerie au Québec, Québec, MCQ, 1979; Québec, MAC, Direction générale des musées; F. Colbert, Le marché québécois du théâtre, Québec IQRC, 1982; Jolicoeur et associés, Etude sur l'industrie québécoise de la vidéo-cassette, Québec, MCQ, 1986.

Remarque: Ce tableau ne peut être considéré comme un portrait rigoureusement exact des industries culturelles au Québec car d'une part, certaines données se recoupent d'un secteur à l'autre de sorte que la comptabilité exacte des données est difficile pour certains secteurs et, d'autre part, parce que des données manquent pour d'autres secteurs. Nous avons donc dû faire des estimations afin d'obtenir un portrait relativement complet.

Tableau 3

**Dépenses des gouvernements du Québec et du Canada dans
le domaine des arts et de la culture, par activités,
1980-1981**

	Québec		Canada		Total	
	Rémunération (000)	Total (000)	Rémunération (000)	Total (000)	Rémunération (000)	Total (000)
Livres et imprimés	14,885	39,903	5,131	12,778	20,116	52,681
Télévision	819	38,207	-	149,684	819	187,891
Radio	-	1,372	-	44,561	-	45,933
Cinéma et audio-visuel	2,117	7,946	7,761	17,267	9,878	25,213
Arts d'interprétation	9,307	27,453	576	11,658	9,883	39,111
Arts visuels	2,830	14,689	37	2,100	2,867	16,789
Sous-total industries culturelles	29,958	129,570	13,505	238,048	43,463	367,618
*autres activités	34,797	72,840	19,191	218,706	53,988	291,546
Aide totale	64,755	202,410	32,696	456,754	97,451	659,164

* archives, patrimoine, langue, autochtones, groupes ethniques, échanges, centres culturels, etc.

Source: Comptes publics du Canada et du Québec.

Notes

- (1) Mentionnons, entre autres, parmi ces grandes enquêtes et publications: l'enquête sur la téléinformatique au Canada dont le rapport est intitulé *L'arbre de vie*, Ottawa, MCC, 1972; l'étude sur la téléinformatique au Québec publiée sous le titre *Dimensions d'une politique de téléinformatique pour le Québec*, Québec MCQ, 1976; le Livre blanc sur le développement culturel publié en 1978 par le gouvernement du Québec et portant le titre *La politique québécoise du développement culturel*; également Louis Applebaum et Jacques Hébert, *Rapport du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale*, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1982.
- (2) Signalons parmi les travaux du MCQ: *Bâtir l'avenir*, Québec, MCQ, 1982; *Un futur simple*, Québec, MCQ, 1983; de même que le *Rapport statistique sur les médias québécois*, Québec, Direction générale des publications gouvernementales, 1985. Il faut également souligner les travaux de l'Institut québécois de la recherche sur la culture (IQRC) en particulier le colossal ouvrage *Statistiques culturelles du Québec*, Québec, 1985; les travaux du Service gouvernemental de la propriété intellectuelle et du statut de l'artiste du ministère des Affaires culturelles du Québec, entre autres, le document signé par M. Brûlé et intitulé *Problématique du statut de l'artiste*, 1985, sans oublier l'enquête commandée par M. Marcel Masse, alors ministre des Communications du Canada, sur le statut socio-économique des artistes au Canada.
- (3) J-G Lacroix et B. Lévesque, «L'unification et la fragmentation des appareils idéologiques au Canada et au Québec: le cas de la radio-télévision», *Les Cahiers du Socialisme*, no.5(1980), pp.107-135.
- (4) J-G Lacroix et B. Lévesque. *Industries culturelles canadiennes et libre-échange avec les États-Unis*, texte de la communication faite à l'Association canadienne des Sociologues et Anthropologues de langue française (ACSALF), en mai 1986, à paraître dans un recueil à l'automne 1986 aux Editions Albert Saint-Martin sous la direction de Pierre Hamel de l'INRS-Urbanisation.
- (5) Michèle Mattelart, «Reflections on the Current Confrontation of France with the Model of Serialized Cultural Production of the U.S.», *Border Lines*, automne 1985, p.22.
- (6) A. Frignon cité en anglais par Dallas W. Smythe, *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Norwood, ALEX, 1981, p.165.

- (7) V. Massey et G.H. Lévesque, *Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada*, Ottawa, Imprimeur du roi, 1951, p.331.
- (8) R.A. Jones, «Le spectre de l'américanisation», dans S. Savary (sous la direction de), *Les rapports culturels entre le Québec et les États-Unis*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1984, p.147.
- (9) J. Aird, *Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion*, Ottawa, Imprimeur du roi, 1929, p.6.
- (10) E.A. Weir, *The Struggle for National Broadcasting in Canada*, Toronto/Montréal, McClland and Stewart, 1965, p.132.
- (11) V. Massey et G.H. Lévesque, *op.cit.*, pp.129-130.
- (12) G. Spy, «The Canadian Broadcasting Corporation, 1936-1961», *Canada/Communications/Canadiennes*, vol.2, no.1 (1961), pp.20-21.
- (13) V. Massey et G.H. Lévesque, *op. cit.*, p.336.
- (14) *Ibid.*, p.227.
- (15) *Ibid.*, p.71.
- (16) R. Fowler, *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision*, Ottawa, Imprimeur de la reine, 1957,p.181.
- (17) E. A. Weir, *op. cit.*, pp.353 et suiv. Aussi D. Ellis, *La radio-diffusion canadienne. Objectifs et réalités, 1928-1968*, Ottawa, ministère des Communications, 1979.
- (18) R. Fowler, *Rapport du Comité sur la radiodiffusion*, Ottawa, Imprimeur de la reine, 1965, p.35.
- (19) D. W. Smythe, *op. cit.*, p.182.
- (20) J. Lesage, Discours du 2 mars 1961.
- (21) P-E. Lapalme, *Lettre à l'Honorable Jean Lesage*, 3 septembre 1964.
- (22) P. Laporte, *Livre blanc du ministère des Affaires culturelles*, novembre 1965.
- (23) C.R.T.C. *Rapport annuel*, 1969 et 1978.

- (24) L. Applebaum et J. Hébert, *op.cit.*, p.189.
- (25) T. Kent, *Rapport de la Commission royale sur les quotidiens*, Ottawa, ministre des Approvisionnement et Services Canada, 1981, p.60.
- (26) C.R.T.C., *Rapport annuel*, 1970-71.
- (27) H. Hardin, *Closed circuits: The Sellout of Canadian T.V.*, Vancouver, Douglas and MacIntyre, 1985.
- (28) K. Davey, *Les mass media*, Ottawa, Imprimeur de la reine, 1970, p.141 (Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse).
- (29) J-P L'Allier, *Pour une politique québécoise des communications*, Québec, ministère des Communications, 1971. Voir l'annexe, pp.6 et suiv.
- (30) «Rapport du Tribunal de la Culture», présidé par Marcel Rioux, *Revue Liberté*, no.101, décembre 1975.
- (31) G. Frégault, «Bilan provisoire», 1975, reproduit dans Jean-Paul L'Allier, *Pour l'évolution de la politique culturelle*, Québec, ministre des Affaires culturelles, 1976, pp.53-62.
- (32) J-P L'Allier, *op. cit.*, 1976, p.87.
- (33) J-P L'Allier, *Le Québec maître d'oeuvre de la politique des communications sur son territoire*, Québec, MCQ, 1973, p.48.
- (34) H. Hardin, *op. cit.*
- (35) G. Frégault, cité dans J-P L'Allier, *op.cit.*, 1976, p.56.
- (36) J-P L'Allier, *op.cit.*, 1976, p.97.
- (37) *Ibid.*, p.148.
- (38) Camille Laurin, *La politique québécoise du développement culturel*, Québec, Editeur officiel, 1978, tome 1, p.3.
- (39) *Ibid.*, tome II, p.326.
- (40) Francis Fox, *Vers une nouvelle politique nationale de la radio-télédiffusion*, Ottawa, ministère des Communications, 1983, p.3.

- (41) G. Tremblay, «L'évolution récente du système canadien de communication», *Communication et Information*, vol. VII, no.3 (1985), p.68.
- (42) Voir l'entrevue qu'il accorda à la revue *L'Actualité*, juillet 1986. Le ministre disait, alors, à propos du libre-échange: «Échanger le petit marché de 25 millions de Canadiens contre celui de 250 millions d'Américains, c'est une illusion. Il ne faut pas mordre à l'hameçon».
- (43) P.R. Bélanger et B. Lévesque, «Libre-échange et nouveau rapport salarial», communication faite à l'*Association canadienne des Sociologues et Anthropologues de langue française (ACSALF)*, mai 1986 (à paraître dans le recueil sur le libre-échange édité sous la direction de Pierre Hamel de l'INRS-Urbanisation).
- (44) J-F. Bertrand, *Le Québec et les communications. Un futur simple?*, Québec, Gouvernement du Québec, 1983, p.11.
- (45) *Ibid.*, p.91.
- (46) Groupe de travail sur la révision des fonctions et des organisations gouvernementales, Rapport: *L'organisation gouvernementale, Québec*, 10 mars 1986, *La gestion des programmes gouvernementaux*, 16 mai 1986.
- (47) *Ibid.*, p.91.
- (48) R. G. Lipsey et M. G. Smith, *Taking the Initiative: Canada's Trade Options in a Turbulent World*, Montréal/Toronto, C.D. Howe Institute, 1985, pp.94-102.
- (49) MCQ, Rapport statistique..., *op. cit.*, p.2.
- (50) *Ibid.*, p.25.
- (51) CRTC, *Promesses de réalisation des titulaires de licences en vigueur au 31 août 1983*, Ottawa, CRTC.
- (52) *Ibid.*
- (53) Voir à cet effet J.G. Lacroix et R. Pilon, *Câblodistribution et télématique grand-public: histoire du développement de la câblodistribution au Canada (1950-1980)*, Montréal, GRICIS, 1983.
- (54) *Ibid.*
- (55) P. Audley, *Canada's Cultural Industries*, Toronto, John Lorimer and Co., 1983.

- (56) Entre autres, Gouvernement du Canada, *Le cinéma sur un bon pied*, Rapport du Groupe de travail sur l'industrie cinématographique, Ottawa, MCC, 1985, p.32.
- (57) Presse Canadienne, «Industrie du disque: Trans-Canada fusionne avec Musique Experts», *La Presse*, 20-08-1986, p.B-6; Angèle Dagenais, «Les Presses de la Cité passe à Québécor», *Le Devoir*, 6-08-1986, p.1 et 8.
- (58) SORECOM, *La distribution des journaux et périodiques au Québec*, étude réalisée par R. Pelletier pour le MCQ, Québec, 1978.
- (59) P. Audley, *op. cit.* p.74.
- (60) Gouvernement du Canada, *op.cit.*
- (61) Québec, MAC, BNQ, *Statistiques de l'édition au Québec, 1972 à 1982*.
- (62) Québec, MCQ, compilation de Claude Edgar Dalphond à partir du CARD, cité dans «Statistiques culturelles du Québec», *op. cit.*
- (63) Statistique Canada, Production de films cinématographiques et de bandes vidéo.
- (64) Statistique Canada, Enquête sur l'industrie du disque.
- (65) Jolicoeur et associés, *Étude sur l'industrie québécoise de la vidéo-cassette*, Québec, MCQ, 1984, p.7.
- (66) *Ibid.*, p.51.
- (67) IQRC, Statistiques culturelles... *op. cit.* p.4.12.
- (68) Statistique Canada, L'équipement ménager, cat. 64-202.
- (69) *Ibid.*
- (70) BBM, «Sondage BBM, Radio automne 1982», Toronto, no-vembre 1984 et «Télévision automne 1982», compilation Statistique Canada, Ottawa, février 1985.
- (71) Québec, MAC et SODICC, «Le comportement des Québécois en matières d'activités culturelles et de loisir au temps 2», tableaux statistiques, Québec, MAC, 1984.

- (72) R. David et A. Genest, *Le loisir au Québec en 1982*, Québec, MLCP, juillet 1984.
- (73) Statistique Canada, *Enquête sur les musées, les galeries d'art, les archives, les aquariums, les jardins zoologiques, les planétariums, les restaurants historiques et les établissements analogues*, 1979.
- (74) IQRC, *op. cit.*, pp. 9.11 et 9.14.
- (75) CROP, *Bulletin CROP et Sondage omnibus*, Montréal, novembre 1983.
- (76) IQRC, *op. cit.*, p.4.12.
- (77) Québec, MAC, SODICC, *op. cit.*
- (78) *Ibid.*
- (79) Y. Lamonde et P.F. Hébert, *Le cinéma au Québec, essai de statistique historique (1896 à nos jours)*, Québec, IQRC, pp.18-30; et BSQ, «Projections cinématographiques».
- (80) En 1984 CROP signalait que 71% des Québécois ne possédaient pas de magnéto. En 1986, cette fraction est baissée à 60% ce qui indique bien la rapidité avec laquelle ce marché se forme.
- (81) CROP, *Bulletin et Sondage omnibus*, Montréal, septembre 1984.
- (82) *Ibid.*
- (83) Québec, MAC, SODICC, *op. cit.*
- (84) *Ibid.*
- (85) SORECOM, *op. cit.*, p.88.
- (86) CROP, *Bulletin CROP et Sondage omnibus*, Montréal, novembre 1984.
- (87) P. Audley, *op. cit.*, p.96.
- (88) Statistique Canada, «Statistique de la culture, L'enregistrement sonore», 1984, cat.87-202.
- (89) Statistique Canada, «Enquête sur l'industrie du disque et l'industrie de l'enregistrement», 1981, cat.87-509.
- (90) Canadian Yearbook Review.

- (91) BSCQ, *Rapport mensuel*, de 1971 à 1981.
- (92) BSQ, *Projections cinématographiques*, 1976-1983.
- (93) CRTC, *op.cit.*
- (94) BBM, Télévision, *Reach/Portée*, automne 1969-1983.
- (95) S. Beauchamps et P. Bouchard, *Le Français et les médias. Les habitudes des Québécois*, Montréal, Dossiers du Conseil de la langue française, no.11, 1982.
- (96) TV-HEBDO, vol.20, 52, compilation faite par C. Eddie, cité dans Statistiques culturelles du Québec, «Québec», IQRC, 1985, p.13.48.
- (97) Jolicoeur et associés, *op. cit.*
- (98) En vertu de ce programme, mis sur pied en 1981, 1% du coût total de toutes les constructions financées par le gouvernement québécois est consacré à des travaux de décoration par des artistes, sculpteurs, peintres, tapissiers... Par ce programme, 1,3 millions ont été accordés en 1982 à 89 artistes. Québec, MAC, *Bilan des opérations 1981-1982 du programme de l'intégration des arts à l'architecture*.
- (99) Dans le cadre de ce programme, créé en 1982 le ministère des Affaires Culturelles du Québec fait l'acquisition d'oeuvre d'art par voie de concours pour les prêter aux organismes gouvernementaux et para-gouvernementaux qui le demandent. En 1983, 123 artistes ont ainsi vendu 194 oeuvres pour le montant total de \$278,000. Québec, MAC, *Arts visuels. Les artistes et la collection «Prêts d'oeuvre d'art»*.
- (100) Canada, *Comptes publics*.
- (101) Société Radio-Canada, *Rapport annuel*.
- (102) Québec, *Dépenses publicitaires du gouvernement du Québec*, DGMC, MCQ, 1983. Document non-publié.
- (103) IQRC, *op. cit.*, p.3.32.
- (104) Gouvernement du Canada, *Croissance économique. Culture et communication*. Rapport du groupe d'étude au groupe de travail chargé de l'examen des programmes. Rapport NIELSEN, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1986.

- (105) J.G. Lacroix et B. Lévesque, *Industries culturelles...*, *op. cit.*, p.29.
- (106) Yves de la Haye signale (*Dissonances: critique de la communication*, Paris, La pensée sauvage, 1984, pp.40 et 76-77) qu'il y a deux types d'information: l'une, spécifique et réservée au circuit des ajustements économiques est stratégique en ce qui concerne l'exercice du pouvoir; l'autre, de masse, de divertissement, est pauvre en teneur de pouvoir.
- (107) G. Orwell, *1984*, Paris, Gallimard, coll. Folio, 1950.
- (108) M. Matellart, *op. cit.*