

INFORMATION TO USERS

This manuscript has been reproduced from the microfilm master. UMI films the text directly from the original or copy submitted. Thus, some thesis and dissertation copies are in typewriter face, while others may be from any type of computer printer.

The quality of this reproduction is dependent upon the quality of the copy submitted. Broken or indistinct print, colored or poor quality illustrations and photographs, print bleedthrough, substandard margins, and improper alignment can adversely affect reproduction.

In the unlikely event that the author did not send UMI a complete manuscript and there are missing pages, these will be noted. Also, if unauthorized copyright material had to be removed, a note will indicate the deletion.

Oversize materials (e.g., maps, drawings, charts) are reproduced by sectioning the original, beginning at the upper left-hand corner and continuing from left to right in equal sections with small overlaps.

Photographs included in the original manuscript have been reproduced xerographically in this copy. Higher quality 6" x 9" black and white photographic prints are available for any photographs or illustrations appearing in this copy for an additional charge. Contact UMI directly to order.


Bell & Howell Information and Learning
300 North Zeeb Road, Ann Arbor, MI 48106-1346 USA
800-521-0600

UMI[®]



Université d'Ottawa • University of Ottawa

**Les politiques culturelles au Canada,
entre une conception «anthropo-politique» et
une conception économiste: le cas de la télédiffusion.**

 Par : Dagmo Nour
554673

**Thèse déposée à
L'École des Études supérieures et de la recherche
en vue de satisfaire aux exigences
du cours «Thèse» (POL 7999)**

**Directrice : Claire Turenne-Sjolander
Département de Science politique**

**Université d'Ottawa
le 20 décembre 1999**



National Library
of Canada

Acquisitions and
Bibliographic Services

395 Wellington Street
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

Bibliothèque nationale
du Canada

Acquisitions et
services bibliographiques

395, rue Wellington
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

Your file *Votre référence*

Our file *Notre référence*

The author has granted a non-exclusive licence allowing the National Library of Canada to reproduce, loan, distribute or sell copies of this thesis in microform, paper or electronic formats.

The author retains ownership of the copyright in this thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

L'auteur a accordé une licence non exclusive permettant à la Bibliothèque nationale du Canada de reproduire, prêter, distribuer ou vendre des copies de cette thèse sous la forme de microfiche/film, de reproduction sur papier ou sur format électronique.

L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur qui protège cette thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

0-612-48173-5

Canada

RÉSUMÉ

Cette thèse a pour objet les politiques culturelles du Canada à l'ère de la globalisation. La nouvelle tendance, dans cette ère, est le retrait de l'État de la sphère culturelle. La globalisation génère deux mouvements apparemment contradictoires: l'aspiration à l'universel et la tendance vers le localisme. Ceci est également apparent au sein des politiques culturelles du Canada.

L'hypothèse avancée dans cette thèse est la suivante: les politiques culturelles du Canada concilient, tant bien que mal, deux conceptions contradictoires de la culture: la première est la vision "anthropo-politique" de la culture comme porteuse de l'identité nationale, la seconde est la vision économiste de la culture. La culture étant perçue comme un produit comme les autres. Avec les bouleversements technologiques et économiques accompagnant la globalisation, la seconde conception s'impose.

Cette thèse consistera principalement à examiner les discours reflétant la position du Canada vis-à-vis l'orientation des politiques culturelles. Les discours analysés sont de sources diverses et variées: rapport de Commissions Royales, rapport de Groupes de travail mandatés par le gouvernement, rapport de Comités parlementaires, sorties publiques d'officiels impliqués dans le domaine.

Cette thèse sera élaborée en trois chapitres. Le premier chapitre met en place les enjeux et expose les deux conceptions de la culture: la vision "anthropo-politique" et la vision économiste de la culture. Le deuxième et le troisième chapitres seront l'exploration d'une étude de cas, la télédiffusion, et la matérialisation des deux conceptions de la culture dans la télédiffusion. Ainsi le deuxième chapitre consistera à exposer la matérialisation de la vision "anthropo-politique" dans le domaine de la télédiffusion qui s'avère être le protectionnisme culturel. Le troisième chapitre, démontrera que la vision libre-échangiste ou économiste de la culture domine la télédiffusion au Canada. Cela est incarnée par les câblodistributeurs qui ont désormais la mainmise sur le domaine grâce aux derniers bouleversements technologico-économiste.

Ainsi, ces trois chapitres corroborent l'hypothèse de la thèse: les politiques culturelles du Canada tentent de concilier les visions "anthropo-politique" et économiste de la culture, même si de fait et concrètement la vision technologico-économiste domine.

DÉDICACE

Je remercie Claire Turenne-Sjolander d'avoir accepté de m'accompagner durant cette longue et laborieuse entreprise qui a abouti à cette thèse. Je dédie cette thèse à ma mère Amina Jilane et à mon père Abdi Nour pour leur encouragement et leur soutien moral constant et ce durant toute la durée de mes études. Sans leur force inspiratrice, je peux affirmer que cette thèse n'aurait jamais pu aboutir. Je remercie Bashir Good pour sa présence morale durant tout le processus de la rédaction de cette thèse. Enfin, je dédie également cette thèse à un petit bout femme de deux ans qui a supporté vaillamment des longues absences répétées de sa maman sans vraiment en comprendre la raison. J'ai décidé d'achever cette entreprise principalement pour que Tasnim soit fière de sa maman quand elle aura atteint l'âge de raison.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
CONTRIBUTION DE LA THÈSE	7
CHAPITRE PREMIER	
Deux conceptions de la culture en présence au Canada: la vision anthropo-politique de la culture et la vision économiste de la culture.	9
1. Introduction.	9
2. Mise en contexte du concept de culture.	9
2.1 Définition et délimitation du champ au niveau sémantique.	9
3. Protectionnisme culturel et ses manifestations.	15
3.1 Justification du protectionnisme.	15
3.2 Un élément démocratique.	15
3.3 Culture, garant de l'identité nationale et de l'unité nationale.	17
3.4 Un voisin trop envahissant : Les États-Unis.	18
3.5 Raison économique.	19
3.6 Différents types d'intervention au niveau national.	20
4. Le libre-échange culturel.	23
4.1 Le Rapport Applebaum-Hébert.	23
4.2 Le phénomène nouveau de marchandisation de la culture.	27
4.2.1 Les industries culturelles.	27
4.2.2 La globalisation.	32
5. Conclusion du chapitre premier.	42
CHAPITRE DEUXIÈME	
Manifestation de la conception anthropo-politique au niveau de la télédiffusion.	44
1. Introduction.	44
2. La conception anthropo-politique au niveau de la télédiffusion.	45
2.1 Pourquoi le choix de la télédiffusion.	45
2.1.1 Télédiffusion du coeur du débat conceptuel de la culture	45
2.1.2 Instrument historiquement important.	45
2.1.3 Instrument chéri du public.	46
2.2 Matérialisation du protectionnisme.	47
2.2.1 Un service public.	48
2.2.2 La télédiffusion publique et son rôle pour l'essor de la démocratie.	51
2.2.3 La régulation.	54
2.2.4 Le rapport Caplan-Sauvageau.	56

2.2.5 Les recommandations du rapport.	59
2.2.6 L'impact direct ou indirect des accords du GATT et de l'ALÉNA face aux interventions gouvernementales. ...	61
3. Crise du service public de la télédiffusion.	64
3.1 Crise idéologique.	65
3.2 Facteur économique.	71
3.4 La rareté des deniers publics.	74
3.4 Généralisation du câble.	74
3.5 Facteur technologique.	75
3.6 L'américanisation par l'importation.	76
3.7 Échec du CRTC.	78
4. Conclusion du chapitre deuxième.	81

CHAPITRE TROISIÈME

Manifestation de la conception économiste au sein de la télédiffusion ou la victoire des câblodistributeurs	83
1. Introduction.	83
2. Les conceptions des libre-échangistes culturels.	83
3. L'émergence des câblodistributeurs.	88
3.1 Logique de flot et logique éditoriale.	88
3.2 La mainmise de la télédiffusion par les câblodistributeurs.	92
4. La Loi sur la radiodiffusion et son élaboration.	97
4.1 La canadianisation des ondes.	99
4.2 Le rôle du service public.	102
4.3 La technologie.	106
5. Conclusion du chapitre troisième.	110

CONCLUSION DE LA THÈSE	111
-------------------------------------	-----

BIBLIOGRAPHIE	115
----------------------------	-----

INTRODUCTION

La mondialisation économique¹ a amené des grands bouleversements économiques, sociaux et politiques au cours des deux dernières décennies au sein des pays industrialisés. Ce phénomène se caractérise essentiellement de façon tangible par la mondialisation des capitaux financiers qui circulent librement de par le monde. Leurs mouvements répondent instantanément aux divers signaux qui émanent de l'environnement économique et politique mondial. Le discours que porte la globalisation prône son inéluctabilité et en même temps ses bienfaits pour toutes les classes de la société. La rhétorique porteuse de la globalisation remet en cause l'interventionnisme étatique qui, selon elle, entrave la pleine expansion de la globalisation. Ainsi, dans la plupart des pays industrialisés, le Canada inclus, nous assistons à une diminution du rôle de l'État dont l'action est ébranlée concrètement par les pratiques de la mondialisation (réalité de l'OMC, réalité de l'ALÉNA, tendance à une plus grande déréglementation). En outre, l'intervention étatique est délégitimée par le discours porteur de la globalisation.

Dans un tel contexte, (où son intervention est secouée, concrètement par la plus grande ouverture des marchés et idéologiquement par la rhétorique portant la globalisation), l'État canadien doit se repositionner et redéfinir son champ d'action. Cela signifie que l'État canadien se retire du domaine social et intervient différemment dans ce domaine.

¹ Au cours de notre thèse nous emploierons les termes de mondialisation et de globalisation. Pour notre propos, la mondialisation réfère à l'aspect économique de ce phénomène, tandis que la globalisation renvoie à tous les processus (économique, social, politique et organisationnel) caractérisant cette mondialisation économique. Cette distinction est purement personnelle.

Le domaine culturel n'échappe pas au retrait de l'État. Par voie de conséquence les politiques culturelles, qui sont l'expression de l'intervention de l'État dans ce domaine, s'adaptent à la globalisation en présence. Par ailleurs, la globalisation génère un double mouvement: l'aspiration à l'universel versus une tendance au localisme. La consommation des biens dits «exotiques» (produits à des kilomètres de chez soi) est banalisée. Au même moment le désir des citoyens d'accéder à des produits typiquement de chez eux grandit. Ce double mouvement contradictoire se retrouve également dans le social et précisément dans le domaine des politiques culturelles canadiennes. Cela est précisément le sujet de notre thèse. Nous avancerons alors comme hypothèse que les politiques culturelles du Canada concilient, tant bien que mal, deux conceptions contradictoires de la culture : la première est la vision «anthropo-politique» de la culture comme porteuse de l'identité nationale, la seconde est la vision économiste de la culture. La culture étant perçue ici comme un produit comme les autres. Avec les bouleversements technologiques et économiques accompagnant la globalisation, la seconde conception s'impose. Cette dernière est incarnée dans le domaine de la diffusion canadienne par les câblodistributeurs.

« Attributing primary causal power to globalization is not difficult. For a broad area of reasons, recorded human experience is a history of expanding horizons of individuals, families, tribes and societies driven by technology and industrialization to move into increasingly coherent and encompassing forms of social, economic and political organization. No less historically conspicuous than the movement along these lines have been the resistance to the globalizing dynamics, counter-reactions driven by the need for identity and the psychic comforts of shared territory and culture to retreat into narrower forms of social, economic and political organization, all of which

can be seen as localizing processes that infuse further fragmentation into the course of events».²

Le Canada, en vue de satisfaire cet attrait du localisme par les citoyens, se dote de politiques culturelles en vue de promouvoir la culture nationale. La rhétorique officielle du gouvernement affirme haut et fort sa volonté de protéger les cultures nationales. Au même moment, l'État canadien doit faire face au bouleversement économique et technologique amené dans le domaine de la culture par la globalisation. Comme on l'a vu plus haut, la mondialisation remet en cause l'intervention étatique, laquelle intervention est l'instrument essentiel pour la protection de la culture nationale. Dans un tel contexte, l'État canadien se retrouve dans la difficile position de devoir ménager la chèvre et le chou, en l'occurrence la culture et l'économie.

La première vision, qualifiée d'«anthropo-politique» par Dave Atkinson³, définit la culture comme porteuse de l'identité nationale. Selon cette vision, la culture doit être protégée par l'État car elle est la garante de la culture nationale et de l'unité nationale. La deuxième vision perçoit la culture comme une industrie et les biens culturels comme des marchandises. Pour cette vision, la culture est partie intégrante de l'économie. Au cours de cette thèse nous tenterons de dévoiler les contradictions et les tensions entre les deux

² James N. Rosenau, sous la direction de Björn Hettne, «Distant Proximities: The Dynamics and Dialectics of Globalization», International Political economy: understanding global disorder, Fernado Publishing, Halifax Nova Scotia, pp. 46-63.

³ Dave Atkinson, «Politique culturelle, enjeux industriels et changements techniques: « L'exemple de la télévision » dans Florian Sauvageau (sous la dir. de) Les politiques culturelles à l'épreuve: la culture entre L'État et le marché, Ste Foy, Institut québécois de recherche sur la culture, 1996, pp. 73-100.

courants qui ont modelé les politiques culturelles entre 1982 et 1995⁴ : le protectionnisme culturel et le libre échange culturel. Nous tenterons d'analyser les discours et les actions concrètes qui ont porté ces deux courants en les transposant dans une étude de cas qu'est la télédiffusion.

Cette thèse consistera principalement à examiner les discours reflétant la position du Canada vis-à-vis de l'orientation des politiques culturelles. Les discours analysés sont de sources diverses et variées : rapport de la Commission Royale, rapport de Groupes de travail mandaté par le gouvernement, rapport de Comités parlementaires, discours efforts de négociations, sorties publiques d'officiels impliqués dans le domaine.

Ainsi nous tenons à préciser que cette thèse n'aura pas pour objet l'étude des politiques culturelles à proprement parler. Nous nous donnons pour objectif d'exposer et d'analyser pour le domaine des politiques culturelles. Notre thèse s'est arrêtée sur les discours(même si à plusieurs reprises nous mentionnons les politiques culturelles précises) car c'est principalement par les discours que se font ou se défont les politiques culturelles.

Pour ce faire nous élaborerons notre propos en trois chapitres. Notre premier chapitre sera l'explication des enjeux, la mise en place de notre cadre d'étude. Il s'agira de passer en revue les tenants et les aboutissants de la vision anthropo-politique (socioculturelle) et de la vision économiste de la culture. Mais avant de camper les deux courants en présence, il nous a semblé essentiel pour la compréhension et un meilleur

⁴ Les deux dates extrêmes de cette période ont été choisies pour leur pertinence pour notre propos : 1982 marque l'année de la publication du rapport Applebaum-Hébert (emblématique du retrait de l'État en matière culturelle) et 1995 marque la création de l'OMC au sein duquel le Canada s'est farouchement battu pour préserver le domaine culturel.

éclairage du sujet, de faire un bref survol sur le concept de culture. Ce premier chapitre nous permettra de voir que le concept de culture prête à confusion, puisqu'il a toujours oscillé entre une interprétation économique et une interprétation socioculturelle. Nous verrons les raisons philosophiques et économiques qui justifient le protectionnisme culturel. Ce premier chapitre nous permettra également de découvrir comment les différents discours et postulats se manifestent concrètement au Canada au niveau national et au niveau international, et ce par rapport au contexte canadien. Ainsi la vision anthropo-politique de la culture se concrétise au niveau des politiques culturelles par le protectionnisme culturel. Nous passerons en revue les principaux arguments soutenus par le discours protectionniste canadien.

Nous démontrerons aussi les raisons pour lesquelles depuis, les années quatre-vingt, le discours protectionniste perd du terrain. Dans la deuxième partie du chapitre premier, nous exposerons les arguments des libre-échangistes culturels. Les tenants du libre-échange culturel désirent que le gouvernement canadien considère la culture non seulement comme un secteur à part entière de l'économie mais prônent le bannissement du protectionnisme culturel. Pour la vision du libre-échange culturel, le rôle de l'État doit se limiter à la correction des défaillances du marché et non surprotéger des industries nationales contre la concurrence des marchés culturels internationaux. Nous étudierons le rapport Applebaum-Hébert qui marque un tournant décisif en politiques culturelles : il sonne le glas du début de la fin de l'ère protectionniste culturelle.

Ayant ainsi campé les enjeux au niveau de la culture et surtout dans les industries culturelles; nous verrons comment ce débat sur la culture (marchandise ou objet noble) se

transpose dans le domaine de la télédiffusion canadienne au cours des deux autres chapitres. La télédiffusion est, elle aussi, le théâtre de l'affrontement des visions contradictoires des politiques culturelles: doit-on parler de politique culturelle, de politique industrielle culturelle ou de libéralisme débridé culturel? C'est ce à quoi nous tenterons de répondre dans les deux chapitres suivants qui visent à cautionner empiriquement notre hypothèse.

Le deuxième chapitre exposera la matérialisation du discours protectionniste au niveau de la télédiffusion. La télédiffusion cristallise, pour les défenseurs du protectionnisme culturel, le pouvoir de transmettre des valeurs et des symboles, bref le pouvoir de modeler les cultures. Pour les tenants du protectionnisme, la télévision est un instrument à vocation sociale et démocratique et ne saurait être laissée aux mains du marché. Ce chapitre nous permettra de voir comment la vision anthropo-politique (ou socioculturelle) de la culture s'incarne dans la télédiffusion : c'est-à-dire la justification et la défense d'un service public et la promotion de la canadianisation des ondes. Le chapitre deuxième nous permettra de découvrir que ces deux notions sont remises en cause par la mondialisation économique et son discours idéologique.

Le troisième chapitre vise à exposer la vision libre-échangiste ou économiste dans le domaine de la télédiffusion, la deuxième conception de la culture de notre hypothèse. Ce chapitre nous permettra de découvrir que les enjeux économiques s'imposent jusqu'à occulter la rhétorique du protectionnisme culturel qui est de mise au niveau de la télédiffusion. Cela nous amène à analyser la mainmise du domaine de la télédiffusion par les câblodistributeurs. Ces derniers ayant gagné la bataille technologique véhiculent l'idée que les produits télévisuels sont des marchandises. Les câblodistributeurs ont été propulsés sur

le devant de la scène par les bouleversements économiques et technologiques tel que cités dans notre hypothèse. Dans une deuxième partie du chapitre troisième, avec l'exemple empirique de l'élaboration de la Loi sur la radiodiffusion de 1991, nous démontrerons qu'au Canada les câblodistributeurs non seulement dominent économiquement la télédiffusion mais qu'ils ont aussi largement influencé le processus de l'élaboration des politiques culturelles. Cette loi, par les principes qu'elle énonce, appuie le service public et prônent des valeurs importantes comme la canadienisation des ondes et un rôle accru du service public (deux notions chères aux protectionnistes culturels), mais les moyens préconisés pour atteindre ces objectifs sont insuffisants sinon inexistantes.

Ces trois chapitres corroborent l'hypothèse que nous défendons: les politiques culturelles canadiennes, malgré leur effort de conciliation, penchaient pour la vision technologie-économiste de la culture portée par la globalisation au détriment de la vision anthropo-politique de la culture.

CONTRIBUTION DE LA THÈSE

Au cours de cette thèse nous démontrerons qu'aujourd'hui on est loin de la conception idyllique de la culture. La culture n'est plus un patrimoine sacré à la seule valeur sentimentale. Un produit culturel est un «produit» avant tout (sans faire la palissade): c'est-à-dire qu'il se vend et s'achète parfois à coup de millions de dollars et se fabrique à partir de procédés à la fine pointe de la technologie. L'État canadien et ses politiques culturelles qui en découlent suivent et démontrent l'ambivalence sur le statut et la valeur de la culture dans une époque de mondialisation à grande vitesse. La contribution de cette thèse sera de

dévoiler les contradictions fondamentalement inhérentes à la politique culturelle canadienne issue d'un double mouvement protectionniste et libre-échangiste selon les opportunités. Par la même occasion, cette thèse sera la démonstration, au sein de la télédiffusion canadienne, du règne du déterminisme technologique (incarné par les câblodistributeurs).

CHAPITRE PREMIER

Deux conceptions de la culture en présence au Canada: la vision anthropo-politique de la culture et la vision économiste de la culture.

1. Introduction.

Au cours du premier chapitre, nous exposerons les grandes lignes du débat sur la teneur de la culture et des concepts qui en découlent. Ce chapitre nous permettra d'analyser les origines du terme de culture pour mieux saisir les tiraillements conceptuels en présence : la culture a-t-elle un sens anthropo-politique (ou socioculturel) ou un sens économiste? Ce bref survol nous introduira pertinemment à notre propos, c'est-à-dire le débat entre les protectionnistes culturels et les libre-échangistes culturels. Dans notre première partie nous explorerons la conception anthropo-politique. Ce chapitre nous permettra de découvrir que le Canada tient fermement à la protection de sa culture nationale.

Ce chapitre nous permettra d'entrevoir qu'au niveau des discours et de la volonté apparente du politique, l'option protectionniste semble gagnante. Cependant, au cours de ce chapitre nous confirmerons, notre hypothèse au niveau empirique en démontrant qu'au sein des industries culturelles, la version économiste de la culture gagne du terrain.

2. Mise en contexte du concept de culture.

2.1 Définition et délimitation du champ au niveau sémantique.

Notre thèse a principalement une visée sur les discours de différents rapports. Dans les discours, le sens que l'on attribue aux mots que l'on choisit (soigneusement d'ailleurs)

est essentiel à la portée du discours lui-même. En l'occurrence, il nous a semblé fort pertinent d'explorer le sens que les tenants de deux conceptions de la culture attribuaient justement à ce terme. Tenter de définir le concept de culture est une tâche complexe. Le terme de culture est un terme très difficile à définir. Il peut avoir plusieurs sens puisque de nos jours presque toute chose a une connotation culturelle; de l'art culinaire en passant par le domaine dit strictement culturel, rien n'échappe à l'emprise culturelle.

Fernand Dumont distingue par exemple deux types de culture : la culture première et la culture seconde. «La culture première est notre milieu d'existence : le monde y a d'emblée un sens pour nous, un sens dispersé dans nos gestes, nos langages, nos pratiques quotidiennes. La culture seconde est un horizon : elle effectue un dédoublement où nous avons dans les œuvres dont la littérature, l'art, la science sont des échantillons parmi d'autres. »⁵ Marie Charlotte de Koninck⁶ offre, elle aussi, deux types de culture : une culture à sens large et une culture à sens restreint. Au sens large, la culture comprend les productions intellectuelles et artistiques, mais aussi la façon de vivre d'un individu ou la collectivité. Le sens restreint signifie toutes les productions intellectuelles telles que les arts et les lettres, la philosophie et la religion. Pour Jean-Paul l'Allier dans le livre Vert du gouvernement du Québec de 1976, «La culture est à peu près synonyme de civilisation, dans le sens de civilisation déterminée. Dans ce cas, la culture ne se dit plus de l'individu mais

⁵ Fernand Dumont, «Pouvoir sur la culture, pouvoir de la culture », dans L'engagement intellectuel: Mélanges en l'honneur de Léon Dion, sous la direction de Raymond Hudon et Réjean Pelletier, Ste Foy, P.U. L., 1991, p. 166.

⁶ Marie-Charlotte de Koninck, «Quand la culture se fait stratégie », Questions de culture 10: État et la culture, Québec. Institut québécois de recherche sur la culture, 1984, p. 43

de l'ensemble d'une société. La culture ainsi entendue englobe donc la langue et le système de valeurs, de croyances, de mythologies, de connaissances techniques, d'institutions sociales qui forment le patrimoine d'une société. »⁷

Le choix des paramètres pour jauger ce terme est souvent caractéristique de la conception de la culture : culture au sens anthropo-politique ou culture dans le sens d'industries culturelles. En effet, la définition du terme de culture a toujours oscillé entre ces deux connotations. La première conception (celle de culture au sens anthropo-politique) est de loin celle qui a été historiquement la plus acceptée, pour laquelle la culture est l'amalgame d'un vaste ensemble d'informations et de connaissances qui permettent aux individus de se développer et d'être pleinement intégrés à leur milieu. Pour résumer cela nous présentons la définition du sociologue britannique Raymond Williams qui attribue à la culture trois sens primordiaux : 1) le processus général de développement intellectuel, spirituel et esthétique ; 2) un genre de vie particulière relié soit à une époque, à une période, à un groupe ou à l'humanité en général ; 3) le travail et les pratiques des activités intellectuelles ou artistiques.⁸ Cette définition de la culture correspond à la conception de la culture comme une notion anthropo-politique. Une autre école de pensée décrit la culture en des termes beaucoup plus économiques et perçoit les activités culturelles comme les autres.

Selon eux :

⁷ Jean-Paul l'Allier (Ministre des Affaires culturelles), Pour l'évolution de la politique culturelle: document de travail (Livre vert), Québec, M.A.C, mai 1976, pp. 18-19.

⁸ Raymond Williams, Keywords: a vocabulary of culture and society. Oxford University Press, New York, 1985, pp. 90-91.

« No activity, including the production and consumption of culture, is exempt from the basic economic reality that resources are scarce and, therefore, that choices must be made with regard to the allocation of those resources. Issues dealing with the allocation of scarce resources are the domain of the economics. »⁹

Il s'agit là de la définition de la culture perçue comme industrie culturelle.

Pour notre part, nous choisissons de travailler avec une définition fonctionnelle de la culture nationale. Il s'agit de la définition de Mark Starowicz : «Je propose donc une définition fonctionnelle de la culture nationale » ainsi : L'ensemble des valeurs (sur le plan social, politique, moral et artistique) d'un pays ou d'un groupe ethnique à un moment donné, qui ne sont pas nécessairement en harmonie; une dynamique; elle permet à l'art et à l'«entertainment» d'être définis comme des formes de communications, plutôt que comme des produits. (Il me semble qu'on pourrait tout à fait considérer l'identité nationale comme une sous-définition de la culture nationale. Il s'agit simplement des valeurs dominantes dans le domaine social, politique économique, moral et artistique ainsi que ses traits caractéristiques à un pays ou à une communauté ethnique donnés à un moment précis.¹⁰. Cette définition, même si elle se place dans la conception anthropo-politique de la culture, n'ignore pas l'importance de l'aspect économique (cité comme «entertainment») de la culture. L'usage d'une telle définition, nous permettra pleinement d'explorer les deux conceptions de la culture de notre hypothèse.

⁹ Steven Globerman, Culture, Governments and Markets: Public Policy and the Cultural Industries, p. 1.

¹⁰ Mark Starowicz, «Citoyens de *video-America*: la télévision canadienne à l'ère du satellite », Souveraineté et protectionnisme, p. 93.

Dès le début de la radio au Canada, les deux différentes conceptions de la culture se sont affrontées. En effet dans les années vingt, le système radiophonique au Canada s'est développé de façon sauvage. La réglementation était quasi inexistante et la plupart des propriétaires ainsi que le contenu des stations étaient américains. Face à cela, le gouvernement a instigué la mise sur pied de la Commission Aird, la première commission sur la radiodiffusion. Au cours des consultations publiques de cette commission, les radiodiffuseurs privés (car il n'y avait pas encore de secteur public) ont milité pour le maintien de la radio comme un secteur de l'économie (à l'américaine). Une telle argumentation correspondait à la conception économiste de la culture. Néanmoins le rapport de la Commission Aird a très fortement recommandé la création d'un service public de radiodiffusion et le soutien de l'État pour la protection de la culture nationale¹¹. Une telle recommandation correspondait au désir des tenants de la conception de la culture comme anthropo-politique. Ainsi dès 1929, le tiraillement (présenté dans notre hypothèse) entre les deux conceptions de la culture étaient en présence.

Au cours de cette thèse nous nous attacherons exclusivement à analyser les discours entourant les politiques culturelles et nous tenterons de les présenter tels qu'ils s'exposent. Ces discours, dans leurs définitions de la culture, confondent beaucoup trop souvent la culture, les diverses représentations fonctionnelles de la culture et les perspectives d'action qui découlent de ces représentations. Cette confusion conceptuelle ayant été soulevée, il ne sera pas de notre propos au cours de cette thèse de l'explorer.

¹¹ GROUPE DE TRAVAIL SUR LA POLITIQUE DE RADIODIFFUSION (1986), Rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services Canada, p.8.

Le bref exposé ci-haut, nous démontre la pertinence de notre hypothèse. En effet, il nous place directement en plein dans le débat entourant l'approche anthropo-politique de la culture et l'approche purement économiste. Ainsi la question du «développement culturel dans le contexte d'une économie ouverte s'inscrit dans le cheminement logique d'une tension historique entre économie et culture qui a longtemps caractérisé l'évolution des sociétés industrialisées. Ceci a été largement accentué par les phénomènes contemporains de mondialisation »¹². Cette tension a toujours existé au niveau historique, même si cette fin de siècle a exacerbé ou a plutôt révélé de façon pointue la tension entre ces deux différents modes de conception de la culture. De ces différentes formes de conceptions de la culture découlent les opérationnalisations de la culture (pour cette thèse, il s'agit des politiques culturelles) qui ne sont pas les mêmes selon l'ontologie du concept de culture. En poussant cette logique à ses limites, il en découle deux courants culturels, l'un protectionniste et l'autre technologico-économiste.

De ces deux tendances culturelles, découlent deux écoles de pensée quant à la conception de la culture. L'objet de notre thèse sera de révéler cette tension au sein des politiques culturelles pour démontrer que les actions gouvernementales ainsi que l'action des différents acteurs s'inscrivent dans ces mouvements contradictoires de la culture.

Pour les tenants de la culture perçue comme anthropo-politique, la culture est un élément emblématique de l'identité nationale canadienne. C'est une valeur qui mérite beaucoup d'égards, c'est pourquoi il faut la chérir, la préserver, bref la protéger de toute extériorité

¹² Marc Raboy et al, Développement culturel et mondialisation de l'économie : un enjeu démocratique, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1994, p. 15.

corrosive. Les adeptes du concept de culture au sens socioculturel ne souscrivent pas à des vœux pieux. Ils veulent que l'État canadien s'impose davantage dans le maintien et la protection de la culture nationale. C'est précisément cette prise de position et les actions concrètes qui en découlent que nous qualifions de protectionnisme culturel.

3. Protectionnisme culturel et ses manifestations.

3.1 Justification du protectionnisme.

Comme nous l'avons démontré plus haut, la conception de la culture anthropopolitique, s'incarne dans le protectionnisme culturel. En effet la notion de culture comme porteuse de l'identité nationale s'opérationnalise par le discours du protectionnisme culturel. Ce discours se présente, au Canada, sous plusieurs facettes, toutes en faveur du protectionnisme culturel. Il s'agit de la culture perçue comme un élément démocratique, la culture garante de l'unité nationale, de la crainte des États-Unis, de la raison économique. C'est cette perception que nous allons explorer dans ce qui suit. L'appui de l'État à la culture permettrait aux individus d'avoir accès aux productions nationales. Ceci permettrait aux individus de disposer de plus de choix et donc de faire des choix de sociétés plus avancées.

3.2 Un élément démocratique.

La première justification du protectionnisme culturel et la plus abondante dans le discours des tenants de cette option est l'élément démocratique que la culture apporte à la société canadienne. Cette position est en plein dans la continuité de la conception anthropopolitique de la culture. En effet, l'UNESCO, qui par ailleurs a intitulé la décennie de 1988-1997, «*Décennie mondiale du développement culturel* », perçoit la culture comme un vecteur

de démocratisation des sociétés à l'ère du tout technologique. Selon cette vision, «La clé du développement culturel réside dans la disponibilité et l'accessibilité des ressources que l'individu peut mobiliser afin de participer pleinement sur une base équitable à la vie publique de sa communauté et dont les communautés peuvent jouir dans un monde où elles se trouvent de plus en plus interdépendantes. »¹³

La culture serait ainsi l'élément déterminant qui permettrait aux individus de se réaliser pleinement et de participer à la vie démocratique de son pays. La culture ne se résume pas à la somme des opérations industrielles et à la vente de ces produits sur le marché. Elle a une toute autre dimension puisque, de la culture, dépendent l'éducation civique et démocratique du citoyen. Cette conception de la culture qui la présente comme une valeur essentielle pour la démocratie dans un contexte de globalisation et du marché maître de toute chose. Avoir accès à une panoplie de produits culturels est à la base de la démocratie et permet d'exercer pleinement son droit de libre choix entre les productions culturelles nationales et étrangères. Ceci est un gage de démocratie et de liberté. Or l'uniformisation et la standardisation des produits culturels sur les marchés mondiaux portent une sérieuse atteinte au libre choix et en dernier lieu à l'exercice du choix démocratique du consommateur moyen. Protéger la culture prend alors une toute autre forme.

« Il s'agit alors moins de protéger les marchés que d'inventer de nouveaux mécanismes, non pour la gloire de la nation, ni pour promouvoir les industries culturelles nationales, mais pour les acteurs sociaux qui, pour le meilleur ou

¹³ Marc Raboy et al., Développement culturel et mondialisation de l'économie: un enjeu démocratique, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1994, p. 51.

pour le pire, sont encore politiquement constituées à l'intérieur des frontières, et aient voix au chapitre.»¹⁴

Ainsi nous pouvons affirmer à l'instar de Jean-Guy Lacroix et de Benoît Lévesque: « L'internationalisation de la culture 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. «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'elle met en jeu la capacité/volonté des collectivités de contrôler leur sphère culturelle »¹⁵ Ainsi selon cette justification, la culture est essentielle aux Canadiens pour qu'ils puissent pleinement exercer leurs droits démocratiques et par la même occasion souder les Canadiens ensemble.

3.3 Culture, garant de l'identité nationale et de l'unité nationale.

Cette justification repose sur la définition de la culture de Mark Starowicz (citée plus haut) qui perçoit: «L'identité nationale comme une sous-définition de la culture nationale. Il s'agit simplement des valeurs dominantes dans le domaine social, politique économique, moral et artistique ainsi que ses traits caractéristiques à un pays ou à une communauté ethnique donnée à un moment précis. »¹⁶. Cette première justification du protectionnisme culturel se place dans la conception de la culture comme anthropo-politique. Au Canada, le

¹⁴ Ibid, p.4.

¹⁵ Jean-Guy Lacroix, Benoît Lévesque, Les industries culturelles au Québec, un enjeu vital, p. 157.

¹⁶ Mark Starowicz, «Citoyens de *video-America*: la télévision canadienne à l'ère du satellite», Souveraineté et protectionnisme, p. 93.

moins que l'on puisse dire est que la culture est un domaine très sensible. En effet dès 1929, avec le Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion, Commission Aird, il a été évident que les différents gouvernements canadiens ne lésinaient pas sur la culture; d'ailleurs les rapports se sont succédés depuis. Comme l'affirme Franklin Griffith, dans son ouvrage *Strong and Free*¹⁷, en ce qui concerne les priorités de l'État. Protéger la culture est aussi important que de défendre le pays. En effet selon lui, l'existence d'un pays et des frontières interétatiques, se justifie précisément par la sauvegarde de la culture.

La culture nationale, même si comme nous le verrons plus tard qu'aucun ne soutienne qu'elle est inexistante, a été la priorité du gouvernement fédéral. Le protectionnisme culturel a pour instrument principal l'intervention étatique qui se matérialise par les politiques culturelles. L'a-priori du gouvernement fédéral est à cet égard que le Canada possède bel et bien une culture nationale, des mêmes valeurs et des croyances partagées par tous les Canadiens d'un océan à l'autre. Pour l'argument nationaliste, il faut qu'il y ait un élément unificateur pour rallier toutes les diversités au sein d'une même nation. Or cet élément unificateur s'incarne le plus visiblement dans l'expression culturelle. Cette culture nationale est typiquement canadienne et elle permet au Canada se différencier de toutes les autres cultures mais surtout de celle de son géant de voisin les États-Unis.

3.4 Un voisin trop envahissant : Les États-Unis.

L'une des principales raisons qui justifient le protectionnisme tient du fait que le Canada est le voisin d'un géant au niveau de l'exportation culturelle. Les États-Unis sont les premiers exportateurs de produits culturels au monde. Les États-Unis ne cachent plus

¹⁷ Franklin Griffith, *Strong and Free*.

nullement leurs visées quant à leur intention de toujours augmenter leurs exportations des produits de par le monde. Le secret de cette réussite est que la plupart de leurs produits culturels amortissent leur coût de production sur le marché local, ils peuvent ainsi écouler leur production à très bon marché sur les marchés extérieurs, mettant en péril l'existence même de la production culturelle locale. Les exportations culturelles des États-Unis viennent au deuxième rang de leurs exportations. Il est normal que le Canada soit très vulnérable à cet état de fait.¹⁸ Cette justification tient de la définition anthropo-politique de la culture même si, à certains égards, elle est ambiguë. En effet, parfois la protection de la culture canadienne face à l'invasion culturelle américaine prend le visage d'un protectionnisme en faveur d'un secteur de l'économie.

3.5 Raison économique.

Ainsi, depuis les deux dernières décennies, on voit apparaître une justification économique du protectionnisme culturel. La justification économique de l'intervention étatique en la matière est essentiellement basée sur la théorie néo-classique. C'est une justification qui se rattache à la conception économiste de la culture telle que définie par Steven Globerman au début du chapitre : « No activity, including the production and consumption of culture, is exempt from the basic economic reality that resources are scarce »¹⁹ Selon David Mitchell²⁰, la justification économique du protectionnisme est fondée

¹⁸ Il faut néanmoins souligner ici la différence entre le Canada anglais et le Québec. Du fait de la barrière linguistique, le Québec est beaucoup moins vulnérable que le reste du Canada.

¹⁹ Steven Globerman, Culture, Governments and Markets: Public Policy and the Cultural Industries, p. 1.

²⁰ David Mitchell, «Culture as Political Discourse in Canada ».

sur trois catégories. La première est celle de la défaillance du marché «market failure». Selon cette optique, l'État dit soutenir la culture car les activités culturelles qui sont bénéfiques à toute la société et ces bénéfices ne peuvent être pris en charge par le marché. Selon cet argument, les producteurs de biens culturels font bénéficier à la collectivité des bienfaits qui dépassent les frontières de leur propre rémunération. Ces bienfaits non rémunérés ou «externalities» se retrouvent par exemple dans le prestige qu'apporte à un État sa production culturelle de haut calibre, ou encore dans la contribution de celle-ci à l'éducation des générations futures.

La deuxième catégorie est l'effet multiplicateur. Cela veut dire que les produits culturels ne sont pas économiquement auto-suffisants mais que les subventions étatiques ont un effet multiplicateur dans l'économie locale par la création d'emploi et de produits qui seront retournés à l'État comme revenu sous forme de taxes. Et enfin la dernière catégorie de justification est celle du développement des industries culturelles; ces activités sont culturelles et elles méritent le soutien pour se tailler une place sur le marché canadien. Ici on peut discerner une certaine ambiguïté dans le discours protectionniste. La justification du protectionnisme des industries culturelles s'apparente à la conception anthropo-politique de la culture, puisque par le concept d'industries culturelles, par exemple, on affirme protéger plus la culture que l'industrie. Mais cependant, par la même occasion, la démarche et les solutions préconisées pour la protéger sont essentiellement économiques: à l'instar des mesures (exemple : tarifs douaniers, quotas) que nous allons explorer plus bas.

3.6 Différents types d'intervention au niveau national.

Ayant élaboré plus hauts sur les discours justifiant le protectionnisme étatique au Canada, nous allons passer en revue les différentes actions concrètes prises par l'État canadien pour protéger la culture canadienne. Les justifications du protectionnisme au Canada, élaborées plus haut, se basent principalement sur la définition anthropo-politique de la culture (démocratique, garante de l'identité nationale et l'unité nationale et la proximité des États-Unis.). Cet appel au protectionnisme équivaut à un appel à l'intervention étatique. Toutes les justifications citées plus haut militent pour une action de l'État pour protéger le secteur des industries culturelles. L'intervention de l'État canadien se matérialise par une panoplie de politiques fédérales et provinciales, incluant les quotas de diffusion d'œuvres nationales à la radio et à la télévision, à la non-reconnaissance fiscale des dépenses de publicité engagées dans des médias étrangers.

Il existe principalement quatre types d'interventions pour protéger la culture au Canada.²¹ La subvention est la forme d'intervention étatique la plus répandue. Cependant tout l'argent public mise dans le domaine culturel ne constitue pas une subvention. Par exemple des 2.7 milliards dépensés dans ce domaine en 92-93 par le gouvernement fédéral, 350 millions seulement peuvent être considérés strictement comme des subventions (le reste allant aux télévisions publiques et aux ministères ou aux autres organismes pertinents). Les

²¹ Cette partie est inspirée du chapitre d'Ivan Bernier et Jean-François Lamoureux: «Les politiques culturelles du Canada et du Québec, l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), dans Florian Sauvageau (sous la dir. De) Les politiques culturelles à l'épreuve: la culture entre l'État et le marché, Ste Foy, Institut québécois recherche sur la culture, 1996, pp. 13-72.

restrictions quantitatives visent à instaurer des contenus minimaux à la télévision ou à la radio comme par exemple ceux exigés par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Il s'agit aussi dans ces politiques de l'obligation de la prédominance canadienne dans les services de programmation offerts par les câblodistributeurs ou la distribution prioritaire des signaux canadiens. Les deux interventions précédentes répondent à la justification de la culture comme garante de la démocratie. En effet, il s'agit ici, purement et simplement, de soutenir financièrement la culture canadienne pour que les Canadiens aient accès à une variété de produits culturels canadiens. Le contrôle des investissements: il s'agit ici d'un mécanisme pour assurer le contrôle local des entreprises culturelles. Le CRTC exige, par exemple, que l'investissement étranger soit plafonné à 20% et que le Conseil d'administration des entreprises de télédiffusion soit composé de citoyens canadiens. Cette intervention répond essentiellement à la justification de la culture comme garante de l'identité nationale. Les mesures commerciales: la forme d'intervention utilisée de façon ponctuelle comme mesure est le traitement différencié des produits et services étrangers. L'exemple le plus concret d'une telle politique est l'interdiction de déduire pour fins fiscales les dépenses de publicités engagées dans les périodiques étrangers: des périodiques souvent américains. (Il y a eu un changement à cette politique depuis 1995, mais cela n'est pas pertinent car notre thèse a choisi 1995 comme année butoir.) Une telle intervention correspond à la justification de la présence américaine trop envahissante dans le domaine culturel.

Cette brève énumération des principales interventions étatiques en matière culturelle nous révèle que l'État canadien possède des instruments et des incitatifs assez importants lui

permettant d'avoir une bonne emprise du secteur culturel national. Nous avons ainsi vu au cours de la partie précédente qu'au Canada les justifications du protectionnisme culturel se rattachaient à la conception anthropo-politique de la culture. Une telle constatation nous a conduit à énumérer les différentes interventions étatiques qui concrétisent le protectionnisme culturel à l'intérieur du Canada. Nous examinerons principalement les discours et les prises de positions canadiennes pour mieux cerner qu'il s'agira dans cette partie de mettre en relief les positions du Canada allant dans le sens de la conception anthropo-politique de la culture.

Au cours de la deuxième partie de ce chapitre premier, nous nous proposons d'explorer la conception libre-échangiste ou économiste de la culture. Nous démontrerons que cette conception est en plein essor et qu'elle gagne du terrain tant au niveau idéologique qu'au niveau de la pratique dans le domaine culturel. Nous découvrirons que cette tendance a été accélérée par les différentes manifestations d'une mondialisation porteuse de bouleversements technologiques.

4. Le libre-échange culturel.

Pour aborder la conception libre-échangiste culturelle au Canada, nous faisons le choix de présenter le rapport du Comité sur la politique culturelle fédérale, plus connue sous le nom du rapport Applebaum-Hébert. Ce rapport a été publié en 1982, date qui correspond approximativement au règne néo-libéral et au début de la contestation d'un interventionnisme étatique trop envahissant. Ce rapport est très approprié pour notre transition d'une conception de la culture anthropo-politique à une autre (libre-échangiste), car les conclusions de ce rapport se placent à la croisée des chemins de ces deux conceptions.

4.1 Le Rapport Applebaum-Hébert.

Le rapport Applebaum-Hébert est au niveau national l'un des rapports majeurs sur la culture trente ans après celui de Massey-Lévesque, lequel avait jeté les premiers jalons pour une politique culturelle et l'intervention de l'État dans ce domaine. Ce rapport, selon ses propres dires, ne vise pas à étudier la culture elle-même mais les politiques culturelles fédérales. Ce rapport est toujours dans la lignée du protectionnisme culturel prôné et instauré par le gouvernement fédéral de l'époque, les libéraux. Au niveau des principes généraux, ce rapport se place dans la conception anthropo-politique de la culture. Cependant certaines recommandations et conclusions de ce rapport laissent présager tout autrement. Ce rapport donne une nouvelle direction à l'intervention de l'État dans le domaine culturel. L'État doit continuer d'intervenir mais de façon différente et amoindrie ajouterions-nous.

«Le bien-être même de la société est menacé à partir du moment où l'intervention de l'État subordonne le rôle et les finalités de la vie culturelle à ses buts ou à ceux de toute autre composante de la société, en d'autres termes l'économie. Embrassant l'ensemble des activités artistiques et intellectuelles, le secteur culturel a pour principale fonction l'examen critique de tous les autres domaines, dont la politique, et ne peut, ne serait-ce que pour cette seule raison leur être assujéti.»²²

Ainsi selon ce rapport, l'on doit laisser le champ libre aux organismes culturels: « Dans la mesure où, de par leurs fonctions, ils doivent émettre des jugements critiques et impartiaux à l'appui des activités culturelles, les organismes et conseils culturels doivent être libres de toute influence politique exprimée sous forme de directives ministérielles de nature

²² Le petit Applebert, version abrégée du rapport du Comté d'étude de la politique fédérale.

générale ou particulière».²³ Ce rapport prône l'autonomie des organismes culturels face au pouvoir politique et il en recommande la création de plusieurs: un Office de promotion et de commercialisation des produits artistiques canadiens (recommandation 14), un Conseil du patrimoine (recommandation 15), une Commission des archives nationales (recommandation 30), un Centre d'art contemporain (recommandation 35), un Conseil canadien du design et des arts appliqués (recommandation 37), un Office canadien des relations culturelles internationales (recommandation 100).

Ainsi le rôle du ministre des communications se voit éclipsé par celui de tous ces organismes culturels qui prennent en charge la destinée de la culture: en ce qui a trait à la politique culturelle, la fonction principale du ministère est de créer un milieu propice à l'épanouissement de la culture canadienne et des organismes fédéraux intéressés.»²⁴ Cette autonomie toute nouvelle donnée aux futurs organismes gérant la culture peut sembler amener une liberté d'action et de pensée pour les organismes culturels, en termes concrets, cela signifie moins d'intervention de l'État et donc possiblement l'emprise du secteur par les règles du marché. En effet, comme nous l'avons avancé dans la première partie de ce chapitre, la conception anthropo-politique se concrétise par le protectionnisme culturel lequel se matérialise par l'intervention de l'État à différents niveaux (subventions, quotas, réglementations). En prônant moins d'intervention étatique, même avec le prétexte d'une plus grande malléabilité du secteur culturel, le rapport Applebaum-Hébert fait une brèche

²³ Ibid, recommandation 2.

²⁴ Ibid, p 15.

dans le discours protectionniste. Ceci correspond à l'époque de remise en cause de l'interventionnisme étatique par l'idéologie néo-libérale.

Ainsi, le rapport Applebaum-Hébert sonne le glas du début de la fin de tout interventionnisme étatique en matière culturelle. En effet, ce rapport propose à l'État et à tous les nouveaux organismes gouvernementaux d'agir main dans la main dans le domaine culturel: «Le gouvernement fédéral doit montrer la voie en favorisant la création d'un organisme non gouvernemental ayant pour principal objet de susciter des initiatives et d'encourager, en qualité de catalyseur, la promotion et la commercialisation des produits artistiques canadiens.»²⁵

Selon T. Mc Cormick, ce Rapport marque un tournant décisif d'une politique culturelle qui était auparavant protectionniste vers une nouvelle ère de désengagement de l'État. En effet, en préconisant que l'art a une finalité en soi et que l'objet culturel n'a de valeur que par lui-même, on risque alors de délégitimer le soutien gouvernemental pour la culture. C'est l'instauration des politiques culturelles à saveur du prix du marché. De plus, toujours selon T. McCormick, la justification première des subventions (l'art est subventionné car il a valeur intrinsèque reconnue par tous) amène le fait que ces dernières seraient plus facilement abordables aux artistes bien installés qu'aux artistes débutants.²⁶

Dans tous les cas, ce rapport nous prouve que la nouvelle tendance dans les politiques culturelles est un virage vers la privatisation du domaine culturel. «The report reflected a new

²⁵ Ibid. p 13.

²⁶ Thelma Mc Cormick, «Culture and the State », Canadian Public Policy, vol. X, n 3, Sept. 1984, p 277.

«consensus » to privatize public cultural endeavours and redirect public resources to support private sector or cultural industries development. »²⁷ En effet, ce rapport rappelle que le Canada a ses frontières grandes ouvertes pour les produits étrangers au détriment de sa propre production. Cet état de fait justifie, selon ce rapport, le soutien du développement des industries culturelles canadiennes. Ce rapport avec celui de la Commission royale sur l'union économique (Commission MacDonald) ébauche une mini-politique industrielle culturelle à saveur néo-libérale: en d'autres termes le gouvernement doit agir de concert avec les industries culturelles canadiennes pour qu'elles deviennent plus concurrentielles. En d'autres termes, le rapport Applebaum-Hébert et la Commission MacDonald cautionnent la rationalisation de la marchandisation de la culture, et sont vues comme un soutien à la rentabilité et à la mise en valeur du capital dans le champ culturel. La Commission MacDonald et le rapport Applebaum-Hébert affirment que l'internationalisation de l'économie oblige à repenser les bases traditionnelles de l'intervention étatique en matière culturelle. En effet, dans une économie qui s'internationalise, dans un régime d'échanges où les capitaux circulent relativement librement sans être limités par l'intervention de l'État, l'appui de ce dernier au domaine culturel doit être repensé. En effet, comme on l'a soutenu plus haut, le Rapport Applebaum-Hébert préconise une certaine intervention étatique dans le domaine culturel dont les motivations sont nouvelles. La justification de l'intervention étatique dans ce nouveau virage est principalement économique. Les produits culturels canadiens doivent être soutenus par l'État face à la concurrence causée par l'ouverture accrue

²⁷ David Mitchell, «Culture as Political Discourse in Canada », p. 169.

des marchés. Le Rapport Applebaum-Hébert marque le passage d'une action étatique pour le développement de la culture, pour une action en vue du développement des industries culturelles.

4.2 Le phénomène nouveau de marchandisation de la culture.

4.2.1 Les industries culturelles.

Le terme d'industries culturelles apparaît dès les années 1980 dans le discours officiel au Canada, «lorsque la préoccupation prédominante des politiques gouvernementales du secteur commence à se déplacer, de l'apport potentiel des institutions culturelles à l'unité nationale vers le développement économique des industries culturelles nationales.»²⁸. Nous choisissons d'étudier particulièrement les industries culturelles parce que précisément c'est avec ces dernières que l'on voit apparaître les contradictions inhérentes aux politiques culturelles, bref ce qui fait le sujet de notre thèse. Le concept d'industrie culturelle peut avoir plusieurs interprétations. D'une part, l'approche néo-libérale qui conçoit la culture comme des affaires, de rentabilité et d'internationalisation de la production culturelle, et d'autre part, une approche critique basée sur l'économie politique des industries culturelles.

Le concept d'industrie culturelle fut employé pour la première fois par Adorno et Horkheimer en 1947. Ce concept visait principalement l'effet pernicieux du processus d'industrialisation de la production culturelle. C'est d'ailleurs en des termes très critiques que les deux théoriciens de l'École de Francfort ont défini les industries de la culture: «Plus l'industrie culturelle renforce ses positions, plus elle peut agir brutalement sur les besoins des

²⁸Marc Raboy, Développement culturel et mondialisation, Op. Cit., p. 57.

consommateurs, les susciter, les orienter, les discipliner, et aller jusqu'à abolir l'amusement: aucune limite n'est plus imposée à un progrès culturel de ce genre.»²⁹ Pour ces auteurs, la culture contemporaine n'appartient plus au peuple, elle est devenue une grosse machine industrielle, elle bénéficie d'une puissance politico-économique et d'une diffusion au niveau international. Tous ces éléments font que la culture n'a rien d'un secteur artistique mais tout d'un secteur rentable de l'économie.

Selon l'UNESCO, il y a «Industrie culturelle lorsque les biens et services culturels sont produits, reproduits, stockés ou diffusés selon des critères industriels et commerciaux: c'est-à-dire une production en grande série et une stratégie de type économique prioritaire sur toute visée de développement culturel. »³⁰ Tandis que la création se diffusait de façon artisanale sur une aire plus ou moins grande, aujourd'hui c'est la corrélation entre la création et la diffusion qui a évolué. Les découvertes technologiques ont permis une diffusion massive dès Gutenberg pour l'écrit et avec Edison pour le son. Aujourd'hui, non seulement la diffusion mais aussi la création s'appuie sur des processus industriels. On peut dès lors distinguer différentes sortes d'industries culturelles. Les industries culturelles dont l'acte de création reste artisanal mais dont la reproduction se fait grâce à des procédés industriels: c'est l'industrie du livre, la reproduction d'art et l'industrie du disque. Pour d'autres, l'acte créateur lui-même fait appel à l'industrie et à une technologie de plus en plus avant-gardiste, c'est le cas du cinéma et de la télévision. Pour la photographie, c'est un objet industriel complexe,

²⁹ Cité dans: UNESCO. Les industries culturelles. p. 9.

³⁰ UNESCO, Op. cit p. 17

l'appareil de prise de photo qui permet à un grand nombre de personnes de retrouver l'acte de création.

Selon Jean-Guy Lacroix, la production culturelle contemporaine se situe à l'intersection d'une double complémentarité. La première complémentarité est celle d'une machine/programme: «Le développement de plusieurs industries culturelles est fondamentalement lié à la dialectique machine/programme, donc au développement d'usages sociaux pour ces machines.»³¹ Il s'agit ici de la fameuse complémentarité «hardware/software» (contenu/contenant), on s'aperçoit que le programme («software») prend beaucoup plus d'importance que le contenant («hardware»). La deuxième complémentarité est sociale: les différentes industries culturelles entretiennent des rapports sociaux spécifiques avec les différents domaines sociaux: éducation, loisir et sport. L'exemple le plus concret est la télévision. Au début de la télévision, les fabricants de postes de télévision ont été les premiers instigateurs de programmes télévisés leur permettant pour mieux écouler leur marchandise. L'on sait que par la suite les émissions télévisées sont devenues beaucoup plus lucratives que les appareils eux-mêmes.

Les industries culturelles, principalement du fait des révolutions technologiques, équivalent ainsi à une exportation massive des produits culturels sur les marchés internationaux. Cette exportation massive conduit à une uniformisation et un nivellement par le bas des biens culturels. «Les marchandises culturelles sont ainsi «expurgées» de leur spécificité. Cette recherche amène donc un nivellement des produits culturels et les rend

³¹ Jean-Guy Lacroix, «Pour une théorie des industries culturelles », Cahiers de recherche sociologique, vol. 4, n 2, Automne 1986, p. 8.

alors impropres à la reproduction de la spécificité culturelle nationale et de l'identité nationale.»³²] Depuis les trois dernières décennies, les industries culturelles se sont engagées dans un nouveau virage de la privatisation-internationalisation. Ceci est une caractéristique du phénomène de mondialisation et par la même occasion de la définition libre-échangiste de la culture. Avec l'annonce de ce dernier phénomène, le besoin de protéger les industries culturelles plutôt que la culture qu'elles portent se fait plus pressant. En effet ce phénomène diminue le contrôle que peuvent avoir les États et les collectivités sur leurs produits culturels. De plus les propositions sur le Rapport McDonald qui prônaient la non-intervention de l'État ont accentué cette tendance. Par ailleurs, concrètement cette tendance à la privatisation-internationalisation rend quasiment impossible l'application de politiques culturelles nationales.

En outre, la privatisation-internationalisation des industries culturelles subordonne la capacité d'accéder à la culture au pouvoir d'achat des citoyens, situation spécifique à la conception libre-échangiste de la culture. Cela constitue un changement de cap important avec la vision anthropo-politique de la culture qui percevait la culture comme un bien démocratiquement accessible à tous. À l'ère de l'information toute puissante, soumettre la culture au pouvoir d'achat de chacun, c'est abdiquer et préparer le terrain sur nivellement marqué des classes sociales étanches et séparées par le niveau économique de chacune.

Finalement, la privatisation-internationalisation dérobe aux créateurs son droit de contrôle sur sa création. Ceci se fait à un double niveau: le créateur n'est plus maître de la

³² Jean-Guy Lacroix, Benoît Lévesque, «Les industries culturelles au Québec: un enjeu vital», p. 130.

distribution de son produit, cela se fait par le biais des grands géants de l'industrie dont la seule raison d'être est le gain. Par ce fait même le créateur est souvent condamné à créer des produits qui puissent plaire à la majorité des publics et par la même occasion, il s'aliène sa propre création en essayant de répondre aux exigences des grands magnats de l'industrie culturelle. Nous pouvons ici affirmer que les industries culturelles sont l'expression d'un phénomène assez nouveau qui est celui de la marchandisation de la culture, phénomène caractéristique de la globalisation

4.2.2 La globalisation.

La globalisation/ mondialisation économique, comme on l'a vu au chapitre premier, a affecté le secteur culturel au Canada comme elle a affecté tous les autres secteurs de la société au Canada. La globalisation provoque des transformations concrètes qui modifient largement le secteur culturel comme nous le verrons dans les chapitres deux et trois dans notre étude de cas. Nous postulons que cette globalisation en cours, s'accompagne d'une idéologie dominante qui est sous-jacente à l'émergence de la globalisation. En effet, comme l'affirme Stephen Gill, la compréhension et l'appréhension d'une réalité donnée influence la réaction à cette réalité:

«In this sense, the «reality» of global order is constituted partly by the knowledge structures that prevails in the configuration of production, consumption, and exchange structures of the global political economy, as well as in the political structures associated with the concepts of sovereignty and the state.»³³

³³ Stephen Gill, «Knowledge, Politics, and Neo-liberal Political Economy », dans Richard Stubbs et Geoffrey Underhill (sous la dir.) Political Economy and the changing Global order, Toronto. Mc Clelland & and Steward. 1994, p. 76.

Ainsi la vision du monde, partagée par les acteurs de la globalisation, influence et guide la dynamique en cours.

«Une idéologie dominante, lorsqu'elle existe reflète la distribution du pouvoir dans un univers social donné, car elle représente l'environnement désiré par ceux qui ont le plus à gagner par l'adoption des pratiques qu'elle légitime et qui peuvent mettre en pratique ces moyens.»³⁴

L'idéologie dominante véhiculée par la globalisation prône son inévitabilité. C'est un discours qui s'adresse à tous en leur promettant monts et merveilles. La globalisation, pour légitimer son action universalise ainsi son message. Ainsi, comme l'affirme Cox: «L'idéologie de la globalisation enseigne qu'il n'y a pas d'alternative, qu'il y a une logique économique inexorable à laquelle les forces sociales, les forces culturelles, pour notre propos, résistent à leurs risques et périls.»³⁵

Cette rhétorique ou l'idéologie de la globalisation s'inspire du libéralisme économique qui prône la suprématie des forces du marché au détriment du protectionnisme culturel en particulier et de toutes les interventions au niveau social en général. Ainsi, la rhétorique soutenant la globalisation, revendique une plus grande ouverture des marchés intérieurs de tous les pays et une rationalisation de l'intervention étatique. Pour Cox, de telles idées se forment et sont véhiculées de façon consensuelle dans des forums non-officiels gérant l'économie mondiale comme l'OMC et l'ALÉNA, l'OCDE, le FMI et le G7. Cox affirme: «These organizations shape the discourse within which policies are defined, the

³⁴ Daniel Leblanc, Le post-fordisme et la marginalisation des pays les moins avancés: la réaction des acteurs économiques et institutionnels dominants à la crise du fordisme, thèse de maîtrise déposée au département de science politique de l'Université d'Ottawa, Ontario, 5 Mai 1995, p. 31.

³⁵ Robert Cox, «Dialectique de l'économie-monde en fin de siècle», Études internationales, n. 4, décembre 1990, p. 695.

terms and concepts that circumscribe what can be thought and done. »³⁶ Ainsi, de ces forums émergent des principes de fonctionnement de l'économie, du commerce et des finances. Ces principes sont par la suite transférés aux instances décisionnelles telles les gouvernements nationaux. En imposant à ces instances les nouvelles façons de faire et de penser au sein de la mondialisation, ces forums présentent celles-ci comme étant non seulement inévitables mais les seuls choix possibles. Par ailleurs, ces transformations s'opèrent en fonction de la soit disant nécessité de s'intégrer à l'économie mondiale en s'adaptant à la concurrence internationale. Cet état de faits a des conséquences sur le rôle de l'État en général et sur son intervention dans le domaine culturel.

Par la même occasion, l'État se dit soumis aux exigences de l'économie mondiale. Il s'acharne à réduire le déficit et cela en coupant de façon drastique dans les différents programmes. Dans le contexte de la globalisation, l'État veut féliciter l'adaptation des forces du marché pour qu'elle puisse s'insérer au sein des blocs commerciaux, transnationaux ou régionaux. «À cette fin, il s'engage à privatiser des entreprises, à assurer une libéralisation des régimes d'investissement, à éliminer le protectionnisme, à faire en sorte que la main-d'oeuvre soit compétitive au niveau international, et à soutenir la création d'infrastructures pour attirer les investissements étrangers. Ainsi l'État n'a maintenant plus le rôle de pouvoir qu'il occupait à l'ère du keynésianisme car, dans le contexte de la mondialisation, le contrôle de son économie lui échappe. Ce sont dorénavant les finances qui deviennent l'autorité

³⁶ Robert Cox, «Global Restructuring: Making Sense of the Changing International Political Economy. » dans Richard Stubbs et Geoffrey Underhill (sous la Dir.) Political Economy and the changing Global order, Toronto, Mc Clelland & Steward, 1994, p. 49.

gérant le comportement des États et des firmes. »³⁷ La rhétorique de la globalisation montre les différents processus de la globalisation comme ayant leur propre logique dictée par les bouleversements technologiques. En présentant les actions facilitant la mondialisation de l'économie comme étant rationnelles, ces actions et leurs conséquences sont ainsi dépolitisées, elles sont proclamées neutres.

Une telle discussion nous amène à examiner plus précisément les effets de la globalisation élaborés plus hauts, observables dans le domaine culturel. Force est de constater que le Canada ainsi que la plupart des pays du monde font face à la mondialisation de l'économie et à la globalisation des marchés. Les échanges et les communications entre les États s'accroissent de façon exponentielle. Pour certains, la limite de l'ouverture économique est inexistante; la limite par laquelle sa propre survie en tant qu'État culturellement distinct serait en cause. Pour d'autres, il ne s'agit que de l'avènement d'une nouvelle ère pour les produits culturels. En effet même si la culture a bien des égards, apparaît être dans les discours officiels comme un bien vénérable et à préserver, les États ne nient pas l'aspect lucratif de la chose.

Dans le Livre Blanc³⁸ du gouvernement canadien, ce dernier affirme ne pas ignorer que la culture est liée au succès économique du Canada à travers le monde. «La vitalité de notre culture, poursuit-il, est aussi essentielle à notre succès économique.»³⁹ Ainsi dans ce

³⁷ Nadine May, Du féminisme libéral aux failles de la nature sexuée de la mondialisation de l'économie, thèse de maîtrise déposée au département de science politique de l'Université d'Ottawa, Ontario, 3 septembre 1998, p. 64.

³⁸ Gouvernement du Canada, Livre Blanc: Le Canada dans le monde: Énoncé du gouvernement

³⁹ Ibid, p. iii.

même Livre Blanc, transparait l'ambiguïté du gouvernement en égard à cette question. Il affirme comme on l'a précisé plus haut que le but premier de l'État canadien est de protéger la culture nationale. Quelques pages plus loin, sa définition de la culture nationale se matérialise ou se réduit aux industries culturelles. Voici l'exemple de ces deux citations tirées du Livre Blanc qui démontrent l'ambivalence du gouvernement fédéral à cet égard.

« Nos principes et nos valeurs, notre culture, reposent sur notre attachement à la tolérance, à la démocratie, à l'équité et aux droits de la personne, aux règlements pacifiques des différends à l'économie de marché avec ses possibilités et ses défis, à la justice sociale, au développement durable, et à la réduction de la pauvreté.»⁴⁰

La culture est ici identifiée à des valeurs génériques et hautement morales. Un peu plus loin le même Livre Blanc s'exprime ainsi: «La vitalité de notre culture est aussi essentielle à notre succès économique. Dans une économie mondiale davantage axée sur les connaissances, la qualité des personnes, leur éducation, leur ingéniosité et leur adaptabilité sociale deviendront des éléments clef du positionnement sur la scène internationale.

Notre système d'éducation, notre diversité culturelle et la croissance continue et dynamique de nos exportations de produits et de services culturels contribuent grandement à notre réussite au plan international.»⁴¹ Ici, tout d'un coup la culture devient un objet d'échange convoitée à valeur lucrative. Ceci nous prouve que le gouvernement canadien, quant à ses déclarations et ses positions, tangué entre les deux conceptions que nous évoquons. Tantôt, il clame sa fermeté pour la protection de la culture nationale, tantôt il

⁴⁰ Ibid., p. 9.

⁴¹ Ibid, p 13.

vante les avantages que pourraient avoir la mondialisation, l'ouverture des marchés, pour les produits culturels canadiens.

Signe des temps, l'un des plus récents le Rapport du Comité de la politique étrangère au Canada, tout un chapitre, le six, a été consacré à la culture. L'abondance des mémoires déposés lors des audiences de ce Comité par tout genre de groupes d'intérêt du domaine culturel traduit le virage «mondialisé» que le domaine culturel amorce. Le Rapport affirme à cet égard sans ambiguïté que «la politique étrangère du Canada doit célébrer et promouvoir la culture et l'avoir canadien comme moyens privilégiés de favoriser nos intérêts dans les affaires internationales.»⁴² D'ailleurs de nombreux regroupements du domaine culturel militent pour le soutien étatique non seulement à l'intérieur du pays mais aussi dans leurs démarches d'exportation. Le Comité a d'ailleurs recommandé vigoureusement que les «affaires culturelles, scientifiques, éducationnelles internationales soient traitées comme une dimension fondamentale de la politique étrangère au Canada.»⁴³ Il est donc légitime de se questionner sur la validité d'une telle position: Est-ce que le gouvernement soutient la culture nationale pour sa valeur morale, ou est-il en train de protéger un secteur de l'économie aux lobbies forts puissants? Tous les discours culturalistes, celui du Rapport du comité en l'occurrence, dénoncent et critiquent l'existence de grosses entreprises verticalement et horizontalement organisées et qui ont tendance à promouvoir la même culture qui est celle des États-Unis.

⁴² Rapport du comité sur les affaires étrangères, p. 65.

⁴³ Ibid. p 69.

Cependant que font concrètement ces politiques culturelles: renforcent-elles l'assise des entreprises puissantes et monopolistiques? Il s'avère que la révolution technologique qui accompagne la mondialisation rend caduque l'application et la valeur des politiques culturelles. D'ailleurs les économistes ne manquent pas de reprocher aux partisans des politiques culturelles que ces dernières posent une entrave indéniable aux lois du libre marché. Ceci est l'un des arguments maître de la conception libre-échangiste de la culture. Pour en arriver à une telle conclusion, il faut justifier de façon économiste la culture. Ainsi Steven Globerman affirme:

«no activities, including the production and consumption of culture is exempt from the basic economic reality that resources are scarce and therefore, that choices must be made with the allocation of those resources. Issues dealing with the allocation of scarce resources are the domain of the economist.»⁴⁴

Pour eux l'omniprésence de l'État, non seulement cause un tort aux autres entreprises culturelles qui souhaiteraient s'immiscer dans le domaine, mais cela diminue la qualité du produit culturel lui-même qui faute de concurrence réel devient fade et sans intérêt.

« Hence, economists have raised a clear caution that government cultural policies probably encourage a substantial misallocation of resources with concomitantly higher prices and a lower quality of cultural output.»⁴⁵

Globerman lui aussi souligne que le trop grand poids des groupes de pression culturaliste.

«To be sure , one could expect representatives of the cultural sector to be effective lobbyists. They are visible, articulate and have access to the media.

⁴⁴ Steven Globerman, Culture, governments and markets: public policy and the culture industries, p. 1.

⁴⁵ Ibid. p. 2.

They are capable of influencing public opinion and therefore voting patterns to an extent that is disproportionate to their representation in the population. »⁴⁶

Pour lui, les groupes de pression de la culture ne devraient pas s'offusquer si les États-Unis menacent d'engager des mesures réciproques à tous les pays qui érigent des barrières contre leurs produits culturels. Selon lui, rien ni personne ne peut obliger les Canadiens à «consommer» des produits culturels canadiens s'ils préfèrent les produits culturels américains.

Vincent Lemieux⁴⁷, dans la même lignée, affirme que les «talents des artistes sont douteux» puisqu'il existe selon lui une restriction au niveau de l'émergence de nouveaux talents (ne devient pas artiste qui le veut). Selon lui, l'étatisation de la culture a produit une nomenclature d'artistes privilégiés qui occupent les associations officielles et qui régissent le monde culturel et l'opinion publique. Vincent Lemieux va même plus loin en affirmant que les subventions étatiques sont souvent détournées vers les intérêts des mieux organisés.

«La théorie de l'action collective et du «marché politique» enseigne que la logique des institutions et les processus démocratiques favorisent les intérêts mieux organisés au détriment du citoyen ordinaire.»⁴⁸

Cet auteur est très critique par rapport aux politiques culturelles qu'il estime être faites sur mesure pour accommoder une poignée de personnes du milieu culturel. Des personnes, qui,

⁴⁶ Ibid, p. 41.

⁴⁷ Vincent Lemieux, «Réflexions libres sur l'État et la culture» dans Florian Sauvageau (sous la dir. de) Les politiques culturelles à l'épreuve: la culture entre l'État et le marché, Ste Foy, Institut québécois recherche sur la culture, 1996.

⁴⁸ Ibid, p 155.

selon lui, veulent préserver leurs privilèges en prétendant être les garants de la culture nationale. Il affirme cyniquement:

«La réalité est que décennie après décennie, la politique culturelle financée par les impôts des classes moyennes sert à offrir des livres et des spectacles à des consommateurs qui font partie des segments les plus aisés de la population. La politique culturelle produit une des formes de redistribution étatique les plus perverses et on exagère à peine en disant qu'elle consiste à prendre du pain aux ouvriers pour offrir des livres aux riches.»⁴⁹

De plus selon Globerman, souvent les grosses productions reçoivent des sommes énormes de subventions sans pour autant réussir à attirer un grand auditoire. Il suggère donc à cet égard, que les subventions accordées soient proportionnelles au public potentiel de la production culturelle, ce qui est très rarement le cas. Il en conclut que les subventions ne profitent qu'à quelques-uns: «Ultimately, the argument reduces to special interests pleading for the creation and preservation of a privileged economic position in the society for a small number of Canadians.»⁵⁰ À cet égard l'interventionnisme de l'État est remis en question: «le pouvoir étatique doit être utilisé pour corriger les défaillances du marché. Et non pour protéger les industries nationales des conséquences de la mondialisation des marchés culturels.»⁵¹

Par ailleurs, Jean-Luc Migué remet en question les deux principaux arguments à la base du protectionnisme culturel: la défaillance du marché et la valeur intrinsèque à l'objet culturel. Les partisans du protectionnisme culturel argumentent que la culture doit être

⁴⁹ Op. cit., p 153.

⁵⁰ Steven Globerman, Op. Cit., p. 43.

⁵¹ Christine Beeraj, Le dilemme de l'État, p. 14.

soutenue à cause des défaillances du marché. Les consommateurs citoyens seraient incapables par eux-mêmes de bénéficier des produits culturels sur le marché. L'argument sous-jacent à une telle position est que le citoyen-consommateur est inapte à discerner par lui-même les bienfaits et qu'il faut l'y sensibiliser. «Outre que cet argument est faux, les gens savent ce qu'ils aiment, l'intervention fondée sur ce mépris des gens n'est, en fait, rien d'autre qu'un appel à l'élitisme.»⁵² L'autre argument est celui du rôle de l'acte de création comme un acte novateur dont la valeur dépasserait la seule rémunération de l'artiste. Ainsi, l'intervention éclairée du gouvernement est nécessaire pour que les œuvres artistiques novatrices puissent voir le jour. Cet argument n'a pas de validité tangible. Cela ne justifie pas que les gouvernements soutiennent exclusivement la création artistique nationale. En effet, le produit culturel a une existence en soi et ne dépend pas nécessairement d'un pays en question. Tout objet culturel est un objet à valeur culturelle indépendamment de sa nationalité. Donc l'intervention étatique, en voulant soutenir la production nationale, prive le citoyen de sa liberté de choix. Les producteurs culturels, artistes ou gens du milieu, s'arrogent le droit et la tâche de définir la culture canadienne et ôtent ainsi par la même occasion aux autres le droit à la construction de l'identité nationale.

«L'interventionnisme ne recherche ni ne réalise l'épanouissement culturel des Canadiens. Il se fait l'instrument des producteurs de biens culturels sur le dos des contribuables et des consommateurs en restreignant leur choix. La culture canadienne s'amointrit du fait de ces interventions».⁵³

Par ailleurs, les protectionnistes culturels invoquent souvent les effets néfastes de l'invasion culturelle américaine. Il est difficile de noter avec précision les effets de la production

⁵² Jean-Migué Politique de la culture ou culture de la politique, p. 6.

⁵³ Ibid, p. 52.

culturelle américaine en tant que telle. Qu'est-ce qui constitue donc la canadienité d'un objet culturel? L'on peut argumenter que cela dépend de la nationalité de l'auteur du produit culturel, même s'il vit dans un autre pays, de la provenance des fonds investis dans une quelconque entreprise culturelle, même s'ils ne sont pas énormes, ou du lieu de production, même si les producteurs sont étrangers. Mais comme on peut le voir, ceci est très complexe. En outre, de plus en plus on assiste à l'internationalisation de nombres de valeurs d'origine américaines.

Alors comment faire la part des choses entre les valeurs dites universelles et les valeurs typiquement américaines qui influencent la culture canadienne. Faut-il protéger les cultures ou pas? Le débat semble être d'un tout autre ordre en cette fin de millénaire. En effet, les industries culturelles canadiennes ou américaines d'importance majeure ont ceci en commun qu'elles partagent la même logique de production des biens culturels, c'est-à-dire, une logique qui repose sur la rentabilité économique et la compétitivité. N'importe quel produit, soit américain ou typiquement canadien, doit être compétitif et vendu sur les marchés internationaux. Les industries culturelles des pays industrialisés, comme tous les secteurs de l'économie, ont tendance à la concentration. «S'il existe une menace culturelle, celle-ci découle, non pas de l'imposition de valeurs étrangères sur la nation québécoise, ou canadienne, puisque toute culture nationale dynamique intègre constamment de nouvelles valeurs et visions, mais l'imposition d'une logique de production dans le secteur culturel qui repose sur la rentabilité économique.»⁵⁴

⁵⁴ Christine Beeraj, Op cit, p 23.

5. Conclusion du chapitre premier.

Au Canada, deux visions s'affrontent pour guider la culture, en termes plus concrets pour l'élaboration des politiques culturelles. Au cours de ce chapitre nous avons exposé les manifestations de la conception anthropo-politique et sa matérialisation dans le monde culturel. Nous avons pu voir que tant au niveau interne qu'au niveau international, la position anthropo-politique de la culture possède de nombreux acquis. Le rapport Applebaum-Hébert constitue le catalyseur du début de l'ébranlement de la remise en question des acquis anthropo-politique de la culture. En effet, avec le vent de la mondialisation économique, la conception anthropo-politique est un peu à l'étroit. La réalité de l'économie ouverte oblige l'État canadien à repenser ses politiques culturelles. La mondialisation avec son lot de révolution technologique donne du vent dans les poulpes à la conception libre-échangiste de la culture. Après avoir présenté les paramètres et les prémisses du débat culturel, nous allons transposer dans les chapitres suivants une étude de cas sur la télédiffusion. Nous tenterons de transposer les tenants et les aboutissants de ce débat au niveau de la télédiffusion. Cette étude de cas nous permettra de démontrer avec plus d'acuité que la conception libre-échangiste, à cause du déterminisme technologique amené par la globalisation, s'impose par rapport à la conception de la culture anthropo-politique.

CHAPITRE DEUXIÈME

Manifestation de la conception anthropo-politique au niveau de la télédiffusion.

1. Introduction.

Dans notre premier chapitre, nous avons pu observer que la conception de la culture était coincée entre deux approches: la vision anthropo-politique, qui prône l'intervention étatique dans le domaine, et la vision économiste, qui désire voir le libre-échange culturel se réaliser. Les chapitres deux et trois auront pour mission de camper ces deux conceptions de la culture et d'explorer leurs différentes matérialisations au sein de la télédiffusion canadienne. Comme nous le verrons au cours du chapitre deux, la télédiffusion est, à bien des égards, emblématique des débats conceptuels entourant la culture. En effet nous verrons au chapitre trois, que la mondialisation et les bouleversements technologiques ont provoqué des chambardements au sein de la télédiffusion portant ainsi un coup dur aux acquis de la conception anthropo-politique dans le domaine de la télédiffusion.

Au cours de ce chapitre, nous élaborerons dans une première partie, sur les motifs de notre choix sur la télédiffusion. Nous verrons ensuite comment la conception anthropo-politique de la culture se manifeste au sein de la télédiffusion: il s'agit principalement d'un service public de télédiffusion et d'une réglementation du domaine par l'État.

Dans une deuxième partie, nous analyserons les causes et les conséquences de la profonde mutation que connaît le domaine de la télédiffusion depuis quelques années. Cette mutation se caractérise par une crise du service public dont les causes sont multiples: crise idéologique facteur technologique et facteur économique. Ce chapitre aura pour but de démontrer l'existence et l'application de la conception anthropo-politique de la culture dans

le domaine de la télédiffusion. Il aurait aussi pour but de révéler les transformations majeures en cours dans ce domaine, transformations qui mettent à l'écart la conception anthropo-politique de la culture.

2. La conception anthropo-politique au niveau de la télédiffusion.

2.1 Pourquoi le choix de la télédiffusion.

Le choix de la télédiffusion comme sujet de notre étude de cas provient du fait que la télédiffusion est pleinement arrivée dans les deux conceptions anthropo-politique et économiste, de la culture. Dès le début de la télévision au Canada les deux conceptions de la culture se sont affrontées : les tenants de la conception anthropo-politique prônait l'instauration d'un service public et une réglementation accrue alors que les tenants de la conception économiste préférait une libéralisation du domaine.

2.1.1 Télédiffusion au coeur du débat conceptuel de la culture.

La télédiffusion est un des éléments essentiels du débat culturel tant au niveau des industries culturelles qu'au niveau de la sauvegarde de l'unité nationale. En effet la télévision s'est imposée dès ses débuts, dans les années cinquante, comme le média le plus populaire. La télédiffusion, comme nous le démontrerons au cours de ce chapitre (II) et au cours du chapitre suivant (III) comporte de façon intéressante les manifestations des deux visions conceptuelles de la culture.

2.1.2 Instrument historiquement important.

La télédiffusion a été au niveau historique un instrument politisé et sous très haute surveillance de la part des pouvoirs publics et du public en général.

«L'histoire plus générale de la radiodiffusion canadienne et des différentes commissions d'enquête qui s'y sont intéressées directement ou indirectement est remplie d'exemples qui illustrent l'importance accordée à la radio d'abord et à la télévision ensuite, comme instrument culturelle. De la Commission Aird au rapport Caplan-Sauvageau en passant par les Massey, Fowler ou Applebaum-Hébert, on n'a jamais manqué de souligner l'importance de la radiodiffusion pour l'identité nationale, pour l'expression des créateurs et artistes canadiens, pour informer voire éduquer la population canadienne, Radio-Canada, mieux que tout autre instrument incarne mieux que toute autre institution, ces aspirations culturelles.»⁵⁵

Au même moment, il est paradoxal de noter que ces différentes commissions ont été certes instiguées pour protéger la culture, conception anthropo-politique de la culture, face à la crainte de la trop grande place grugée par les entreprises privées et le secteur industriel, conception économiste de la culture.

2.1.3 Instrument chéri du public.

Les fonds consacrés à la télévision par les pouvoirs publics dépassent de loin ceux octroyés aux autres industries culturelles: cela se justifie peut-être par la place essentielle qu'occupe le petit écran auprès des Canadiens. Les Canadiens regardaient la télévision en 1993, 22.8 heures par semaine selon Statistique Canada.⁵⁶ Cela fait ainsi de la télévision le premier loisir auquel les Canadiens s'adonnent. La plupart des événements d'envergure mondiale sont télévisés. Toujours selon Statistique Canada, près de 90% des ménages canadiens possèdent au moins un téléviseur. «Chaque individu consacre un septième de sa vie à la télévision et environ un cinquième de sa journée. Lorsqu'ils atteignent l'âge de douze

⁵⁵ Dave Atkinson, Florian Sauvageau, «Politiques culturelles», p. 87.

⁵⁶ Statistique Canada, L'écoute de la télévision, 1993, p. 7.

ans, les jeunes Canadiens ont déjà dépassé 12,000 heures devant la télévision, c'est là plus de temps qu'ils n'en ont passé à l'école».⁵⁷

2.2 *Matérialisation du protectionnisme.*

En ayant vu l'importance de la télévision au Canada au niveau national, nous allons explorer dans la partie suivante les manifestations de la conception anthropo-politique au sein de la culture. Dès les débuts de la télévision, au cours des années vingt, l'option anthropo-politique a justifié le protectionnisme culturel avec les mêmes arguments élaborés au chapitre premier. Très tôt les politiciens ont perçu l'importance de l'enjeu culturel pour la radio ensuite la télévision. La télévision était, à ses débuts, dans le discours anthropo-politique, quasiment synonyme de la culture nationale canadienne. Le Canada n'ayant pas matérialité tangible pour se forger une identité nationale, pas de langue commune, pas d'ancêtres communs même pas de mythes fondateurs communs, la radio et la télédiffusion ont ainsi constitué le meilleur moyen pour sauvegarder l'identité nationale et du même coup l'unité nationale. «Tying together» is what railroads, radio transmissions towers, cable television, and satellite communication are said to do.»⁵⁸ Ainsi, la première matérialisation de la vision anthropo-politique fut le militantisme pour un service public.

2.2.1 Un service public.

L'usage social de la télévision, comme celui de la radio, n'est pas évident au début de son apparition. Ainsi dès l'apparition de la télévision deux visions se sont affrontées: la

⁵⁷ Mark Starowicz, Op. cit., p. 78.

⁵⁸ David Mitchell, « Politics after Nationalism, Culture after Culture », *Canadian Review of American Studies*, vol. 27, n. 3 1997, p .

vision commerciale et la vision du service public. La vision commerciale repose sur l'idée que c'est par le marché, le jeu de l'offre et de la demande que les intérêts des diffuseurs et des consommateurs sont les mieux servis.

Le Canada, pour toutes les raisons énumérées plus haut, a opté pour la vision du service public. La naissance du service public de radiodiffusion au Canada remonte à 1932. Il s'agit de la signature de la première loi sur la radiodiffusion qui a insisté sur la création de la Commission canadienne de la radiodiffusion (CCR). La CCR sera remplacée par la Société Radio-Canada quatre ans plus tard. La Commission Aird en 1929 prévoyait le monopole du service public, recommandation qui ne verra jamais le jour.

La télévision canadienne se voit assigner un rôle social que le marché ne pouvait assumer. Cette opinion était très largement partagée par les décideurs politiques et par les opérateurs des stations au début de la télévision. D'ailleurs, au niveau matériel, il était quasiment impossible, pour des opérateurs privés, de gérer des stations et de financer des programmations beaucoup trop coûteuses. En termes plus concrets, il s'agissait de la victoire des tenants. Ces derniers avaient de leur côté, si l'on peut ainsi s'exprimer, la tendance de la vision anthropo-politique idéologique de l'époque, conviction majoritaire que seule la télévision publique est porteuse de l'identité nationale, et au niveau technologique, rareté des fréquences donc obligation de réglementer.

Ainsi, la télévision au Canada devait, dès le début, non seulement offrir une contrepartie à la télévision américaine mais aussi promouvoir la culture canadienne. Pour atteindre cet objectif noble, le Canada devait se doter d'un service public à l'abri des pressions commerciales et politiques et financé par des redevances ou des subventions.

«Si dans le modèle commercial la demande semble devoir déterminer l'offre, c'est l'offre qui fut privilégiée dans le modèle du service public. Il s'agissait de donner au public le genre de programme qu'on estimait apte à «élever» ses goûts et ses connaissances. Plutôt que de le laisser à des entrepreneurs privés en situation de concurrence le soin d'opérer la télévision, on a opté pour la création d'un organisme ou d'organismes de service public en situation de monopole, qui devaient remplir les grandes missions de programmation: informer, divertir et éduquer.»⁵⁹

Autant dire que dans un tel débat, le service public était non seulement comme garant de la culture mais résolument porteur du projet de la culture conçue comme anthropopolitique. Le service public est ainsi

«une activité jugée d'intérêt général par une collectivité est reconnue comme telle par l'État. Une activité d'intérêt général ne pouvait être laissée à l'initiative privée et abandonnée aux seules lois du marché, l'État en assume, directement ou indirectement la responsabilité et le contrôle, l'assujettissant si nécessaire à un régime de droit spécial.»⁶⁰

Selon Gaétan Tremblay, la notion de service public implique trois règles de fonctionnement: 1) la continuité de service; 2) la mutabilité ou l'adaptation exigeant l'amélioration continue du service en rapport avec l'évolution des besoins et le progrès technologique; 3) l'égalité de tous les citoyens dans l'accès au service.»⁶¹ La télédiffusion canadienne devait et doit maintenir deux objectifs sociaux d'importance, l'accessibilité des services pour tous les Canadiens sur tout le territoire canadien et l'accessibilité à une information juste et variée.

⁵⁹ Dave Atkinson, Florian Sauvageau, «Politiques culturelles», p. 87.

⁶⁰ Gaétan Tremblay, «Développement des industries culturelles et transformation de la radiodiffusion canadienne », p. 40.

⁶¹ Gaétan Tremblay, Ibid.

Par ailleurs, Dave Atkinson,⁶² dans une publication de l'Unesco, énumère trois raisons principales pour la mise sur pied d'un service public en matière de télédiffusion. La première raison est technique. Dès les débuts de la radio, et par la suite la télévision, le nombre limité des fréquences fut un problème. Il était donc inéluctable de réguler pour s'assurer par exemple que deux stations ne diffusent pas sur les mêmes fréquences. L'idée était la suivante: les ondes hertziennes étant une ressource rare, elles devaient être régulées par les pouvoirs publics et devaient être utilisées en accord avec l'intérêt public.

La deuxième raison, en faveur de la création d'un service public, est l'importance du rôle attribué à la radio et à la télévision. Ainsi, comme on l'a évoqué plus haut, la télévision était perçue à ses débuts, comme un instrument de développement culturel et moins comme une activité économique. La télédiffusion devait « élever les goûts » des populations en les introduisant au grand art comme la musique classique, le théâtre et la lecture. Pour les artistes, la télévision était un médium miracle qui permettait la vulgarisation de leur art. De plus, en ayant un public plus éduqué cela empêcherait justement les pouvoirs publics de s'accaparer ce médium en le contrôlant et en le modelant à leur façon.

La troisième raison était la conviction que le marché seul, ne pouvait remplir de façon satisfaisante le mandat de service public porté par la télédiffusion. L'intérêt privé et l'intérêt public ne pouvait en aucun cas être conciliés. Les fonds publics devaient aller aux opérateurs publics qui devaient en contrepartie offrir un service de qualité au public. D'autres objectifs se sont greffés par la suite aux premiers.

⁶² Dave Atkinson, *Public Service Broadcasting: the Challenge of the Twenty First Century*.

«Whether used for promoting national identity, or regional or ethnic identities, for strengthening moral values and democratic ideas, for refining tastes-whatever the purpose-radio must be seen as primary, instrument for achieving a series of non-economic objectives».⁶³

L'un de ces objectifs non-économiques est le rôle de la télédiffusion publique pour le développement de la démocratie.

2.2.2 La télédiffusion publique et son rôle pour l'essor de la démocratie.⁶⁴

L'un des arguments maîtres pour garder un service public de télédiffusion est le suivant: la télédiffusion publique tient un rôle très important au niveau social et démocratique. Les médias, ainsi que le ministère de l'éducation sont essentiels à la pleine réalisation de l'idéal démocratique. Une telle affirmation se place dans la justification du protectionnisme culturel pour l'élément démocratique que comporte la culture. Ils affirment que les médias, particulièrement la télévision, se posent comme un des éléments constitutifs de nos sociétés. En effet aujourd'hui toutes les nouvelles modes et tous les nouveaux mode de production, les nouvelles dynamiques se transmettent via les médias.

L'évolution de la culture contemporaine est médiatisée. La notion d'espace public, remise au goût du jour par Habermas est, selon ce dernier, essentielle à la démocratie. Cette notion est capitale pour mieux saisir l'importance de la télévision dans nos sociétés. Ainsi pour assister à une démocratie réelle, l'existence d'un espace public libre, transparent et accessible à tous, par lequel les citoyens peuvent être informés des enjeux sociaux, économiques et politiques en est la condition sine qua none. À l'époque où les médias

⁶³ Dave Atkinson, Ibid., p. 20.

⁶⁴ Cette section est inspirée de: Marc Raboy, Ivan Bernier, Florian. Sauvageau et Dave Atkinson, «Développement culturel et mondialisation».

n'existait pas, la notion d'espace public se référait à un espace physique dans lequel, les citoyens échangeaient leurs idées et les débattaient librement à l'image de l'Agora grecque. Depuis, l'espace public est devenu un espace symbolique car les débats entre citoyens se passent par journaux, radio ou télévision interposés. «En somme, l'enjeu démocratique du développement culturel réside dans la possibilité de promouvoir et de maintenir un espace public pluriel par lequel les citoyens peuvent accéder et participer à la vie culturelle, elle-même nécessaire à la vie publique au moyen de biens symboliques, sur une base égalitaire et ce, en sus du développement industriel des médias, qui ne les rejoignent, dans le contexte de l'économie ouverte qu'à titre de consommateurs-clients.»⁶⁵

Ainsi, pour les défenseurs d'un service public, la télévision est la meilleure incarnation d'un espace public des temps modernes. En effet, la télévision est par essence instantanée et donc peut retransmettre tous les débats d'intérêt public et elle est, par ailleurs, très prisée par son auditoire. Pour les défenseurs d'un service public, la télévision est au cœur même du libre exercice de la démocratie au Canada. En conséquence, il est absolument essentiel que la télévision ne soit pas laissée aux lois du marché ni sous l'emprise des gouvernements. La télédiffusion doit s'adresser à son auditoire comme à des citoyens et non comme à des consommateurs, cela ne peut être fait que si la télévision est perçue comme un instrument de développement culturel plutôt que comme un service alternatif marginal d'une vaste industrie culturelle. Associer la notion de citoyenneté à celle du service public, c'est libérer celle-ci de l'arbitraire du marché et de l'autorité du politique. Un tel choix cautionne

65

Marc Raboy, Ivan Bernier, Florian Sauvageau et Dave Atkinson, Op. Cit., p 77.

l'idée que la télédiffusion est le meilleur véhicule de développement social et culturel d'une société démocratique.

La notion inventée par les britanniques, d'un services public « at arm`s length» est la meilleure pour définir un service public qui soit à la fois à l`abri des lois du marché et de l`emprise des pouvoirs politiques. Un service public détient cet avantage qu`il assure à tous les citoyens un service identique, quelque soit leur situation géographique ou leurs moyens financiers. Le service public se doit d`offrir aussi des programmes répondant à différents publics, souvent minoritaires, qui auraient été mis de côté par les diffuseurs privés. Ces derniers ont souvent tendance à rechercher un auditoire le plus large possible afin de répondre aux attentes des annonceurs. Jusqu`au début des années quatre vingt, même s`il y avait la coexistence entre un service public et privé de télédiffusion, le service public avait préséance tant au niveau idéologique qu`au niveau de la légitimité sociale.

Pour les tenants de la conception anthropo-politique de la culture, la télédiffusion, instrument potentiel d`un développement culturel, doit être réglementée. Ce domaine ne doit en aucun cas être laissé aux lois du marché. C`est pour cela que ce domaine doit être réglementé par l`État et par les organismes gouvernementaux.

2.2.3 La régulation.

La pièce maîtresse de la radiodiffusion, incluant la radio, la télévision et la câblodistribution, au Canada est la Loi sur la radiodiffusion de 1968, qui a été modifié en 1991. Elle stipule à l'article 3(1)b que: «le système canadien de radiodiffusion, composé d`éléments publics, privés et communautaires, utilise des fréquences qui sont du domaine public et privé.» Ainsi, comme on le voit le système de radiodiffusion malgré son dualisme,

privé et public, est un système qui fait usage de fréquences publiques. Toute entreprise de radiodiffusion doit appartenir à ou être contrôlée par des Canadiens⁶⁶, la propriété étrangère étant limitée à 20 %. La radiodiffusion doit montrer les ressources et la créativité des Canadiens et elle doit servir et refléter les aspirations et les valeurs des Canadiens.⁶⁷ Ces valeurs sont l'égalité des droits, la dualité linguistique, la nature multiculturelle et multiraciale de la société canadienne ainsi que la place spéciale des autochtones au sein de cette société. Dans l'éventualité d'un conflit d'intérêt entre le secteur et le public, les objectifs du secteur public ont préséance. Les deux secteurs ont la même obligation: offrir une programmation diversifiée qui exprime des points de vue différents sur des sujets qui préoccupent le public. Toujours, selon l'esprit de la loi, la programmation doit être de qualité supérieure en utilisant principalement des ressources canadiennes.

L'acteur principal de la réglementation et de la régulation est le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadienne (CRTC). Le CRTC est issu de la loi sur la radiodiffusion de 1968. Auparavant, c'est la Société Radio-Canada qui accordait des licences, situation paradoxale où la SRC accordait des licences à ses concurrentes. C'est un organisme doté de vastes pouvoirs l'habilitant à octroyer des licences, à établir une réglementation détaillée et à imposer des conditions d'exploitation. Le CRTC est selon la loi l'organisme autonome qui régleme le domaine de la radiodiffusion:

- Il émet, renouvelle ou suspend les permis des radiodiffuseurs après audiences publiques.

⁶⁶ 3(1).b «Le système canadien de radiodiffusion doit être, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle », Statuts du Canada (1991): Loi sur la radiodiffusion, p. 38-39 Elizabeth II, ch. 11, sanctionnée le 1er février 1999.

⁶⁷ Loi sur la radiodiffusion, 3(1)m.

- Il élabore des règlements pour faire respecter les obligations qu'ont les deux secteurs.

Le protectionnisme au niveau télévisuel se concrétise par une série de mesures prises et appliquées par le CRTC. Jean-Luc Migué⁶⁸ les regroupe en trois rubriques: les tarifs douaniers, le contingentement et les subventions. Le contingentement consiste à imposer un contenu canadien minimal dans les programmes de radio et de télévision. Il s'agit aussi de la règle de substitution, par laquelle les câblodistributeurs canadiens suppriment les transmissions américaines quand une station canadienne montre au même moment le même programme. Le droit de douane signifie que le gouvernement a recourt à un système fiscal avec la loi C-106 pour pénaliser les programmes diffusés par les stations américaines. Cette mesure a pour but de détourner la publicité des stations frontalières américaines au profit des stations canadiennes en empêchant les annonceurs du Canada de déduire, aux fins d'impôt, sur le revenu des dépenses qu'ils passent aux États-Unis. Les subventions, enfin, sont accordées pour protéger les stations et les programmes canadiens. Cela se fait par le biais des allocations du coût en capital, le fonds de diffusion de Téléfilm Canada pourvoit une aide financière aux émissions télévisées canadiennes surtout celles destinées à la scène internationale. Mais la subvention la plus sonnante va au réseau public Radio-Canada-CBC, qui a reçu en 1994-1995, malgré toutes les diverses coupures des dernières années, \$1.1 milliards des deniers publics.

Au niveau de la régulation, la Société Radio-Canada doit se plier à des exigences spéciales. « La commission canadienne de la radiodiffusion, créée par le gouvernement conservateur de Bennett en 1932, devient la Société Radio Canada sous le régime libéral de

⁶⁸ Jean-Luc Migué. «Des solutions publiques à des problèmes inexistant».

Mckenzie King en 1936».⁶⁹ Radio-Canada, parce que c'est un service public, a des obligations spéciales:⁷⁰

- avoir une programmation équilibrée et équitable qui informe, explique et divertit un auditoire composé de personnes de tout âge aux intérêts et aux goûts différents
- être disponible dans toutes les régions du Canada
- offrir un service en français et anglais et répondre aux attentes particulières des régions
- promouvoir l'unité nationale et exprimer la réalité canadienne.

La SRC et le CRTC ont tous deux été, d'une façon ou d'une autre, affectés par la nouvelle donne du domaine de la télédiffusion. La Loi de 1968 qui régissait jusqu'alors ledit domaine est devenue obsolète. C'est ainsi que le besoin de repenser le domaine avec une nouvelle Loi sur la radiodiffusion se fit pressant. Le gouvernement, mandata un groupe de travail de se pencher sur ce dossier.

2.2.4 Le rapport Caplan-Sauvageau.

Nous avons choisi ce rapport pour plusieurs raisons: premièrement, il est représentatif d'une victoire de la matérialisation de la conception anthropo-politique de la culture au niveau de la télédiffusion. Deuxièmement il est révélateur des enjeux majeurs au sein de la télédiffusion: tensions et luttes entre les défenseurs d'un service public fort et les diffuseurs privés et entre les producteurs de programmes canadiens et les cablôdistributeurs.

⁶⁹ Groupe de travail sur la radiodiffusion, Rapport du groupe de Travail, p. 9.

⁷⁰ Tel que décrit au 3(1) m de la Loi sur la radiodiffusion de 1991.

En 1985, le ministre des Communications, Marcel Masse a nommé un groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, dirigé par Gérard Caplan, membre influent du NPD, et de Florian Sauvageau, un universitaire de l'Université Laval. Le libellé du mandat de la commission se lit comme suit :

« Le groupe de travail est constitué pour présenter au ministre des communications des recommandations sur une stratégie industrielle et culturelle visant à régler l'évolution future du système canadien. La stratégie tiendra compte de l'ensemble des objectifs sociaux et économiques du gouvernement, des politiques et priorités gouvernementales y compris le besoin de restriction fiscale, de confiance aux initiatives du secteur privé de coopération fédérale-provinciale et des politiques gouvernementales dans d'autres domaines économiques et culturels connexes. La stratégie tiendra compte, en plus, des défis et des possibilités présentés par les avancées technologiques d'un milieu de radiodiffusion de plus en plus compétitif.»⁷¹

Comme on le voit, le ministère des Communications veut suggérer des lignes directrices pour le futur rapport de la commission en soulignant les nouveaux enjeux de la radiodiffusion: rareté des deniers publics, croissance du secteur privé et révolution technologique au sein de la radiodiffusion. Ce rapport se place au milieu des années quatre-vingt où dans les pays occidentaux la vague néo-libérale est de mise. Cela signifie concrètement, au niveau des politiques, la diminution de l'interventionnisme étatique.

Cependant, le rapport Caplan-Sauvageau qui paraît en 1986, réaffirme l'importance du maintien d'un service public de qualité et de surcroît accessible à tous. Dès le début de son mandat, la Commission a fait face à des pressions des intérêts privés de groupes divers souvent divergeants.

71

Cité dans Gaétan Tremblay, Op. Cit., p 49.

«These interests groups were not equal in nature and could be schematically divided into two broad categories: the cultural communities (national and regional groups, ethnic and social minorities) and the cultural industries (private sector, public sector, creators and producers).»⁷²

Les tenants de la vision anthropo-politique n'étaient pas absents. Selon Marc Raboy, les discussions et les débats étaient très révélateurs de la puissance des lobbies culturalistes, qui à force de rapports, enjoignaient le Comité à protéger la culture canadienne. et par la même occasion leurs propres intérêts. Malheureusement, selon lui tous ces grands lobbies, comme la Conférence canadienne des Arts, ont échoué à orienter les débats sur la teneur réelle de la canadienité et sa signification profonde. Ainsi, toujours selon Marc Raboy,

«Cultural sovereignty was a foil masking private sector ambition and plans protecting the valid but corporatist interest of the cultural production milieu. Most important, it did not pose the taboo question: what is Canadian culture, anyway?»⁷³

Malgré ces tensions, le rapport a réaffirmé l'importance du service public.

«Caplan and Sauvageau's analysis and recommendations are on all four with long continuity in Canada's public broadcasting culture and maintained primacy that official rhetoric formerly customarily ceded to the role of public broadcasters (notably CBC) and to regulation so as to compensate for the capitalist market's failure to safeguard, enrich and strenghten Canadian culture-Caplan and Sauvageau therefore broke from market-oriented proposals and policies of the early 1980s which in turn had represented a break from the former dominant tradition in Canadian broadcasting policy to which Caplan and Sauvageau returned.»⁷⁴

⁷² Marc Raboy, Missed opportunities, p. 300.

⁷³ Marc Raboy, *Ibid.*, p. 301.

⁷⁴ Richard Collins, Culture, Communication and National identity: the case of Canadian television, p. 89.

2.2.5 Les recommandations du rapport.

Le rapport, en plus de sa continuité, par rapport à l'historique canadienne protectionniste, innove à bien des égards. En premier lieu, le rapport a remis en question le bien fondé du principe que seules les agences centrales et gouvernementales, comme le CRTC ou Radio-Canada, aient l'exclusivité de défendre la canadianté. Il faut, selon le Rapport Caplan-Sauvageau, non seulement promouvoir mais aussi reconnaître les autres formes marginales de radiodiffusion: telles que les radiodiffusions provinciales, autochtones, communautaires et minoritaires. Ainsi, Raboy suggère:

«While it never really tied these together, an important new idea emerged between the lines of the report: that of diversified public sector comprised of not only federal agencies such as the CBC, Telfilm Canda, and the National Film Board, but also the newer less-centralised forms of public services be established outside the institutional framework of existing central agencies.»⁷⁵

Le rapport a également noté que les secteurs les plus dynamiques et qui faisaient le plus de profit, comme par exemple les stations indépendantes, sont aussi ceux qui ont le moins contribué à l'augmentation de leur programmation canadienne. Il faudrait donc trouver des initiatives pour les encourager à investir plus dans la programmation canadienne. De plus, le rapport a noté les difficultés engendrées par les câblodistributeurs: en effet les ménages câblés consomment en général plus de production télédiffusée américaine. En outre, le groupe de travail a suggéré une plus grande écoute du service français de Radio-Canada. Il a recommandé que la télévision québécoise soit reconnue comme telle et comme le moyen pour toute télédiffusion en français à travers tout le pays. L'une des principales

⁷⁵ Marc Raboy, Missed Opportunities, p. 307.

recommandations est la création d'un nouveau service non commercial via le satellite ou par câble pour rééquilibrer le système en faveur d'une plus grande programmation canadienne.

Comme on peut le voir, le rapport Caplan-Sauvegeau a apporté de nombreuses suggestions pertinentes et innovatrices mais elles n'ont pas toutes été suivies.

«Characteristically the nationalist aspect of, the report eclipsed its social aspects in the public eye, obscuring some very important considerations which if translated into policy, would have marked a historic shift in canadian broadcasting.»

Ce rapport exprime le dernier soubresaut, exprimé en recommandations, de la conception anthropo-politique qui semble submergée par les nouvelles transformations dans le domaine de la télédiffusion. Malheureusement aucune de ses recommandations majeures ne s'est traduite en politique culturelle.

Ceci est révélateur de cette période des années quatre-vingt, période où le service public de télédiffusion subit de très grands bouleversements. On assiste au milieu des années quatre-vingt à une crise du service public de la télédiffusion. Le rapport Caplan-Sauvageau, en se prononçant pour un maintien d'un service public puissant, se place à contre courant des prises de positions de l'époque. En effet, comme on l'a vu au chapitre premier, le rapport Applebaum-Hébert donne le coup d'envoi en proposant une rationalisation des fonctions de la SRC. «À son tour, l'énoncé du ministre fédéral des Communications, Francis Fox, publié en 1983, remet en question le rôle traditionnel de Radio-Canada et met l'accent sur le développement des services privés. Radio-Canada reste la «Pierre angulaire» du système, mais se voit confier un rôle plutôt complémentaire»⁷⁶.

⁷⁶

Marc Raboy, Accès inégal: les canaux d'influence en radiodiffusion, p 52.

Au cours de ce qui a précédé, nous avons pu explorer les positions à l'intérieur du Canada. Notre propos ne serait pas complet si l'on n'incluait pas les positions du Canada au niveau international.

2.2.6 L'impact direct ou indirect des accords du GATT et de l'ALÉNA face aux interventions gouvernementales.

Le Canada est un membre actif de deux forums internationaux dont les accords affectent directement ou indirectement le secteur culturel canadien. Cette partie nous permettra de découvrir jusqu'à quel point les accords, dont le Canada est signataire, peuvent affecter les politiques culturelles canadiennes.

Le secteur culturel en général employait directement en 1984, environ 310,000 individus et généraient des retombées économiques qui atteignaient 11,3 milliards, presque 2% du PIB.⁷⁷ Pour déterminer si une action gouvernementale en matière culturelle, et plus précisément en matière télévisuelle, est compatible avec les accords de l'ALÉNA ou de l'OMC, il faut d'abord discerner si le produit culturel en question est considéré comme un service ou comme une marchandise. Pour ce faire, nous examinerons à tour de rôle les quatre intentions étatiques types en matières culturelles, lesquelles interventions nous avons élaborées dans le chapitre premier.

Les subventions : les subventions ne constituent qu'une partie de l'intervention étatique, dans le domaine culturel. En 1992-1993⁷⁸, des 2,7 milliards \$ que le gouvernement

⁷⁷ Gouvernement du Canada, Rapport du Comité permanent des Communications et de la culture, Culture et communication : Les liens qui nous unissent, Ottawa, Chambre des Communes, Avril 1992, pp. 32 et 57.

⁷⁸ Yves Bernier et J.F. Lamoureux, Les politiques du Canada.

fédéral dépensa comprenant les budgets de la télévision publique qui s'élevaient à 1 milliard \$, après les soutiens financiers à d'autres organismes pour tant il ne restait que 350 millions \$ en subventions directes aux industries.

Les subventions des produits culturels qui sont qualifiées de services sont autorisées dans l'article XV de l'Accord général sur le commerce des services. La radio ainsi que la télévision sont considérées comme des services. La nature même de la radio en fait qu'elle est considérée comme un service : «Par ailleurs, depuis la fin des négociations de l'Uruguay Round, il ne fait plus de doute que la télévision doit être classée parmi les services. Les refus du Canada, dans le cadre des négociations de l'Uruguay Round sur des services, d'assumer des engagements spécifiques dans le secteur des services culturels en général, y compris celui de la télévision, tout comme le refus de la communauté européenne d'assumer des engagements spécifiques dans le domaine de l'audiovisuel, conforme de façon plus dans l'application de l'Accord général pour le commerce: services à la télévision.

Cette position, suite à la demande des États-Unis d'entamer des négociations en matière audiovisuelle, constitue l'un des éléments de concessions gagnées pour le Canada et l'union européenne lors des négociations pour cet accord. Ainsi, les quotas du CRTC ne sauraient être remis en question du moins jusqu'à la prochaine ronde de négociations.

Pour l'ALÉNA, l'article de [D56] 1202 (2)d ajoute les subventions des produits qui relevant du commerce des services n'est pas acceptable. Pour ce qui est des biens, les seuls endroits dans l'ALÉNA où il est spécifiquement question des subventions sont l'agriculture et l'énergie. Les produits culturels et le domaine de la télédiffusion ne font pas partie de l'un ou l'autre de ces domaines. Ainsi, l'ALÉNA n'a pas d'objection stipulée à l'encontre du

domaine de télédiffusion les restrictions quantitatives. Ces dernières se manifestent dans les contenus minimaux pour la télévision, les exigences des contenus canadiens du CRTC, ou l'obligation de la prédominance de la production canadienne dans les services de programmation offerts par les câblodistributeurs et la distribution prioritaire des signaux canadiens par rapport aux signaux américains. Ces interventions, pour autant qu'elles s'appliquent au secteur de l'audiovisuel, ont été considérées durant les négociations de l'Uruguay Round comme relevant du commerce des services. Or, l'Accord général sur le commerce des services, est très loin à ce sujet : les seuls engagements en matière de restrictions quantitatives sont ceux qui se retrouvent dans les engagements spécifiques des membres, ou si l'on veut dans leur liste de concessions. P. 57). L'article 30(g) de l'ALÉNA interdit les restrictions quantitatives sauf pour les produits énumérés à la liste VII du Tarif des douanes du Canada (marchandises prohibées). Cependant, au niveau de l'ALÉNA, l'acceptation des restrictions quantitatives de la part des États-Unis ne va pas de soi. Après que le CRTC ait ordonné la fermeture forcée de la chaîne country américaine, car selon les règlements du CRTC, sur deux chaînes diffusant à peu près la même programmation, la chaîne canadienne a préséance. le gouvernement américain a proclamé qu'il devait faire une enquête en vertu de l'article 301 du Trade Act of 1974. Ceci s'est accompagné d'une menace à peine voilée de mesures d'effet commercial équivalent. (59)

Le contrôle des investissements: comme on l'a vu au chapitre premier, le CRTC pose une limite (plafonnement de 20%) à la participation étrangère dans les entreprises que Le Conseil d'administration des entreprises de télécommunications de télédiffusion canadienne. Le CRTC exige aussi qu'il soit composé de citoyens canadiens. Le GATT de 1994 et

l'Accord sur les mesures concernant l'investissement et liens au commerce de l'OMC, ne font obstacle à ces deux genres d'intention. L'ALÉNA s'oppose à cela, si ce n'est de la réserve avancée par le Canada à l'Annexe I qui couvre justement les deux interventions décrites plus haut. Les mesures commerciales et fiscales, même si ces mesures qui consistent dans le traitement différencié des produits et services étrangers, ne touchent plus les secteurs de télédiffusion, sont permises pour l'OMC. Le Canada ayant refusé d'y souscrire, il n'est pas soumis à cette mesure. Ainsi, l'on peut voir que dans l'immédiat, l'intervention fédérale en matière de télédiffusion n'est pas affectée par l'ALÉNA ni par le GATT. Ceci est dû au fait que la télédiffusion véhiculée des services plutôt que des produits. En effet, les services se trouvent largement exclus de l'Accord général sur le commerce des services du fait spécifique du refus du Canada d'intégrer le secteur culturel; pour ce qui est de l'ALÉNA, les services culturels bénéficiant de la hausse d'exemption culturelle de l'annexe 2106.

Par contre, dès qu'il s'agit de produits, il s'agit d'une toute autre paire de manche. Les émissions télévisuelles, dès qu'elles sont enregistrées pour être diffusées doivent être considérées comme des produits et donc sous l'empire du GATT. Les États-Unis tentèrent de soulever le problème de restriction quantitative, produits télévisés sur câble connaissent des restrictions quantitatives posées par le Canada parmi tant d'autres. Ceci aboutit cependant à une impasse.

D'autre part,

«Il est donc que sous la pression en particulier des États-Unis, mais avec l'appui implicite d'autres pays, comme le Japon, les produits et les services culturels sont en voie de devenir objets de négociations commerciales, à l'instar de tout autre produit ou service.» p. 62.⁷⁹

⁷⁹ Ivan Bernier, J.F. Lamoureux: «Les politiques culturelles du Canada et du Québec», p. 62.

3. Crise du service public de la télédiffusion.

Le service public de télédiffusion canadienne, malgré ses nobles objectifs de garant de l'unité sociale, d'accessibilité à tous ou de vulgarisateur de la culture, semble depuis les années quatre-vingt malmené. Sa légitimité et son monopole de la canadienité sont remis en question. Nous verrons au cours de cette partie les causes et les conséquences de cette crise de légitimité du service public. Comme nous le verrons, les services tant les causes que les conséquences de la crise de la télévision publique, emblématique du protectionnisme télévisuel, sont très complexes. Les facteurs de transformation sont nombreux, non linéaires et s'entremêlent. Des facteurs idéologiques, économiques et technologiques remettent en cause les fondements de l'organisation de la radiodiffusion canadienne.

3.1 Crise idéologique.

La crise de la légitimité de la télévision publique est aussi la crise de l'idéologie qui lui sous-tendait. Selon Dave Atkinson, il y a toujours eu débat idéologique entre culture et économie. Ces dernières années la balance penche beaucoup d'un côté.

«The coexistence of or the balance between these opposing philosophies, between economy and culture, is currently threatened by the domination of one over the other. We therefore consider it important to retrace the limits of all-market approach which prevail at the present time and to lay greater emphasis on the philosophy through which the legitimacy of public television can be restored.»⁸⁰

⁸⁰ Dave Atkinson, Public Service Broadcasting, Op. Cit., p. 32.

La conception anthropo-politique de la culture véhicule une vision du monde.⁸¹ L'individu a une dimension économique certes, mais elle est équilibrée avec sa dimension sociale et politique. L'individu est, d'abord et avant tout, un citoyen qui participe à la vie publique sur une base égalitaire. La culture est un ensemble d'information et de connaissances que les individus peuvent développer, adapter et dont ils pensent se servir pour participer à leur environnement. La culture ainsi que la télévision, (car tributaire de la culture,) ne peut être réduite à la seule valeur de marché. Selon cette vision, le marché est seulement une des places parmi d'autres où les échanges sociaux s'opèrent. L'État en est une autre. Ainsi pour cette vision, la complexité des relations sociales ne se résume ni à l'État ni au marché. La légitimité de l'État vient de la société civile et cette dernière a préséance sur le marché. Les relations sociales se matérialisent réellement au sein de la sphère publique, laquelle, comme on l'a défendu plus haut, s'incarne dans la télévision.

Pour les tenants de la vision anthropo-politique, réduire la culture aux biens et aux services peut être dangereux pour l'égalité des citoyens. «When culture is reduced to goods and services which can be converted into cash on the market, the result is a misappropriation of the rights which citizens have been acknowledged in favour of the proclaimed freedom of consumers to procure that culture.»⁸²

Ceci signifie que ce principe d'égalité entre les individus n'est pas pertinent. En effet les individus n'ont pas tous le même pouvoir d'achat, alors les traiter en consommateur signifie promouvoir leur inégalité économique, et par la même occasion, leur inégalité

⁸¹ Les idées de cette vision du monde sont énumérées dans Dave Atkinson, Public service Broadcasting, p 32.

⁸² 93 Dave Atkinson, p. 38.

politique. Les individus sont donc définis dans cette philosophie d'abord comme des citoyens et ensuite comme des consommateurs. Le public ne peut être constitué de consommateurs car ce sont les individus qui peuvent parfois se réunir en groupe d'intérêt. Le public n'est pas non plus un ensemble d'individus dont la somme des opinions fait l'opinion publique. Le public est un concept social et aussi a besoin pour évoluer. Les lieux publics comme les réunions ou des groupes communautaires ou encore les lignes ouvertes à la radio où les émissions d'intérêt public sont tous des véhicules de la communication sociale. Ainsi en prenant pour acquis que la télévision est le lieu où s'incarne la sphère publique et une place disposée à recevoir toutes les communications entre citoyens:

«The public sphere is defined as the place where citizens can have free access to information and knowledge and can express their own points of view. This place is independent of private economic interests and of political authorities. As the place per excellence where democracy is expressed, it is characterized by communication exchange, not to be confused with commercial exchange.»

Voilà les principales idées de la philosophie qui supportait l'interventionnisme de l'État en matière télévisuelle. Celle-ci a été grandement bouleversée ces dernières années. La crise de la télévision publique coïncide avec ou a été causée par le vent de néo-libéralisme qui a soufflé au Canada au courant des années quatre-vingt. Ayant vu la base idéologique de la vision anthropo-politique de la culture, nous pouvons affirmer que l'on est loin du discours dominant de la mondialisation que l'on a exploré dans le premier chapitre. En effet, le discours de la mondialisation prouve la suprématie des forces du marché et de l'individualisme, à laquelle l'économie la politique et la société doivent être assujetties. Par ailleurs, ce discours soutenant la mondialisation promeut la libéralisation de l'économie

mondiale en vantant les mérites d'une ouverture des marchés. Ainsi la mondialisation et son discours balayent tout sur leur passage. Tous les autres discours sont marginalisés. Pour Willard Rowland et Michael Tracey, la remise en question du service public de la télédiffusion est surtout et avant tout, une remise en question du discours que cette institution représente, discours qui pourrait contrevenir au discours de la mondialisation.

«From the 1970 to the 1990's, broadcasting has become a potent symbol of a collision of ideas over how western society should be organized, not just economically, but also culturally, creatively, morally. At root, the struggle is over two opposed models of social and political order involving different conceptions of democratic rights and freedoms, different ideas of the relationships between culture and economics.»⁸³

Cette crise idéologique se concrétise par des coupures budgétaires drastiques à l'encontre du service public de radiodiffusion. Entre les milieux des années 1980 et 1993, Radio-Canada a connu des coupures s'élevant à \$ 276 millions.⁸⁴ Ces coupures ont pour conséquence une baisse des effectifs et une limitation des opérations de toutes les entreprises publiques de radiodiffusion.

«Ces contraintes les obligèrent donc à se comporter encore davantage comme des entreprises privées et à négliger, par manque de moyen, leur mandat culturel. On peut considérer qu'alors furent oblitérés les derniers vestiges de la notion de service public. De la dimension de service public, il ne restait que l'existence des entreprises publiques.»⁸⁵

Le questionnement du service public et de sa mission indique clairement selon les tenants de la vision anthropo-politique de la culture, que la finalité culturelle de la télévision est

83

WD. Rowland, M. Tracey, «Worldwide challenges to Public Service Broadcasting», p. 9.

84 Marc Raboy, Public Service Broadcasting, p. 108.

85 Jean-Guy Lacroix, «La télévision, bientôt quarante ans.», p. 31.

de plus en plus marginalisée. La recherche du profit est par contre instituée comme seule valeur valide pour la télédiffusion. La crainte est que cette poursuite effrénée du profit, conduite à un appauvrissement de la programmation et un rétrécissement des sujets abordés par la télévision. Le service subit aujourd'hui deux phénomènes qui le remettent en question: un déséquilibre systémique en faveur du secteur privé et l'effet de commercialisation sur le service public. Marc Raboy critique cet état de fait, où les secteurs de la diffusion doivent se concurrencer sur le même terrain.

«Public broadcasting, however, is policy-motivated, while private broadcasting is profit motivated. Public broadcasting is broadcasting with a purpose: to enhance the quality of public life, empowering individuals and social groups to participate more fully and equitably. Profit-motivated broadcasting is only interested in large audiences. Policy-motivated broadcasting is interested in reaching the largest possible audience the most effectively, in light of the specific objective of the programme concerned.»⁸⁶

Les tenants de la conception anthropo-politique soutiennent d'ailleurs que si le secteur public doit se battre sur le terrain du secteur privé, cela est la faute des décideurs politiques. Ainsi, en obligeant diffuseurs publics à œuvrer sur le même terrain que les diffuseurs privés, on a atténué les différences entre les deux secteurs. Pour ce qui est du contenu canadien, les chaînes privées et les chaînes publiques n'ont pas les mêmes obligations. Les premiers peuvent diffuser 40% d'émissions étrangères durant la journée et 50% en soirée. Souvent les premières chaînes privées confondent la qualité et la quantité et utilisent une définition élastique de la canadienité des programmes entre 18 heures et 23 heures lors des heures de grandes écoutes.

⁸⁶

Marc Raboy, «Public Service broadcasting for the twenty-first century», p.85.

La chaîne publique doit restreindre à 40% la proportion d'émission étrangère en soirée et en journée. Mais de plus en plus les diffusions publiques adoptent les mêmes comportements que ceux des stations privées.

Cependant, les tenants de la vision anthropo-politique de la culture se vantent du fait que quand les diffuseurs privés ont concurrencé le service public sur son terrain, la qualité de la programmation s'est grandement améliorée. Cela conduit au risque d'uniformisation de la programmation. La culture et la programmation de qualité sont otages de la recherche du profit. Cette crise idéologique est révélatrice d'une bataille idéologique à deux niveaux. En premier lieu, les diffuseurs remettent en question le principe même que seul Radio-Canada soit porteur, de façon exclusive, de la mission de sauvegarde et de promotion de la culture canadienne. Les stations privées elles aussi se targuent, de diffuser une programmation de valeur autant que celle de Radio-Canada. En deuxième lieu, ces mêmes stations veulent montrer plus de dramatiques américains aux heures de grandes écoute, car selon elles, elles sont appréciées du grand public. Au début de la télévision, ni la technique, ni l'industrie n'offraient d'argument majeur à l'encontre de cette appropriation culturelle de la télédiffusion. Il était admis, à l'époque, que les fréquences étaient un bien public et que le public devait avoir accès à ce nouveau médium. Ainsi, l'intérêt des pouvoirs publics était tout à fait justifié à cet égard. Un service de télévision laissé aux lois du marché aurait permis que seuls les citoyens se trouvant dans les marchés lucratifs aient accès au service. Un accès universel au service de télévision nécessitait la construction d'infrastructures et la mise sur pied de moyens de production coûteux que seuls les pouvoirs publics pouvaient

assumer avec l'aide des fonds publics.⁸⁷ Ainsi la prise en charge de la télévision par les organismes de service public n'a pas rencontré le refus des manufacturiers des postes de télévision qui voulaient écouler leur marchandise à tout prix. Le secteur privé y trouvait son compte à l'époque. À l'ère de la globalisation, la situation est tout autre. Les priorités du secteur privé ainsi que les transformations technologiques ne peuvent supporter une réglementation beaucoup trop rigide.

Ce contexte de rareté de deniers publics, principal moyen de subvention du service public, et de découvertes technologiques, exigeant rentabilisation, de concurrence féroce avec les diffuseurs privés, instaure une nouvelle donne dans le domaine télévisuel. Une donne où le facteur économique est dominant.

3.2 Facteur économique.

Les facteurs économiques ont considérablement ébranlé les acquis de la conception anthropo-politique, désormais la logique qui guide l'action est une logique du marché. Les priorités économiques sont plus importantes que les priorités socioculturelles dans le domaine de la télédiffusion. Les facteurs économiques et les facteurs technologiques qui ont provoqué les profonds bouleversements dans le domaine de la télédiffusion sont tous des phénomènes de la télédiffusion.

«Les systèmes nationaux de la télédiffusion, comme des États en général, se trouvent de plus en plus contraints de s'adapter à un environnement commercial où la concurrence force à la rationalisation et à l'efficacité économique. Cette concurrence est multiforme, tantôt liée à la présence de grands producteurs nationaux de montre, tantôt à la multiplication pour le plan national des chaînes qui entrent en concurrence entre elles, à la fois pour le financement et pour l'audience, et bien sûr à l'utilisation de nouvelles

⁸⁷Dave Atkinson et Florian Sauvageau: « Politique culturelle. enjeux industriels » p. 81.

technologies qui découlent des possibilités de diffusion, technologies qu'il faut rentabiliser et dont l'utilisation répond presque toujours à des ambitions industrielles et commerciales qui dépassent largement les frontières du média télévisuel.»⁸⁸

Comme on a pu le voir plus haut, les deniers publics se faisant plus rares, la télévision publique doit disputer le marché publicitaire à ses concurrents du secteur privé. Mais comme nous le verrons plus tard à partir du début des années quatre-vingt, période où la vie devient plus dure pour la télévision publique, les budgets publicitaires ont beaucoup moins évolué. Cela s'explique par plusieurs causes: les ventes et les profits de la majorité des entreprises ont chuté au cours de ces années-là. Les nouvelles préoccupations des chefs d'entreprises sont la flexibilité et l'efficacité. En outre les coûts publicitaires pour la télévision ont augmenté de 17,5%⁸⁹ en moyenne chaque année entre 1980 et 1986. Ainsi au cours de cette période les coûts publicitaires ont augmenté plus rapidement que ceux de tous les autres médias sauf ceux des publications spécialisées⁹⁰, les pages jaunes, les catalogues, et les circulaires. D'autre part, la télévision constitue le média dont l'auditoire a augmenté le plus facilement.

Ainsi il s'impose des nouvelles tendances majeures dans le marché publicitaire selon Jean-Guy Lacroix et Gaétan Tremblay.⁹¹ Les annonceurs rationalisent les opérations en centralisant les activités de publicité en utilisant le «spillovers», c'est-à-dire les diffusions

⁸⁸ Dave Atkinson, « Des discours limités pour une télévision complexe » pp. 265-278. «Souveraineté et protectionnisme».

⁸⁹ Jean-Guy Lavoix, Gaétan Tremblay: «Télévision: Deuxième Dynastie», p.53.

⁹⁰ Jean-Guy Lavoix, Gaétan Tremblay: «Télévision: Deuxième Dynastie» p.53.

⁹¹ Jean-Guy Lavoix et Gaétan Tremblay: «Télévision, Deuxième Dynastie».

qui débouchent de leurs marchés par exemples des grandes villes vers les régions). Les budgets sont dirigés vers la publicité coopérative, promotion conjointe avec les vendeurs, et l'usage de véhicules publicitaires plus pertinents et directs, circulaires, suppléments dans les journaux, coupons-rabais. Les annonceurs tentent de mieux cibler leur public en dirigeant leur message directement à leur public cible. Cela défavorise la télévision qui est un média de masse. De plus la télévision, parce qu'elle est justement un média de masse, est mieux adaptée à la publicité nationale, celle qui bâtit l'image de l'entreprise. Cette publicité devient très coûteuse et peu efficace aux yeux des annonceurs qui la préfèrent à la publicité du produit lui-même par le biais d'un médium plus direct. La planification et les engagements financiers se font de plus en plus à court terme au grand désavantage de la télévision pour qui le long terme est essentiel pour le calcul de son budget. De plus les annonceurs réduisent la publicité pour les marchés ou les produits les moins et ceux ayant une potentielle croissance la plus faible. En outre les annonceurs optent de plus en plus pour les annonces publicitaires de 15 secondes, le tarif de ces publicité étant 65 à 80% celui des annonces de 30 secondes.

«Il semble donc que la télévision, en tant que véhicule publicitaire, ait atteint un point de saturation, du moins sur l'ensemble du territoire canadien. D'une part, le nombre de téléviseurs et d'heures d'écoute ne peut excéder le nombre actuel. D'autre part, la télévision s'appuie sur un auditoire de masse dont les habitudes d'écoute ne représentent guère de différences en fonction de caractéristiques socio-économiques des auditeurs. Il est donc difficile pour les annonceurs de rejoindre, par l'intermédiaire de la télévision conventionnelle, des segments précis de la population. Différents éléments de conjoncture défavorisent la valeur de la télévision en tant que véhicule publicitaire. À l'inverse, le potentiel est beaucoup plus intéressant pour

d'autres véhicules tels les magazines spécialisés, les lotteries, les catalogues et circulaires, etc. et les services spécialisés du câble.»⁹²

La publicité constitue le revenu principal de fonctionnement pour la télévision privée et de plus en plus avec les coupures budgétaires drastiques, elle constitue un revenu d'appoint pour la télévision publique. Les nouvelles tendances et le repositionnement des annonceurs rendent le marché publicitaire très concurrentiel dans une époque où les revenus publicitaires se font rares.

3.4 La rareté des deniers publics.

Cette expression de rareté des deniers publics est devenu le credo gouvernemental pour administrer les coupures à tout vent des programmes sociaux. La télédiffusion n'a pas échappé à ces coupures. Les déficits budgétaires et l'endettement chronique de l'État n'encouragent pas à disséminer les fonds publics comme auparavant. Il s'agit du gel des dépenses, et dégraissage de l'appareil de l'État.

La télévision publique est confrontée à des coupures drastiques et elle doit à son tour sabrer autant dans les dépenses d'opération que dans la qualité des programmes.

La télévision publique est ainsi prise au piège. Elle doit faire mieux sinon autant que les chaînes privées pour survivre et dans ce sens son mode d'opération doit être similaire à celui des télévisions privées. Au même moment, elle doit demeurer la gardienne de la mission culturelle publique canadienne qui lui est spécifique. La télévision publique, en voyant son audience fondre, a opté pour un changement dans sa programmation et a voulu jouer la carte de la commercialisation: elle diffuse plus d'émissions populaires, plus de dramatiques, plus

⁹² Jean-Guy Lavoix et Gaétan Tremblay: «Télévision. Deuxième Dynastie», p.56.

de sport et de variétés. Les changements sont également perceptibles au niveau de la grille horaire: les émissions culturelles et les documentaires sont diffusés aux heures tardives et les émissions plus populaires sont diffusées aux heures de grande écoute.

3.4 Généralisation du câble.

Comme on l'a vu plus haut, le Canada est un des pays les plus câblés du monde. Cette opération a coûté cher aux câblodistributeurs qui veulent rentabiliser leurs infrastructures en offrant aux consommateurs des nouveaux services. Face à la multiplicité des chaînes et à la fragmentation de l'auditoire, les télédiffuseurs doivent se livrer à une concurrence féroce. De plus, les câblodistributeurs doivent faire face à l'expansion du marché de la magnétoscopie qui n'est soumise à aucune réglementation. Les enjeux économiques sont énormes et dépassent largement le seul domaine de la télédiffusion. On assiste à un changement de pouvoir: les télédiffuseurs sont devenus les maîtres dans cet espace. Les intérêts de ces premiers ne se limiteront pas au petit écran.

«Le secteur de la télévision n'est plus qu'une partie d'un ensemble plus vaste. Par le fait même, il est largement déterminé, ne serait-ce que par son importance stratégique pour la mise en marché d'une multitude de nouveaux produits, par des enjeux économiques qui proviennent aussi bien de l'expansion du secteur des télécommunications que de celui, par exemple, de l'informatique»⁹³.

En effet, la construction de la nouvelle ère de l'informatique, la télévision s'impose de plus en plus comme l'instrument maître au milieu de toutes ces nouvelles technologies. La télévision semble devenir le réceptacle de toutes ces nouvelles technologies. La multiplicité des chaînes amène, comme on l'a déjà dit, la fragmentation du marché en baissant le profit

⁹³ Dave Atkinson, Florian Sauvageau: «Politique culturelle, enjeux industriels», p. 91.

des diffuseurs. Ces derniers n'ont pas suffisamment de fonds pour produire des programmations canadiennes synonymes de coûteuses. La télévision publique reçoit moins de deniers publics à l'ère de la restructuration de l'État. Les déficits budgétaires et l'endettement chronique de l'État n'incitent pas à disséminer les fonds publics à tout vent. Ces nouveaux enjeux économiques sont la conséquence des bouleversements technologiques au sein de la télédiffusion.

3.5 Facteur technologique.

Les révolutions technologiques, caractéristiques de la mondialisation, ont particulièrement chambardé le paysage télévisuel canadien. Le Canada, au milieu des années soixante dix s'est donné pour objectif d'être l'un des premiers pays à être câblés d'un bout à l'autre du pays. Dans les années soixante-dix le câble existait aussi, mais il était conçu comme une extension des ondes hertziennes. C'est dans les années quatre-vingt que le câble fut perçu comme le seul distributeur des chaînes. Avec le satellite Anick et son réseau de câble sans commune mesure, le Canada s'impose comme l'un des pays pionniers en matière technologique. Le câble et le satellite ont deux répercussions importantes sur le domaine. Ainsi, la révolution technologique a balayé l'une des justifications premières de l'intervention publique: c'est-à-dire la rareté des fréquences. L'une des premières conséquences de la révolution technologique est l'explosion des stations de télévision. Le CRTC a octroyé dix-sept licences au cours des années quatre-vingt.

«Le premier est qu'ils permettent un peu partout une augmentation du nombre de chaînes et de services offerts au public, qu'il s'agisse de services nationaux

ou étrangers. Le deuxième effet est qu'ils rendent obsolète l'argument de la rareté des fréquences.»⁹⁴

L'une des conséquences majeures de cette explosion est l'invasion du petit écran canadien par les programmes américains.

3.6 *L'américanisation par l'importation.*

Ainsi la révolution technologique est caractérisée par l'émergence d'une armada de chaînes privées. Ces opérateurs brandissaient la liberté d'accès et de choix, et l'inévitabilité du processus technologique. Pour eux, tous les téléspectateurs canadiens, qu'ils soient au fin fond du Nord canadien ou à la frontière étatsunienne, ont le droit à l'accessibilité à une même programmation. Si les téléspectateurs au Sud du Canada peuvent visionner des programmes populaires, surtout américains, alors tous les autres téléspectateurs ont ce même droit. Comme on l'a affirmé plus haut, le CRTC a d'ailleurs octroyé à 17 stations des licences d'exploitation au cours des années 80. Que faire donc avec autant de stations et si peu de production canadienne?

« La technologie a effectivement vaincu les distances et les fuseaux horaires sans pour autant que ne soit atteint l'objectif fixé. Le câble et le satellite se sont implantés, mais c'est la télévision américaine qui a triomphé. Le pays qui avait décidé d'être leader de l'âge de la télévision en est devenu l'une des victimes».⁹⁵

Il fallait bien meubler toutes ces heures d'antennes devenues tout à coup disponibles. Le hic dans tout cela c'est que la capacité de distribution de la télévision canadienne est de loin supérieure à sa capacité de production d'une programmation canadienne. Les stations privées

⁹⁴ Dave Atkinson, Florian Sauvageau, «Politique culturelle, enjeux industriels», p. 89.

⁹⁵ Mark Starowicz, «Citoyens de vidéo-America», p 77.

achetaient des programmes américains en bloc. Il s'agissait de dramatiques destinés à l'exportation. Ainsi avec chaque nouvelle station privée le pourcentage de programmes américains visionnés augmentait en flèche. Selon les partisans d'une programmation canadienne, la rhétorique du libre choix est caduque: les Canadiens avaient certes plus de choix, mais c'était plus de choix par rapport aux programmes américains. Mark Starowicz critique ces stations privées, en affirmant qu'elles faisaient beaucoup de profit publicitaire avec les programmations américaines sans se soucier de la production d'émissions canadiennes. Mais ces stations affirmaient toujours qu'elles n'avaient pas les fonds suffisants pour produire des journaux télévisés. De plus, la batteries de règlements existants n'y pouvait rien car ces derniers ne pouvaient être imposés que sur les stations capables de produire des émissions canadiennes. Bref cette multitude de stations n'ont été ouvertes que pour diffuser des émissions américaines bon marché très populaires et qui rapportent beaucoup de profit.

3.7 Échec du CRTC.

Cette américanisation par l'importance n'était pas, pour les tenants de la conception anthropo-politique, inévitable comme le prétendent les opérateurs de stations privées. Selon les protectionnistes, il ne faut pas croire au fatalisme technologique prôné par les partisans de la déréglementation. La révolution technologique aurait pu et dû être soutenue par les pouvoirs publics et surtout par le CRTC. Ce dernier a, selon eux, échoué dans sa mission. Il a trop souvent et trop facilement octroyé des licences à des stations privées incapables de s'acquitter de leur mandat selon la loi de la radiodiffusion.

L'échec vient du fait que les règlements du Parlement ne s'appliquaient qu'aux stations capables de financer les productions canadiennes. Le CRTC se retrouve ainsi dans une

situation délicate; il peut théoriquement exiger des contenus canadiens aux stations privées mais en pratique il est limité par la nécessité de regarder leurs profits et leurs capacité de financer des productions.

Seuls les politiciens, par la taxation, pouvaient remédier à cela et cela ne fut pas le cas. En effet, le Canada grâce à ses régulations, exemple la loi sur la radiodiffusion de 1991, stipule que toute propriété doit être canadienne et ses agences gouvernementales, a réussi à se procurer depuis un système de radiodiffusion typiquement canadien. Ainsi le Canada possède aujourd'hui plus d'une centaine de stations de télévision qui émettent dans l'une ou l'autre langue à travers un pays immense. Ceci est une réussite autant technologique que politique qui prouve le désir réel des canadiens conjugués à la volonté politique. Selon les partisans d'une programmation canadienne, si le Canada a su préserver un système de télévision canadien c'était grâce à une volonté politique laquelle n'est plus au rendez-vous au courant des années quatre-vingt. Le gouvernement, toujours a mis l'emphase sur les nouvelles technologies, comme le satellite, ou le câble, sans pour autant soutenir le secteur de la production pour meubler toutes ces nouvelles antennes.

La loi interdit la possession de titre ou de propriété, des biens meubles ou immeubles dans la radiodiffusion par un étranger. Cependant la qualité de cette programmation l'est beaucoup moins. Les protectionnistes culturels déplorent par exemple que les stations de télévision peuvent détourner les règlements du CRTC en matière de quotas pour la programmation canadienne aux heures de grandes écoute. Les diffuseurs privés organisent leur grille horaire de façon à permettre que les programmes américains et rentables soient bien visibles. D'ailleurs les chiffres du Rapport du Groupe de travail sur la radiodiffusion

sont sans équivoque: 34% de la programmation du Canada est occupé par des dramatiques grands publics, ce qui est près de 17 600 heures. De ces heures, 98% proviennent de l'étranger, principalement des États-Unis. D'un côté, on assiste à une augmentation fantastique des capacités de diffusion et de distribution et à une multiplication des possibilités d'accès à une large gamme de produits et de services sur le marché international, de l'autre, les capacités nationales de production, de financement et de consommation sont limitées.»⁹⁶

La conséquence de ces choix politiques est la fragmentation de l'auditoire, provoquée par les nombreuses stations privées, et une américanisation accrue de la programmation. Les opposants à la déréglementation au niveau des chaînes de télévision affirment que l'argument du libre-choix avancé par les partisans de l'ouverture du marché n'est pas défendable. La liberté de choix des Canadiens ne doit pas se limiter au choix par rapport aux stations mais le choix véridique est celui que le citoyen opère devant les différentes programmations. L'exposition constante à des programmations américaines a pour conséquence néfaste que les Canadiens sont de facto des spectateurs passifs de la dynamique d'un autre pays dont les priorités et les préoccupations sont différentes. Mark Starowicz a par exemple noté que les Canadiens ont toujours tendance à croire que la criminalité du Canada est en hausse constante ce qui est totalement faux chez nous mais une réalité aux États-Unis.

⁹⁶ Rapport du Groupe de travail sur la politique de radio-diffusion, figure 5-8, p 107.

Pour Al Johnson⁹⁷, ancien président de CBC et ardent défenseur d'une plus grande programmation canadienne, on remarque aujourd'hui une cassure au niveau de l'entente entre les politiciens et les lobbies puissants de la télédiffusion. Au début de la création de la radio et de la télévision, il y avait communion de conviction entre ces secteurs quant à l'importance de la radiodiffusion comme un instrument essentiel pour l'identité nationale et la recherche du contenu canadien, pour des raisons nationalistes pour les politiciens et pour des raisons de divertissement pour les opérateurs de chaînes. Johnson n'achète pas l'argument de l'inévitabilité de l'invasion du petit écran canadien par les chaînes américaines:

«The Only way to do so would have been to increase by equivalent measure the amount of canadian programming shown by Canada's broadcasters, the CBC and the privately owned TV services. This, in turn would have required huge expenditures on Canadian programming which CTRC by itself could not bring about.»⁹⁸

Cela a initié une séparation, auparavant non existante, entre la production et la programmation. Le modèle qui était de mise auparavant, était intégré au niveau de la production-programmation mise en marché du produit parmi les entreprises de radiodiffusion. Les câblodistributeurs se sont imposés comme des acteurs clé dans cette nouvelle configuration : ils contrôlent désormais la mise en circulation des produits télévisés. Ainsi, les diffuseurs privés et publics ne contrôlent que la programmation, la production leur ayant échappé au profit des producteurs indépendants, et la mise en circulation étant entre les mains des câblodistributeurs. En bref les diffuseurs ne sont plus les maîtres de la dynamique du système télévisuel.

⁹⁷ Al Johnson, «The Re-Canadianization of Broadcasting.»

⁹⁸ Al, Johnson, Ibid., p 7.

4. Conclusion du chapitre deuxième.

Le duel conceptuel entre la vision anthropo-politique et la vision économiste de la culture se vit également au sein de la télédiffusion canadienne. Durant le chapitre précédent (II), nous avons exploré la matérialisation de la vision anthropo-politique de la culture: à savoir un service public et une programmation canadienne. Nous avons également démontré que cette vision est à l'étroit à bien des égards par la nouvelle donne causée par la mondialisation. Celle-ci est caractérisée par une crise idéologique doublée de facteurs économiques et de facteurs technologiques. Au cours du chapitre troisième, nous proposerons d'approfondir l'analyse des révolutions technologiques. En effet, en plus de changer radicalement le visage de la télédiffusion, les percées technologiques, s'imposant comme inévitables, instituent des nouvelles habitudes sociales.

Ainsi ces percées technologiques ont coïncidé avec une époque de mondialisation émergente où le discours économiste prévaut dans tous les domaines sociaux. Le troisième chapitre nous permettra d'explorer beaucoup plus en profondeur le discours économiste et ses manifestations dans le domaine de la télédiffusion.

CHAPITRE TROISIÈME

Manifestation de la conception économiste au sein de la télédiffusion ou la victoire des câblodistributeurs

1. Introduction.

Au cours du chapitre précédent, nous avons pu apprécier que la conception anthropo-politique de la culture se matérialisait par un service public et par l'existence d'une réglementation régissant le domaine de la télédiffusion. Nous avons également démontré que ces acquis de la conception anthropo-politique de la culture étaient à l'étroit à cause de facteurs idéologiques, économiques, et technologiques. Ces facteurs sont porteurs sinon emblématiques de la globalisation.

Au cours du troisième chapitre, nous exposerons la matérialisation du discours économiste et libre-échangiste de la culture. Les facteurs cités plus hauts, inhérents à la globalisation, ont accéléré la mainmise du domaine pour la conception libre-échangiste de la culture. incarnée pour les câblodistributeurs dans le domaine de la télédiffusion. Nous verrons l'expansion fulgurante que ces derniers connaissent depuis les dernières années au détriment des stations de télévision. Pour démontrer leur importance, nous étudierons le processus d'élaboration de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion de 1991, processus durant lequel on assistera à la consécration des câblodistributeurs.

2. Les conceptions des libre-échangistes culturels.

Avant d'aller plus loin, nous examinons les prémisses de la culture de base auxquelles les libre-échangistes culturels adhèrent. L'idéologie des libre-échangistes, si l'on peut ainsi la qualifier, n'est pas aussi articulée que celle de la conception anthropo-politique de la

culture, elle véhicule néanmoins un certain nombre de concepts qui portent leur courant. Ce discours est porté par la mondialisation ambiante de la fin des années quatre-vingt au milieu des années quatre-vingt-dix. Cette époque a vu éclore de partout des discours économistes.

Ainsi dans un tel courant de pensée, l'individu est présenté comme un producteur ou comme un consommateur, sa condition de citoyen si chère aux protectionnistes culturels est ici occultée. Selon une telle conception, l'individu est maître de ses choix, et ces derniers sont inaliénables. Nous avons d'ailleurs vu dans le chapitre précédent comment cette notion de choix a été primordiale pour la multiplication des chaînes privées.

La culture est complètement ignorée par «l'idéologie» économiste de la culture. Les adeptes de cette idéologie ne sont pas cependant sans ignorer l'importance de ce mot qu'ils brandissent souvent lors des relations publiques, notamment lors des audiences précédant l'adoption de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion. Cette conception tend à associer à la notion de culture un aspect lucratif. On peut voir ici le fossé avec la perception des tenants de la conception anthropo-politique de la culture pour lesquels la culture est une existence en soi en dehors du marché. Ce dernier est d'ailleurs une notion clé pour les libre-échangistes. En effet, le marché est le lieu où les relations sociales sont formées. Pour eux, l'État est nécessaire seulement pour protéger la propriété privée et pour veiller au bon fonctionnement du marché. On est loin de la glorification de la conception anthropo-politique de la culture que l'on a élaborée dans le chapitre précédent. Ceci s'inscrit dans le discours de la mondialisation, discours qui promeut celle-ci comme un phénomène neutre, incontournable et ayant des conséquences positives pour tous.

«Le discours de la mondialisation, prenant ses racines dans le libéralisme économique, prône la suprématie des forces du marché, de la «démocratie» et de l'individualisme à laquelle doivent être subordonnés l'économie, le politique et le social. En effet, le discours derrière la mondialisation promouvoit la libéralisation de l'économie mondiale. Pour ce faire, ce discours prône l'ouverture du marché intérieur des pays au monde entier, de même qu'une rationalisation des interventions de l'État.»⁹⁹

L'État doit intervenir le moins possible au niveau de la télévision car sa réglementation est non seulement néfaste mais elle ne sert que quelques-uns. Selon Jean Luc Migué¹⁰⁰, les raisons avancées pour soutenir la réglementation et les subventions accordées à la télévision proviennent de groupes restreints, plutôt que des exigences particulières de cette industrie au niveau des coûts de production ou des demandes de la population. Jean Luc Migué remet en cause le concept de rareté des fréquences qui était à l'origine de la réglementation en matière de radiodiffusion et de la création même du CRTC. Pour lui, les organismes de réglementation auraient dû vendre des fréquences comme on le ferait avec un lopin de terre.

«Il existe au contraire une autre façon de régir la question de la rareté des fréquences. Comme le suggère la comparaison avec le lopin de terre, il suffit d'accorder des droits de propriété exclusifs aux gens, droits qui deviennent ainsi échangeables. De cette façon, se développerait un système de prix qui rationnerait la rareté et ce, d'une façon plus efficace et concurrentielle que le système actuel d'assignation centrale arbitraire.»¹⁰¹

⁹⁹ Nadine May, Du féminisme libéral aux failles de la nature sexuée de la mondialisation de l'économie, thèse de maîtrise au département de science politique de l'Université d'Ottawa, Ontario, 3 septembre 1998, p. 61.

¹⁰⁰ Jean Luc Migué: «Des solutions publiques à des problèmes inexistantes: Économie politique de la télévision au Canada», pp. 201-226.

¹⁰¹ Jean Luc Migué, Ibid, p. 203

Selon lui, malgré les révolutions technologiques, notamment les satellites, qui ont remis en question la notion de rareté de fréquences, cette notion se maintient au grand dans des organismes régulateurs qui veulent garder leur mainmise sur le domaine.

Le concept de fragmentation de l'auditoire, si souvent décrié par les protectionnistes, est synonyme de concurrence pour les libre-échangistes. Le concept même d'identité nationale et de produits télévisuels typiquement canadiens est remis en question par les libre-échangistes. Selon eux, s'il y a une émission américaine qui a du succès auprès de publics issus de plusieurs pays différents, c'est tout simplement parce que cette émission leur plaît. Il s'agit ici du choix du public qui doit décider seul ce qu'il regarde ou pas.

Selon les tenants de la conception économiste de la culture, les réglementations du CRTC ne font que favoriser le monopole de certains producteurs privilégiés canadiens au détriment d'autres producteurs. Comment définir la «canadianité» d'une émission? Qui détient le pouvoir de faire une telle définition? Selon les partisans d'une déréglementation, le CRTC s'arroge le droit de définir et de statuer sur ce sujet. Ils soutiennent que seul le choix des téléspectateurs est valable pour statuer la valeur d'une production télévisuelle. Le CRTC et toutes ses réglementations font preuve d'élitisme et de mépris envers les spectateurs lorsqu'ils limitent la diffusion d'émissions populaires même si elles sont américaines.

Pour les libre-échangistes culturels, la télévision ne véhicule pas l'art en tant que tel mais l'«entertainment,» qui est une toute autre notion que celle de la culture ou de l'art. «L'entertainment se distingue de l'art par l'esprit qui l'anime: en effet, il se décrit ouvertement comme un produit de consommation. Il est conçu pour satisfaire un marché:

si on le rejette, il stagne ou disparaît.»¹⁰² La qualité d'un produit télévisuel, selon la conception de «l'entertainment,» ne dépend que de l'appréciation du public exprimée par les côtes d'écoute. Cela n'est pas important pour les vedettes de l'émission mais elles sont vitales pour les producteurs. En effet, le nombre de téléspectateurs et leur répartition démographique, le public de 18 à 35 ans étant le plus prisé, détermine le montant que le télédiffuseur peut demander aux annonceurs. Les fonds provenant de la publicité constituent les recettes principales pour les chaînes privées et des recettes supplémentaires non moins essentielles après les coupures pour les chaînes publiques. Pour que les recettes publicitaires soient florissantes, il faut donc que les stations diffusent des programmes populaires pour que les diffuseurs fassent valoir cette popularité auprès de leurs annonceurs pour en retirer profit. Et en général, les programmes populaires, les dramatiques, sont américains.

Mais les partisans de la déréglementation ont une tout autre idée:

«Toute augmentation résiduelle du contenu canadien s'est réalisée à un coût non-négligeable, même si il était provisoire: il a restreint le choix des téléspectateurs, retardé l'essor des nouvelles technologies et augmenté les coûts de production de certains fournisseurs. Ce n'est pas le public mais les diffuseurs conventionnels, ainsi que leurs artistes et leurs techniciens, qui y ont gagné, et à coup sûr les politiciens et leur exécutants du CRTC?»¹⁰³

Pour eux, les politiques culturelles du niveau de télédiffusion servent d'abord à protéger les producteurs d'émissions télévisées canadiennes contre leurs concurrents américains au

¹⁰² Les Brown, «Signification et portée de l'entertainment», pp. 45-63.

¹⁰³ Jean Luc Migué, «Des solutions publiques», p. 222.

dépend des téléspectateurs. Elles protègent aussi ces mêmes producteurs contre d'autres producteurs canadiens.

Le fait de poser le consommateur comme roi s'inscrit dans le discours de la mondialisation. Le consommateur est tout puissant, la libéralisation des marchés lui permet de faire un plus grand choix. La câblodistribution clame être la seule entreprise dans le domaine de la télédiffusion capable de réellement offrir ce choix au consommateur. Dans le domaine de la télédiffusion, la conception économiste est incarnée pour les stations privées de télévision, mais surtout pour les câblodistributeur. Ces derniers, avec les innovations technologiques qu'ils introduisent, s'imposent et s'arrogent le titre de défenseurs de la conception économiste de la culture.

3. L'émergence des câblodistributeur.

Depuis les débuts des années quatre-vingt, le domaine de la télédiffusion a connu des profonds bouleversements. L'un des premiers éléments est bien sûr l'invasion en grande pompe du domaine par les câblodistributeur. Ces derniers portent le discours des libre-échangistes culturels puisqu'ils offrent une multitude de chaînes dont la majorité est américaine. Ils prônent, non seulement un assouplissement de la réglementation, mais ils ont également instauré une autre logique dans le domaine de la télédiffusion: celle de payer pour avoir accès à un service qui a toujours été gratuit.

3.1 Logique de flot et logique éditoriale.

Le domaine de la télédiffusion est un domaine très dynamique et très complexe. Pour démêler le domaine, nous avons voulu essayer de procéder à certaines catégorisations pour

aider à la compréhension du sujet. Pour ce faire, nous avons opté pour les notions de logique de flot et de logique éditoriale.¹⁰⁴ Elles sont importantes pour appréhender les industries culturelles dans leur totalité. Le terme «logique» fait référence au processus structurel d'évolution qui est indépendant des acteurs de ce domaine. La logique éditoriale renvoie à la stratégie qu'un éditeur adopte pour augmenter ses profits. Il choisit des produits différents pour minimiser les risques en offrant à ses clients une palette de produits. La logique éditoriale est incarnée par le libraire ou le vendeur de disques, des marchandises vendues ou louées sur le marché. Elles ont en général donc une durée de vie de quelques semaines, telle celle du disque de musique populaire, à quelques années, celle du livre. Les produits de la logique de flot sont des produits éphémères et sont caractérisés par la continuité et l'amplitude de leur diffusion comme les émissions télévisées. Le meilleur exemple est le journal télévisé qui vieillit et devient inconsommable dès le lendemain de sa diffusion même s'il a été regardé par des milliers de personnes lors de sa première diffusion. Les programmeurs de chaque chaîne obéissent à une logique éditoriale. La programmation adopte une stratégie qui vise à attirer le plus large auditoire possible. En effet, pour les télédiffuseurs, chaque autre station constitue un compétiteur: ils doivent donc offrir une variété de programmes. Avant l'arrivée des câblodistributeurs dans le paysage de la télédiffusion.

¹⁰⁴ C'est un concept développé par B.Miège, P. Pajon et J.-M. Salaün, L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias, et reprise par J.Guy Lacroix et Gaétan Tremblay dans, «Télévision: Deuxième Dynastie».

On a parlé plus haut des différentes logiques, la logique de flot et la logique éditoriale. Les câblodistributeurs suivent une logique différente. Ils proposent un abonnement. Ils offrent une palette de produits qui diffusent de la culture de flot, c'est-à-dire les différentes chaînes.

«La câblodistribution a pour le moins un statut hybride. Elle distribue de la culture de flot, mais elle fait face à des exigences similaires à celles auxquelles sont confrontées les industries de logique éditoriale. Et contrairement aux radiodiffuseurs qui font face à une concurrence de plus en plus féroce, les câblodistributeurs jouissent d'un monopole sur leur territoire.»¹⁰⁵

La câblodistribution a fait beaucoup de progrès depuis les débuts des années quatre-vingt. Selon Statistique Canada,

«C'est l'industrie de la câblodistribution qui domine dans le secteur de la télédiffusion, diffusant de plus en plus d'émissions variées. Presque les trois quarts des foyers étaient abonnés à la télévision par câble en 1994, alors qu'il n'y en avait que 60% en 1984.»¹⁰⁶

De plus, la magnétoscopie s'impose de plus en plus comme une concurrente des chaînes de télévision. En effet, en 1994, 79% de foyers possédaient des magnétoscopes, comparativement à 13% en 1984.¹⁰⁷

En outre, avec le phénomène de marchandisation de plus en plus présent dans toutes les industries culturelles comme on l'a vu de chapitre premier, on assiste à un rapprochement des logiques éditoriales et de flot. En effet, les produits de masse issus de logique de flot

¹⁰⁵ Gaétan Tremblay, «Jean Guy Lacroix, Télévision, deuxième dynastie», p. 11.

¹⁰⁶ Statistique Canada, «Le Canada, sa culture, son patrimoine, et son identité: Perspective statistique».

¹⁰⁷ Statistique Canada, «Le Canada, sa culture» p. 20.

peuvent être reproduits et sauvegardés en masse grâce à l'expansion de la magnétoscopie. L'idée que les produits de la logique de flot rendent caduques ceux de la veille n'est valide que pour l'information. Les produits du divertissement et ceux des séries dramatiques peuvent être stockés. D'autre part, la rapidité de distribution et de transmission de marchandises culturelles oblige les producteurs culturels à se renouveler de plus en plus rapidement, car les disques, les livres et les films restent populaires pendant très peu de temps.

Nous avons vu au cours des parties précédentes que la télévision, publique et privée, connaît des difficultés immenses, alors que la câblodistribution est en pleine expansion. Cependant les deux catégories d'entreprises évoluent dans des structures de marchés différents.

«L'écoute de la télévision conventionnelle a atteint un point de saturation, malgré que le taux d'équipement des ménages en appareils de télévision soit très élevé, et que l'écoute s'individualise, ce qui induit une tendance à multiplier les appareils récepteurs. Bref, les téléviseurs augmentent en nombre, ils fonctionnent plus longtemps, souvent plusieurs simultanément, mais l'écoute globale stagne et même régresse. La câblodistribution, à l'inverse, même si son taux de pénétration augmente moins rapidement qu'auparavant, n'a pas encore atteint son point de saturation.»¹⁰⁸

Pour la câblodistribution, la taille du marché n'est pas reliée à une situation de marché à l'état pur. En effet, comme on l'a expliqué plus haut, la câblodistribution s'opère à travers des régions cédées géographiquement par la CRTC par des licences. Auparavant, le réseau de câblodistribution canadien appartenait aux Américains. Dans le désir de canadianisation de ce réseau, le CRTC a décidé en 1968 de démanteler les réseaux

¹⁰⁸ Jean Claude Lacroix, Gaétan Tremblay, Op. Cit., p.95.

pancanadiens constitués par CBS et Famous Players et ils ont été régionalisés. La constitution des nouveaux réseaux s'est faite par la suite dans les régions jusqu'aux fusions de 1979-1980 qui donnèrent naissance aux entreprises actuelles de câblodistribution: Vidéotron au Québec, Rogers Cablesystems en Ontario et en Colombie Britannique.

Au fait les habitants d'un territoire donné n'ont pas la liberté de choisir la compagnie de câblodistribution qu'ils désirent. Leur seule liberté de choix est celle de s'abonner ou non. L'examen du ratio financement / coût de production des émissions télévisées est devenu essentiel dans les temps présents dans le domaine de la télédiffusion. Cela est causé par la fragmentation de l'auditoire et des revenus publicitaires ainsi que les coupures budgétaires pour la chaîne publique.

Ainsi, pour la force des révolutions technologiques et de l'argument économique, la conception économiste de la culture est bel et bien présente dans le domaine de la télédiffusion en s'incarnant principalement par les entreprises de câblodistribution. La nouvelle configuration du domaine consacre la conception économiste de la culture qui s'inscrit dans la tendance de la mondialisation.

3.2 La mainmise de la télédiffusion par les câblodistributeur.

Dans cette partie, nous verrons que les performances économiques des câblodistributeur sont plus qu'enviables. Les câblodistributeur ne sont pas soumis aux mêmes difficultés économiques que les chaînes car leur marché est non seulement en plein expansion mais il est monopolistique.

«La contrainte que constituent la forme de la mise en circulation et le comportement de téléspectateurs qui y répond agit peu dans le cas de câblodistributeur parce que les consommateurs d'un territoire sont captifs de

l'entreprise détenant la licence. La seule liberté de ces consommateurs est de s'abonner ou non: cette possibilité de décision devient chaque jour davantage théorique au fur et à mesure qu'avoir le câble est considéré comme normal, évident, indispensable, bref que cela devient une norme sociale.»¹⁰⁹

Par ailleurs, au Canada, les entreprises de câblodistribution sont non seulement en pleine expansion, mais elles innovent également beaucoup. Avec plus de 74% des foyers câblés, les câblodistributeurs sont de plus en plus le véhicule de l'offre télévisuelle; de plus, leur implication au niveau de la mise sur pied des produits télévisuels est indéniable. En effet, ce sont eux qui proposent un catalogue aux auditeurs, mais ils innovent en présentant une nouvelle programmation comme les services spécialisés, téléachat ou météomédia. Ceci gruge le temps d'écoute des chaînes traditionnelles. Ainsi, le temps d'écoute de ces chaînes est en recul constant: de 99% en 1982, il était de 84% en 1993.

«Environ le tiers de la baisse est attribuable aux magnétoscopes, 5,1% des heures d'écoute totales, et le reste s'explique par le nombre accru de la télévision payante et les services spécialisés, 10,3% des heures d'écoute totale.»¹¹⁰

Comme on le voit, les entreprises de câblodistribution au Canada connaissent un virage qui font d'elles les entreprises dirigeantes du secteur de la télédiffusion. L'usage massif du câble et les stratégies économiques et financières de ces entreprises en ont fait des entreprises maîtresses de la nouvelle donne dans le domaine de la télédiffusion. Cela n'est pas le cas des entreprises de diffusion qui sont en perte de vitesse constante.

Radio-Canada était, depuis les débuts de la télévision, l'entreprise structurante de la

¹⁰⁹ Jean-Guy Lacroix et Gaétan Tremblay, p. 113.

¹¹⁰ Statistique Canada, «L'écoute de la télévision», p. 8.

télédiffusion parce qu'elle contrôlait toutes les étapes de l'élaboration d'une émission: la production, la programmation et la diffusion. Suites aux coupures budgétaires depuis, la baisse des revenus publicitaires et la très haute concurrence des chaînes privées ont démantelé au bout de compte la main mise de Radio-Canada sur la fabrication des émissions. La production des émissions est de plus en plus dirigée vers les producteurs indépendants, ce qui a été suggéré par le rapport Applebaum-Hebert, et la diffusion est contrôlée par les câblodistributeurs. Il ne reste à Radio-Canada que la fonction de programmation, ce qui a pour conséquence de lui avoir ôté son rôle prédominant au sein de la télédiffusion. Auparavant, le domaine de la télévision avait un visage bipolaire ou unipolaire. La concurrence n'existait pas ou, quand elle existait, elle se réalisait entre deux stations, à savoir Radio-Canada et la chaîne privée, TVA au Québec et CTV dans le reste du Canada. L'absence de concurrence ou l'existence d'une concurrence dualiste a eu pour conséquence l'engourdissement du domaine qui a de façon plus ou moins probante déçu le consommateur dans son besoin de choix.

«C'est donc la déficience de l'offre des télédiffuseurs qui a créé l'espace objectif dans lequel la câblodistribution s'est développée. Ce sont en effet les câblodistributeurs qui ont répondu au besoin de choix. Du coup, la position des diffuseurs dans la structure de l'industrie change radicalement non seulement parce qu'il y a un nouveau concurrent, mais aussi parce que cette concurrence vient d'une autre filière techno-économique et que cela transforme radicalement les conditions de mise en circulation du produit télévisuel et modifie de ce fait la structure de l'industrie.»¹¹¹

Pour récapituler, au début de la télévision, Radio-Canada est le chef de file du

¹¹¹ Jean-Guy Lacroix, et Gaétan Tremblay: «Télévision, Deuxième Dynastie», p. 145.

domaine et domine toutes les instances de l'industrie de l'élaboration à la diffusion des émissions. À cette époque la fonction de production dominait. Ensuite vient la période de la concurrence dualiste où la fonction de programmation fait loi. Cependant même si on note une évolution, on est toujours dans une logique de flot. Enfin, depuis le début des années quatre-vingt, nous assistons à l'émergence des câblodistributeurs qui avec leur logique spéciale de club privé ¹¹² introduisent une nouvelle donne: la notion du paiement pour avoir accès au service.

Au cours de cette période nous assistons à la fragmentation de l'auditoire causée par la multiplication des chaînes et des services disponibles. On assiste à l'ère de la mise en circulation des produits, mise en circulation effectuée par les câblodistributeurs. Les câblodistributeurs sont sans conteste, le fer de lance de l'industrie télévisuelle.

Pour prouver cela examinons, ou plutôt comparons, les performances économiques des câblodistributeurs et des stations de télévision privées et publiques. Selon Statistique Canada ¹¹³, les 101 stations privées du Canada ont généré en 1994, des recettes d'exploitation de près de 1.5 milliards de dollars, 1.4 milliards de dollars provenaient de la vente du temps d'antenne. Les années quatre-vingt ont été des années de perte de vitesse avec, en 1991, des pertes sensibles de soixante-dix millions de dollars. Depuis, l'industrie s'est rattrapée notamment grâce à la rationalisation et à la restructuration. L'ensemble des stations privées a déclaré des bénéfices nets avant impôt de 82 millions de dollars en 1994. Pour ce qui est

¹¹² Jean-Guy Lacroix et Gaétan Tremblay, Ibid.

¹¹³ Statistique Canada, Le Canada, sa culture, son patrimoine, et son identité: Perspective statistique, Éditions 1995.

de Radio-Canada, elle a reçu une aide fédérale lui permettant de couvrir des coûts nets de 1,1 milliards de dollars. Les recettes d'exploitation totalisent 350 millions de dollars provenant de la vente de temps d'antenne complétant les subsides publics. Radio-Canada n'affiche pas de bénéfices comme ses consœurs du privé. Toujours selon Statistique Canada, l'industrie de la câblodistribution a fait des bons bénéfices tout au long des années quatre-vingt. Ces bénéfices avant impôt étaient de 385 millions de dollars en 1994, comparativement à 65 millions de dollars en 1983. De plus, leurs recettes d'abonnement ont plus que doublé depuis 1987.

Ainsi, les performances économiques corroborent notre affirmation précédente que les câblodistributeurs sont aujourd'hui la force motrice de cette industrie. Les télédiffuseurs voient leur rôle du sein de l'entreprise de plus en plus marginalisé à la structuration de leur domaine. Ainsi pour Jean-Guy Lacroix et Gaétan Tremblay, nous assistons à l'émergence d'une nouvelle dynastie dans le royaume télévisuel, la dynastie des câblodistributeurs. Pour eux les années quatre-vingt sont intéressantes car ce sont des années de transition.

«Durant cette période, s'achève un premier âge de la télévision canadienne, s'effiloche le pouvoir des diffuseurs, particulièrement celui de Radio-Canada, s'éteint la première dynastie, celle des diffuseurs. Et, durant ces mêmes années, s'amorce une nouvelle ère, s'affirme une nouvelle dynastie, celle des entreprises privées intégrées et diversifiées maîtrisant la mise en circulation des produits télévisuels celle des câblodistributeurs.»¹¹⁴

Les câblodistributeurs ont jeté leur dévolu sur le domaine de la radiodiffusion. La technologie du câble, incarnée par l'industrie de la câblodistribution, a chambardé le domaine de la télédiffusion en imposant sa propre logique : celle du profit à tout prix, de la

¹¹⁴ Jean-Guy Lacroix, Gaétan Tremblay: «Télévision», p. 154.

déréglementation pour avoir accès à plus de chaînes américaines. Pour ces auteurs, l'avènement des câblodistributeurs caractérisent en fait l'avènement du phénomène de privatisation-marchandisation du domaine télévisuel.

Dans un tel contexte, les pouvoirs politiques ainsi que leurs règlements sont obsolètes. On est loin des objectifs nobles, passés en revue dans le chapitre deuxième, d'éducation et de la socialisation démocratique assignés à la télévision. Les maîtres mots sont désormais la rentabilisation et la recherche du profit. À la gratuité et à l'accessibilité prônées par les défenseurs du service public de télévision contraste la logique d'abonnement, moyennant finance et la discrimination d'accès au service aux seuls abonnés, caractérisés par les services du «pay-per-view». Ainsi, la câblodistribution a créé une nouvelle habitude sociale qui s'incruste peu à peu: le fait de payer pour avoir accès aux produits télévisés.

Pour les protectionnistes, là ne s'arrêtent pas les visées des câblodistributeurs. L'habitude sociale étant installée, ils tentent d'élargir le nombre de leurs abonnés en offrant des services de plus en plus spécialisés. Ce type de logique cause non seulement la fragmentation de l'auditoire mais sonne le glas de la télévision conventionnelle.

Nous avons pu voir au cours de cette partie à quel point la câblodistribution a pris de l'ampleur et comment elle s'est accaparée du rôle de leader dans son domaine. Nous découvrons qu'au niveau de la réalité industrielle, notre hypothèse est confirmée: la tendance technico-économiste de la télédiffusion, incarnée par les câblodistributeurs, l'emporte sur la matérialisation de la conception anthropo-politique de la culture, dont le service public et la programmation canadienne. Nous verrons au cours de la partie suivante comment l'industrie de la câblodistribution tente d'influer la mise en place des politiques en matière de

radiodiffusion.

4. La Loi sur la radiodiffusion et son élaboration.¹¹⁵

La Loi sur la radiodiffusion a été modifiée en 1991, s'accompagnant comme elle l'a été en 1936, en 1958, et 1968 d'un processus de débat public. Avant de commencer à faire une quelconque modification de la loi, un groupe de travail, mieux connu sous le nom de Caplan-Sauvageau, a été mis sur pied pour tracer les principales préoccupations, en d'autres termes l'ordre du jour en vue de la modification de la Loi. Ensuite cette loi a été étudiée par le Comité parlementaire permanent sur la culture, qui a recueilli les manifestations publiques à l'égard du rapport Caplan-Sauvageau avant d'ébaucher le contenu de la nouvelle Loi. Le ministre des Communications était lui aussi impliqué dans le processus puisqu'il préparait un projet de loi indépendamment du Comité sur la culture.

Marc Raboy¹¹⁶ dénombre sept enjeux majeurs: les canaux d'influence en radiodiffusion majeurs que la nouvelle politique de radiodiffusion : la canadianisation des ondes, l'avenir du service public, le centre et le périphérie, le contrôle du système, la radiodiffusion en français, la technologie et les enjeux sociaux. Il examine au cours de son étude avant-gardiste et intéressante quels ont été les pourparlers, les concessions, les pressions, bref toutes les activités dans les coulisses, qui ont fortement influencé le libellé ainsi que la philosophie qui porte la nouvelle Loi sur la radiodiffusion, votée en 1991.

¹¹⁵ Cette partie sera essentiellement inspirée de la recherche de Marc Raboy à ce sujet: «Accès inégal: les canaux d'influence en radiodiffusion.»

¹¹⁶ Ibid.

Cette partie sera fort pertinente pour notre propos puisqu'elle met en lumière que, comme nous l'avons postulé, les politiques se font et se défont au gré des préoccupations des gens du métier et du rapport de force entre eux. Cette partie nous aidera à démontrer que le secteur privé de la télédiffusion, la câblodistribution et dans une moindre mesure les chaînes privées de télévision, mènent la barque télévisuelle.

La nouvelle Loi sur la Radiodiffusion est passée par l'ébauche de deux projets de lois, la C136 et la C-40, avant de voir le jour. Le premier projet de loi, C-136, a été ébauché vers l'été 1988 et n'a pu être ratifié à cause des élections. Après la victoire du parti conservateur de Mulroney en 1988, le projet de loi sur la radiodiffusion réapparaît sous le nom de projet de loi C-40. Nous n'étudierons pas les sept enjeux énumérés plus haut, mais nous nous inspirerons des analyses de Marc Raboy pour nous attarder sur trois enjeux essentiels à l'éclairage de notre propos: la canadianisation des ondes, l'avenir du service public, et la technologie.

4.1 La canadianisation des ondes.

La canadianisation des ondes est un enjeu cher aux tenants de la conception anthropopolitique de la culture. Le groupe de travail Sauvageau-Caplan recommande que le CRTC oblige les stations privées à respecter un minimum de 45 % de contenu canadien entre 19 heures et 23 heures. Le Comité permanent a sanctionné ce principe et a affirmé que les chaînes privées devaient consacrer plus de temps d'antenne à la programmation canadienne. La plupart des intervenants ayant exprimé leur voix sur ce sujet approuvent le principe sans conteste. Les principaux opposants à ce principe ne sont pas ceux que l'on croirait, ce sont surtout les groupes communautaires et la SRC qui ne sont pas convaincus de l'efficacité de

ces quotas pour augmenter la canadianisation des ondes. Au cours des interventions du public auprès des instances que nous avons citées, que ce soit le Groupe de travail ou le Comité permanent, il y a toujours un clivage significatif autour de la plupart des enjeux: les radiodiffuseurs d'une part, les autres catégories d'intervenants d'autre part.

«De façon générale, les radiodiffuseurs privés et les câblodistributeurs s'opposent à toute mesure susceptible de diminuer leur autonomie et leur marge bénéficiaire. Or, il leur aurait été difficile de tenir un tel discours au moment où se dégageait un consensus sur la nécessité de canadianiser les ondes et de mettre le secteur privé à contribution. Aussi, la plupart d'entre eux ont-ils développé un discours public empreint de réserve, tout en nuance, souvent ambigu.»¹¹⁷

En effet, les radiodiffusions privés et les câblodistributeurs ont ceci en commun qu'ils appuient toujours le principe en critiquant de façon acerbe les moyens pour y parvenir. Les partisans déclarés d'une hausse du contenu canadien se retrouvent parmi les associations de producteurs indépendants. Ces derniers ne souscrivent pas à ce principe pour des idéaux nobles mais, comme on peut s'en douter, ils ont un intérêt pécuniaire. Effectivement, une augmentation de la programmation canadienne équivaut pour eux à une hausse de la demande d'émissions qu'ils sont en mesure de produire.

Les associations professionnelles et les syndicats ont les mêmes intérêts que les producteurs indépendants. En effet, un grand nombre d'émissions canadiennes entraîne plus de travail pour leurs membres. C'est pourquoi elles sont souvent en faveur d'une augmentation du quota du contenu canadien aux heures de grande écoute et tous les règlements pour stimuler la production canadienne. Les publics organisés ont le même

¹¹⁷ Marc Raboy, Accès inégal, les canaux d'influence en radiodiffusion, p.44.

objectif de la canadianisation mais pas pour des visées financières.

«Les publics organisés adoptent donc une orientation semblable à celle des producteurs indépendants et des associations d'artisans et des créateurs, mais pour une autre raison: pour eux, la canadianisation est un objectif socioculturel valable en soi: en ce qui concerne la canadianisation des ondes on peut donc dire que les intérêts respectifs de ces catégories d'intervenants convergent sans être similaires.»¹¹⁸

Bon nombre d'intervenants se sont prononcés en faveur d'une hausse des quotas pour la programmation canadienne. Cependant, au cours de cet exercice de rapports d'influence, l'on peut affirmer que ce sont les radiodiffuseurs privés et les entreprises de câblodistributeurs qui ont gagné. En effet le libellé du projet de loi C-136 est resté vague en se limitant aux principes. Les radiodiffuseurs privés doivent «contribuer de façon notable» à la création et à la présentation d'émissions canadiennes, et cela «dans la mesure où leurs ressources financières et autres le leur permettent.» «tout en demeurant réceptifs à l'évolution de la demande du public.»¹¹⁹ Cette version approximative et vague a traversé toutes les étapes et elle est restée telle quelle dans la loi sur la radiodiffusion en 1991. Ceci prouve que où l'un des enjeux majeurs pour les tenants de la conception anthropo-politique, c'est le secteur privé qui sort gagnant même si, dans les principes, la canadianisation des ondes semble être ménagée.

Le Groupe de travail a recommandé que le CRTC soit plus exigeant et mette sur pied des mesures coercitives pour l'augmentation de la programmation canadienne. Là aussi, la majorité des intervenants a été favorable. Les radiodiffuseurs privés et les câblodistributeurs

¹¹⁸ Marc Raboy, p.44.

¹¹⁹ Ibid, p.46, Accès inégal, Op. Cit., p.45.

se sont opposés à un contrôle renforcé du CRTC sur les activités des radiodiffuseurs. Ici aussi, en dépit des recommandations du groupe Caplan-Sauvageau, le gouvernement a adopté la position des radiodiffuseurs et des câblodistributeurs. Le ministre des Communications de l'époque Flora McDonald a proposé une prime d'incitation au rendement pour encourager les radiodiffuseurs à mieux répondre à leurs obligations. La puissante Association des radiodiffuseurs (ACR) s'est violemment opposée au projet de loi C-136 et surtout à ce concept de prime d'incitation au rendement. De nombreux observateurs ont d'ailleurs attribué à l'ACR l'échec du projet de loi C-136. La canadianisation des ondes représente un enjeu en ce que la convergence des intérêts démontrés et les principes nobles occultaient un clivage profond entre les radiodiffuseurs privés et les câblodistributeurs contre tous les autres intervenants.

La loi de 1991 s'exprime ainsi:

3.(1)d) « le système canadien de radiodiffusion devrait :

- i) servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada »¹²⁰

En bref, la loi de 1991 est très approximative sur cette question. Elle permet au gouvernement d'y introduire les principes auxquels tous souscrivent sans les moyens concrets pour y parvenir. Cela est une conséquence de l'influence des lobbies du secteur privé, notamment celui des câblodistributeurs et des radiodiffuseurs.

¹²⁰ Statut du Canada, Loi sur la radiodiffusion, 1991.

4.2 *Le rôle du service public.*

Le deuxième enjeu majeur, pour les tenants de la conception anthropo-politique de la culture, est l'avenir du secteur public. Lors des débats, tous les intervenants ont reconnu l'importance et le rôle de Radio-Canada. La discordance est venue sur les moyens que la société d'État doit obtenir pour jouer son rôle. Comme on l'a vu au chapitre deuxième, le groupe de travail Caplan-Sauvageau va à contre-courant de la vague non-interventionniste qui régit les orientations gouvernementales des années quatre-vingt. En effet, selon le rapport du Groupe de travail, Radio Canada doit continuer «à jouer un rôle central offrant aux Canadiens un système de radiodiffusion vraiment canadien, et assure au premier chef la présence canadienne à la télévision.»¹²¹ La ministre Flora MacDonald a fait part au Comité permanent de sa position: la SRC doit demeurer un instrument puissant de promotion de la culture canadienne. Cependant, la ministre précise que «Radio-Canada devrait continuer à viser de larges auditoires et à générer une bonne partie de son budget de fonctionnement par des revenus publicitaires.»¹²² La majorité des intervenants sont d'accord avec le principe que la SRC ait un rôle essentiel. Cependant, les radiodiffuseurs privés s'opposent à certaines nuances.

Les arguments avancés font part d'inquiétudes économiques des différents secteurs. Les radiodiffuseurs privés par la voie de leurs Associations, l'Association Canadienne de la radio et de la télévision de langue française (ACRTF,) l'Association canadienne des

¹²¹ Rapport du groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion. Op. Cit., p.749.

¹²² Marc Raboy, Accès inégal, les canaux d'influence en radiodiffusion, Presse de l'Université du Québec, 1995, p .54.

radiodiffusions (ACR), et le réseau de télévision TVA remettent en question la clause précise dans le projet de loi C-136, clause issue des recommandations du rapport Caplan-Sauvageau, qui prévoit la préséance du service public en cas de conflit avec les intérêts privés. D'autres intervenants (CHUM, CTV, TVA, et Maclean-Hunter) veulent que la loi garde le mandat de Radio-Canada, une façon pour eux de se décharger de tous les aspects onéreux du principe de la loi.

D'autres, dont CHUM, TVA, Télémedia, Vidéotron, Maclean-Hunter, désirent un renforcement de la mission culturelle de la société d'État pour qu'elle ne soit pas toujours à la recherche de grands auditoires. En d'autres mots, les radiodiffuseurs privés ne veulent pas que la SRC agisse sur leurs plates bandes. Ceci s'inscrit pleinement dans le discours de la mondialisation, discours qui prône de laisser le contrôle du secteur économique dynamique au secteur privé en laissant à l'État les activités qui ne sont pas profitables, mais nécessaires au bon fonctionnement de la société libérale. «L'objectif est de laisser le contrôle des leviers économiques au secteur privé, laissant à l'État des activités qui ne sont pas profitables économiquement, mais tout de même nécessaires au fonctionnement d'une société libérale.»¹²³ Certains autres radiodiffuseurs proposent un changement dans la tarification publicitaire, car ils accusent Radio-Canada de pratiquer des prix très bas. En bref, les radiodiffuseurs sont en faveur du rôle central de Radio-Canada pour la promotion de la culture et de l'identité nationale, du moins tant que la SRC les soulage des responsabilités

¹²³ Daniel Leblanc, Le post-fordisme et la marginalisation des pays les moins avancés: la réaction des acteurs économiques et institutionnels dominants à la crise du fordisme, thèse de maîtrise déposée au département de science politique de l'Université d'Ottawa, Ontario, 5 mai 1995., p. 35.

de la canadianisation des ondes et tant qu'elle ne s'instaure pas en concurrente, au niveau des recettes publicitaires et au niveau des émissions populaires.

Les radiodiffuseurs privés ne veulent pas s'aliéner l'opinion publique qui est en général en faveur du service public, mais désirent limiter le rôle de la SRC. Comme on peut le voir ici, la bataille primordiale est celle menée pour gagner les faveurs de l'opinion publique, encore une fois le secteur privé ou les tenants de la vision économiste de la culture tiennent aux principes généraux défendus par les tenants de la conception anthropo-politique, principes auxquels l'opinion publique tient. Les publics organisés voulaient un rôle accru pour Radio-Canada, et désiraient voir les gouvernements fournir les moyens pour supporter les positions des associations syndicales dépendant de leur secteur d'appartenance. Les employés de la SRC sont en faveur d'un rôle accru pour Radio-Canada, leur employeur.

En somme, la plupart des intervenants appuient l'idée d'un rôle accru pour Radio-Canada. Mais la pierre d'achoppement est la suivante: comment et à quel degré, surtout financier, doit-on soutenir Radio-Canada? Les actions concrètes discordent avec les principes et les belles envolées de discours.

«Ironiquement, le jour même de l'adoption définitive de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion, le 5 décembre 1990, Radio-Canada annonçait les réductions de service les plus draconiennes de toute son histoire, abandonnant effectivement au secteur privé tout le terrain de la télévision locale et de surcroît, une bonne partie de la programmation régionale. C'est sur la question du financement de Radio-Canada que transparait le mieux le vaste écart existant entre la politique formelle et sa mise en application. Bien qu'appuyant le rôle essentiel de Radio-Canada en tant que service public, le gouvernement a toujours refusé de lui accorder les ressources nécessaires pour lui permettre d'accomplir adéquatement ce mandat.»¹²⁴

¹²⁴ Ibid., p.52.

En d'autres termes, au niveau des principes, la Loi de 1990 accorde à Radio-Canada un rôle accru mais elle ne lui donne pas, par la même occasion, les moyens financiers. Comme on l'a vu au chapitre précédent, la société Radio-Canada est en perte de vitesse. Nous avons également vu au cours de ce chapitre que Radio-Canada a perdu sa capacité de production au profit de la production indépendante.

Le rapport Applebaum-Hébert a été le premier à prôner que Radio-Canada ait recours à la production indépendante. En 1986, la société d'État se fixe comme objectif de se procurer 50% de ses émissions auprès des producteurs indépendants. Les gouvernements provincial et fédéral, les producteurs indépendants, les associations des créateurs, les syndicats et les publics organisés sont en faveur de l'objectif de 50% d'émissions de la production indépendante. La problématique de la production indépendante a interpellé surtout les acteurs concernés qui ont réussi à orienter le débat en leur faveur, en profitant de l'opportunité d'un des éléments de la politique gouvernementale générale, c'est-à-dire la rationalisation. Octroyer la production pour la SRC aux producteurs indépendants a donc été faible puisque, de toute manière, cette première n'avait plus les moyens de produire toutes ses émissions.

Le dossier de la production indépendante a levé le voile sur les motivations d'une intervention de la part d'un acteur. La plupart des acteurs se manifestent seulement quand leurs intérêts sont directement en jeu. Par exemple, dans le cas ci-dessus, les câblodistributeurs et les radiodiffuseurs, qui ont été les acteurs le plus tapageurs, se sont manifestés à peine car ce dossier ne les concernait nullement.

«Cette observation prend tout son sens quand on constate que les intervenants

ont, par ailleurs, tendance à fonder leur position sur des énoncés de principe ayant une portée générale et touchant une multitude d'enjeux. Mais quand on fait le compte de qui intervient sur quoi, on constate que les interventions ne sont pas citées par des principes, mais bien par des intérêts.»¹²⁵

4.3 La technologie.

La technologie est un élément important qui a contribué au façonnement de l'univers de la radiodiffusion en général. C'est d'ailleurs l'un des facteurs qui a contribué au bombardement du domaine et, par voie de conséquence, à la nécessité d'une nouvelle Loi sur la radiodiffusion. En effet, les découvertes technologiques remettent sans cesse en question la réglementation existante. C'est ainsi que s'exprime le Rapport Caplan-Sauvageau à ce sujet:

« D'une part, elle, la technologie, a permis une communication instantanée à travers l'immensité du territoire canadien, mais d'autre part, elle a accordé aux Canadiens un accès pratiquement illimité au système de radiodiffusion d'un autre pays.»¹²⁶

Voilà donc le dilemme de la technologie.

Sous la bannière de la technologie, c'est du fait l'acteur câblodistributeur qui est visé. La loi de 1968 sur la radiodiffusion ne faisait pas mention des câblodistributeurs. Le Groupe de travail Caplan-Sauvageau a insisté pour inclure les câblodistributeurs dans la nouvelle Loi en vue de les responsabiliser. Le Comité permanent est du même avis. Mais le gouvernement de l'époque ne voulait en aucune façon museler le progrès technologique. Le projet de loi C-136 s'exprimait ainsi: «Le système canadien de radiodiffusion devrait

¹²⁵ Ibid. p. 62.

¹²⁶ Groupe de Travail sur la politique de Radiodiffusion, Rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services Canada, p. 86.

demeurer aisément adaptable aux progrès scientifiques et techniques.»¹²⁷

Le lobby des câblodistributeurs, l'Association Canadienne de la Télévision par Câble (ACTC,) est beaucoup intervenue dans ce dossier, comme on peut s'en douter. Pour eux, les progrès technologiques sont imprévisibles, il faut donc se doter d'une législation la plus souple possible. C'est d'ailleurs dans ce sens que la Loi de 1991 s'est orientée.

Les autres intervenants, autant les radiodiffuseurs privés que public, voulaient restreindre le champ d'action des câblodistributeurs en les limitant aux seules activités de transmission. La seule programmation accordée aux câblodistributeurs est la télévision communautaire, par les autres intervenants. Pour la première fois, les radiodiffuseurs privés, alliés traditionnels des câblodistributeurs, divergent d'avec ceux-ci. Les deux types d'entreprises au niveau de cet enjeu n'ont pas les mêmes intérêts. On voit là que ce qui fait ou défait les alliances stratégiques n'est pas une question de conviction idéologique mais des intérêts purement économiques. L'Association des cablôdistributeurs du Québec (ACR) attaque par ailleurs le groupe de travail qui, selon elle, est biaisé contre leur industrie. Toutefois, les câblodistributeurs accusent le groupe de travail Caplan-Sauvageau que, ce faisant, il brime le libre-choix des consommateurs. Selon les câblodistributeurs, leurs services permettent au consommateur d'exercer leur libre-choix.

«L'information véhiculée, par le groupe de travail, nous apparaît biaisée et ressemble davantage à un plaidoyer en faveur de l'implantation de deux nouveaux services : Télé-Canada\TV Canada, qu'à une analyse de la situation réelle et actuelle de la cablôdistribution. La volonté de participer au développement du système de radiodiffusion canadien, le dynamisme et l'esprit d'innovation des cablôdistributeurs sont imporaptibles et cela nous

¹²⁷ Ibid, p. 109.

semble une faiblesse de ce travail.»¹²⁸

Le lobby des câblodistributeurs est ressorti gagnant de cet exercice. Leur puissant lobby a réussi à se rallier les politiciens malgré l'opposition virulente de tous les autres types d'intervenants. Le Groupe de travail préconisait une séparation bien distincte des rôles des stations de télévision des câblodistributeurs, mais «c'est surtout le gouvernement par l'entremise de son énoncé de politique, de son projet de loi et de sa Ministre des Communications, qui se fait le défenseur « hybridé » des câblodistributeurs, comme ces derniers le revendiquent.»¹²⁹

Les câblodistributeurs non plus ne se régissent pas à être confinés à la seule activité de production. Ils font appel à la liberté de choix de consommateurs et clament que la limitation de leurs activités équivaut à la limitation de la diversité des programmes qui auraient pu être offerts aux consommateurs. Ceci s'inscrit dans le discours de la mondialisation qui affirme sans cesse que c'est le consommateur qui est le principal gagnant de ce processus. Ainsi :

«Le plus important câblodistributeur du Canada, Rogers Cable, filiale de Rogers Communications, considère que l'industrie de la cablodistribution devrait être libre d'utiliser ses ressources financières et sa créativité afin de maximiser les choix offerts aux Canadiens dans le cadre d'un système réglementé de radiodiffusion.»¹³⁰

La nouvelle Loi sur la radiodiffusion ne reflète aucunement des recommandations du

¹²⁸ Marc Raboy, Ibid, p. 113.

¹²⁹ Marc Raboy, Ibid, p. 110.

¹³⁰ Marc Raboy, Ibid, p. 113.

Groupe de travail en ce qui concerne les cablôdistributeurs. La conception économiste qu'a ici transposé Marc Raboy avance que

«L'analyse de cet enjeu, la technologie, montre clairement qu'il est possible pour un secteur de l'entreprise privée de s'imposer devant l'opposition unifiée de l'ensemble des autres instruments. Mieux organisée que les autres, représentée à Ottawa par une association exerçant un lobby parmi les plus efficaces du pays, l'industrie de la cablôdistribution a tenu un discours cohérent et convainquant pour la place publique.»¹³¹

Comme on l'a vu au cours de ce bref exposé non-exhaustif, la loi sur la radiodiffusion est issue d'un rapport d'influence entre les différents lobbys. Comme l'affirme Marc Raboy :

«Le combat acharné qu'ont livré les radiodiffusions au projet de loi initial, C-136, est en bonne partie responsable de son échec, tandis que l'appui des câblodistributeurs au projet définitif, C-40, a grandement contribué à son succès. Bref, la loi reconnaît la primauté des intérêts financiers des entreprises sur leurs obligations socioculturelles.»¹³²

5. Conclusion du chapitre troisième.

Les chapitres deux et trois nous auront permis de vérifier notre hypothèse à l'aide d'une étude de cas qui est la télédiffusion. Le domaine de la télédiffusion nous a démontré le langage conceptuel quant à la qualification de la culture: est-elle socioculturelle ou a-t-elle une vocation économique? Notre étude de cas nous a démontré que, bien que l'option protectionniste est puissante au niveau des principes, c'est la vision économiste incarnée par les câblodistributeurs qui mène la barque de la télédiffusion.

¹³¹ Marc Raboy, Ibid, p. 177.

¹³² Marc Raboy, Ibid, p.173.

CONCLUSION DE LA THÈSE

La culture au Canada a toujours suscité des grandes passions et des grands débats. Ceci est particulier à tous les petits pays limitrophes d'un puissant voisin. Notre thèse avait pour but de révéler comment l'importance de la culture se matérialisait par l'entremise de deux conceptions contradictoires de la culture du niveau des politiques culturelles canadiennes. Il s'agit de la vision anthropo-politique, qui s'opérationnalise par le protectionnisme culturel, et de la vision économiste, qui s'incarne dans le libre-échange culturel. Nous avons démontré au cours de cette thèse notre hypothèse qui était d'affirmer que les politiques culturelles du Canada concilient tant bien que mal les deux conceptions de la culture, même si la vision économiste tient beaucoup plus de place que l'autre vision.

Au cours de notre premier chapitre, nous avons pu constater à quel point il était difficile de définir le concept de culture. Cette difficulté traduit bel et bien l'oscillation du concept entre ces deux visions. Après avoir accompli cela, nous avons exploré les manifestations de la conception anthropo-politique de la culture en exposant les différentes justifications du protectionnisme culturel. La culture est ainsi présentée comme étant la garante de l'unité nationale et comme étant un élément essentiel pour l'essor de la démocratie. La présence des États-Unis ainsi que l'esprit économique de la culture sont aussi deux raisons pour justifier le protectionnisme culturel.

Par la suite, nous avons passé en revue les différentes interventions pour la protection de la culture, tant au niveau national qu'au niveau international. À ce dernier niveau, nous avons démontré que la conception anthropo-politique de la culture sortait gagnante avec les clauses d'exemptions culturelles de l'ALÉ, l'ALÉNA et de l'OMC.

Nous avons également pu voir l'ampleur de plus en plus significative de la conception économiste de la culture connaissant l'emprise dont le rapport Applebaum-Hébert donne le coup d'envoi. En effet, on assiste à un phénomène caractéristique de la mondialisation: la marchandisation de la culture. Ce dernier institue une nouvelle ère, une ère où le profit économique et la technologie mènent le jeu.

Pour mieux saisir le débat, nous avons limité notre exploration à la télédiffusion. Nous avons opté pour ce choix car la télédiffusion incarne à bien des égards tous les débats sur la culture. Elle est tout à tout véhicule de la culture, dépositaire de la culture nationale, et aussi le théâtre d'enjeux économiques énormes. À cet égard la télédiffusion connaît le débat conceptuel sur la culture que nous avons exposé au premier chapitre.

Dans notre deuxième chapitre, nous avons exposé la conception anthropo-politique de la culture. Celle-ci s'incarne au niveau de la télédiffusion par un service public et pour l'existence d'une réglementation importante. Pour cette conception, dans nos sociétés modernes industrialisées, la télévision est l'élément vital pour que fleurisse et s'épanouisse une motivation réelle. En effet, la télévision est le seul médium permettant de façon tangible que des débats consistants aient lieu sur la place publique par excellence qu'elle représente. Le rapport Caplan-Sauvageau est un des derniers rapports instituant une telle opinion, constituant une exception car le vent a tourné et la conception anthropo-politique au sein de la télédiffusion est à l'étroit.

Cela se traduit essentiellement par une crise du service public, ce dernier étant emblématique de la conception anthropo-politique de la culture. La remise en question du service public est caractérisée par une crise idéologique. Des facteurs économiques, tels la

diminution du marché publicitaire, la rareté des deniers publics, et la généralisation du câble, ont également contribué à différents égards à cette voix. Les facteurs technologiques ne sont pas également absents de la partie.

Ceci nous a amené à notre dernier et troisième chapitre qui se concentra sur la manipulation de la manifestation de la vision économiste au niveau de la télédiffusion. Nous avons vu au cours de ce chapitre l'existence d'un discours économiste de la culture, discours qui s'inspire essentiellement de celui de la mondialisation. Ce discours est celui de cablôdistributeurs qui prennent une place prépondérante dans le domaine de la télédiffusion. Ceci est caractérisé par l'instauration d'«une logique de club privé», logique qui institue de nouvelles habitudes sociales, celui de payer pour avoir accès à un service qui était auparavant gratuit. De plus, en tant qu'entreprises, il appert que les cablôdistributeurs sont beaucoup plus performants et sont en pleine expansion, comparativement aux stations de télévision qui connaissent des difficultés financières.

Nous avons finalement étudié l'élaboration de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion de 1991. Ceci a permis de voir à quel point les décisions au cours de ce processus étaient loin d'être motivées par la conception anthropo-politique de la culture. Le secteur privé et les cablôdistributeurs en particulier sont partis gagnants dans ce processus. Ceci corrobore notre hypothèse que la conception économiste de la culture s'impose avec la mondialisation et ses effets, notamment les révolutions technologiques, incarnées par les cablôdistributeurs.

Le but de notre thèse était de montrer les tensions existantes dans le domaine culturel, un domaine qui semblerait être loin des visées économistes. Pour beaucoup, le bien culturel est un produit de création qui n'a aucune visée économiste. Le domaine culturel représente pour beaucoup le seul havre où la poursuite du projet économique règne. Nous avons

démontré au sein de la télédiffusion que ceci n'existe pas; même la culture n'échappe pas au développement de la globalisation dont la logique implacable ne laisse personne indifférent.

Cette thèse aura démontré que cette logique a triomphé par le biais des cablôdistributeurs. Comme on l'a affirmé plus haut, ces derniers ont institué une nouvelle habitude sociale, celle de payer pour avoir accès à la télévision. Cette nouvelle habitude est-elle un cas isolé ou emblématique du raz-de-marée de la mondialisation pour les champs typiquement sociaux ? Une telle question pourra faire l'objet d'une autre étude.

BIBLIOGRAPHIE

- ACHESON, Keith et Christopher Maule, The Center for Strategic and International Studies and the Center for Trade Policy and Law(7), International Agreements and the Cultural Industries, Ottawa, Centre for Trade Policy and Law, 1996.
- ACHESON, Keith et Christopher Maule, «Canada's Cultural Policies You, Can't Have it Both Ways» Canadian Foreign Policy, vol. 4, no. 3, Hiver 1997, p 65-81.
- ATKINSON, Dave, «Des discours limités pour une télévision complexe», dans Dave St-Simon, Ivan Bernier et Florian Sauvageau, (sous la dir. de) Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle, Québec, Presse de l'Université du Québec, 1991.
- ATKINSON, Dave et Marc Raboy, Public Service Broadcasting: the Challenges of the Twenty First Century, Publication de l'Unesco, 1997.
- ATKINSON, Dave, «Public Service Broadcasting in the Age of Competition», dans Dave et Marc Raboy, Atkinson Public Service Broadcasting: the Challenges of the Twenty First Century, Publication de l'Unesco, 1997.
- ATKINSON, Dave. «Politique culturelle, enjeux industriels et changements techniques: l'exemple de la télévision» dans Florian Sauvageau (sous la dir. de) Les politiques culturelles à l'épreuve: la culture entre l'État et le marché, Ste-Foy, Institut québécois recherche sur la culture, 1996.
- ATKINSON, Dave, Ivan Bernier et Florian Sauvageau (sous la dir. de), Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle, Québec, Presse de l'Université du Québec, 1991.
- BAKKER, Isabella, «Introduction: the Gendered Foundations of Restructuring in Canada», dans Isabella Bakker (sous la dir. de) Rethinking Restructuring : Gender and

Change in Canada, Toronto, University of Toronto Press, 1996.

- BÉDARD, Michel, «Culture et libre-échange», L'Analyste, Été 1986.
- BERLAND, Jody, «Politics after Nationalism, Culture after Culture», Canadian Review of American Studies, vol. 27, n. 3, 1997.
- BERNIER, Ivan, «La dimension culturelle dans le commerce international: quelques réflexions en marge de l'Accord de libre-échange Canada/États-Unis du 2 janvier 1988», Annuaire canadien de Droit international, vol. XXV, tome XXV, 1987.
- BERNIER, Ivan et Jean François Lamoureux: «Les politiques culturelles du Canada et du Québec, l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA)», dans Florian Sauvageau (sous la dir. de) Les politiques culturelles à l'épreuve: la culture entre l'État et le marché, Ste-Foy, Institut québécois recherche sur la culture, 1996.
- BLUMLER, J.G. et W. Hoffmann-Riem, «New Roles for Public Television in Western Europe» Challenges and Prospects, Journal of Communication, vol. 42, n. 1, 1992.
- BLUMLER, J.G., Television and the public interest: vulnerable values in West European Broadcasting, Sage Publications, London, 1992.
- CARON, André H. et Pierre Juneau (sous la dir.de): Le défi des télévisions nationales à l'ère de la mondialisation, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1992.
- COLLINS, Richard, Culture, Communication and National Identity: the Case of Canadian Television, Toronto, University of Toronto Press, 1990.
- COLLINS, Richard, Television: Policy and Culture, Toronto, Unwin Hyman, 1990.
- COMITÉ MIXTE SPÉCIAL CHARGÉ DE L'EXAMEN DE LA POLITIQUE ÉTRANGÈRE DU CANADA, Rapport du Comité mixte spécial chargé de l'examen de

la politique étrangère du Canada (vol.I), La politique étrangère du Canada: principes et priorités pour l'avenir, Ottawa, Gouvernement du Canada, novembre 1994.

- CONFÉRENCE CANADIENNE DES ARTS, Le petit Applebert, version abrégée du Rapport du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale des arts, Ottawa, 1983.
- COULOMBE, Françoise, Le rapport Caplan-Savageau: points saillants, Gouvernement du Canada, 1986.
- COX, Robert, «Global Restructuring: Making Sense of the Changing International Political Economy » dans Richard Stubbs et Geoffrey Underhill (sous la dir.) Political Economy and the changing Global order, Toronto, Mc Clelland & Steward, 1994.
- COX, Robert, «Dialectique de l'économie-monde en fin de siècle», Études internationales, n 4, décembre 1990.
- COX, Robert, Production, Power and World Order: Social Forces in the Making of History, New York, Columbia University Press, 1987.
- CRAWLEY, Alexander, «Canadian Cultural Policy-Bridging the Gaps or the Cultural Activist- A laboratory Specimen.», Canadian Review of American Studies, vol 27, n 3, 1997.
- DE KONINCK, Marie Charlotte, «Quand la culture se fait stratégie», Questions de culture 10: l'État et la culture, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1979.
- DUMONT, Fernand, «Pouvoir sur la culture, pouvoir de la culture» dans L'engagement intellectuel : Mélanges en l'honneur de Léon Dion, (sous la dir. de) Raymond Hudon et Réjan Pelletier, Ste Foy, P.U.L., 1991.
- FARCHY, Joëlle et Dominique Sagot-Duvaouroux: Économie des politiques culturelles,

Paris, PUF, 1994.

- GILL, Stephen, «Knowledge, Politics, and Néo-liberal Political Economy», dans Richard Stubbs et Geoffrey Underhill (sous la dir. de) Political Economy and the changing Global order, Toronto, Mc Clelland & Steward, 1994.
- GLOBERMAN, Steven, «Culture, governments and markets», Public policy and the culture industries, Fraser Institute, 1987.
- GOUVERNEMENT DU CANADA, Livre blanc, Le Canada dans le monde: Énoncé du gouvernement, Ottawa, Gouvernement du Canada, 1995.
- GRIFFITHS, Franklyn, Strong and Free: Canada and the New Sovereignty, Toronto, Stoddart.
- GROUPE DE TRAVAIL SUR LA POLITIQUE DE RADIODIFFUSION (Rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion) Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Service Canada, 1986.
- HANDLER, Richard, «Canadian Content and the Nationalism of Applebaum-Hébert» Canadian Public Policy, vol. XI, n. 4, December 1985.
- HAY, John, «Projecting Canadian Values and Culture: an Episode in the Making of Canadian Foreign Policy», Canadian Foreign Policy, vol. 3 no. 2, Automne 1995.
- JOHNSON, Al, «The Re-Canadianization of Broadcasting», Policy-Options, vol. 4, n.2, 1983.
- JUNEAU, Pierre, «Les télévisions nationales et la mondialisation», dans Le défi des télévisions nationales à l'ère de la mondialisation, (sous la dir. de) André Caron et Pierre Juneau), Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1991.
- LACHANCE, Gabrielle, La culture contemporaine face aux industries culturelles et

aux nouvelles technologies, Rapport synthèse de la rencontre franco-québécoise sur la culture, Ste-Foy, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1984.

- LACROIX, Jean-Guy, «La télévision, bientôt quarante ans.», Possibles, vol. 13, n. 3, 1989.

- LACROIX, Jean-Guy et Benoît Lévesque, «Les industries culturelles au Québec: un enjeu vital» Cahiers de recherche sociologique, vol. 4, n. 2, Automne 1986.

LACROIX, Jean-Guy et Benoît Lévesque, «Les libéraux et la culture: de l'unité nationale à la marchandisation de la culture (1963-1984)», dans Yves Bélanger, Dorval Brunelle et collaborateurs, L'ère des libéraux, le pouvoir fédéral de 1963 à 1984», Presse de l'Université du Québec, Québec, 1988.

LACROIX, Jean-Guy, «Pour une théorie des industries culturelles», Cahiers de recherche sociologique, vol. 4, n. 2, Automne 1986.

LACROIX, Jean-Guy et Gaétan Tremblay, Télévision: deuxième dynastie, Presses de l'Université du Québec, Québec, 1991.

- L'ALLIER, Jean-Paul (Ministre des Affaires culturelles), Pour l'évolution de la politique culturelle: document de travail, (Livre vert), Québec, M.A.C. mai 1976.

- LANTHIER, Pierre et Guido Rousseau (sous la dir. de), La culture inventée: les stratégies culturelles aux 19ième et 20ième siècles, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1992.

- LAPOINTE, Gilles, «Antennes paraboliques et feuilles d'érable», Spirale, vol. 66, 1986.

- LARAMÉE, Alain, «Le rapport Sauvageau-Caplan ou comment servir un opium au Québec», L'Action Nationale, vol. 78, n. 4, 1988.

- LEBLANC, Daniel, Le post-fordisme et la marginalisation des pays les moins avancés : la réaction des acteurs économiques et institutionnels dominants à la crise du fordisme, thèse de maîtrise déposée au département de science politique de l'Université d'Ottawa, Ontario, 5 Mai 1995.
- LEMIEUX, Pierre, «Réflexions libres sur l'État et la culture» dans Florian Sauvageau (sous la dir. de) Les politiques culturelles à l'épreuve: la culture entre l'État et le marché, Ste-Foy, Institut québécois recherche sur la culture, 1996.
- LEMIEUX, Vincent, Le rôle des différents acteurs dans les politiques de radiodiffusion, Laboratoire d'études politiques et administratives, 1987.
- LORIMER, Rowland et Donald Wilson, (sous la direction de), Communication Canada: Issues in Broadcasting and New Technologies, Kagan and Woo Limited, Toronto, 1988.
- MANERA, Tony, A dream betrayed: the battle for the CBC, Stoddart, Toronto, 1996.
- MARTIN, Michèle et Serge Proulx, Une télévision mise aux enchères : programmation, programmes, publics, Télé-Université, Ste-Foy, 1995.
- MAY, Nadine, Du féminisme libéral aux failles de la nature sexuée de la mondialisation de l'économie, Thèse de maîtrise déposée au département de science politique de l'Université d'Ottawa, Ontario, 3 Septembre 1998.
- McCORMICK, Thelma, «Culture and the State», Canadian Public Policy, vol. X, n. 3, sept 1984.
- MELANÇON, Benoît, «L'angoisse de l'idéaliste devant la politique culturelle fédérale», Jeu, Cahiers de théâtre, 1983.
- MIGUÉ, Jean-Luc, «Des solutions publiques à des problèmes inexistant» dans

Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle, Québec, Presse de l'Université du Québec, 1991.

- MIGUÉ, Jean-Luc, «Politique de la culture ou culture politique», L'Analyste, Été 1986.
- MITCHELL, David, «Culture as Political Discourse in Canada», dans (sous la dir. de) Loumer & Wilson, Communication Canada, Kagan and Woo Limited, 1988.
- MITCHELL, David, «Politics After Nationalisation, Culture After Culture,» Canadian Review of American Studies, vol. 27.
- MOORE, Mavor, «Commerce, Culture and Identity After NAFTA: Prospects at the Millennium.», Canadian Review of American Studies, vol. 27. n. 3, 1997.
- Questions de culture, L'État et la culture, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1986.
- RABOY, Marc, Accès inégal, les canaux d'influence en radiodiffusion, Presse de l'Université du Québec, 1995.
- RABOY, Marc, Ivan Bernier, Florian Sauvageau et Dave Atkinson, Développement culturel et mondialisation de l'économie: un enjeu démocratique, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1994.
- RABOY, Marc, «Le rôle des acteurs dans l'élaboration de la politique canadienne de la radiodiffusion», Communication/Information, vol. 11, n. 2.
- RABOY, Marc, Les médias québécois: presse, radio, télévision, câblodistribution, Gaétan Morin, 1992.
- RABOY, Marc, Missed Opportunities: the Story of Canada's Broadcasting Policy, McGill Queen's University Press, Montréal, 1990.

- RALSTHOM, John, «La culture et la politique étrangère», Essais, Rapport du Comité mixte spécial chargé de l'examen de la politique étrangère du Canada, vol. II, Ottawa, Gouvernement du Canada, novembre 1994.
- ROWLAND, W.D.Jr. et M. Tracey, «Worldwide challenges to Public Service Broadcasting», Journal of Communications, vol. 40, n. 2, 1990.
- SALUTION, Rick, Globe and Mail, no. 505, 1987.
- SAUVAGEAU, Florian, «Quatre décennies de la télévision : de la culture aux industries culturelles» dans Ferand Dumont (sous la dir. de) La société québécoise après trente ans de changements, Institut québécois de la recherche sur la culture, 1990.
- STATISTIQUE CANADA, Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité: perspective statistique, Ottawa, Statistique Canada. Édition 1997.
- STATISTIQUE CANADA, L'écoute de la télévision, Ottawa, Statistique Canada, 1993.
- STATUTS DU CANADA. Loi sur la radiodiffusion, 38-39 Elizabeth II, ch. II, sanctionnée le 1 février 1991.
- TREMBLAY, Gaétan, «Développement des industries culturelles et transformation de la radiodiffusion canadienne», Cahiers de recherche sociologique, vol. 4, n. 2, Automne 1986.
- TRUDEL, Lina, «L'américanisation des ondes : une action vigoureuse s'impose», L'ICÉA, vol. 9, n. 3, 1986.
- TRUDEL, Lina, «Projet de recherche sur la télévision francophone: faire la lumière sur la qualité de la programmation», L'ICÉA, vol. 11, n. 2, 1988.

TRUDEL, Lina, «Remue-ménage dans la radiodiffusion canadienne», L'ICÉA, vol. 8, n.3, 1985.

UNESCO, Les industries culturelles: un enjeu pour l'avenir de la culture, UNESCO, 1982.

UNESCO, Rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement : Notre diversité créatrice, Paris, UNESCO, 1996.

- WILLIAMS Raymond, Keyword, a vocabulary of culture and society. Oxford University Press, New York, 1985.
- ZEMANS, Joyce. «Canadian Cultural Policy in a Globalized World.» Canadian Review of American Studies, vol. 27, n. 3, 1997.