

Pour une théorie des industries culturelles

Jean-Guy Lacroix

Volume 4, Number 2, Fall 1986

Les industries culturelles : un enjeu vital!

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1002001ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1002001ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de sociologie - Université du Québec à Montréal

ISSN

0831-1048 (print)

1923-5771 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Lacroix, J.-G. (1986). Pour une théorie des industries culturelles. *Cahiers de recherche sociologique*, 4(2), 5–18. <https://doi.org/10.7202/1002001ar>

PRÉSENTATION

POUR UNE THÉORIE DES INDUSTRIES CULTURELLES

Le concept d'industrie culturelle fut pour la première fois employé par Adorno et Horkheimer en 1947 ⁽¹⁾. L'emploi de ce terme par les deux philosophes allemands ne visait toutefois pas les industries culturelles comme telles mais la culture de masse considérée comme l'effet pernicieux du processus d'industrialisation de la production culturelle.

Déjà dans les années 1940, le phénomène des médias de masse intéressait plusieurs chercheurs comme en témoignent, entre autres, les travaux de Lazarsfeld et Stanton ⁽²⁾. Ainsi, au moment où la radio quadrillait les espaces nationaux et la télévision commençait son fulgurant développement, au moment où il devenait socialement indéniable que l'espace public était de plus en plus investi et dominé par l'activité médiatique et les rapports marchands, le questionnement sur les médias de masse prit l'allure d'une véritable demande sociale de recherches scientifiques ⁽³⁾. C'est à ce moment que le processus d'industrialisation de la culture devint un objet d'interrogation scientifique. Cependant, ce n'est qu'à la fin des années 1970 que le concept d'industries culturelles s'imposa comme le concept central de cette interrogation.

Dans ce cheminement, d'autres concepts furent en vogue et plusieurs écrits contribuèrent à circonscrire le champ d'étude ⁽⁴⁾. En outre, de grandes enquêtes commandées par les gouvernements de plusieurs pays industriels avancés révélèrent le rôle crucial de ces industries dans le développement économique et social contemporain ⁽⁵⁾. Finalement, les données fournies par les appareils nationaux de statistiques contribuèrent à définir la représentation sociale concernant les industries culturelles et constituèrent l'outil de connaissance de base nécessaire aux interventions des *managers* privés autant que des États ⁽⁶⁾. Ainsi, au début des années 1980, le processus d'industrialisation de la culture était

socialement reconnu et l'emploi du concept d'industries culturelles pour désigner cette réalité était consacré.

1. Un concept mais plusieurs interprétations

Aujourd'hui on peut considérer que l'emploi du concept d'industries culturelles réfère à deux courants opposés de pensée: l'un s'inspire de l'idéologie néo-libérale et s'appuie de plus en plus sur l'homologie information/biologie, son architecture théorique est systémiste ⁽⁷⁾; l'autre est critique et se divise en deux approches: la première s'inspire de l'école de Francfort et la seconde, la plus importante, constitue une économie politique du problème.

Pour les tenants de l'approche néo-libérale, la culture «...c'est des affaires» et des affaires qui doivent rapporter. Pour eux, les produits culturels sont des marchandises semblables aux autres et les entreprises qui les fabriquent ne peuvent qu'épouser les mêmes objectifs que toute entreprise privée, c'est-à-dire la croissance des ventes et des recettes et la maximisation des profits. Le noyau conceptuel de cette approche est constitué des notions de privatisation, de rentabilité et d'internationalisation des produits et de la production culturelle.

L'approche critique s'inspirant de l'école de Francfort est une approche philosophico-spéculative des effets du processus d'industrialisation sur l'art et de la marchandisation dans la sphère de la culture. Cette approche qui a comme fondement une conception idéalisée de l'art ⁽⁸⁾, n'a fourni que très peu de recherches concrètes sur les industries culturelles comme telles et se caractérise par un pessimisme certain qui ne permet pas de concevoir d'alternative sociale au processus de marchandisation de la culture que dans le rejet de toute forme d'industrialisation et de socialisation de la production/consommation culturelle.

L'autre approche critique constitue une économie politique des industries culturelles et de la marchandisation de la sphère de la culture.

Ce courant se compose de travaux diversifiés autant au niveau des objets traités que des méthodes employées. Il se caractérise ainsi par une conceptualisation variée mais aussi, et surtout, par la préoccupation de comprendre, tel que le mentionnent Mattelart et Piemme dans l'introduction de *Télévision: enjeux sans frontière* ⁽⁹⁾, le fonctionnement matériel concret des industries culturelles. L'élaboration de ce courant d'analyses et de recherches a particulièrement été marquée par des études portant sur: 1) l'appropriation (la concentration, l'internationalisation,

les services publics, la privatisation, le rôle de l'État...), 2) l'organisation du travail (la fonction d'éditeur, les viviers de travailleurs culturels, la censure, le statut socio-économique des artistes...), 3) les produits (la question des contenus, les caractéristiques des produits culturels...).

La diversité des travaux composant ce dernier courant d'analyses et de recherches indique bien la complexité de l'objet d'étude de la sociologie des industries culturelles. Cela explique également qu'il n'existe pas encore une théorie unifiée et globale concernant cet objet. Toutefois, certains travaux récents nous permettent d'affirmer que cette théorie est en voie de développement ⁽¹⁰⁾.

1.1 Pour une théorie des industries culturelles

Trois ordres de difficultés freinent le développement d'une théorie unifiée et globale des industries culturelles.

1.1.1 La difficulté de définir les industries culturelles

La définition la plus commune des industries culturelles réduit celles-ci à la transmission et à la reproduction d'oeuvres au moyen de techniques industrielles. Cette définition, tel que le mentionne Bernard Miège dans la postface à la deuxième édition de *Capitalisme et industries culturelles* ⁽¹¹⁾, confond le recours à certains procédés technologiques et la mise en oeuvre d'un procès de production. En effet, ce n'est pas la technologie s'adjoignant au travail culturel qui caractérise l'industrialisation de la culture. Celle-ci se développe d'une part par la transformation de l'organisation du travail culturel. Désormais, ce dernier s'organise de plus en plus selon le mode industriel capitaliste de production, c'est-à-dire qu'il y a séparation des travailleurs(euses) culturels(les) de leurs produits, principalement au moment de leur mise en marché, et du travail de conception de celui d'exécution, la conception se logeant de plus en plus dans les postes de direction économique. De plus, le caractère collectif de la production culturelle s'affirme avec la division technique du travail, entre autres, avec la parcellisation des tâches nécessaires à la fabrication d'un produit tel qu'il « apparaît sur la table du consommateur ». D'autre part, les industries culturelles se caractérisent moins par la reproductibilité de leurs produits que par le rapport de leur production à de vastes marchés, donc à la consommation de masse.

Comme le double procès de séparation et celui de grande consommation sont très inégalement avancés selon les productions, on retrouve différents types d'industries culturelles⁽¹²⁾. Cela accroît notablement la difficulté de les définir et donc de répertorier les activités pouvant et devant être qualifiées d'industries culturelles.

Ce problème est d'autant plus complexe que la production culturelle contemporaine se situe à *l'intersection d'une double complémentarité* qui nous permet d'imaginer toute l'extension que ces industries ont, pourraient avoir, et auront sûrement.

La complémentarité machine/programme implique le développement des machines permettant de consommer des contenus. Patrice Flichy montre dans *Les industries de l'imaginaire*⁽¹³⁾ que le développement de plusieurs industries culturelles est fondamentalement lié à la dialectique machine/programme, donc au développement d'usages sociaux pour ces machines. Cette complémentarité pose la problème de l'inclusion ou non, dans le secteur des industries culturelles, de la production des machines nécessaires à consommer des contenus et dont l'utilité sociale est organiquement liée à cette consommation.

Dans l'étude que nous venons de citer, Flichy indique qu'une fois stabilisé l'usage social d'un produit (par exemple, l'enregistrement sonore sous la forme de disques dans les années 1890-1910), le versant *software* (contenu, programme) prend de plus en plus d'importance dans le développement d'une industrie culturelle. Actuellement, les récents développements dans le domaine de la câblodistribution et de la télépayante (la multiplication des canaux), de la magnétoscopie domestique (la prolifération des vidéo-clubs et des titres sur vidéo-cassettes) et des microordinateurs (le perfectionnement et la multiplication des logiciels permettant l'utilisation de l'ordinateur en langage direct) illustrent également très bien cette tendance.

L'ensemble de ces faits nous amène à penser que la production des machines devrait être exclue du domaine des industries culturelles puisque ce qui semble de plus en plus les caractériser au moment de leur maturité et constituer le substrat de l'échange s'avère être le contenu, le symbolique. Cependant, avec le développement technologique, la frontière *hardware/software* devient de plus en plus floue. Les limites du champ des industries culturelles s'élargissent avec le processus de programmation des machines (par exemple, les micro-ordinateurs sont de plus en plus équipés de programmes intégrés au «chassis» même de l'appareil, et cela rend la délimitation de ce champ encore plus difficile.

La *complémentarité sociale* est constituée des liens dialectiques que les industries culturelles entretiennent et développent avec les différents domaines du social, tels: l'éducation, le loisir, le sport, etc. Cette complémentarité implique d'une part, qu'une large partie de la production de ces industries soit écoulée sur le marché en fonction de ces autres activités. C'est le cas, entre autres, du domaine de l'éducation qui fournit un vaste marché à l'édition et bientôt à la production des logiciels éducatifs. L'existence des industries culturelles est donc organiquement liée à ces activités, ce qui pose encore un problème de délimitation des activités devant être incluses dans ce champ d'étude. D'autre part, la difficulté d'établir clairement cette délimitation ne fait que s'accroître avec la propension à la privatisation des services publics dans la sphère de la culture. En effet, les points de repères permettant d'identifier les activités échappant «encore» au mode d'organisation industriel et marchand s'estompent.

Les quelques lignes qui précèdent précisent un certain nombre de paramètres nous autorisant à proposer une définition qui circonscrive le champ d'étude. Ainsi, devrait être considérée comme une industrie culturelle toute activité de production, distribution et diffusion de produits culturels, symboliques (donc intégrant du travail culturel), organisée selon les principes de séparation producteur-produit et conception-exécution et de la division technique du travail (parcellisation des tâches). Cette brève définition nous suggère que le champ d'étude devrait inclure les industries suivantes: la télévision, la câblodistribution, la radio, les nouveaux services d'information relevant de la télématique, les télécommunications, l'édition, l'imprimerie, les journaux et périodiques, le spectacle (danse, musique, théâtre, cabaret...), le sport (principalement professionnel), les expositions, le cinéma, la vidéo, la micro-informatique (surtout du côté *software*), les galeries d'art et boutiques d'artisanat, la publicité, la photographie...

Cette liste, bien qu'incomplète, jette un certain éclairage sur l'extension et l'ampleur du champ d'étude. Elle dénote également que celui-ci n'est pas un univers clos, tout au contraire. Il semble en plein essor selon les progrès du double procès de séparation et de ceux de division technique du travail et de privatisation. Finalement, cette liste illustre la difficulté autant de délimiter avec une parfaite précision le champ d'étude que de formuler une définition largement acceptée des industries culturelles et de l'unité de cet objet d'étude.

1.1.2 La difficulté de déterminer l'unité de l'objet d'étude

La liste des industries culturelles énumérées précédemment signale que le champ d'étude englobe une assez grande diversité de domaines d'activités (l'information, la communication, le loisir, le sport, l'éducation...), ce qui, ajouté à la liste assez longue des industries présentes dans ces domaines, explique en grande partie la difficulté de cerner l'unité de son objet. D'ailleurs, à l'intérieur même du courant d'analyses et de recherches dont il est principalement question dans cette présentation et ce volume, se retrouve une grande diversité d'objets concrets d'étude.

L'ensemble de ces facteurs donne l'impression, à prime abord, que ce champ d'étude se caractérise par l'absence d'un objet unificateur. Cependant, la matérialité immédiate et spécifique des objets d'étude est traversée par une même réalité, le processus d'industrialisation et de marchandisation de la culture. Or, ce processus n'est ni gratuit ni fortuit, il correspond aux besoins de la reproduction du rapport social dominant, capitaliste. En effet, la marchandisation de la culture constitue une pièce centrale des actuelles politiques de sorties de la crise ⁽¹⁴⁾ et elle s'effectue par le développement des industries culturelles sous le signe de la privatisation et de l'internationalisation.

Sous la matérialité immédiate des objets concrets d'étude, c'est de la reproduction sociale dont il s'agit. L'objet de la théorie des industries culturelles, d'une sociologie des industries culturelles est donc le rôle de ces industries dans la reproduction sociale comme le laissent entrevoir les articles d'Armand et Michèle Mattelart, d'Herbert Schiller et de J.G. Lacroix et B. Lévesque dans ce volume.

Le développement d'une théorie globale et unifiée des industries culturelles passe cependant par l'articulation problématique de cet objet abstrait, mais pourtant bien réel, avec les objets concrets d'étude. Cependant, ce travail est ardu. Compte tenu de la jeunesse autant du champ d'étude que du courant critique d'analyse et de recherche que nous avons qualifié d'économie politique de la question, il n'est donc pas étonnant de constater, comme Mattelart et Piemme le font remarquer ⁽¹⁵⁾, que ce travail n'est qu'en cours et qu'il mettra un certain temps à être réalisé.

1.1.3 Quelques «précautions» méthodologiques nécessaires au développement de la théorie des industries culturelles

Le travail d'élaboration d'une théorie globale et unifiée des industries culturelles nécessite certaines «précautions» méthodologiques afin d'éviter les pièges de l'idéalisme particulièrement propre au courant d'analyse s'inspirant des travaux de l'école de Francfort et ceux du rationalisme-apologétique des tenants du néo-libéralisme.

Bernard Miège souligne qu'il est, entre autres, nécessaire d'éviter la double confusion dont le concept d'industries culturelles est fréquemment l'objet. D'une part, on considère que seule la création culturelle entièrement séparée de l'industrialisation et du marché peut être qualifiée de vraiment artistique. D'autre part, on développe une conception niant toute particularité aux industries culturelles. Miège précise que ce sont là deux conceptions antinomiques qui ont en commun de ne pas tenir compte des transformations en cours, tout particulièrement de celles par lesquelles le capital pénétrant dans la sphère de la culture soumet à sa propre logique de reproduction un domaine essentiel de la vie en société ⁽¹⁶⁾. Ce sont là deux versions d'une même erreur; celle de ne pas faire l'analyse concrète des industries culturelles.

Cependant, cette étude concrète ne peut être réduite aux seules statistiques concernant les industries culturelles: d'une part, parce qu'elles sont en général plutôt récentes, demeurent incomplètes et sont souvent imprécises; d'autre part, parce que leur emploi non-encadré dans une conception socio-historique du développement emprunte au modèle quantitatif la conception linéaire du progrès où la progression des indices statistiques tient lieu de progrès social. Cela occulte tout le procès de la transformation du travail culturel ⁽¹⁷⁾. Pour saisir les conditions de l'essor des industries culturelles et pour fonder toute tentative d'explication de leur forme particulière et spécifique, il faut donc faire leur histoire. Mais, l'histoire qu'il faut considérer, ou du moins celle par laquelle il faut encadrer toute étude des industries culturelles, consiste à mettre à nu les conditions infra-structurelles déterminant leur développement en tenant compte de la double incidence de la structure des formations sociales et de l'insertion de celles-ci dans les rapports sociaux mondiaux.

Pour contribuer au développement d'une théorie globale et unifiée, il faut par ailleurs garder en mémoire, comme le soulignent les auteurs de *La culture contre la démocratie*, que la théorie n'échappe pas à la contingence des critères de pertinence que chaque société élabore ⁽¹⁸⁾.

Il se révèle alors nécessaire de rattacher les discours sur les industries culturelles à ces mêmes conditions infra-structurelles afin d'épurer leur portée théorique du pragmatisme des intérêts nationaux et/ou internationaux (capitalistes ou corporatistes) qu'ils renferment. La portée heuristique des concepts pouvant constituer une théorie globale et unifiée des industries culturelles ne peut se manifester qu'à travers, mais également qu'au-delà, des formes des industries culturelles et des procès d'industrialisation et de marchandisation de la culture spécifiques aux formations sociales. Ainsi, l'internationalisation de la culture, des industries culturelles, des débats et théories les concernant, est une donnée incontournable pour le travail d'élaboration de cette théorie.

Cependant, ce travail ne peut être réalisé que s'il tient compte de la révolution dont la culture est actuellement l'objet ⁽¹⁹⁾ et donc de la place que celle-ci semble devoir jouer dans la mise en place d'un nouveau modèle de régulation sociale. C'est la raison, comme nous l'avons signalé précédemment, pour laquelle l'objet central d'une telle théorie, au-delà des objets concrets d'étude, est la reproduction sociale et le rôle des industries culturelles dans celle-ci.

Cela indique bien toute l'importance que ces industries ont et auront de même que celle qu'une telle théorie pourrait avoir dans l'étude de la société contemporaine.

2. L'importance stratégique des industries culturelles et les composantes d'une théorie des industries culturelles

Les processus d'industrialisation et de marchandisation de la culture ne sont pas fortuits. Ils sont dus aux conditions actuelles de la reproduction sociale, donc à la mise en place des mécanismes susceptibles de favoriser une sortie de la crise structurelle que traverse le système capitaliste.

Comme dans chaque sortie de crise structurelle la croissance du rythme d'accumulation du capital passe par un abaissement de la valeur de la force sociale de travail ⁽²⁰⁾. Cette dévalorisation résulte d'une augmentation de la productivité du travail dans les branches produisant des biens de subsistance (socialement nécessaire à la reproduction de la force de travail) ⁽²¹⁾. L'industrialisation et la marchandisation de la culture a justement pour objet d'accroître la productivité du travail dans un domaine, la culture, devenu nécessaire à la reproduction de la force sociale de travail. L'abaissement de la valeur de la production culturelle

par l'augmentation de la productivité du travail culturel due à sa machinisation et à sa gestion taylorienne permet ainsi d'abaisser— de dévaloriser — la valeur de la force sociale de travail.

Les industries culturelles sont donc appelées à jouer un rôle de plus en plus central, voire clé, dans la mise en place d'un nouveau mode de régulation sociale. Ce rôle, d'ailleurs, ne fera que s'affirmer avec la privatisation de la sphère de la culture, d'où l'importance sociale très grande de ces industries. Dans cette perspective l'objet de la sociologie des industries culturelles cherche à appréhender le rôle de celles-ci dans la régulation sociale.

L'ensemble des considérations qui précèdent permet de comprendre que les composantes stratégiques de la problématique des industries culturelles concernent:

- 1) l'appropriation, c'est-à-dire la forme de celle-ci, le rôle de l'État, la structure des industries, les conditions infrastructurales de leur développement et l'internationalisation de la production autant que des produits;
- 2) l'organisation du travail, c'est-à-dire l'intégration du travail culturel à l'organisation industrielle capitaliste du travail, le statut socio-économique des artistes et des autres travailleurs(euses) culturels(les), le marché d'emploi, le niveau et la forme de la rémunération, les conditions de travail, etc;
- 3) les caractéristiques des produits culturels marchands et de leur valeur d'usage;
- 4) l'accueil que la population réserve aux produits culturels marchands, c'est-à-dire la consommation en tant que telle, la représentation que la population a de ces produits et des pratiques culturelles ainsi que sur les résistances manifestées à leur égard;
- 5) l'alternative à la marchandisation de la culture, c'est-à-dire la possibilité d'en produire une et la forme que celle-ci devrait avoir afin de réaliser une véritable rupture avec le procès de marchandisation de la culture et d'éviter le piège de l'idéalisme et de l'auto-marginalisation de la critique.

Si l'ensemble de ces composantes est nécessaire pour constituer une problématique globale et unifiée de la question des industries culturelles et ainsi d'appréhender globalement et entièrement leur réalité

sociale, il demeure que l'élément déterminant de cette problématique est l'appropriation car la forme de l'organisation de la production et du travail, des produits et de la consommation varie structurellement selon celle de l'appropriation des moyens de production et des produits. L'appropriation s'avère être à l'origine et à la fin du cycle problématique dans lequel les composantes identifiées précédemment interagissent. Il n'est donc pas étonnant que les principaux travaux contribuant au développement de la théorie des industries culturelles aient jusqu'ici surtout portés sur l'appropriation. Les auteurs ayant contribué à ce numéro des Cahiers de recherche sociologique, ont également mis l'accent sur cette composante stratégique de la théorie des industries culturelles.

3. Les contributions

La première contribution de ce recueil est signée par Armand et Michèle Mattelart. Elle s'intitule *La cosmo-biologie de l'Homo deregulatus* et porte sur l'architecture théorique définissant l'information-communication dans le contexte de la réorganisation de la régulation sociale. Les auteurs montrent comment ce modèle théorico-idéologique se réclamant du néo-libéralisme et militant pour la déréglementation et la privatisation constitue une «biologisation» de la conception de la régulation qui légitime les décisions des «plus forts».

Le second article est de Gaétan Tremblay. Il a comme objet les transformations du système canadien de radiodiffusion dans le contexte du développement des nouvelles industries culturelles et de l'hégémonie de l'idéologie néo-libérale, des idées de déréglementation et de privatisation. L'auteur démontre que dans cette transformation les gouvernements favorisent de plus en plus l'entreprise privée et que les câblodistributeurs s'affirment progressivement comme les acteurs principaux du système en voie d'édification. Après avoir identifié les facteurs techniques, économiques et idéologiques et les acteurs de ce développement, G. Tremblay s'interroge sur la possibilité d'une alternative conciliant les impératifs du développement technologique et économique et les exigences du service public.

La troisième contribution du recueil est signée par Herbert I. Schiller du Media Center de San Diego, Californie. Elle s'intitule *La privatisation de l'espace culturel aux États-Unis* et souligne le rôle des sociétés transnationales (STN) dans l'accaparement par le privé de la sphère publique nationale et mondiale. L'auteur montre que la souveraineté nationale dans le monde et les institutions culturelles nationales américaines sont submergées par les efforts des STN pour con-

trôler les consciences. Schiller précise que cette emprise des transnationales sur la sphère publique est masquée par leur discours sur la liberté d'expression dans lequel elles se présentent comme des acteurs individuels. Le texte se termine en mettant en relief l'urgence de porter le secteur culturel au rang des préoccupations politiques nationales autant qu'internationales compte tenu que celui-ci est aujourd'hui au coeur de l'existence sociale.

La quatrième contribution est de Bernard Miège, un des principaux animateurs du courant d'analyses et de recherches dont il a été question dans cette présentation, elle s'intitule *Les logiques à l'oeuvre dans les nouvelles industries culturelles*. Dans ce texte l'auteur propose une grille de lecture permettant de comprendre les mouvements en cours dans le développement des industries de la culture dans le contexte de l'avènement des nouveaux médias et de la déréglementation. Après avoir identifié et décrit les cinq logiques à l'oeuvre dans les processus de production et de travail aboutissant à l'offre de produits culturels marchands, Miège précise que ces logiques demeurent pour le moment relativement hétérogènes bien que certains entrelacements s'esquissent.

Le cinquième article intitulé *Des Best-sellers en tous genres* est de Claude Martin, économiste et professeur au département d'information et de communication de l'Université Laval. Comme son titre l'indique, ce texte porte sur les produits culturels connaissant de grands succès de vente. L'auteur affirme que ces best-sellers sont l'instrument principal par lequel le capital investi, dans le secteur des industries culturelles, peut se rentabiliser et donc s'accumuler. À l'aide de listes ordonnant les succès de vente au Québec dans les domaines du livre, de l'enregistrement sonore, du film en salle et de la vidéo-cassette, Martin démontre que la pénétration du marché québécois par les produits étrangers — surtout américains — est variable selon les produits. Sur la base des données provenant d'une recherche en cours depuis quelques années, il affirme que malgré l'importance de la dépendance du marché domestique, il est possible de maintenir et même de développer au Québec un appareil productif non seulement de produits traditionnels et savants mais aussi de best-sellers.

La dernière contribution de ce recueil est signée par Benoit Lévesque et Jean-Guy Lacroix, elle s'intitule *Les industries culturelles au Québec: un enjeu vital!* Dans un premier temps, ce texte indique que l'essor des industries culturelles au Canada et au Québec fut et demeure déterminé par les contradictions ayant historiquement caractérisé le Canada. Ce développement s'effectue en trois phases respectivement marquées par: la notion de service public devant la crainte de «l'enva-

hissement» américain (1932-1957); l'industrialisation croissante et l'introduction de la logique marchande et de la privatisation (1958-1980); la domination de la privatisation et de l'internationalisation sous le signe de la dépendance des entreprises américaines (depuis 1980). Dans un deuxième temps, le texte précise les caractéristiques spécifiques du marché culturel québécois, souligne l'importance des industries culturelles au Québec en termes de volume d'emploi, de salaires et de revenus, signale l'ampleur de la dépendance du marché domestique face aux contenus étrangers — surtout américains — et évalue l'incidence structurelle de l'aide de l'État, fédéral et provincial, sur ces industries.

Jean-Guy LACROIX

Notes

- (1) Voir T.W. Adorno, «L'industrie culturelle», *Communication*, no.3, 1964, p.12.
- (2) À cet égard sont à considérer: P.F. Lazarsfeld, «Remarks on Administrative and Critical Communication Research», *Philosophy and Social Sciences*, vol. 9, 1941, pp.2-16; P.F. Lazarsfeld et F. Stanton, *Radio Research 1942-43*, N.Y., Suel Sloan and Pearce, 1944, et *Communication Research 1948-49*, N.Y., Harper and Brother, 1949.
- (3) Voir J.G. Lacroix et B. Lévesque, *L'état de la recherche en communication au Québec*, Montréal, GRICIS, 1984. Également paru en deux parties dans la revue *Communication et Information*, vol. 7, nos: 2 et 3, 1984, pp.7-33 et 153-213.
- (4) Sont à ce titre à signaler les travaux suivants: P. Bourdieu, «Le marché des biens symboliques», *L'année sociologique*, 1971, pp.49-126; H.M. Enzensberger, *The Consciousness Industry*, N.Y., Seabury, 1974; H.I. Schiller, *The Mind Managers*, Boston, Beacon Press, 1974; également, *Communication and Culture Domination*, N.Y., M.E. Sharpe, 1976; A. Mattelart, *Multinationales et systèmes de communication. Les appareils idéologiques de l'impérialisme*, Paris, Anthropos, 1976; A. Huet, J.

Ion, A. Lefebvre, B. Miège et R. Peron, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, PUG, 1978; A. et M. Mattelart, *De l'usage des médias en temps de crise*, Paris, Alain Moreau, 1979; P. Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, PUG, 1980; D.W. Smythe, *Dependency Road: Communication, Capitalism, Consciousness in Canada*, Norwood, N.J., Ablex, 1980; Secrétariat de l'Unesco, *Les industries culturelles*, reprographie, 1980.

- (5) Parmi ces enquêtes signalons: l'enquête sur la télé-informatique au Canada dont la publication des résultats fut intitulée *L'arbre de vie*, Ottawa, MCC, 1972; l'étude sur la télé-informatique au Québec parue sous le titre *Dimension d'une politique de télé-informatique pour le Québec*, Québec, MCQ, 1976; l'enquête sur l'informatisation en France de S. Nora et A. Minc publiée sous le titre *L'informatisation de la société*, Paris, La Documentation française, 1978; l'étude réalisée en France sous la direction d'A. Mattelart et Y. Stourdze intitulée *Technologie, culture et communication*, Paris, La Documentation française, 1982; les travaux réalisés et commandés par le Service Gouvernemental de la Propriété Intellectuelle et du Statut de l'Artiste (SGPISA) du ministère des Affaires culturelles du Québec.
- (6) Le programme de statistiques culturelles de Statistique Canada démarra dans la première moitié des années 1970 à la suite d'une demande du ministère des Communications du Canada et de nombreuses pressions des provinces et des associations oeuvrant dans le domaine de la culture. Certaines enquêtes étaient effectuées avant 1972, date de l'entente entre Statistique Canada et le MCC. Cependant, ce n'est qu'à partir de ce moment qu'un véritable programme fut mis sur pied et, à compter de la seconde moitié des années 1970, que les données concernant un large éventail des industries culturelles furent disponibles.
- (7) Voir l'article d'A. et M. Mattelart dans ce recueil; également, J.G. Lacroix et B. Lévesque, «Principaux thèmes et courants théoriques dans la littérature scientifique en communication au Québec», *Communication et Information*, vol. 7, no:3, 1985, pp.182-186 et 191-194.
- (8) A. Mattelart et J.M. Piemme, *Télévision: enjeux sans frontière*, Grenoble, PUG, 1980, p.14.
- (9) *Ibid.*, p.18.
- (10) Sont à ce titre à mentionner les livres de: P. Beaud, *La société de connivence: Média, médiations et classes sociales*, Paris, Aubier, 1984; A. et M. Mattelart, *Penser les médias*, Paris, La Découverte, 1986 (sous presse); de B. Miège, P. Pajon et J.M.

- Salaun, *L'industrialisation de l'audio-visuel: des programmes pour les nouveaux médias*, Paris, Aubier-Montaigne, 1980; sans oublier l'ouvrage du défunt Yves de la Haye, *Dissonances: critique de la communication*, Paris, La pensée sauvage, 1984.
- (11) B. Miège, Poste-face à la deuxième édition de *Capitalisme et industries culturelles*, *op. cit.*, p.201.
- (12) A. Huet, J. Ion, A. Lefebvre, B. Miège et R. Peron, *Capitalisme et ...*, *op. cit.*, pp.158-162; également, B. Miège, «La marchandise culturelle: quelques caractéristiques de son développement récent...», *Communication et Information*, vol. 4, no: 2, 1982, pp.51-54.
- (13) P. Flichy, *Les industries...*, *op. cit.*, pp.17-37.
- (14) A. et M. Mattelart, *De l'usage...*, *op. cit.*
- (15) A. Mattelart et J.M. Piemme, *Télévision...*, *op. cit.*, p.19.
- (16) B. Miège, *Capitalisme...*, *op. cit.*, p.201.
- (17) A. Mattelart, X. Delcourt et M. Mattelart, *La culture contre la démocratie*, Paris, La Découverte, 1984, pp.42-46.
- (18) *Ibid.*, p.10.
- (19) *Ibid.*, p.11.
- (20) A.D. Magaline, *Lutte de classes et dévalorisation du Capital*, Paris, Maspero, 1975, pp.72-77.
- (21) B. Coriat, *Science, technique et capital*, Paris, Seuil, 1976, p.169.