

## La structuration de l'espace public par les industries culturelles: les cas de l'édition du livre et du disque en Wallonie et à Bruxelles

« Polybe, le judicieux Polybe, nous dit que la musique était nécessaire pour adoucir les mœurs des Arcades, qui habitaient un pays où l'air est triste et froid ».

MONTESQUIEU, *Esprit des Lois*, IV, 8

André LANGE \*

L'étude des mécanismes — pour autant que l'on puisse parler de mécanismes en matière de sociologie de la culture — de production et de légitimation des disques dans notre communauté permet de nuancer la vision habituelle que l'on a de la culture de la Belgique francophone — ou mieux de la culture en Wallonie et à Bruxelles — comme étant essentiellement dominée par la culture parisienne. Cette domination par la culture parisienne me paraît exacte en matière de culture écrite, imprimée, comme vient de le montrer Gabriel Thoveron en matière de presse écrite, ou comme l'ont montré à Liège mes collègues Winkin, Condé et Popovic en matière d'édition du livre<sup>1</sup>. Les choses sont plus complexes en matière d'édition phonographique. Cela me paraît dû à un double phénomène: d'une part le rôle de la production proprement matérielle des marchandises culturelles que sont les phonogrammes a une importance plus grande dans la structuration géographique de l'espace culturel international, d'autre part, en matière musicale, Paris n'a pas constitué, au cours des siècles, un pôle de légitimation aussi exclusif qu'il a pu l'être en matière littéraire.

\* Assistant à l'Université de Liège.

<sup>1</sup> Y. WINKIN, *L'or et le plomb*, Mémoire de licence, Information et Arts de Diffusion, Université de Liège, 1977. M. CONDE, P. POPOVIC, M.P. REMACLE, *L'édition du livre dans la Communauté française de Belgique*, Institut de Sociologie et de Sciences sociales appliquées Université de Liège, 1980.

Le développement, à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, de l'industrie phonographique a nécessité des investissements importants qui ont vite limité le nombre de firmes en présence sur le marché international. Dans ses mémoires, à la fois charmantes et pleines d'enseignement pour le chercheur, Fred Gaisberg, qui fut le collaborateur de Berliner, et que l'on peut considérer comme le premier directeur artistique de l'histoire de l'industrie phonographique, raconte comment la Gramophon Company — qui est l'ancêtre à la fois de Victor-R.C.A., de His Master's Voice-E.M.I. et de la Deutsche Gramophon Gesellschaft — a pu se développer, après 1895 grâce à un investissement de 25.000 dollars de personnes liées à la société ferroviaire de Pennsylvanie<sup>2</sup>. Je ne retracerai pas ici le développement géographique des firmes pionnières de l'industrie phonographique, mais il est intéressant de suivre les premières pérégrinations de Gaisberg pour implanter les filiales de la Gramophon Company dans le monde: en 1898, il est à Londres, en 1900 à Vienne, Budapest, Milan, Madrid, Moscou, Varsovie, en 1902-1903 en Asie du Sud-Est, ... Il est intéressant de constater que le gramophone est, aux Etats-Unis et en Europe occidentale considéré comme un article de foire — un peu comme le cinématographe à ses débuts — juste bon à enregistrer des marches militaires, des complaintes irlandaises ou des romances sentimentales et que c'est la Cour de Russie qui lui a donné sa véritable légitimité sociale. La légitimité artistique est venue lorsque le ténor napolitain Caruso a fait de l'enregistrement l'arme suprême dans le développement de sa carrière artistique internationale.

Si l'on suit les mémoires de Gaisberg, Bruxelles ne constituait pas un lieu de première urgence. La capitale belge ne fait pas partie de ses carnets. Les enregistrements des chanteurs de la Monnaie, apparemment les premiers enregistrements d'artistes belges ou ayant fait carrière en Belgique, sont réalisés à Londres ou à Paris<sup>3</sup>. Pourtant phonographes à cylindre, gramophones et graphophones se commercialisent rapidement dans notre pays, et même en milieu populaire, si l'on en juge par la piquante comédie en Wallon, publiée en 1910 à Seraing par un mineur, C. Maubeuge. *Li Musique d'a Dj'han-Noyé* décrit les colères d'un ouvrier maniaque du « grafophone », qui, pour écouter quelques romances parisiennes, laisse son ménage s'en aller à vau l'eau<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> F. GAISBERG, *La musica e il disco*, trad. de l'américain par L. BRUGNATELLI, Bocca, Milano, 1949.

<sup>3</sup> Ces enregistrements ont été réédités dans un coffret « Le Théâtre de la Monnaie », s.d., Carlini.

<sup>4</sup> L. MAUBEUGE, *Li Musique d'a Dj'han-Noyé*, Seraing, 1910.

Il faudrait étudier en détail la période de l'entre-deux-guerres pour déterminer jusqu'à quel point le phonographe, et la nouvelle donne spatiale qu'il instaurait, a modifié le système des instances de légitimation musicale. Jusqu'à quel point, par exemple, le fait que la Deutsche Grammophon ait réalisé les premiers enregistrements de symphonie avec l'Orchestre philharmonique de Berlin sous la baguette de cet ensemble, sous la baguette de Fürtwangler, puis de von Karajan? Jusqu'à quel point le relatif déclin de la prestigieuse école liégeoise du violon a-t-il été provoqué, comme le suggère J. Quitin, par le développement de la radio et du disque<sup>5</sup>? Jusqu'à quel point l'absence d'une industrie phonographique nationale a-t-elle empêché les compositeurs belges contemporains de prendre une importance internationale?

Une telle étude — qui ne serait possible que dans la collaboration de musicologues et de chercheurs en sociologie des communications de masse — devrait permettre d'accomplir le souhait formulé par Adorno dans l'un de ses derniers textes sur la sociologie de la musique: « La question sociale du rapport des forces productives et des conditions de production est applicable, sans forcer, à la sociologie de la musique. On entend ici par force productive non seulement la production au sens musical restreint, à savoir la composition, mais aussi le travail artistique vivant des reproducteurs et de toute la technique organisée, en elle-même, d'une manière non-homogène: la technique compositionnelle intramusicale, l'aptitude des reproducteurs à jouer, et les procédés de reproduction mécanique, qui sont, de nos jours, d'une importance primordiale. D'autre part, les conditions de production sont les conditions économiques et idéologiques dans lesquels sont tenus chaque son, et la réaction à chacun d'entre eux »<sup>6</sup>.

En ce qui concerne la Belgique, il n'existe pas — à ma connaissance — d'étude sur le développement de l'industrie phonographique durant la période de l'entre-deux-guerres. Il semble que c'est sous hégémonie de firmes anglaises que le marché belge s'est développé. D'après les catalogues de 78 tours de la Section Musicologie de la Bibliothèque royale, on peut repérer quelques productions de la Gramophon Company (sous label Gramophon, Columbia ou His Master's Voice) qui doivent avoir été réalisés dans les années 30: il

<sup>5</sup> J. QUITIN, « Le violon », in R. WANGERMÉE et P. MERCIER, *Histoire de la Musique en Wallonie et à Bruxelles*, Renaissance du Livre, tome II, Bruxelles, 1982.

<sup>6</sup> T.W. ADORNO, « Introduction à la sociologie de la musique », trad. D. JAMEUX, *Musique en jeu*, n° 2, Paris, 1972.

s'agit du Quatuor Pro Arte, (que Walter Legge, le successeur de Gaisberg comme directeur artistique de la Gramophon Company célèbre dans ses mémoires<sup>7</sup>), du pianiste Arthur de Greef et de l'Orchestre royal des Guides, sous la direction d'André Prévost. En jazz, c'est grâce à une autre société anglaise, la filiale britannique de la Compagnie Bell Edison, qu'ont été réalisés les premiers enregistrements: ceux de Jean Pâques puis ceux de l'Orchestre New Strompers (1927). Ces disques eurent tellement de succès que l'Edison Bell installa en 1929 un studio ambulant à Bruxelles<sup>8</sup>.

Après la seconde guerre mondiale, la perte par l'Angleterre de ses colonies, et donc de son hégémonie sur le marché de la gomme-laque, puis la mise au point par C.B.S. du microsilicon et du 45 tours par R.C.A. modifient les rapports de force mondiaux entre les firmes. En Belgique, c'est d'abord la firme allemande Telefunken qui réalise quelques disques de compositeurs belges (M. Poot, J. Jongen, J. Absil, F. Alpaerts) enregistrés par l'Orchestre de l'I.N.R. dirigé par F. André, puis, à partir du début des années 50, c'est la filiale belge de Decca qui réalise une série « Musique belge contemporaine » produite par le Ministère de l'Instruction publique et de la Culture. Les diverses multinationales créent chacune une filiale en Belgique, mais, à l'exception d'E.M.I., leur politique est essentiellement une politique de distribution et non de production. La Belgique restera pendant longtemps le marché privilégié où les discophiles ont eut accès au plus grand choix de catalogues. En même temps, la Belgique est devenue le pays où la part de la consommation de productions nationales était la plus réduite. A la fin des années 70 la consommation nationale dans les grands pays consommateurs était la suivante:

Etats-Unis	: 96 %
France	: 69 %
Italie	: 66 %
G. Bretagne	: 42 %
R.F.A.	: 30-35 %
Pays-Bas	: 20 %
Belgique	: 11 %

L'enquête que nous avons menée en 1978-79, visait à l'établissement d'une typologie des éditeurs basées sur un critère infrastructural:

<sup>7</sup> E. SCHWARTZKOPF, *La voie de mon maître: Walter Legge*, Balland, Paris, 1983.

<sup>8</sup> T. RUELLÉ, *Le jazz en Belgique*, Mémoire de licence en Histoire de l'Art et Archéologie, option Musicologie, Université de Liège, 1982.

la position occupée dans la division internationale du travail étant supposée régir les stratégies éditoriales, stratégies de gestion sociale des signes musicaux<sup>9</sup>. Cette démarche nous a amenés à établir une typologie des éditeurs belges à sept composantes: les firmes compradore, les firmes monopolistes nationales, les firmes non-monopolistes nationales, les indépendants, les éditeurs d'Etat, les collectifs de production et les autoproducteurs.

Les firmes compradore sont les filiales belges de firmes multinationales, occupant, ou tendant à occuper, une position monopoliste c'est-à-dire tendant à contrôler financièrement l'ensemble des phases du processus de production du disque, depuis la gestion par contrats d'exclusivité du parc des artistes-producteurs, jusqu'aux réseaux de vente au détail, en passant par la direction artistique, l'édition de partitions, l'enregistrement, la gravure et le pressage, l'impression des pochettes, le marketing et parfois même les revues de critique. Ces firmes, comme en témoignent le tableau suivant occupent actuellement plus de 80 % du marché national. Ces firmes se livrent principalement à l'importation des pressages étrangers, ce que traduit sans équivoque le déséquilibre de la balance commerciale du secteur (tableau 1).

TABLEAU 1

## IMPORTATIONS

	Quantité	Valeur (1000 fr.)
1978	23.612.707	1.291.728
1979	26.029.747	1.496.237
1980	26.754.268	1.632.607

## EXPORTATIONS

	Quantité	Valeur (1000 fr.)
1978	5.012.001	370.081
1979	6.094.902	368.998
1980	8.183.907	407.794

La stratégie éditoriale des firmes multinationales, comme l'a bien montré le sociologue français A. Hennion<sup>10</sup>, tend à une consolidation musicale, c'est-à-dire à une gestion raisonnée de l'ensemble de la production normale, aux valeurs et aux genres fortement codifiés.

<sup>9</sup> A. LANGE, M.C. ROBERTI, A. ZUMKIR, *L'édition phonographique dans la Communauté française de Belgique*, Institut de Sociologie et de Sciences sociales appliquées, Université de Liège, 1980. A paraître: A. LANGE, *Les silences du disque*, Pierre Mardaga, Liège (1984).

<sup>10</sup> A. HENNION, *Les professionnels du disque*, A.M. Métallié, Paris, 1981.

Ne leur échappent guère que les coups isolés, les tubes et la production de certaines vedettes, suffisamment fortes pour organiser leurs propres structures économiques, ainsi que les productions marginales, concernant de petits publics spécialisés (jazz, chansons régionalistes, musique de la Renaissance et musique baroque, avant-garde, etc...). Elles se livrent ainsi à la gestion systématique de répertoires déjà construits, reconnus, légitimes: musique classique des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, chansons Rive gauche de l'après-guerre, grands groupes pop et rock internationaux, folklore commercialisé, etc... Par leur capacité financière à supporter pendant plusieurs années les méventes d'artistes sur lesquels elles investissent, ces firmes peuvent contribuer à la formation du goût à long terme, par le mûrissement de certains styles: ainsi un « style Polydor », issu de Reggiani et Moustaki a été développé vers 1975 avec Maxime le Forestier, Dick Annegarn, J.M. Caradec, ...; le style « nouvelle chanson française », lancé vers 1978 par RCA, regroupait Soucheon, Chatel, Jonasz, ... Ces firmes peuvent aussi, en raison de leurs assises financières, se permettre des productions « de prestige », non rentabilisées en capital mais porteuses de capital symbolique dans les milieux de la critique et des discophiles. Enfin, les firmes multinationales, peuvent se livrer à la gestion statistique de l'incertitude des tubes, palliant leur faiblesse dans un genre qui leur échappe en général au profit des producteurs non-monopolistes, par l'engagement systématique de directeurs artistiques variés, susceptibles de produire rapidement des « tubes-outsiders », suivant le mouvement lancé par d'autres.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser de prime abord, la production des firmes multinationales n'est pas nécessairement majoritairement celle de leur pays d'origine. Ainsi, en 1979, CBS a réalisé 60 % de ses ventes avec des chanteurs non-américains. L'appartenance de Phonogram-France à un groupe néerlandais-allemand n'empêche pas que près de 70 % de ses ventes en France sont des productions locales. Les firmes multinationales sont obligées de tenir compte du fait national dans leur pénétration des marchés étrangers. Cependant dès lors qu'il s'agit de pays à faible identité culturelle nationale, et de surcroît de marché restreint, la stratégie de nationalisation de la pénétration tend à être moins forte. Ainsi, à l'encontre de Polygram-France, Polygram-Belgique n'a réalisé en 1980 que 12,75 % de son volume de ventes en répertoire belge, dont 6,8 % en production propre, le reste n'étant que de distribution de productions émanant de producteurs non-monopolistes.

De plus, tout se passe dans notre pays comme si les firmes affrontaient deux marchés totalement différents: l'un à vocation quasi-nationale (la Flandre) et l'un à vocation uniquement régionaliste (la

Communauté française). La stratégie de production locale s'attache des lors plus aux artistes flamands (Will Tura, Gaston Berghman, Led Martin, Marva, RUM, Ultravox, ...), le régionalisme wallon n'étant guère pris en considération. En musique classique, les compositeurs dignes de figurer au catalogue international ne sont en général « belges » que par leur naissance, leur carrière internationale ayant été le garant de leur présence dans les histoires de la musique: Ciconia, Roland de Lassus, Josquin des Prés, Grétry, Vieuxtemps, Franck, Pousseur. De même sont rares les virtuoses d'origine belge ou vivant en Belgique dont la réputation internationale permet la production à l'échelon international par les firmes de disques: A. Grumiaux, L. Bobesco, E. Donneux, G. Octors. En ce qui concerne la chanson française, la Belgique jouit d'une image de marque affirmée grâce au succès de Jacques Brel, véritable fondateur de la belgitude chantée, et à l'implantation de la *canzonetta* italienne (Adamo, F. François). Mais pour que de jeunes chanteurs soient pris en considération par le siège bruxellois des multinationales, il faut qu'ils soient porteurs radicaux de novation, ce qui est souvent loin d'être le cas. En ce domaine, Paris reste de toute manière le lieu de légitimation des artistes.

On aurait pu imaginer que l'existence de deux firmes belges à tendances monopolistes (Fonior et Inelco) supplée au peu d'initiatives prises par les firmes compradores. Il n'en est rien, d'autant plus que ces deux firmes ont connu un déclin dans la seconde moitié des années 70, l'itinéraire de Fonior, fondée en 1929 par E.W. Pelgrim de Bigeard se terminant en 1980 par une faillite frauduleuse retentissante. Quant à Inelco, fondée en 1957, son essor a été permis par un contrat de distribution des produits R.C.A. Mais depuis que R.C.A. distribue elle-même ses disques dans le Benelux (1979), Inelco a été amené à réorienter sa politique, visant essentiellement le marché néerlandophone et allant jusqu'à négliger la distribution d'un chanteur aussi populaire et reconnu internationalement que Julos Beaucarne.

Les producteurs non-monopolistes peuvent se classer en cinq catégories: les petites entreprises qui assurent la production mais non la distribution (Herman Brauer, Bizet Productions, RKM, Leman et Gorté, Accent, Ricercar, Phonic, ...); les indépendants dont l'activité de production phonographique n'est qu'une activité secondaire par rapport à leur activité principale (Duchesne, Musica Magna, La Boîte à Musique Pavane, ...); les collections d'Etat, financées par différentes instances dépendant du Ministère de la Communauté française (Cultura jusqu'au moment de la communautarisation, le Musée de l'Afrique centrale, la RTBF) ou d'autres instances parastatales (CACEF, Crédit communal, RTC, ...); les collectifs de production, ayant statut

d'A.S.B.L. ou de société coopérative, émanent d'associations privées mais sont souvent soutenues par des subsides publics (Musique en Wallonie, Casliposh, Igloo, LDH, Diffusion alternative, ...); enfin les innombrables autoproducteurs qui publient leurs disques à compte d'auteur, et assurent le financement par souscription.

A l'opposé des monopoles, dont nous avons vu qu'ils avaient un catalogue éclectique, cherchant à couvrir les différents champs musicaux stabilisés, les petits producteurs ont généralement un catalogue limité, mais beaucoup plus novateur et créatif. Deux stratégies leur sont possibles: une stratégie de créneau ou une stratégie de percée. La stratégie de créneau consiste dans l'exploitation d'un genre musical dont le public est limité mais fidèle et stable: la musique de chambre belge pour la défunte Alpha, la musique baroque pour Alpha et Ricercar, le patrimoine wallon pour « Musique en Wallonie », les « jeunes interprètes » pour la Boîte à Musique-Pavane et Phonic, le « folk wallon » pour Voies-Voix, la musique orchestrales, les marches militaires et sportives, la chanson populaire, l'humour pour Hebra, l'ethnomusicologie wallonne pour le Cacef et RTC, l'ethnomusicologie africaine pour le Musée de l'Afrique centrale, le jazz pour LDH, etc... Toute tentative d'excursus en dehors du créneau est perçue comme un risque et est, en général, sanctionnée par l'échec.

Les producteurs « de créneaux » rencontrent trois problèmes communs: le statut d'infériorité au sein de la société de droits d'auteurs, la SABAM, les difficultés de la promotion et celles de la distribution. Les difficultés de promotion tiennent autant à l'absence quasi généralisée de services de relations publiques qu'à la nature même du produit de créneau, qui, en radio et en télévision, ne peut trouver place que dans des émissions elles-mêmes de créneau, donc d'écoute réduite. Il en résulte que la RTBF est souvent mise en cause comme n'assurant pas suffisamment la promotion des artistes locaux. Les publications spécialisées qui sont apparues dans le courant des années 70 comme lieu de critiques mais aussi d'information et d'organisation (*En attendant, L'arrosoir, Le temps des cerises, La ritournelle, Bande de sons*, les pages belges de *Diapason*) ou même l'ancienne *Revue des disques et de la haute-fidélité*, fondée en 1950 ont disparu les unes après les autres avec les années 80. La presse quotidienne et hebdomadaire a pris, dans une certaine mesure, la relève, mais la légitimation par la critique internationale reste un problème. A la question matérielle de la simultanéité de la critique et de la distribution se superpose la question de la légitimation des critiques discographiques belges par rapport aux instances critiques internationales.

Les problèmes de distribution tiennent à la domination exercée

sur la commercialisation par les entreprises de *ract-jobbing* (vente par exposition) soumises à des lois strictes de rentabilité et de rotation des stocks et qui tendent à marginaliser les productions non-monopolistes en les écartant des réseaux de distribution de masse (grandes surfaces, grands magasins, ...) et en les contraignant à avoir recours à des réseaux de distribution eux-mêmes spécialisés (réseaux militants, vente par correspondance, vente en concerts, disquaires spécialisés, ...).

Les autoproducteurs, s'ils retrouvent le plaisir de la recombinaison des tâches du processus de production et de la maîtrise de leur travail, aspirent néanmoins à échapper aux phases de commercialisation, qui s'avèrent fastidieuses et s'opèrent au détriment du temps de création. Dès que possible, ils s'intègrent donc à un collectif de production, voire à une firme multinationale, qui, en accueillant un artiste déjà expérimenté et reconnu s'évite la phase d'investissement initial. On notera qu'il ne s'agit pas toujours d'artistes débutants, mais que des artistes de réputation internationale, telle la basse d'opéra Jules Bastin, peuvent avoir recours à l'autoproduction pour satisfaire un désir de créativité personnelle que ne leur offre pas la planification commerciale des grandes firmes.

La seconde stratégie possible pour des éditeurs non-monopolistes est celle de la percée rapide sur un marché de masse, sociologiquement mal déterminé, en lançant des produits de variété inédits, des tubes. Ce type de stratégie, qui demande une capacité de spéculation sur les désirs du public et une souplesse organisationnelle que n'ont pas les firmes monopolistes, a trouvé en Belgique un exemple type avec le groupe Roland Kluger Music (RKM), producteur de Plastic Bertrand, de Telex, etc..., qui, par une pratique judicieuse de contrats de distribution internationaux, est arrivé à une ouverture sur le marché mondial, les *charts* américains du *Bilboard* servant ici d'instances de consécration.

Je voudrais conclure ce trop rapide tour d'horizon par quelques considérations théoriques sur le concept d'industrie culturelle. J'ai cité tout à l'heure Fred Gaisberg, pionnier de l'édition phonographique. Il est piquant — à l'heure où les grandes firmes de disques sont elles-mêmes intégrées à de vastes conglomerats dont la production va de l'électronique aux pompes funèbres, ou aux *fast food* — de constater que Gaisberg parlait d'industrie « pittoresque et romantique ». Bien plus exigeante, rigoureuse et sévère était évidemment la démarche d'Adorno et d'Horkheimer qui, au sortir de la seconde guerre mondiale, après un séjour forcé à Hollywood, ont publié la *Dialectique de la Raison*, ouvrage dans lequel ils proposaient le con-

cept de *Kulturindustrie*, que l'on traduit habituellement par "industrie culturelle", mais que Dominique Jameux, dans la revue *Musique en Jeu*, traduit plus justement par "industrie de la culture", ce qui rend mieux les connotations pejoratives du concept. On sait que les bases théoriques du concept de *Kulturindustrie* résident dans le concept lukacsien de réification (*Verdinglichung*) qu'Adorno utilise à propos de Webern dès 1922, juste après la sortie d'*Histoire et conscience de classe*. Je ne m'attarderai pas ici sur les apories de la critique adornienne de la raison instrumentale, critique basée sur une conception hégélienne de la conscience. J. Habermas, dans son dernier ouvrage *Theorie des kommunikativen Handeln*<sup>11</sup> en a fait une critique approfondie. Au concept de réification, je préfère ceux proposés par Habermas de communication systématiquement déformée et de reféodalisation de l'espace public. Que la musique et le discours sur la musique soient parties prenantes dans la constitution de l'espace public, c'est ce qui apparaît clairement dans tel passage de *l'Esprit des lois* de Montesquieu ou dans la constitution par Schönberg d'une société privée d'audition musicale en réaction à la réception trivialisée du public des opérettes, qu'il ne connaissait que trop bien. La situation de l'édition phonographique belge telle que je viens de la décrire ne peut que nous faire percevoir combien notre propre espace public musical est dégradé, soumis aux lois internationales du marché. Certes les foyers de résistance existent: la prolifération des petits producteurs spécialisés est indiscutablement une tentative de reconstruction d'un espace public musical exigeant, critique. Il est même possible que cette prolifération — qui semble typique de la Belgique — soit le corrolaire d'une domination poussée à l'extrême. « Il est devenu de plus en plus difficile de tenir les gens par la bride. Le progrès de leur abêtissement doit aller de pair avec le progrès de leur intelligence » écrivaient déjà Adorno et Horkheimer.

Reste la question lancinante du rôle de l'intervention de l'Etat dans la créativité musicale et l'usage qui est à présent fait par les bureaucraties européennes de la culture du concept d'industrie culturelle. Ce concept, est passé, par une de ces ruses dont la raison a le secret, de la Théorie critique à la langue technocratique des décideurs culturels. Au Conseil de l'Europe, chez les responsables giscardiens, puis mitterrandistes de la culture en France — Jack Lang a parlé de « réhabilitation des industries culturelles » —; le Ministère de la Communauté française en a fait un colloque; le président du Parti Socialiste, M. Spitaels vient, en économiste, d'en légitimer l'usage au sein du parti le plus important de Wallonie, etc... De ce « dis-

cours industrie culturelle » résulte chez nous un projet de holding d'initiative culturelle, la S.P.I.C., inspirée de la SODIC québécoise, qui pourrait suppléer aux carences de l'initiative privée en matière d'audio-visuel et donner des chances nouvelles aux artistes du lieu. Mais il ne nous fera pas sortir de la culture administrée que critiquaient Adorno et Horkheimer. L'amélioration des possibilités de distribution et de diffusion ne constituent pas nécessairement une reconstruction de l'espace public et, déjà, le critère de rentabilité émerge. On voit d'ailleurs mal comment un projet local permettrait d'envoyer définitivement les tendances à la commercialisation et à l'irrationalisme de la culture internationale. Mais ceci est, pour conclure, renvoyer la balle dans le camp des « grands voisins ».

<sup>11</sup> J. HABERMAS, *Theorie des kommunikativen Handeln*, Suhrkamp, 1981.