

UNE POLITIQUE CULTURELLE EN REVUE

Mémoire de la Société de développement des périodiques culturels québécois

Présenté au ministère de la Culture et des Communications du Québec

Dans le cadre du renouvellement de la politique culturelle du Québec

Août 2016



RÉSUMÉ

À travers ce mémoire, la Société de développement des périodiques culturels québécois (SODEP) se prononce sur trois des thèmes que le ministère de la Culture et des Communications (MCC) a choisi de mettre en valeur à l'occasion de cette consultation, soit le rapport du citoyen à la culture, l'évolution de celle-ci dans un environnement numérique en transformation constante, et la façon dont elle doit être financée.

Dans le premier cas, la SODEP met en lumière l'importance des périodiques culturels à titre de diffuseurs de culture et fait valoir l'idée que les revues agissent comme médiateurs de premier ordre entre la culture et le citoyen. Elle rappelle aussi l'importance de l'éducation dans l'éveil de celui-ci à la culture et, par conséquent, la nécessité d'une consolidation des échanges entre le MCC et le ministère de l'Éducation.

Dans le deuxième cas, elle décrit, en rappelant la conjoncture de l'édition de périodiques, les changements apportés à la sphère culturelle par le virage numérique et appuie la nécessité d'une nouvelle politique culturelle qui en tienne compte, en montrant cependant, statistiques à l'appui, que les citoyens sont encore attachés à des supports traditionnels, et que ces derniers ne peuvent par conséquent pas être abandonnés : le contexte actuel en est un de dualité. Elle insiste de plus sur le fait qu'alors que le numérique facilite l'accès du citoyen à la culture, qui la perçoit souvent comme « gratuite », il est essentiel que l'importance de la propriété intellectuelle et d'une rétribution juste et rigoureuse des créateurs soit réitérée.

Dans le troisième cas, enfin, la SODEP affirme la nécessité d'un accroissement du financement public de la culture en raison du fait que les coûts de cette dernière ne sont maintenant souvent plus assumés individuellement par chaque citoyen. Elle fait valoir l'importance d'un système de financement adapté aux différentes réalités auxquelles sont confrontés les acteurs culturels tout en prévenant l'ingérence.

UNE SOCIÉTÉ AU CŒUR DES CULTURES

Lorsque la Société de développement des périodiques culturels québécois (SODEP) a appris la tenue d'une consultation publique sur le renouvellement de la politique culturelle québécoise, elle a immédiatement saisi l'importance d'y faire entendre sa voix, qui se veut aussi celle de près d'une cinquantaine de revues dont elle est la représentante.

Fondée en 1978, la Société (qui s'appelait à l'époque l'Association des éditeurs de périodiques culturels québécois) est la doyenne mondiale des associations vouées à la défense et à la promotion des revues culturelles. Elle travaille à l'épanouissement, à la visibilité et à la diffusion de celles-ci, en plus de défendre les intérêts professionnels, éthiques et économiques de ses membres, auxquels elle offre des services administratifs. Elle favorise en outre les échanges internationaux et assure des rapports suivis avec les autres associations du milieu de l'édition, de l'enseignement et des médias. Il va donc sans dire que la SODEP est au cœur de la vie culturelle québécoise, et c'est d'autant plus vrai du fait que, à l'instar du ministère de la Culture et des Communications (MCC), elle embrasse une vision large de la culture : les revues qu'elle représente s'inscrivent à l'intérieur de huit grands axes, soit « Arts visuels », « Cinéma », « Création littéraire », « Culture et société », « Histoire et patrimoine », « Littérature », « Théâtre et musique » et « Théories et analyses ».

En ce sens, la SODEP ne peut que se réjouir de l'initiative du MCC d'articuler davantage la politique culturelle québécoise autour des maillages entre les différents volets de la culture et les autres domaines d'intervention. Pour s'assurer que la transition se passe bien et tienne compte de la situation particulière des périodiques culturels, qui ne peut être amalgamée ni à celle des magazines grand public, ni à celle de l'édition de livres, elle souhaite se prononcer dans ce mémoire sur trois des thèmes que le MCC a choisi de mettre en valeur à l'occasion de cette consultation, soit le rapport du citoyen à la culture, l'évolution de celle-ci dans un environnement numérique en transformation constante et la façon dont elle doit être financée.

LES REVUES CULTURELLES, UN PONT ENTRE LE CITOYEN ET LA CULTURE

Parmi les questions que suscite le renouvellement de la politique culturelle du Québec, plusieurs concernent l'accessibilité du citoyen à la culture. En réponse à la **question 20**, « ... quelles seraient les approches à privilégier pour joindre davantage les citoyens et mieux exploiter ces lieux importants (musées, bibliothèques, salles de spectacles, etc.) dans la vitalité des communautés? », il nous semble évident que les revues culturelles apportent une piste de solution qui mérite d'être explorée.

En 2013, la SODEP a commandé une *Étude sur le lectorat des revues culturelles*¹, dans laquelle sont compilées les réponses de 1 443 participants qui ont été sollicités au moyen d'un encart inséré dans les revues ou d'un courriel aux abonnés. Les résultats de cette étude, qui dresse un portrait des lecteurs à travers leurs habitudes de vie, montrent qu'il y a une corrélation indéniable entre la lecture de périodiques culturels et la consommation de la culture, qui passe notamment par ses hauts lieux : ainsi, au cours des douze derniers mois précédant le sondage, 98 % des répondants avaient fréquenté une librairie; 91 %, un musée ou une galerie d'art; 89 %, une bibliothèque; 89 %, un cinéma; 86 %, un spectacle de musique, de danse ou d'opéra; 78 %, un événement artistique (festival, foire, etc.); et 65 % avaient assisté à une pièce de théâtre. Ces résultats ne surprennent pas, puisque les périodiques culturels agissent à la fois comme créateurs et diffuseurs de culture. Ils contribuent à faire connaître au public les livres, les films, les œuvres d'art et les événements culturels, en même temps qu'ils participent à la circulation des idées, notamment par la mise en place d'un espace dédié au dialogue critique. Ils éveillent chez le citoyen une curiosité qui pourra ensuite être assouvie, entre autres, par le réseau d'équipements culturels et d'organismes soutenus par le MCC, le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC). Pour cette raison, il est nécessaire que le Ministère, au sein de sa nouvelle politique culturelle, reconnaisse le rôle majeur joué par les revues culturelles en matière de diffusion de la culture, qu'il y voie des alliées lui permettant de rejoindre les citoyens (que ce soit au moyen de l'imprimé ou de la version numérique) et de leur faire découvrir l'ensemble des projets artistiques, sociaux et patrimoniaux québécois.

Cela dit, s'il est évident que les revues contribuent à nourrir un intérêt pour la consommation de produits culturels, on ne peut nier la symétrie de cette relation, c'est-à-dire que les consommateurs de culture auront davantage tendance à s'intéresser aux périodiques culturels. Pour cette raison, la SODEP tient aussi à prendre position sur les **questions 14 et 16**, qui demandent, pour la première, « comment donner un nouvel élan à l'éducation culturelle et artistique » et si on peut « imaginer un meilleur maillage entre l'école et les milieux culturels », et, pour la deuxième, « comment mieux soutenir le potentiel créatif des jeunes et leur engagement en faveur de la culture ». Dans les deux cas, il nous semble que la réponse passe indéniablement par l'éducation, à commencer par les niveaux primaire et secondaire. Si le *Cahier de consultation* du MCC mentionne que, depuis l'adoption de la politique culturelle de 1992, « l'école s'est vu confier un rôle fondamental en matière d'éducation et de transmission de la culture chez les jeunes » (p. 16), les résultats ne nous paraissent pas suffisamment probants et montrent que cette ligne de conduite doit non seulement être encore suivie, mais plus

¹ *Étude sur le lectorat des revues culturelles*, réalisée par Extract Recherche Marketing en septembre 2013 pour le compte de la SODEP.

resserrée. Dans la mesure où la corrélation entre la consommation de biens culturels et la lecture de périodiques culturels est établie, il est inquiétant de constater que seulement 25 % du lectorat de ces derniers est âgé de moins de 34 ans, et que ce chiffre passe à seulement 6 % quand on s'en tient aux lecteurs de moins de 25 ans². C'est dire que le système d'éducation, depuis 1992, n'a pas pleinement réussi à susciter un engouement pour la culture. Nous croyons qu'il est nécessaire que la nouvelle politique mette davantage l'accent sur cette relation, et que les périodiques culturels devraient sur ce plan jouer un rôle d'importance : les enseignants gagneraient à connaître les revues pour s'en inspirer lorsqu'il s'agit d'initier leurs élèves à la culture, et les élèves eux-mêmes, dès le secondaire, pourraient être mis en contact avec les périodiques culturels, en ligne ou sur papier, de manière à ce que ces derniers les suivent une fois leur parcours scolaire terminé et continuent à éveiller leur curiosité pour les différentes sphères de la culture. Nous sommes aussi d'avis que, parmi les « volets de la chaîne culturelle » que propose le MCC dans son *Cahier de consultation (question 13)*, c'est le premier, soit « la formation des créateurs, des travailleurs et des entrepreneurs culturels », qui requiert le plus d'attention, et que celle-ci doit passer dans un premier temps par l'éducation. Les emplois liés à la culture s'apparentent bien souvent à une vocation : ils exigent une grande somme de passion et d'investissements personnels, et rares sont ceux qui travaillent dans le domaine sans être d'abord passés par le bénévolat.

LE NUMÉRIQUE, NON PAS RÉVOLUTION, MAIS TRANSFORMATION

Si on a l'impression que les jeunes s'intéressent moins à la culture, ou du moins à la culture québécoise et à ses formes conventionnelles, il faut garder en tête que leur éveil s'est fait en phase avec le virage numérique qui a marqué le début du troisième millénaire. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle Gérald Grandmont cerne, dans son dernier ouvrage sur les politiques culturelles, « une tâche prioritaire, à savoir se tourner vers les jeunes publics et leur sensibilisation à la culture par les TIC (Technologies de l'information et de la communication)³ ». Cette tâche est nécessaire autant pour contribuer à l'éveil culturel des jeunes que pour assurer la pérennité des productions culturelles. Ainsi, les périodiques se sont appliqués ces dernières années à suivre ce virage, auquel a d'ailleurs largement contribué la SODEP par son *Étude sur la commercialisation et la diffusion des contenus numériques des revues membres* (2008), qui a mené à la réalisation d'un vaste projet de valorisation des revues culturelles québécoises, en collaboration avec la plateforme Érudit, qui a pour mission de diffuser et de promouvoir la recherche et la création.

² *Ibid.*, p. 13.

³ Gérald Grandmont, *La culture, un capital à faire fructifier. Regards sur l'action publique*, Montréal, Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux, Presses HEC Montréal, 2016, p. 142

Ce travail colossal s'est traduit par la numérisation de plus de 250 000 pages d'archives, soit plus de 50 ans d'histoire artistique et culturelle. Cette réalisation et la suite (la numérisation des numéros courants) ont contribué, notamment grâce à la SODEP, à un positionnement opportun et nécessaire des revues culturelles québécoises au sein du marché de l'abonnement numérique. Il s'agit cependant d'une adaptation et d'une évolution perpétuelles, et la SODEP continue d'accompagner les revues dans leur transformation pour intégrer le numérique, par exemple au moyen d'une récente entente avec l'agrégateur ANEL-De Marque pour la vente des fichiers numériques des revues membres et la mise en place, sur le site Internet de la Société, d'un kiosque numérique. Des plateformes qui permettent à ses revues membres d'accroître leur rayonnement et leurs revenus (ventes unitaires et abonnements).

Toutes ces innovations, cependant, engendrent des coûts importants, et il est encore difficile d'en évaluer les retombées. Les revues culturelles, qui sont souvent des revues de niche et qui touchent un public restreint⁴ sont désavantagées dans un contexte où elles doivent rivaliser avec des magazines commerciaux et une mer de produits américains et européens bénéficiant d'un bassin d'acheteurs beaucoup plus élevé pour permettre l'amortissement des coûts de production. Le MCC a raison de rappeler, dans son cahier décrivant le contexte général actuel, que les ménages québécois dépensent désormais moins du côté des revues et périodiques (p. 17), et, dans son *Cahier de consultation*, que « les artistes et les entreprises culturelles du Québec [...] sont en concurrence avec les créateurs du monde entier » et que leur « "découvrabilité" [...] dans l'espace numérique, particulièrement celles francophones, pos[e] d'importants défis » (p. 12). La nouvelle politique culturelle québécoise de même que le gouvernement du Québec et les organismes subventionnaires devront donc tenir compte de cette réalité. On nous demande par exemple « comment assurer le financement des contenus dans un univers virtuel où le partage et la gratuité sont rois » (**question 8**); or, il est difficile d'imaginer à cette question une réponse qui ne passe pas par un accroissement du financement public. Les citoyens ont maintenant accès, grâce à Internet, à un bassin de culture extrêmement important. Les productions de masse ont réussi à saisir là une nouvelle occasion de profit, mais pour les contenus plus informatifs, pédagogiques ou de niche, comme ceux des revues culturelles, la pyramide s'est inversée : alors que, sous le règne du papier, chaque individu s'abonnait aux revues qui l'intéressaient, les citoyens ont aujourd'hui accès aux mêmes contenus, en ligne, pourvu qu'ils aient un abonnement à BAnQ, à titre d'exemple.

En tant que société, nous devons nous réjouir de cette situation, qui favorise l'accès du citoyen à la culture et au savoir. Toutefois, nous devons aussi accepter que cet avantage vienne avec un coût, et que ce coût, s'il n'est plus assumé individuellement, doive l'être

⁴ Par exemple, 45 % de leurs lecteurs détiennent une maîtrise ou un doctorat. (*Étude sur le lectorat des revues culturelles*, p. 14.)

socialement, c'est-à-dire par une augmentation de l'enveloppe budgétaire publique consacrée au poste culturel.

C'est aussi la réponse à une autre interrogation du MCC, c'est-à-dire comment améliorer la visibilité des contenus culturels québécois, particulièrement francophones, sur Internet (**question 7**) : le Québec s'est déjà doté de nombreuses structures qui offrent une visibilité à ses productions culturelles, telles que les bibliothèques publiques, Érudit et les entrepôts numériques — pour ne mentionner que celles liées au domaine des périodiques —, et il n'en tient qu'à l'État de veiller à ce que les créateurs québécois, francophones en particulier, aient les moyens financiers nécessaires à la poursuite de leurs activités pour continuer d'être présents sur ces structures. Si nous nous en remettons aux lois du marché, nous ne pourrions assurer la pérennité ni de la culture québécoise, ni de la langue française en sol nord-américain. Les lois du marché, d'ailleurs, favorisent en ce moment l'idée que la culture, dont les supports sont moins tangibles qu'autrefois, devrait être gratuite. Or, nous croyons que la nouvelle politique culturelle devrait participer à combattre cette idée reçue en insistant sur l'importance de la propriété intellectuelle (idée qui devrait notamment passer par l'éducation) et promouvoir un resserrement de la réglementation en matière de paiement de droits d'auteurs (**question 9**), auquel les bibliothèques et les institutions d'enseignement ne devraient en aucun cas être en mesure de se soustraire. Comme le dit Gérald Grandmont, « le numérique a fait disparaître la notion de rareté du bien, notion qui lui conférait une valeur économique »; or, « si une œuvre est en voie de perdre sa valeur économique, même si son droit moral peut continuer à exister, n'est-elle pas en train d'acquérir une valeur de service au citoyen qui, elle, pourrait se nourrir de paiements de redevances⁵ »?

D'ailleurs, une erreur fréquente consiste à croire que les dépenses des périodiques ont diminué au même rythme que leurs revenus. Dans son cahier sur le contexte général, le MCC mentionne qu'« [h]abituellement, les produits de la culture franchissent les étapes de la recherche, de la création, de la production, de la diffusion ou de la distribution avant d'être accessibles à la population », mais que « les nouvelles technologies transforment radicalement ce cycle, puisque certains biens ou services peuvent maintenant passer directement du créateur au consommateur » (p. 13). Nous ne pouvons pas parler ici pour les autres domaines de la culture, mais nous sentons le besoin de spécifier que le numérique n'a pas apporté de transformation radicale à ce cycle en ce qui concerne l'édition de revues culturelles, dont la qualité doit toujours être assurée par une multitude d'acteurs, tels que les directeurs littéraires ou rédacteurs en chef, les réviseurs et les graphistes, sans compter les secrétaires de rédaction et les adjoints administratifs. Les coûts de diffusion et de distribution, s'ils se sont dans

⁵ Gérald Grandmont, *op. cit.*, p. 148.

certains cas déplacés, ne sont pas disparus pour autant. Les seuls postes de dépenses susceptibles d'avoir diminué sont ceux associés à l'impression et à l'expédition. Du reste, l'avènement du numérique n'annonce pas la fin du papier. Au contraire, 85 % des lecteurs ont une préférence pour le format papier, tandis que seulement 2 % d'entre eux penchent vers le numérique (les autres n'ont aucune préférence ou ne savent pas)⁶. Ignacio Ramonet, ancien directeur du *Monde diplomatique* et spécialiste des médias, rappelle aussi que « l'information en ligne demeure tributaire des anciens supports : 80 % des liens que l'on retrouve sur les sites, les blogues ou les réseaux sociaux américains renvoient à des médias traditionnels⁷ »; ainsi, pour les citoyens, la publication papier agirait comme un sceau d'excellence, la qualité d'un site web étant parfois difficile à évaluer. Si on ajoute à cela que, dans 17 % des cas, le premier contact avec une revue se fait dans un kiosque ou une librairie⁸, on comprend que les périodiques ne peuvent pas actuellement renoncer à l'édition papier. Il sera important que la nouvelle politique culturelle tienne compte de cette réalité, afin que les organismes subventionnaires qui s'en inspireront comprennent que le contexte n'est pas radicalement transformé, mais bien « en transformation », et que d'exiger des productions culturelles qu'elles évoluent plus rapidement que les goûts et les habitudes de leur public pourrait être lourd de conséquences.

GOVERNANCE ET FINANCEMENT : FAIRE CONFIANCE AUX CRÉATEURS

L'un des acquis importants de la politique culturelle de 1992 est qu'elle a mené à la création du CALQ, qui supporte les artistes d'ici depuis maintenant près de 25 ans. Cette aide est essentielle et extrêmement appréciée des professionnels du milieu culturel (**question 37**). Cela étant dit, de récentes informations au sujet des nouvelles mesures d'évaluation des projets par cette instance subventionnaire créent une inquiétude dans le milieu, en laissant planer le spectre d'une immixtion dans la gouvernance des organismes subventionnés. Nous croyons qu'il est nécessaire que les organismes culturels conservent leur liberté financière, qui est inhérente à leur liberté intellectuelle. Ces derniers doivent avoir la possibilité d'explorer de nouvelles avenues sans se voir confinés à des limites qu'aura déterminées une certaine préconception de la culture. On comprend que l'étau se resserre : comme le rappelle Gérald Grandmont, « sur la période s'étendant de 1985-1986 à 2013-2014, la croissance annuelle moyenne des dépenses directes du gouvernement atteint 4,5 % alors que celle de la culture et des communications n'atteint que 3,4 %⁹ ». Parallèlement, le nombre de projets culturels qui voient le jour semble suivre une ascension croissante, ce qui force le CALQ à diviser

⁶ *Étude sur le lectorat des revues culturelles*, p. 35.

⁷ Ignacio Ramonet, *L'explosion du journalisme*, Paris, Galilée, coll. « Espace critique », 2011, p. 14.

⁸ *Étude sur le lectorat des revues culturelles*, p. 4.

⁹ Gérald Grandmont, *op. cit.*, p. 144.

son enveloppe de façon encore plus rigoureuse. À travers cette conjoncture, nous devons absolument éviter que la distribution du soutien public suive une pente utilitariste, en se basant sur une considération des résultats à court terme.

S'il y a une amélioration qui s'avère nécessaire au système actuel de financement de la culture (**question 36**), outre une augmentation de la portion du budget provincial consacrée à ce poste, elle concerne donc la confiance des subventionnaires envers les organismes qu'ils soutiennent. Ces instances ne devraient pas se transformer au point que leurs décisions administratives fragiliseraient des organisations déjà précaires ou dénatureraient le mandat de celles-ci. Nous attendons des subventionnaires qu'ils soient compréhensifs et à l'écoute des changements de l'industrie : les créateurs connaissent les réalités auxquelles ils sont confrontés et il est essentiel qu'ils soient écoutés lorsqu'ils décrivent les besoins et contraintes qui leur sont inhérents.

En accord avec la conjoncture que nous avons décrite dans ce mémoire, nous recommandons au MCC de rédiger une politique culturelle :

- Qui reconnaît la particularité des périodiques culturels et leur importance à titre de diffuseurs de culture, et qui propose par conséquent de les traiter comme des médiateurs de premier ordre entre les productions culturelles et les citoyens;
- Qui insiste sur l'importance de l'éducation dans l'éveil culturel des citoyens de demain et annonce dans cette optique le renforcement d'une collaboration avec le ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur;
- Qui tient compte des changements apportés à la sphère culturelle par le virage numérique, tout en réaffirmant l'importance des supports traditionnels de la culture, auxquels les études montrent que les citoyens sont encore attachés;
- Qui rappelle l'importance de la propriété intellectuelle et d'une rétribution juste et rigoureuse des créateurs, dans un contexte où la culture est souvent perçue comme libre et gratuite;
- Qui affirme la nécessité d'un accroissement du financement public de la culture en raison du fait que les coûts de cette dernière ne sont maintenant plus assumés individuellement par chaque citoyen quoiqu'elle soit de plus en plus accessible à l'ensemble de la population québécoise.

Rédigé par Carmélie Jacob, membre du conseil d'administration, sous la présidence d'Éric Perron



Éric Perron, président