

supports et utilisant un amalgame de modes d'expression jadis sans liens<sup>24</sup>. D'une certaine façon, le monde des arts classiques s'est élargi en donnant naissance à des champs de production culturelle qui peuvent s'y apparenter sans les avoir fait disparaître et qui peuvent être vus comme des extensions des premiers. On est passé de la littérature à l'imprimé, de la musique à l'enregistrement sonore, du théâtre aux programmes de télévision, de la danse et du chant aux vidéos-clips, etc. Émancipation parce qu'en sus de la reproductibilité des oeuvres, ce siècle a vu l'émergence de nouveaux médias et modes de communication qui ont accru encore la visibilité, l'accessibilité, la diffusion et la distribution des biens culturels. Émancipation parce que ces médias et ces modes de communication ont élargi à un plus grand nombre la possibilité de devenir eux-mêmes des producteurs culturels.

Mais danger aussi, parce que l'industrialisation de la culture peut, selon la façon avec laquelle elle s'opère, amener une « commodification » de la culture. Danger parce qu'elle risque, selon le mode de régulation qu'on lui applique, de restreindre l'étendue de la production culturelle à ce que l'industrie juge utile d'offrir. Dans ce cas, cette industrialisation va à l'encontre de la diversité culturelle puisqu'elle restreint l'offre, et par le fait même, le choix. Danger, encore, parce que l'acte de création en matière de culture, jadis lié directement au créateur, est de plus en plus « édité » et se perd dans un procès de production où le créateur perd de son pouvoir<sup>25</sup>. L'industrialisation de la culture peut représenter un danger pour la culture dans la mesure où elle tente de lui appliquer des modes de gestion et de régulation non appropriés qui la vident de son sens même. Et ce danger se concrétise justement aujourd'hui dans les débats sur la place même que devrait occuper la culture dans les accords internationaux de nature économique. Danger, doit-on souligner, parce que l'industrialisation, conjuguée à l'internationalisation et au commercialisme, réduit le sens de la culture dont on vient de discuter. Il convient de nous arrêter plus longuement sur ce problème.

<sup>24</sup> Les produits multimédias en sont le meilleur exemple.

<sup>25</sup> En effet, entre le créateur et le public se retrouvent aujourd'hui un nombre important d'intervenants, producteurs, distributeurs et spécialistes du marketing par exemple, qui exercent une influence sur les produits culturels.