

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Историко-филологический факультет
Кафедра истории России и зарубежных стран

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИХ ИДЕЙ В РЕКЛАМЕ И ПИАРЕ В ХОДЕ
ПРОВЕДЕНИЯ РЕФЕРЕНДУМОВ О НЕЗАВИСИМОСТИ КВЕБЕКА

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
Канд. полит. наук, доцент
Зорин В.А.

(подпись)

Выполнил студент: Куклева Анна Валерьевна
группы ИМ-202 очной формы обучения
направления подготовки (специальности)
46.04.01. История, профиль «Европейские и
американские исследования»

(подпись)

Нормоконтроль
Выдрин О.В.
Старший преподаватель

(подпись)

Руководитель
Ражев Александр Викторович
Должность: доцент кафедры политических наук
и международных отношений
Ученая степень: канд. ист. наук

(подпись)

Челябинск
2020

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА 1. Квебек и франкоканадский национализм во второй половине XX в.	12
1.1. Основные тенденции развития франкоканадского национализма после Второй мировой войны	12
1.2. Квебек в составе канадской федерации: трудности сосуществования	29
ГЛАВА 2. Особенности политико-экономического развития Квебека в период с 1980 по 1995 гг.	43
2.1. Оценка политико-экономической взаимозависимости в период проведения референдумов о независимости Квебека и роль политической рекламы	43
2.2. Особенности квебекского рынка в контексте развития национальной идентичности	54
ГЛАВА 3. Использование националистических идей как тенденция рекламного развития в Канаде	64
3.1. Франкоканадский национализм в рекламе и пиаре	64
3.2. Продвижение канадской идентичности	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	78
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	82
Источники	82
Литература	85

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Проблематика сепаратизма, связанная с националистическими движениями, уже много лет занимает особое место в исследованиях. Тенденции к распространению сепаратизма, направленного на политическое обособление отдельных этнических групп, ставят под угрозу территориальную целостность государств, становятся причиной межнациональных конфликтов, социально-экономических и политических проблем. Зачастую сепаратистские движения являются инструментом давления на центральное правительство с целью получения широких полномочий на местах. С такой ситуацией столкнулись центральное правительство Испании в 2017 г., когда Каталония объявила о намерении стать независимым государством и провела референдум, в Италии – Венето и Ломбардия, в Канаде – Квебек.

Особое место в изучении данной проблематики занимают способы формирования общественного мнения, и, в первую очередь, реклама. Являются ли националистические идеи в рекламе продуктом национального определения и движения или же их результатом? Находят ли они отражение в частных компаниях или же являются частью правительственной пропаганды? Имеют ли они значение в повседневной жизни франкоканадского общества или же общество не реагирует на подобные феномены?

Степень научной разработанности проблемы. Исследуемой проблематикой занимались многие отечественные, и в большей степени, зарубежные исследователи. Имеющуюся литературу можно разделить на несколько групп.

1. Политическая история Канады. Р. Рьендо¹ рассматривал особенности внутренней политики Канады, расставил акценты на квебекской проблеме, включая длительные дискуссии между провинциальным и федеральным

¹ Riendeau R. Brief History of Canada [Text] / R. A. Riendeau. – NY: Infobase Publishing. – 2007. – 444 p.

правительствами. В.А. Коленко, М. Конард² охарактеризовали основные этапы развития Французской Канады до начала XXI в., показали различные интерпретации решения национального вопроса Канадской федерации. Изучением канадского федерализма занимался Р. Уоттс³, он рассматривал эволюцию федерально-провинциальных отношений, выделял их характерные черты, выдвинул новые подходы к их интерпретации в контексте развития национализма.

2. Франкоканадский национализм и сепаратизм. Проблемой квебекского сепаратизма и национализма занимались многие исследователи. Среди них В.Ш. Агамогланов, В.С. Ажаева, О.И. Зазнаев, О.Ю. Казакова, И. Роббинс-Ларривэ⁴ выделили особенности развития франкоканадской самобытности в историческом контексте, обозначили причины обострения национального вопроса в Канаде, а также предпринятые меры федеральным правительством и их результаты. Кроме того, исследователи затрагивали такие вопросы, как политический контекст развития франкоканадского национализма, в т.ч. международная поддержка сепаратистских идей.

² Коленко В.А. Французская Канада в прошлом и настоящем: очерки истории Квебека, XVII-XX века. [Текст] // В.А. Коленко. – М.: Наука, 2006. – 317 с.; Conard, M. A. Concise History of Canada [Text] / M. A. Conard. –Cambridge: Cambridge University Press, 2012. – 210 p.

³ Watts R.L. Executive Federalism: A Comparative Analysis [Electronic resource] // Queen's University. – 1989. – Access mode: <https://www.queensu.ca/iigr/sites/webpublish.queensu.ca/iigrwww/files/files/pub/archive/researchpapers/Researchpaper26ExecutiveFederalismWatts.pdf>. Date of the application: 12.02.2020.

⁴ Агамогланов, В. Ш. Обострение национального вопроса в условиях общего кризиса капитализма (на примере Канады) [Текст] / В. Ш. Агамогланов. – М., 1976. – 213 с.; Ажаева В.С. Канада: тенденции социально-политического развития. М.: ИНИОН РАН, 2001. – 84 с.; Зазнаев, О. И. Канадская национальная идентичность: проблемы формирования. [Текст] / О. И. Зазнаев. // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2012. – №1. – С. 226-233.; Казакова, О. Ю. Феномен квебекской нации с точки зрения исторической антропологии [Текст] / О. Ю. Казакова. // Канадский ежегодник. – 2009. – №13. – С. 112-121; Robbins-Larrivee I. The roots of French Canadian nationalism and the Quebec separatist movement [Electronic resource] // The Concord Review. – 2013. – Access mode: <http://www.schoolinfosystem.org/pdf/2014/06/05Quebec24-2.pdf>. Date of the application: 01.04.2020.

3. Проблема экономического влияния референдума на Канаду, рисков отделения Квебека от Канады и особенности рынка Квебека отражаются в работах К. Сомерса, Л. Саважа и Д. Куртца⁵. Данные исследователи провели анализ экономических показателей и взаимозависимости политической неопределенности и экономического развития в контексте франкоканадского национализма. Представленные работы позволили выделить особенности рынка Квебека и портрет потребителей в отношении лояльности к рекламе.

4. Вопрос политической и коммерческой рекламы и пиара в рассматриваемый период был изучен Р. Берньером, Д. Роузом, Д. Притчардом, С. Виктором⁶. Данные работы позволили определить особенности политической рекламы в рассматриваемый период, отследить основные способы агитаций, использования националистических идей в рекламных кампаниях политических структур и частных компаний. В контексте развития общих рекламных практик в данный период, исследователи акцентировали внимание на местную

⁵ Somers K. Some economic dimensions of the sovereignty debate in Quebec: debt, GDP, and migration [Electronic resource] // Jstor. – 2014. – Access mode: <https://www.jstor.org/stable/43664605?seq=1>. Date of the application: 19.03.2020.; Savage L. Quebec Labour and the Referendums [Electronic resource] // Jstor. – 2008. – Access mode: <https://www.jstor.org/stable/27754404?read-now=1&refreqid=excelsior%3Abfad3d70c444958ba3d93502f4c80123&seq=1>. Date of the application: 15.04.2020.; Kurtz D. Contemporary Marketing [Electronic resource] // Google Books. – 2007. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=lf7VKtZcJlgC&pg=PA132&dq=feature+of+quebec+marketing++1990&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwipj8nSk4PqAhWQrIsKHcpqDdkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=feature%20of%20quebec%20marketing%20%201990&f=false>. Date of the application: 11.05.2020.

⁶ Bernier R. Un siècle de propagande ? : information, communication et marketing. [Text] / R. Bernier. – Québec: Presses de l'Université du Québec. – 2001. – 322 p.; Rose J. The Advertising of Politics and the Politics of Advertising [Electronic resource] // Queen's University. – 2000. – Access mode: <http://post.queensu.ca/~rosej/cics.pdf>. Date of the application: 28.05.2020.; Rose J. Government Advertising in a Crisis: The Quebec Referendum Precedent [Electronic resource] // Canadian Journal of Communication. – 1993. – Access mode: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/743/649>. Date of the application: 24.03.2020.; Pritchard D. Holding the Media Accountable: Citizens, Ethics, and the Law [Electronic resource] // Books Google. – 2000. – Access mode: https://books.google.ru/books?id=sAJ3A7jVCVMC&pg=PA93&lpg=PA93&dq=mass+media+during+quebec+referendum&source=bl&ots=vgl4k2DYmG&sig=ACfU3U2WxGjmT5ia_In5hwCwmutSJUBkXQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiem82DlrXoAhXSepoKHxWBCzI4ChDoATAFegQICAB#v=onepage&q=mass%20media%20during%20quebec%20referendum&f=false. Date of the application: 13.03.2020.; Victor S. I What does your national identity taste like? Ici, c'est Pepsi [Electronic resource] // Media Diversified. – 2016. – Access mode: <https://mediadiversified.org/2016/06/04/what-does-your-national-identity-taste-like-ici-cest-pepsi/>. Date of the application: 01.03.2020.

адаптацию рекламы, учитывая языковые и культурные различия англо- и франкоканадцев.

Объектом ВКР является феномен франкоканадского национализма, **предметом** – националистические идеи в рекламе и пиаре.

Цель: определить основные способы использования националистических идей в рекламе и пиаре в контексте развития франкоканадского национализма в 1980-1995 гг.

Задачи:

1. Определить основные этапы развития франкоканадского национализма во второй половине XX вв. и раскрыть их содержание.
2. Проследить развитие взаимоотношений Квебека и федерального правительства в указанный период и выявить их основные проблемы и результаты.
3. Проанализировать особенности политико-экономического развития Квебека в период между референдумами о независимости.
4. Раскрыть содержание националистических идей в рекламе и пиаре на рынке Квебека.
5. Определить влияние и значение использования националистических идей в рекламе и пиаре в Квебеке и остальной части Канады.

Хронологические рамки: 1944 – 1995 гг. Нижняя граница обусловлена приходом к власти в Квебеке националистически настроенного лидера М. Дюплесси, заложившего основу к началу «Тихой революции», направленной на расширение автономии Квебека путем разграничения жизненного пространства между англоканадцами и франкоканадской общиной. Верхняя граница обусловлена проведением второго референдума о независимости Квебека.

Источниковую базу исследования составляют следующие группы источников:

1. Конституция Канады, обеспечивающая юридическое оформление канадского федерализма, – Акт о Британской Северной Америке (Конституционный акт 1867 года⁷) и Конституционный акт 1982 г.⁸.

2. Правительственные документы, законодательные акты, выработанные федеральным центром с 60-х гг. XX в. в рамках регулирования проблемы квебекского сепаратизма. К ним относятся проекты конституционных реформ, инициированные консервативным правительством во главе с Брайаном Малруни, – Мичское и Шарлоттаунское соглашения⁹.

3. Выступления высших должностных лиц Канады, посвященные национальным и политическим проблемам страны и выражающие их позицию по отношению к проводимым мероприятиям по урегулированию франко-канадской проблемы: статья премьер-министра П.Э. Трюдо¹⁰, выступления премьера Ньюфаундленда К. Уэллса¹¹, позволившие выявить полемику вокруг инициатив канадского правительства по внесению поправок в

⁷ Constitution Act [Electronic resource] // Justice Laws Website. – 1867. –Access mode: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-1.html>. Date of the application: 01.02.2020.

⁸ Constitution Act [Electronic resource] // Justice Laws Website. – 1982. –Access mode: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-15.html#h-38>. Date of the application: 08.04.2019.

⁹ Constitutional Accord [Electronic resource] // The Solon Law Archive. –1987. – Access mode: <https://www.solon.org/Constitutions/Canada/English/Proposals/MeechLake.html>. Date of the application: 08.04.2019.; Charlottetown Accord: Document [Electronic resource] // The Canadian Encyclopedia. – 1992. – Access mode: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/charlottetown-accord-document>. Date of the application: 21.01.2020.

¹⁰ Trudeau P.-E. Say Goodbye to the Dream of One Canada. 27 August 1987 // PrimaryDocuments.ca – Canadian Constitution Foundation. Access mode: <https://www.solon.org/Constitutions/Canada/English/Arguments/trudeau%20-%20say%20goodbye%20to%20the%20dream%20of%20one%20canada.pdf>.

¹¹ Wells C. Reforming the Amending Formula: the Case for a Constitutional Convention [Electronic resource] // Constitutional Forum. – 1990. Access mode: https://journals.library.ualberta.ca/constitutional_forum/index.php/constitutional_forum/article/view/11919/9071. Date of the application: 11.04.2020.

конституцию, выступление Р. Левека¹², позволившее определить официальную позицию премьер-министра Квебека о статусе провинции. А также достижению этой задачи способствовали документы политических партий, с помощью которых было определены национальные идеи политических кругов Квебека¹³.

4. Официальные результаты провинциальных референдумов по вопросу о независимости провинции Квебек – 1980 и 1995 гг.¹⁴.

5. СМИ и публицистика. Источники СМИ позволили определить обозначение квебекской проблемы в медиа пространстве, особенно в период референдума 1995 г.¹⁵. Особое место в исследовании занимают рекламные ролики¹⁶ правительственных проектов и частных компаний. Данный вид

¹² Point de Mire sur René Lévesque, Épisode 10 : Le départ, Radio-Canada access mode: <https://ici.radio-canada.ca/radio/profondeur/renelevesque/episode10.html>.

¹³ La solution. Le programme du Parti québécois présenté par René Lévesque. 1970. Access mode: http://classiques.uqac.ca/collection_documents/parti_quebecois/la_solution/la_solution.pdf., Programme du parti québécois de 1987. Access mode: <https://archive.org/details/Programme1987>.

¹⁴ The 1980 referendum question and an extract of the Official Report of the Directeur général des élections (results) / Québec's Positions on Constitutional and Intergovernmental Issues from 1936 to March 2001 [Electronic resource] // Secrétariat du Québec aux relations canadiennes. – 2001. – Access mode: https://www.sqrc.gouv.qc.ca/documents/positions-historiques/positions-du-qc/part3/Document12_en.pdf. Date of the application: 01.04.2019.; Resolution of the Québec National Assembly on the 1995 referendum question and an extract of the Official Report of the Directeur général des élections (results) / Québec's Positions on Constitutional and Intergovernmental Issues from 1936 to March 2001 [Electronic resource] // Secrétariat du Québec aux relations canadiennes. – 2001. – Access mode: https://www.sqrc.gouv.qc.ca/documents/positions-historiques/positions-du-qc/part3/Document31_en.pdf. Date of the application: 15.01.2020.

¹⁵ «No» side illegally spent \$539K in Quebec referendum: report [Electronic resource] // CBN. – 2007. – Access mode: <https://www.cbc.ca/news/canada/montreal/no-side-illegally-spent-539k-in-quebec-referendum-report-1.671841>. Date of the application: 17.03.2020.; Separation Anxiety: The 1995 Quebec Referendum [Electronic resource] // CBC Canada. – Access mode: <https://www.cbc.ca/archives/topic/separation-anxiety-the-1995-quebec-referendum>. Date of the application: 15.03.2020.

¹⁶ I am Canadian [Electronic resource] // YouTube. – 2000. – Access mode: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJZbEqBZuuWeQuU_BwyZzvwb8mE3Knrkc. Date of the application: 25.04.2020.; Les Bâtisseurs d'Eau [Electronic resource] // YouTube. – 2014. – Access mode: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJZbEqBZuuWeQuU_BwyZzvwb8mE3Knrkc. Date of the application: 25.03.2020.

источников позволил проанализировать используемые националистические идеи и отсылки к ним.

6. Законодательство в сфере рекламы¹⁷ отражает общее представление о рекламе в указанный период, раскрывая основные принципы и устоявшиеся нормы использования.

Теоретико-методологическая база исследования. Исследование основано на междисциплинарном исследовании феномена национализма в провинции Квебек. При этом модернистская парадигма изучения национализма является определяющей парадигмой исследования, в рамках которой национализм рассматривается как программа национального строительства или светская идеология, целью которой является создание и воспроизводство государств-наций. По мнению Э. Геллнера «два человека принадлежат к одной нации только в том случае, если... они признают принадлежность друг друга к этой нации. Иными словами, нации делает человек, нации — это продукт человеческих убеждений, пристрастий и склонностей»¹⁸. Соответственно, изначально национализм имел массовый демократический характер и был связан с борьбой народов за право самим определять свою судьбу в рамках своих собственных государств. В основе работы лежит концепция «банального национализма», которую М. Биллиг относит к методам, с помощью которых идея отдельной нации конструируется и увековечивается, как в обществе в целом, так и в сознании отдельных граждан. М. Биллиг описывает способ, которым политические элиты практикуют эту конструкцию, посредством того, что он называет «постоянным замалчиванием» или «напоминанием о

¹⁷ Guidelines for TV and radio broadcasters and TV service providers during an election [Electronic resource] // Government of Canada. – 2018. – Access mode: <https://crtc.gc.ca/eng/industr/tvradio/guidelec.htm#a2>. Date of the application: 28.04.2020.; The Canadian Code of Advertising Standards [Electronic resource] // Ad Standards. – 2019. – Access mode: <https://adstandards.ca/code/the-code-online/>. Date of the application: 09.03.2020.

¹⁸ Gellner E. Nations and Nationalism. – Ithaca: Cornell University Press. – 2008. – P. 101.

национальной принадлежности»¹⁹, т. е. посредством частых, многочисленных и незаметных ссылок на национальное единство. Эти ссылки включены в политический и медийный дискурсы, а также вплетены в физическую среду граждан, что наиболее очевидно, в форме национального флага.

Несмотря на их распространенность, эти напоминания о национальной принадлежности обычно настолько тонки, «так знакомы, так постоянны», что они «неосознанно регистрируются» населением большую часть времени. Биллиг выделяет две формы национализма: «горячий национализм» и «банальный»²⁰. Он указывает, что граждане большинства развитых национальных государств в значительной степени слепы к связи между этими двумя понятиями, приписывая свои собственные националистические чувства совершенно рациональному и здоровому патриотизму в отличие от «иррациональной силы национализма»²¹.

В этом смысле, теория М. Биллига помогает раскрыть тему национализма в Квебеке, опираясь на повторяющиеся явления, направленные на проникновение националистических идей в общество. К этому можно отнести символику «наций» и сложившийся ассоциативный ряд с цветовой гаммой национальных символов, который проявлялся и в рекламных кампаниях; постоянство политического дискурса, насыщенного коннотативными смыслами и яркими лозунгами, апеллирующему к национальной идентичности франкоканадцев и англоканадцев. Таким образом, реклама становится главным инструментом в достижении национального определения, что непосредственно связано с преодолением «банального национализма» и его переходом в «горячий национализм», выразившийся в референдумах о независимости Квебека.

¹⁹ Billig M. Banal Nationalism. – London: SAGE Publications. – 1995. – P. 8.

²⁰ Billig M. Banal Nationalism. – London: SAGE Publications. – 1995. – P. 46.

²¹ Ibid. P. 56.

Из общенаучных методов для анализа национализма был использован системный подход, рассматривающий эту идеологию в качестве многоуровневой системы взаимодействующих и взаимно обуславливающих друг друга элементов. В частности, в качестве структурных элементов национализма выделяются: (1) комплекс теоретических (идеологических) представлений; (2) непосредственные политические и общественные (например, система школьного образования) практики, направленные на утверждение и поддержание национальной идентичности; (3) эмоционально-психологическая составляющая (комплекс национальных чувств).

К методам, задействованным в рамках данного исследования, следует, в первую очередь, отнести метод анализа ситуации для рассмотрения квебекского кризиса, как и институциональный анализ для выявления организационно-правового контекста сепаратизма.

Компаративный подход заключается в выявлении особенностей развития франкоканадской нации во второй половине XX в. в составе Канады. В частности, были определены основные явления, которые проиллюстрировали характер проблемы существования франкоканадской нации в составе Канадской федерации в историческом контексте. Проведение сравнительного анализа программных документов Партии Квебекуа и политических требований со стороны Квебека было необходимо для нахождения различий и в разной степени совпадений, свидетельствующих об идейном развитии франкоканадского национализма и о тенденциях к сепаратизму. Такой подход обеспечил комплексное понимание характера проблемы сосуществования англоканадцев и франкоканадцев внутри одного государства во второй половине XX в.

Апробация. Некоторые аспекты исследования были представлены на Международной научной конференции VII канадские чтения «Россия и Канада: арктические гиганты» в СПбГУ (г. Санкт-Петербург), а также на научной

конференции «Гуманитарные исследования молодых учёных Южного Урала» в ЧелГУ (г. Челябинск).

Структура работы. В соответствии с поставленными целью и задачами, ВКР состоит из введения, трёх глав, заключения, списка источников и литературы.

ГЛАВА 1. Квебек и франкоканадский национализм

во второй половине XX в.

1.1. Основные тенденции развития франкоканадского национализма после Второй мировой войны

Проблемы сосуществования англоканадцев и франкоканадцев берут свое начало с эпохи колониализма²², однако после окончания Второй мировой войны национальное самосознание франкоканадцев стало стремительно развиваться. Политика федерального правительства в военное и послевоенное время подрывала социальную структуру традиционного франкоканадского общества и автономию провинции²³. В результате этого, на правительственных выборах Квебека в 1944 г. одержал победу Национальный союз во главе с М. Дюплесси – пронационально настроенная партия. Политику Национального союза поддерживали, преимущественно, население сельских и малых городов, значительная часть рабочего класса, а также представители англоязычного и американского бизнес-сообществ²⁴.

М. Дюплесси проводил политику в духе консерватизма, прежде всего, поддерживал высокую роль сельского хозяйства, религии, традиций и экономического развития. Национальный Союз продолжал оказывать помощь фермерам, защищать традиционную роль католической церкви в Квебеке и, в частности, ее присутствие в социальных и образовательных учреждениях²⁵.

²² Constitution Act // Justice Laws Website. – 1867. – URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-1.html>. (date of the application: 01.02.2020).

²³ Ferguson B. Social cohesion in Canada // CMS. – 2009. – URL: http://www.cms.fss.ulaval.ca/upload/soc/fichiers/social_cohesion_in_canada_s.l..pdf. (date of the application: 01.03.2020).

²⁴ Gagnon A.G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres : les Québécois s'interrogent sur leur avenir. Montréal, 1991. P. 53.

²⁵ Keating M. Nations against the State. Ontario, 1996. P. 81.

После Второй мировой войны федеральное правительство пыталось централизовать фискальные и законодательные полномочия в Канаде. Было создано несколько социальных программ, заключены новые налоговые соглашения со всеми провинциями, кроме Квебека, и создана система грантов для канадских университетов. М. Дюплесси в ответ на эти действия отстаивал традиционную позицию автономистов, тем самым продолжая федерально-провинциальную дискуссию. Он говорил в адрес центрального правительства: «Вы не должны распинать провинцию Квебек даже на золотом кресте»²⁶. Провинциальное законодательство правительства М. Дюплесси 1954 г. о подоходном налоге радикально пересмотрело налогово-бюджетные соглашения военного времени, что заложило основу последующего развития франкоканадского национализма²⁷.

Однако в экономических вопросах националистические ценности мало влияли на политику режима. Фактически, существовало противоречие между политическим национализмом, который практиковал М. Дюплесси, и огромными уступками, которые он предоставил иностранным инвесторам. Огромные участки в Северном Квебеке были переданы американским корпорациям, роялти были установлены на низких уровнях, и были предоставлены многочисленные налоговые льготы²⁸. Администрация Мориса Дюплесси, сотрудничая с традиционными клерикальными и мелкобуржуазными элитами, поощряла быструю эксплуатацию природных ресурсов Квебека американцами. Ни М. Дюплесси, ни его клерикальные и светские сторонники не проявляли особого понимания к проблемам растущего пролетариата, созданного экономическим бумом.

²⁶ Behiels M. D. Quebec since 1945 selected // Open Library. – 1987. – URL: https://openlibrary.org/books/OL2459212M/Quebec_since_1945. (date of the application: 26.11.2019).

²⁷ Коленко В.А. Французская Канада в прошлом и настоящем: очерки истории Квебека, XVII-XX века. М., 2006. С. 172.

²⁸ Keating M. Nations against the State. Ontario, 1996. P. 83.

В 1950 г. было образовано либерально направленное периодическое издание «Открытое общество», редактором которого был П.Э. Трюдо. Сителибристы, как стали называть членов этого общества, предприняли всесторонний, глубокий анализ социально-экономических и политических институтов Квебека и идеологии традиционного франкоканадского национализма, который, по их мнению, использовали известные клерикальные и профессиональные мелкобуржуазные организации и интеллигенция, чтобы сохранить контроль над франкоязычным обществом. Сителибристы хотели модернизировать и демократизировать франкоязычные и католические учреждения Квебека на всех уровнях и во всех сферах деятельности²⁹.

Сителибристы эффективно доказывали, что традиционный франкоканадский национализм привел к реакционной интерпретации общественной мысли католической церкви. Распространение этого национализма на политическом уровне сделало невозможным осуществление решений социально-экономических проблем, которые оказались выгодными для протестантских и «материалистических» англосаксов. В самом сердце политического и идеологического кризиса, с которым столкнулся франкоканадский национализм в 1940-1950-х гг., была его неспособность завоевать сердца и умы доминирующего франкоканадского рабочего класса. Решение кризиса заключалось не в том, чтобы, как предлагали Сителибристы, отказаться от национализма, а в том, чтобы переориентировать и переопределить его для удовлетворения потребностей современного Квебека. Франкоканадские неонационалисты приняли тот факт, что их общество больше было не сельскохозяйственным, а городским и промышленным. Задача, стоящая перед франкоканадским народом, заключалась в том, чтобы ассимилировать

²⁹ Riendeau, R.A. Brief History of Canada. NY., 2007. P. 72.

новый городской, промышленный, порядок и превратить его в преимущество оживленной франкоканадской нации³⁰.

Тем не менее, электоральная поддержка Национального союза оставалась стабильной в период с 1948 по 1956 гг. Даже на выборах 1960 г., после смерти М. Дюплесси, «Национальный союз» потерял всего пять процентов голосов избирателей. В то же время либералы предлагали программу реформ, символизируемую их лозунгом: «Время перемен!»³¹.

22 июня 1960 года Национальный союз был побежден либералами Ж. Лесажа, и Квебек вступил в период, который позднее назвали «Тихой революцией»³². Новое правительство взяло под контроль большинство учреждений в сфере образования, здравоохранения и социального обеспечения; оно приняло новый трудовой кодекс, что способствовало развитию экономического национализма; оно проводил агрессивную автономистскую политику в отношениях с Оттавой³³.

Впервые «Тихая революция» произошла в умах нового поколения франкоканадских неонационалистов и либеральных социал-демократов. Первая группа сформулировала видение динамичной, светской франкоканадской нации, основанной на городских, промышленных, реалиях Квебека. Для них отныне интервенционистское государство, а не церковь, должно было стать доминирующим институтом в защите и развитии возрожденной франкоканадской национальности³⁴. Либералы и социал-демократы в движении «Открытое общество» также выступали за демократизацию и секуляризацию

³⁰ Keating M. Nations against the State. Ontario, 1996. P. 99.

³¹ Gourevitch P. Politics, Economics and Nationalism: Some Comparative Speculations / P. Gourevitch. // Comparative Studies in Society and History. 1970. №3. P. 419.

³² Агамогланов В.Ш. Обострение национального вопроса в условиях общего кризиса капитализма (на примере Канады). М., 1976. С. 43.

³³ Herbert F. The Union Nationale: Quebec nationalism from Duplessis to Levesque / F. Herbert. // Canadian Journal of Political Science. 1981. №5. P. 264.

³⁴ Ажаева В.С. Канада: тенденции социально-политического развития. М., 2001. С. 81.

квебекского общества, но отвергали национализм, потому что считали, что он несовместим с либеральными и демократическими ценностями. В ретроспективе это была, прежде всего, идеологическая революция. Она была инициирована обновленным и возрожденным намерением интеллигенции франкоязычных стран, на основании социальной революции, которая установила бы ее в качестве доминирующего правящего класса в современном Квебеке. В основе «Тихой революции» лежала решимость неонационалистов добиться политического равенства для франкоканадского большинства Квебека³⁵.

Среди квебекских социологов складывается единодушное мнение о том, что Тихая революция и последующие реформы правительства являются результатом двух взаимодействующих факторов. Во-первых, в различных слоях населения существовала острая потребность в модернизации инфраструктуры Квебека и надстроек, чтобы они могли догнать остальную часть Северной Америки экономически, политически и культурно³⁶. Экономическая депрессия 1957 г. в сочетании с политическим давлением, исходящим от быстро меняющегося населения, вынудили правительство Квебека модернизировать общество, чтобы обеспечить экономический рост, полную занятость и социальный мир. Во-вторых, новообразованная мелкая буржуазия могла бы воспользоваться этой ситуацией и более или менее осознанно маневрировать, чтобы заменить Церковь как локально доминирующую гегемонистскую группу³⁷.

³⁵ Meadwell H. The Politics of Nationalism in Quebec // JSTOR. – 1993. – URL: <https://www.jstor.org/stable/2950658?read-now=1&refreqid=excelsior%3Afc393de6fdddfbd310c7738f036c5c56&seq=1>. (date of the application: 06.04.2020).

³⁶ Gourevitch P. Politics, Economics and Nationalism: Some Comparative Speculations, Comparative Studies in Society and History. 1970. P. 22.

³⁷ Gagnon A.G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres : les Québécois s'interrogent sur leur avenir. - Montréal, 1991. P. 123.

Администрация Ж. Лесажа за первые четыре года пребывания в должности добилась определенных успехов в длительной и ожесточенной борьбе за равенство франкоязычного большинства в Квебеке. Квебек сохранил полный контроль над финансированием своих университетов и отказался от многих совместных программ Оттавы в обмен на увеличение полномочий по прямому налогообложению. Квебеку также удалось сохранить контроль над собственной пенсионной системой. Правительство Ж. Лесажа в 1965 г. отказалось принять формулу Фултона-Фавро для репатриации Конституции. Во время менее чем триумфального тура по западным городам в сентябре 1965 г. Жан Лесаж повторил несколько объяснений и предупреждений, одним из которых была декларация о намерениях: «Мы хотим равенства двух народов, которые основали эту страну»³⁸.

В период, когда Национальное объединение вернуло власть в июне 1966 г., стало привычным ссылаться на «хронический кризис канадской Конституции»³⁹. В предварительном отчете Королевской комиссии по расследованию билингвизма и бикультурализма упоминалось: «в настоящее время Канада, не всегда явно, проходит через серьезный кризис своей истории... Все происходит так, как если бы обстоятельства, установленные в 1867 г. и с тех пор не подвергавшиеся серьезному сомнению, впервые не были отвергнуты франкоканадцами»⁴⁰.

При Д. Джонсоне Квебек добивался повышения статуса, занимая более значительную роль в международных делах посредством широкого круга программ культурного и технического обмена с другими франкоязычными странами⁴¹. Оттава отнеслась к данным попыткам Квебека вести

³⁸ Behiels M.D. Quebec since 1945 selected. 1987. // Open Library. – 1987. – URL: https://openlibrary.org/books/OL2459212M/Quebec_since_1945. (date of the application: 26.11.2019).

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Moniere D. Le Developpement des ideologies au Quebec des origines a nos jours. Montreal, 1977. P 36.

⁴¹ Немова Л.А. Квебек: особая модель хозяйственного развития и социальной политики. // Л.А. Немова. Канадский ежегодник. №12. 2008. С.75.

самостоятельную внешнюю политику категорично, подтверждая свою прерогативу вести переговоры от имени всех канадцев на мировой арене. Д. Джонсон в 1967 г. произнес новую националистическую точку зрения «Равенство или Независимость» на Межправительственной конференции⁴².

П. Трюдо стал премьер-министром в 1968 г. и ввел Закон об официальных языках, предоставляющий равный статус французскому языку на федеральной государственной службе. Однако данный факт не остановил стремительное развитие националистических идей.

Вопрос о конституционных правках оставался на повестке дня. Следующий проект «Викторианская хартия» представляла собой совокупность различных положений. Положения касались обновления формулировки поправок к разделу 94 (а) (контроль над социальной политикой) Британского акта о Северной Америке, отмены прав на резервирование и дезавуирование, основных прав (политических и языковых), организации Верховного и федеральных судов, процессы, касающиеся региональных различий, и, наконец, процедуры консультаций федерального правительства с провинциями⁴³.

Возражение было высказано по поводу основного права Квебека не отказываться от своей конституционной власти до того, как произойдет перераспределение полномочий. Ограниченная цель отказа от ратификации Хартии заключалась в решительном утверждении, что юрисдикция правительства Квебека в отношении всей социальной политики должна быть признана. Когда либералы под руководством Роберта Бурасса вернулись к власти в 1970 г., они столкнулись с растущим потоком неонационализма, отчасти со стороны Партии Квебекуа, которая получила 24% голосов избирателей. Еще раз,

⁴² Behiels M.D. Quebec since 1945 selected. // Open Library. – 1987. – URL: https://openlibrary.org/books/OL2459212M/Quebec_since_1945. (date of the application: 26.11.2019).

⁴³ Constitutional Conference - Victoria // Government of Canada. – 1971. – URL: <https://www.canada.ca/en/intergovernmental-affairs/services/federation/constitutional-conference-victoria-1971.html>. (date of the application: 14.11.2019).

премьер-министр провинции Квебек был вынужден отклонить сложный пакет конституционных реформ, согласованный в 1971 г. Оттавой и другими провинциями после продолжительных переговоров⁴⁴.

Был организован общий фронт оппозиции, проведены митинги протеста, распространены петиции. Три оппозиционные партии единодушно поддержали отказ. Большинство критических замечаний было сосредоточено на жесткой сделке с пакетом реформ «бери или уходи», который выглядел, как ультиматум. Поскольку в удовлетворительном решении ключевого вопроса социальной политики было отказано, шансы новой конституции, подходящей для Квебека, уменьшились. Заявление премьер-министра Р. Бурасса о негативном ответе было сформулировано как трезвое и умеренное.

Несмотря на это, его отношение было раскритиковано всей английской Канадой. После отказа в последнюю минуту от пакета реформ, как и с формулой Фултона-Фавро, авторитет Р. Бурасса был подорван в глазах правительства остальной части Канады⁴⁵.

В течение 1972-1974 гг. премьер-министр П. Трюдо не предпринимал серьезных попыток к реформированию Конституции. В 1974 г. премьер-министр готовился начать новую работу по репатриации, проект, который, по-видимому, был одним из двух его «великих планов»; другим было признание двух официальных языков⁴⁶. Это был четвертый раз с 1961 г. и десятый раз за пятьдесят лет, когда была предпринята попытка репатриировать канадскую

⁴⁴ Walls M. Quebec: Between Founding Nation and Sovereignty // ResearchGate. – 2010. – URL: https://www.researchgate.net/publication/281589718_Quebec_Between_Founding_Nation_and_Sovereignty. (date of the application: 05.04.2020).

⁴⁵ Behiels M.D. Quebec since 1945 selected. // Open Library. – 1987. – URL: https://openlibrary.org/books/OL2459212M/Quebec_since_1945. (date of the application: 26.11.2019).

⁴⁶ Trudeau P. E. Say Goodbye to the Dream of One Canada // The Solon Law Archive. – 1987. – URL: <https://www.solon.org/Constitutions/Canada/English/Arguments/trudeau%20-%20say%20goodbye%20to%20the%20dream%20of%20one%20canada.pdf>. (date of the application: 06.12.2019).

Конституцию⁴⁷. В апреле 1975 г. премьер-министр получил принципиальное соглашение о целесообразности репатриации Конституции в соответствии с формулой поправок, изложенной на конституционной конференции в Викторианской хартии. Другими словами, из десяти заголовков в конституционной хартии осталось только девять, имеющих отношение к изменению Конституции. На этот раз правительства западных провинций выступили против положения о большинстве. Их возражения были удовлетворены. Кроме того, некоторые правительства провинций настаивали на добавлении субъектов Верховного суда и региональных различий к формулам репатриации и поправкам, которые были согласованы в Виктории. Со своей стороны, премьер-министр Квебека претендовал на конституционные гарантии французского языка и культуры⁴⁸.

5 марта 1976 г. премьер-министр Канады встретился с премьер-министром Квебека, чтобы ознакомиться с намерениями франкоканадского правительства, прежде чем сделать следующий шаг для принятия конституционных правок. Это напряженное интервью показало, что репатриация не является приоритетом для Квебека, и что характер гарантий, на которых будет настаивать правительство Квебека, определит вопрос о распределении полномочий⁴⁹.

Еще раз, в 1976 г., после 1961, 1965 и 1971 гг., правительство Квебека остановило процесс репатриации Конституции. В своей исторической речи премьер-министр П. Трюдо подтвердил свое намерение в одностороннем порядке репатриировать Конституцию в случае необходимости. «Не только возможно, но и необходимо действовать в одностороннем порядке. После 110 лет ожидания... кому-то придется набраться достаточно смелости, чтобы пойти

⁴⁷ Gagnon A.G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres : les Québécois s'interrogent sur leur avenir. Montréal., 1991. P. 153.

⁴⁸ Moniere D. Le Developpement des ideologies au Quebec des origines a nos jours. Montreal., 1977. P 71.

⁴⁹ Ibid. P 74.

и получить ее!»⁵⁰. Через месяц он описал в Палате Общин три возможных варианта одностороннего процесса репатриации Конституции. Пьер Эллиот Трюдо, казалось, был полон решимости игнорировать «туманные тезисы культурного суверенитета» Роберта Бурасса⁵¹.

В 1968 г. была сформирована Партия Квебекуа (ПК) под руководством Рене Левека, бывшего министра в либеральном правительстве Жана Лесажа. В 1976 г. ПК победила на провинциальных выборах. Следует отметить, что данные события подразумевали новый этап в развитии франкоканадского национализма. Национализм в Квебеке в разное время ассоциировался со всеми точками политического спектра, от реакционного правого до революционного левого. Традиционный, клерикальный национализм исчез в 1960-х гг., но сам национализм получил новый импульс. Либеральный прогрессивный национализм возник, оторвался от католической традиции и привлек прогресс светских ценностей. Он бросил вызов церковной монополии в сфере образования и социальных услуг, а также учению по таким вопросам, как аборт. Этот либеральный национализм был тесно связан с экономическим развитием Квебека. Он лежал в основе интервенционистской политики 1960-х и 1970-х гг., которая использовала власть правительства, сначала для того, чтобы вырвать контроль из рук англоязычных бизнес-элит, а затем для расширения и развития экономической базы провинции. Это было связано с новой управленческой и технической элитой, которая произвела Тихую революцию и извлекла из нее пользу⁵².

Другие направления национализма были левыми. Был революционный, республиканский элемент, вдохновленный освободительной борьбой третьего

⁵⁰ Trudeau P. E. Say Goodbye to the Dream of One Canada // The Solon Law Archive. – 1987. – URL: <https://www.solon.org/Constitutions/Canada/English/Arguments/trudeau%20-%20say%20goodbye%20to%20the%20dream%20of%20one%20canada.pdf>. (date of the application: 06.12.2019).

⁵¹ Keating M. Nations against the State. Ontario., 1996. P. 111.

⁵² Behiels M.D. Quebec since 1945 selected. // Open Library. – 1987. – URL: https://openlibrary.org/books/OL2459212M/Quebec_since_1945. (date of the application: 26.11.2019).

мира 1960-х и 1970-х гг. Они идентифицировали Квебек и особенно франкоязычное население с угнетенным пролетариатом и связали социальное с национальным освобождением. «Национализм в Квебеке возрос, чтобы создать свободное государство на территории, все еще подверженной ограничениям колониального господства»⁵³. Была также социал-демократическая цепь, стремившаяся использовать власть государства для участия в экономическом планировании, расширении государственных услуг и обеспечении социального равенства⁵⁴. Трудовые споры, направленные против многонациональных корпораций, принимали как классовые, так и национальные аспекты. В течение 1960-х и 1970-х гг. между либеральными и социал-демократическими кругами существовал общий интерес к использованию правительства в социально-экономической модернизации. Правительство ПК с 1976 по 1985 гг. содержало оба элемента⁵⁵.

Впервые Р. Левеком были озвучены идеи обретения независимости прекрасной провинции – именно такое название Квебека становится крайне популярным среди франкоканадцев. Правительство Квебека обнародовало свое предложение о заключении соглашения с остальной частью Канады, основанного на равенстве наций. «Это соглашение позволило бы Квебеку приобрести исключительные полномочия принимать свои законы, взимать налоги и устанавливать отношения с мировым сообществом – другими словами, суверенитет – и в то же время поддерживать с Канадой экономическую ассоциацию, включающую единую валюту»⁵⁶.

⁵³ La solution. Le programme du Parti québécois présenté par René Lévesque // Université du Québec à Chicoutimi. – 1970. – URL: http://classiques.uqac.ca/collection_documents/parti_quebecois/la_solution/la_solution.html. (date of the application: 01.04.2019).

⁵⁴ Акимов Ю.Г. «Голлистская атака» или «война с ветряными мельницами»: Франция, Квебек и «остальная Канада» в 1960-е гг.//Канадский ежегодник. М. № 17. 2013. С. 106.

⁵⁵ Keating M. Nations against the State. Ontario, 1996. P. 89.

⁵⁶ La solution. Le programme du Parti québécois présenté par René Lévesque // Université du Québec à Chicoutimi. – 1970. – URL:

Вопрос о независимости был отклонен большинством голосов 60-40. Государственное строительство, однако, продолжалось в течение первого срока ПК. Государственная собственность была расширена, хотя и скромно. Трудовые отношения были реформированы. Квебек стал более активным на международной арене. Средний класс франкоязычных был расширен в государственном и частном секторах. Что наиболее важно, законопроект №101 значительно расширил использование французского языка во всех сферах деятельности⁵⁷.

После провала референдума о суверенитете в 1980 г. переговоры между правительством ПК и федеральным либеральным правительством провалились на фоне обвинений в недобросовестности и двуличии⁵⁸, и П. Трюдо приступил к репатриации конституции без согласия Квебека. Он считал, что федеральное правительство могло бы более эффективно решать языковые и другие правовые вопросы, если бы Канада имела контроль над собственной Конституцией⁵⁹. В 1982 г. был разработан проект Конституции Канады.

Статья 40 Закона о Конституции 1982 г. предусматривала финансовую компенсацию в случаях провинциального отказа, связанного исключительно с образованием или культурой. В каком-то смысле это было неявным признанием специфики квебекского общества⁶⁰. Парламентские дебаты по этой поправке от

http://classiques.uqac.ca/collection_documents/parti_quebécois/la_solution/la_solution.html. (date of the application: 01.04.2019).

⁵⁷ Charter of the French language // Legis Quebec. – 1977. – URL: <http://www.legisquebec.gouv.qc.ca/en/showdoc/cs/C-11>. (date of the application: 12.12.2019).

⁵⁸ Wells C. Reforming the Amending Formula: the Case for a Constitutional Convention // Constitutional Forum. – 1990. – URL: https://journals.library.ualberta.ca/constitutional_forum/index.php/constitutional_forum/article/view/11919/9071. (date of the application: 11.04.2020).

⁵⁹ Казакова О.Ю. Феномен квебекской нации с точки зрения исторической антропологии. Канадский ежегодник. 2009. №13. С. 114.

⁶⁰ Robbins-Larrivee Ir. The roots of French Canadian nationalism and the Quebec separatist movement // The Concord Review. – 2013. – URL: <http://www.schoolinfosystem.org/pdf/2014/06/05Quebec24-2.pdf>. (date of the application: 01.04.2020).

5 ноября 1981 г. фактически демонстрируют, что она была внесена для удовлетворения требований квебекуа. Другим примером признания специфики Квебека в Конституционном законе 1982 г. является раздел 59, в котором говорится, что критерий родного языка может применяться только с согласия правительства Квебека или Законодательного собрания⁶¹.

Однако она не была подписана Р. Левеком. Он заявил, что его провинция была предана⁶². Негативную реакцию данный конституционный проект вызвал и у другого лидера сепаратистского движения Л. Бушара: «Конституционный закон 1982 г. сократил полномочия Квебека в области языка и образования. Соответственно это и послужило отказу от ратификации данного документа»⁶³. Квебекские лидеры были не удовлетворены законодательным закреплением двуязычия⁶⁴, добиваясь признания исключительного статуса франкоканадцев.

Учитывая референдум 20 мая 1980 г., репатриация конституции должна рассматриваться в контексте интенсивной эволюции квебекского национализма. Основанный сначала на защите религии, национализм Квебека в начале 1960-х гг. был сформулирован с точки зрения признания французского языка официальным. Выборы Партии Квебекуа и обнародование Хартии французского языка (законопроект №101) были результатом этого второго этапа. Репатриация знаменует собой начало третьего этапа, основанного на единственной истинной мере защиты для любых людей, кем бы они ни были: их превосходство.

В отличие от П. Трюдо, Б. Малруни был настроен проводить более гибкую политику в отношении квебекской проблемы, в том числе в отношении к его международной деятельности. Вскоре после вступления в должность новый

⁶¹ Constitution Act // Justice Laws Website. – 1982. – URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-15.html#h-38>. (date of the application: 08.04.2019).

⁶² Young R. A. The Struggle for Quebec. Montréal., 1999. P. 96.

⁶³ Gagnon A.G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres: les Québécois s'interrogent sur leur avenir. Montréal., 1991. P. 123.

⁶⁴ Constitution Act // Justice Laws Website. – 1982. – URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-15.html#h-38>. (date of the application: 08.04.2019).

федеральный премьер-министр высказался в позитивном ключе относительно взаимодействия Квебека и Франции, которые обусловлены культурной идентичностью канадской провинции. Оттава впервые признала «легитимность прямых отношений между Парижем и Квебеком»⁶⁵, правда, с оговоркой, что вопросы федеральной компетенции не должны быть затронуты. Однако, данные меры не ослабили напряжения между федеральным и провинциальным правительством⁶⁶.

Еще одна попытка разрешить квебекскую проблему была реализована в проекте Мичских соглашений 1987 г. Были определены 5 ключевых модификаций:

1. Признание Квебека отдельным обществом;
2. Приверженность канадскому двуязычию;
3. Расширение провинциальных полномочий в отношении иммиграции;
4. Распространение и регулирование права на разумную финансовую компенсацию на любую провинцию, которая решает отказаться от любых будущих федеральных программ;
5. Вклад провинций в назначение сенаторов и судей Верховного Суда⁶⁷.

Данное соглашение удовлетворяло квебекское правительство, однако, Манитоба и Ньюфаундленд не ратифицировали документ. Провал Мичского соглашения в 1990 г. подтвердил отказ от признания «особого статуса» Квебека в составе федерации, в то время как в 1992 г. отказ от соглашения по Шарлоттауну⁶⁸ со стороны как английской, так и французской Канады

⁶⁵ Куклева А.В. Агитационная кампания сепаратистов и федералистов в преддверии референдумов 1980 и 1995 гг. в Квебеке // Россия и Канада: арктические гиганты: Материалы Седьмых Канадских чтений. СПб., 5–6 апреля 2019 г. Часть II. СПб., 2019. С. 105.

⁶⁶ Conard M. A Concise History of Canada. Cambridge., 2012. P. 210.

⁶⁷ Constitution Act // Justice Laws Website. – 1982. – URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-15.html#h-38>. (date of the application: 08.04.2019).

⁶⁸ Charlottetown Accord: Document // The Canadian Encyclopedia. – 1992. – URL: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/charlottetown-accord-document>. (date of the application: 21.01.2020).

подтвердил вывод многих о том, что на данном этапе решить проблему реформированием невозможно.

Тем не менее, дискуссия набирала обороты. В парламенте Люсьен Бушар задавал вопросы премьер-министру Жану Кретьену, в то время как Кретьен делал вид, что никто не хочет слышать о независимости Квебека. Публичные выступления Бушара в Торонто, Ванкувере, якобы для продвижения его автобиографии, вызвали межпровинциальные дебаты о суверенитете Квебека. Лоббистские поездки в Вашингтон и Париж вызвали ярость у некоторых западных провинций Канады⁶⁹.

Многие франкоканадцы считают, что фундаментальные реформы необходимы для сохранения языковой и культурной идентичности Квебека. Но остальная часть Канады интерпретирует принимаемые проекты как «особый режим» для Квебека, с чем не может согласиться.

Однако националистические лидеры продолжали играть словами. В начале 1994 г. Ж. Паризо и Л. Бушар снова начали использовать слово «суверенист»⁷⁰.

Результатом длительной дискуссии и неудачной политики стал второй референдум о независимости. Когда правительство Партии Квебекуа начало планировать проведение референдума 1995 г., «поддержка суверенитета составляла около 45%», а в окончательном голосовании этот процент был увеличен до 49. Программные документы подкреплялись громкими лозунгами лидеров. Жак Паризо многократно отмечал, что «в контексте глобализации не только суверенитет народов не угас, но и он был усилен»⁷¹.

⁶⁹ Gagnon A.G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres : les Québécois s'interrogent sur leur avenir. Montréal., 1991. P. 143.

⁷⁰ Куклева А.В. Агитационная кампания сепаратистов и федералистов в преддверии референдумов 1980 и 1995 гг. в Квебеке // Россия и Канада: арктические гиганты: Материалы Седьмых Канадских чтений. СПб., 5–6 апреля 2019 г. Часть II. СПб., 2019. С. 106.

⁷¹ Gagnon A.G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres : les Québécois s'interrogent sur leur avenir. Montréal., 1991. P. 139.

Со времени Тихой революции правительства Квебека стремились к миру и противовесу Оттаве. В 1980-х гг. обе основные квебекские партии стали горячими сторонниками свободной торговли с Соединенными Штатами, а затем и с Мексикой. Это была как политическая, так и экономическая стратегия, предназначенная для ослабления влияния канадского федерального правительства при одновременном содействии модернизации и реструктуризации экономики Квебека на либеральных рыночных линиях. Комиссия Беланжера-Кампо, представляющая всю политическую элиту Квебека, подчеркнула консенсус в отношении свободной торговли и открытых рынков⁷².

Однако практическое применение этого требует меньшего консенсуса. Эти сдвиги ставили серьезные вопросы перед националистическим проектом и носителями национальной идентичности. Национализм перешел от этнической концепции, основанной на языке, религии и классе, к территориальной – хотя язык все еще оставался центральным. Тем не менее, поскольку само Квебекское государство отступало перед лицом неолиберальной идеологии и континентальной интеграции, оно все менее было способно поддерживать свою роль носителя национальной идентичности. В этом случае гражданское общество несло бремя большей ответственности за сохранение национальной идентичности перед лицом ослабленной этнической идентичности и отступающего государства. Перспективы его осуществления усиливались тем фактом, что национализм в его различных формах стал гегемонистским набором идей в Квебеке.

Это не значит, что все население Квебека придерживалось сепаратистских идей, отнюдь нет; но эти вопросы обсуждались в основном в контексте Квебека и оценивались по их влиянию на Квебек. Таким образом, все партии были

⁷² Belanger-Campeau, Rapport de la commission sur l'avenir politique et constitutionnel du Quebec, co-chairs, M. Belanger and J. Campea. // Bibliotheque ANQ. – 1991. – URL: https://www.bibliotheque.assnat.qc.ca/DepotNumerique_v2/AffichageNotice.aspx?idn=20751. (date of the application: 11.12.2019).

вынуждены играть на националистическом поле. Будь то независимость или защита федерализма, этот аргумент был сформулирован в терминах Квебека, а не в отношении общеканадских ценностей. Дело за самоопределение для Квебека не оспаривалось, хотя были аргументы о том негативных последствиях независимости Квебека⁷³. Это получило конкретное подтверждение в 1991 г., когда комиссия Беланжера-Кампо была создана для рассмотрения конституционных возможностей Квебека после провала соглашения Мичских соглашений⁷⁴. Хотя различные стороны, дающие показания, не соглашались с желанием обретения независимости, все они признавали законность процедуры, в соответствии с которой провинция будет определять свое будущее. Аналогичным образом, парламентская комиссия, созданная для рассмотрения вопросов, связанных с возможным переходом к суверенитету, сосредоточилась исключительно на практичности и желательности, а не на законности такого решения. В преамбуле законопроекта об учреждении комиссии прямо говорится, что квебекцы «могут свободно выбирать свое предназначение, определять свой политический статус и обеспечивать свое экономическое, социальное и культурное развитие»⁷⁵.

Таким образом, новый виток развития франкоканадского национализма во второй половине XX в. был сопровожден длительными дискуссиями вокруг признания «особого статуса квебекуа» внутри Канады или же обретения суверенитета. Начиная с модернизации общества и попытками установления

⁷³ Cambron M. Une société, un récit: discours culturel et récit au Québec, 1967-1976 // Books Google. – 1989. – URL:

https://books.google.ru/books/about/Une_soci%C3%A9t%C3%A9_un_r%C3%A9cit.html?id=wLIgAQAAMAAJ&redir_esc=y&hl=ru&output=html_text. (date of the application: 17.03.2020).

⁷⁴ Belanger-Campeau, Rapport de la commission sur l'avenir politique et constitutionnel du Québec, co-chairs, M. Belanger and J. Campeau. // Bibliotheque ANQ. – 1991. – URL: https://www.bibliotheque.assnat.qc.ca/DepotNumerique_v2/AffichageNotice.aspx?idn=20751. (date of the application: 11.12.2019).

⁷⁵ Assemble Nationale, Commission d'etude des questions afferentes l'accession du Québec la souverainete, Projet de Rapport // Assemble Nationale. – 1992. – URL: <http://www.assemblee-nationale.fr/15/cr/2018-2019/20190279.asp#>. (date of the application: 17.12.2019).

«равенства» между франкоканадцами и англоканадцами на всех уровнях общества в прекрасной провинции, националистические идеи переросли в движение за независимость, острыми моментами которого явились референдумы 1980 и 1995 гг. Принимая во внимание усилия со стороны федерального правительства в снижении уровня недовольства квебекского общества, включая проекты репатриации Конституции, установление французского языка в качестве второго официального, исторические противоречия в рассматриваемом этапе разрешить не удалось. Напротив, кризисные моменты проиллюстрировали глубокие разногласия внутри канадского общества. К этому можно отнести интерпретацию остальной частью Канады конституционных поправок как создание «особого статуса Квебека внутри Канады», с другой стороны, политические лидеры прекрасной провинции отстаивали националистические интересы, подкрепляя их громкими лозунгами, местными преобразованиями и защитой национальной идентичности квебекуа.

1.2. Квебек в составе канадской федерации: трудности сосуществования

Новые национальные идеи и тенденции их развития базировались на социально-экономических преобразованиях, вызванных послевоенным развитием, и противоречиях между двумя социальными группами, связанными с общими изменениями. В первую очередь, необходимо отметить следующую особенность. Наблюдался резкий сдвиг в сфере занятости из первичного сектора в третичный или сектор услуг. Резкий спад в сельском хозяйстве и постоянно растущая механизация сектора развития ресурсов объясняют снижение доли занятых в первичном секторе с 32,4 процента в 1941 г. до 7,5% в 1971 г. Занятость в производственном секторе за этот период выросла незначительно,

но доля квебекцев, занятых в сфере услуг – коммунальных услуг, транспорта, коммунальных услуг, торговли и профессий – выросла с 41 до 62,9%⁷⁶.

Быстрый рост промышленности привел к резкому спаду сельского хозяйства как экономической деятельности, так и образа жизни. Монреаль стал новым домом для двух третей франкоканадцев, покинувших свои фермы, а также практически для всех послевоенных иммигрантов⁷⁷. Поскольку англо-шотландская финансовая, коммерческая и промышленная элита Монреаля доминировала в экономике Канады и Квебека, языком труда и, в некоторой степени, социальным общением неизбежно был английский. Возможно, столь же предсказуемо, что Монреаль, точка соприкосновения франкоязычных и англоязычных общин, станет центром современного франкоканадского национализма в 1950-х гг.⁷⁸.

Наиболее правдоподобной и всеобъемлющей гипотезой, объясняющей характерные проблемы, связанные с развитием франкоканадского национализма в 1960-1970-х гг., является появление нового среднего класса с определенной заинтересованностью в расширении государственного аппарата и его легитимности в обществе⁷⁹.

Во-первых, со времени окончания второй мировой войны в экономике Квебека произошли глубокие структурные изменения, и число белых рабочих и квалифицированных ручных рабочих росло как на дрожжах по сравнению с количеством неквалифицированных и сельскохозяйственных рабочих мест. Результатом стал впечатляющий всплеск мобильности франкоговорящего

⁷⁶ Fournier P. The Parti quebécois and the Quebec economic situation // Jstor. – 1978. – URL: <https://www.jstor.org/stable/43783357?read-now=1&seq=1>. (date of the application: 05.04.2020).

⁷⁷ Le Québec et l'interdépendance: le monde pour horizon éléments d'une politique d'affaires internationales // Relations internationales et Francophonie. – 1991. – URL: https://www.mrif.gouv.qc.ca/document/spdi/fonddoc/FDOC_rapp_2745_monde_pour_horizon_final.pdf. (date of the application: 06.02.2019).

⁷⁸ Keating M. Nations against the State. Ontario., 1996. P. 104.

⁷⁹ Moniere D. Le Developpement des ideologies au Quebec des origines a nos jours. Montreal., 1977. P 71.

сегмента населения Квебека и рост числа учащихся в колледжах и университетах. Эта тенденция набирала силу, и к середине 1960-х тысячи и тысячи молодых выпускников искали работу.

Во-вторых, двери для высшего и среднего звена в основном англоканадском и американском частном корпоративном мире по большей части закрыты для тех, кто имеет французское происхождение, даже если они имеют ту же квалификацию, что и их англоязычные коллеги. Для этого было предложено несколько причин: частная экономика развивалась недостаточно быстро, многие предприятия находились в заочном владении и контролировались, а институциональные сети бизнес-сообщества систематически способствовали набору людей, говорящих на языке входящего капитала⁸⁰.

Следовательно, политико-экономическая конъюнктура в 1960-1970-х гг. обусловила рост государственного аппарата в динамике Квебека, характерного для канадского контекста. Учитывая, что провинция оказалась одной из единственных источников вакансий для растущей доли выпускников университетов среди франкоговорящего населения, если гражданская служба и государственный сектор не расширились, разрыв между англо- и франкоязычными квебекцами продолжал бы расширяться, так как рабочие места в верхнем и среднем эшелонах частной экономики были недоступны для франкоязычного населения. Таким образом, Квебек был единственной институциональной базой, способной обеспечить престижную и хорошо оплачиваемую работу для образованных франкоговорящих квебекцев. Другими словами, у этих людей не было другого выбора, кроме как ориентироваться на государственный сектор экономики – то есть правительство, государственные

⁸⁰ Linteau P. A. Histoire du Québec contemporain. Montréal., 1989. P. 109.

корпорации и автономные государственные учреждения, а также отрасли или организации, прямо или косвенно зависящие от государства⁸¹.

Отдельным вопросом, вызывающим множество дискуссий между федеральным и провинциальным правительством, являлась система налогообложения⁸². В отношении налоговой политики главный аргумент националистов заключался в том, что федеральное правительство распределяет налоговые средства жителей Квебека без учета местных реалий и потребностей, что способно исправить правительство независимого государства. Лидеры Квебека воспользовались моментом и возобновили дебаты по программам совместного финансирования. В большинстве случаев эти программы разрабатывались без консультаций с провинциями, поэтому они не могли учитывать приоритеты провинций и особые обстоятельства. Нарушая строгую политику в отношении субсидий правительство согласилось разрешить провинциям отказаться от участия в программах совместного финансирования в обмен на финансовую компенсацию либо в виде увеличения доли налоговых поступлений, либо увеличение выравнивающих выплат в провинции. Применение этой формулы отказа позволило федеральному правительству сохранить контроль над национальными стандартами, но, по крайней мере, Квебек с увеличенными бюджетными ресурсами был в лучшем положении для определения соответствующих программ, которые он согласился реализовать⁸³.

Не менее спорным федерально-провинциальным вопросом являлась международная деятельность Квебека. Принятие делегации Квебека в Париже в октябре 1961 г. показало глубокое желание возобновить связи с

⁸¹ Charlottetown Accord: Document // The Canadian Encyclopedi. – 1992. – URL: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/charlottetown-accord-document>. (date of the application: 21.01.2020).

⁸² Зазнаев О.И. Канадская национальная идентичность: проблемы формирования. Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки №1. 2012. С. 226.

⁸³ Herbert F. The Union Nationale: Quebec nationalism from Duplessis to Levesque. // Canadian Journal of Political Science. Ottawa, 1981. P. 65.

генеалогическими и культурными корнями; в то же время это событие ввело Квебек в международный франкоязычный мир⁸⁴. Следует отметить, что в годы «Тихой революции», сепаратисты получили международную поддержку в лице Франции. Во время своего визита в Квебек в 1968 г. президент Франции Ш. де Голль выступил со словами «Да здравствует свободный Квебек!»⁸⁵, что вызвало резкий резонанс со стороны федерального правительства. Однако с этих событий только начиналась федерально-провинциальная полемика вокруг независимости Квебека.

Особый интерес в выявлении федерально-провинциальных противоречий представляет первый программный документ Партии Квебекуа 1970 г., подготовленный Р. Левеком. Положения данного документа включают в себя реформы относительно социальной, налоговой, экономической, экологической и национальной политик. В частности, социальные изменения сепаратисты предлагали следующие:

1. Повышение уровня минимальной заработной платы;
2. Комплексное медицинское страхование;
3. Приоритет государственного финансирования социальной инфраструктуры
4. Бесплатное образование в сфере медицины, а также общее снижение тарифов на образование⁸⁶.

⁸⁴ Watts R.L. Executive Federalism: A Comparative Analysis // Queen's University. – 1989. – URL: <https://www.queensu.ca/iigr/sites/webpublish.queensu.ca.iigrwww/files/files/pub/archive/researchpapers/Researchpaper26ExecutiveFederalismWatts.pdf>. (date of the application: 12.02.2020).

⁸⁵ Акимов Ю.Г. Канада, Квебек и вопрос о проведении саммита Франкофонии (1970-е - середина 1980-х годов). // Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». М., 2016. С. 114.

⁸⁶ La solution. Le programme du Parti québécois présenté par René Lévesque // Université du Québec à Chicoutimi. – 1970. – URL: http://classiques.uqac.ca/collection_documents/parti_quebecois/la_solution/la_solution.html. (date of the application: 01.04.2019).

По программному документу экономическая сфера Квебека в долгосрочной перспективе должна перейти к постиндустриальному типу производства. Приоритетными областями развития признаются внедрение и разработка инноваций и технологий, повышение инвестиционной привлекательности, сельское хозяйство и туризм. Предполагалось расширение государственного сектора экономики, а также регулирование ценовой политики в отрасли добывающей промышленности.

Тема национальной идентичности, языка и культуры, включала следующие положения:

1. Единственный официальный язык – французский;
2. Развивать и поддерживать национальную самобытность посредством кинотеатров, литературы, творчества, образования.

Данные положения были вынесены на обсуждение квебекского общества в форме проведения первого референдума. Однако противников независимости в результате референдума 1980 г. было 59,56%⁸⁷.

Тем не менее, Квебек зависит от Оттавы. Федеральные субсидии зависят от уважения, которое Квебек проявляет к правилам политической системы. Богатство зависит от иностранных инвесторов. Экономическое развитие Квебека зависит от вклада американского капитализма. Прогресс Квебека зависит от социальной гармонии. Социальная гармония зависит от поддержки традиционных ценностей⁸⁸. Эти умозаключения раскрываются в следующем:

⁸⁷ The 1980 referendum question and an extract of the Official Report of the Directeur général des élections (results) / Québec's Positions on Constitutional and Intergovernmental Issues from 1936 to March 2001 // Secrétariat du Québec aux relations canadiennes. – 2001. – URL: https://www.sqrc.gouv.qc.ca/documents/positions-historiques/positions-du-qc/part3/Document12_en.pdf. (date of the application: 01.04.2019).

⁸⁸ MacDonald, L. I. 1980 referendum: Trudeau's 'Elliott' speech a turning point in Canadian history // Montreal Gazette. – 2020. – URL: <https://montrealgazette.com/news/local-news/1980-referendum-trudeaus-elliott-speech-a-turning-point-in-canadian-history/>. (date of the application: 26.02.2020).

1. Центральное правительство обладает знаниями и ресурсами, необходимыми для продвижения наиболее подходящей политики. Без вклада Оттавы, бюджет Квебека будет иметь отрицательный показатель.

2. Квебеку нужно правительство, способное влиять на центральное правительство в правильном направлении, способное, то есть, побуждать правительство к разработке политики, которая принесет лучшие социальные льготы, более обильные субсидии и всевозможные другие финансовые щедрости.

3. Квебекцы формируют малочисленную нацию, которая, безусловно, никогда не сможет быть самодостаточной и уровень жизни которой зависит от просвещенной щедрости целого ряда иностранных инвесторов, которые в любой момент могут инвестировать в другое место⁸⁹.

4. Квебек не должен пытаться делать что-либо, что могло бы напугать иностранных инвесторов, которые, по малейшей тревоге, будут спешить к более дружественному климату. По этой причине необходимо избегать, среди прочих бедствий, политических споров с высоким давлением, любых забастовок и неумеренных языковых требований. Квебеку должен быть спокойным и послушным; в противном случае они потеряют инвестиции, и ситуация с занятостью пострадает.

5. Общеизвестно, что федеральная система несовершенна и нуждается в серьезных изменениях. Но эти поправки могут быть осуществлены только в том случае, если другие партнеры по конфедерации также убедятся в необходимости реформы. Все должно прогрессировать постепенно, постепенно, программно. Квебек не может опередить других; скорее, Квебеку следует постараться информировать своих партнеров о недостатках федеральной системы, чтобы впоследствии эти недостатки можно было исправить, один за другим, в

⁸⁹ Smith B. The Quebec referendums // House of Commons Library. – 2013. – URL: <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/RP13-47/RP13-47.pdf>. (date of the application: 16.04.2020).

позитивном духе, лишенном каких-либо националистических претензий, неприемлемых для партнеров.

Практические сложности отделения Квебека от федерации отразились и в ходе агитационной кампании перед референдумами. Во-первых, однозначно провальной была идея создания общей экономической зоны и единой валюты Квебека с остальной частью Канады. Федеральное правительство в лице П. Трюдо резко негативно воспринимало попытки Квебека стать независимым государством и отрицало возможность создания свободной экономической зоны со своей провинцией⁹⁰.

Во-вторых, перед сепаратистами появлялся риск ввода национальной валюты. Недостатком этого варианта, особенно в начале, будет реакция рынка. Кроме того, стоимость обслуживания всех частных и государственных долгов, деноминированных в канадских долларах, резко возрастет. Другой вариант – Квебек мог бы продолжать использовать канадский доллар, но тогда у него не было бы денежной политики, с помощью которой можно было бы стабилизировать свою экономику, что также не гарантирует стабильного и устойчивого развития экономики, а, наоборот, сулит экономическим кризисом. Вдобавок к этому, при отделении Квебека произойдет рост национального долга. При скорректированном соотношении долга к ВВП в 92% (в результате обретения независимости), с учетом более высоких затратах на обслуживание долга и отсутствии федеральных притоков, правительство независимого Квебека будет вынуждено осуществлять значительное увеличение налогов или значительное сокращение расходов – только для того, чтобы сохранить свою текущую бюджетную ситуацию.

⁹⁰ Trudeau P. E. Say Goodbye to the Dream of One Canada // The Solon Law Archive. – 1987. – URL: <https://www.solon.org/Constitutions/Canada/English/Arguments/trudeau%20-%20say%20goodbye%20to%20the%20dream%20of%20one%20canada.pdf>. (date of the application: 06.12.2019).

В-третьих, инвестиционная непривлекательность и отток бизнеса из провинции. В 1974 г., когда единственным деловым языком в Квебеке стал французский, около 140 000 носителей английского языка и сотни предприятий покинули провинцию⁹¹.

В-четвертых, риск оказаться в международной изоляции и приобрести статус непризнанного государства. Мы помним, что Квебек в 1968 г. получил поддержку со стороны Франции, однако, последователи Ш. де Голля, в частности, Ж. д'Эстен, не делали каких-либо резких заявлений по поводу Квебека и не призывали к изменению его статуса. Кроме того, многие англоязычные провинции Канады заявили, что они отказываются устанавливать сотрудничество с независимым Квебеком⁹².

На международном уровне реакция на ситуацию в Квебеке не изменилась, наоборот, Дж. Буш-ст. в 1989 г. долгое время хранивший молчание по квебекскому вопросу, высказался в пользу «сильной и единой Канады», являющейся «великим партнером» для Соединенных Штатов. Очевидно, данная позиция была обозначена, во-первых, общими политическими практиками, поддерживаемыми большинством, и, во-вторых, ростом деловых отношений Квебека с США в период правительства Р. Бурасса и охлаждением развития французского направления.

Тем не менее, более 40% жителей Квебека были готовы бороться с возможными, в первую очередь экономическими, трудностями⁹³. Твердое намерение добиться признания особого статуса франкоканадского общества в рамках Канадской федерации преобладало над возможными трудностями данного процесса.

⁹¹ Herbert F. The Union Nationale. Ottawa, 1981. P. 42.

⁹² Gagnon A.G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres. Montréal., 1991. P. 130.

⁹³ Resolution of the Québec National Assembly on the 1995 referendum question // Secrétariat du Québec aux relations canadiennes. – 2001. – URL: https://www.sqrc.gouv.qc.ca/documents/positions-historiques/positions-du-qc/part3/Document31_en.pdf. (date of the application: 15.01.2020).

Тем не менее, дискуссия набирала обороты. В парламенте Люсьен Бушар задавал вопросы премьер-министру Жану Кретьену, в то время как Кретьен делал вид, что никто не хочет слышать о независимости Квебека. Публичные выступления Бушара в Торонто, Ванкувере, якобы для продвижения его автобиографии, вызвали межпровинциальные дебаты о суверенитете Квебека. Лоббистские поездки в Вашингтон и Париж вызвали ярость у некоторых западных провинций Канады.

Многие франкоканадцы считали, что фундаментальные реформы необходимы для сохранения языковой и культурной идентичности Квебека. Но остальная часть Канады интерпретировала принимаемые проекты как «особый режим» для Квебека, с чем не могла согласиться⁹⁴.

Результатом длительной дискуссии и неудачной политики стал второй референдум о независимости. Когда правительство Партии Квебекуа начало планировать проведение референдума 1995 г., «поддержка суверенитета составляла около 45 процентов», а в окончательном голосовании этот процент был увеличен до 49. Программные документы подкреплялись громкими лозунгами лидеров. Жак Паризо многократно отмечал, что «в контексте глобализации не только суверенитет народов не угас, но и он был усилен».

Аргументы в пользу независимости за 15 лет существенным образом не изменились. Лидеры все так же апеллировали к необходимости сохранения культурного и языкового разнообразия, уделяя особое внимание притеснению франкоканадцев на протяжении совместного сосуществования с англоканадцами. «Главное, что квебекцы чувствуют себя совсем не так, как в

⁹⁴ Wells C. Reforming the Amending Formula: the Case for a Constitutional Convention // Constitutional Forum. – 1990. URL: https://journals.library.ualberta.ca/constitutional_forum/index.php/constitutional_forum/article/view/11919/9071. (date of the application: 11.04.2020).

остальной части Канады. У них есть чувство, что им было бы гораздо лучше, если бы они могли принимать свои собственные решения»⁹⁵.

В программном документе Партии Квебекуа были выделены приоритетные сферы развития:

1. Социальная политика;
2. Налоговая политика;
3. Экономическое развитие;
4. Экологическая политика;
5. Иммиграционная политика;
6. Национальная идентичность.

В области социального благополучия отмечались следующие действия: сосредоточение сил на обеспечении здравоохранения и бесплатного образования на всех уровнях, борьба с безработицей и бедностью населения, увеличение количества социального жилья и покупательной способности граждан; особое место отводится социальной поддержке семей, а также социальных и религиозных меньшинств.

Налоговая политика заключается в стремлении облагать налогом корпорации и физических лиц и распределять средства без необходимости гармонизации с федеральным правительством.

Одним из приоритетных направлений экономического развития становится открытость для бизнеса, налоговое регулирование предпринимательской деятельности иностранных корпораций, реализующих деятельность в Квебеке, поддержка отечественных предприятий.

Отдельное место занимает иммиграционная политика: поддержка интегрирования мигрантов в общество, разрешение на ношение религиозных

⁹⁵ Programme du Parti Québécois // Internet Archive. – 1987. – URL: <https://archive.org/details/Programme1987/page/n1>. (date of the application: 08.04.2019).

символов, а также франшизация и промежуточное тестирование французского языка.

Национальная политика, как и перед первым референдумом, ставила следующие цели⁹⁶:

1. создание благоприятных условий для развития и сохранения культуры во всех регионах Квебека;
2. Единственный официальный язык – французский, который является «сердцем культуры».

Риски отделения Квебека от Канады, как и в первом референдуме, были высоки. Проект сепаратистов также включал общий рынок и валюту с Канадой, что, как мы обозначили ранее, не принималось федеральным правительством. Вдобавок к этому, при отделении Квебека произойдет рост национального долга. При скорректированном соотношении долга к ВВП в 92% (в результате обретения независимости), с учетом более высоких затратах на обслуживание долга и отсутствии федеральных притоков, правительство независимого Квебека будет вынуждено осуществлять значительное увеличение налогов или значительное сокращение расходов – только для того, чтобы сохранить свою текущую бюджетную ситуацию.

Относительно самостоятельной налоговой политики Квебек так же проигрывает федеральной системе. Квебекцы платят федеральный налог при продаже товаров и услуг и подоходный налог в Оттаву. В свою очередь, они получают выгоду от социальных федеральных программ, такие как пособия по безработице и пенсионному возрасту. Доход на душу населения в Квебеке ниже среднего, из-за этого налоговая база Квебека относительно невелика. Учитывая тот момент, что население Квебека старше среднего и уровень безработицы выше среднего, квебекцы являются чистыми бенефициарами этих программ.

⁹⁶ Programme du Parti Québécois // Internet Archive. – 1987. – URL: <https://archive.org/details/Programme1987/page/n1>. (date of the application: 08.04.2019).

Громкие лозунги и рекламные баннеры в период агитационных кампаний проникали глубоко внутрь умов франкоканадского общества. Оперировав эмоциями, вызванными дискриминационными практиками со стороны англоканадцев, квебекские националисты получали все больше поддержки со стороны общественности. Именно неявные и постоянно повторяющиеся слова, апеллирующие к национальному самосознанию, идентичности, стали сильным инструментом в политических событиях рассматриваемого периода. Популистские идеи лидеров Партии Квебека обращались к эмоциям граждан.

Базируясь на неравенстве доступа к социальным благам между франкоканадцами и англоканадцами в силу устоявшейся системы деловых связей и языковой проблемы, трудности сосуществования проявляются во многих отношениях между ответственностью федерального и провинциального правительства. Именно такие моменты, как социальная политика, вопросы налогообложения, распределения бюджета, международная активность являлись краеугольным камнем федерально-провинциальных отношений. В центре дискуссии по-прежнему преобладала проблема выражения национального своеобразия Квебека. Националистические лозунги являлись главными аргументами сепаратистов при проведении референдумов о независимости Квебека.

Начиная с модернизации общества и попыток установления «равенства» между франкоканадцами и англоканадцами на всех уровнях общества в прекрасной провинции, националистические идеи переросли в движение за независимость, острыми моментами которого явились референдумы 1980 и 1995 гг. Принимая во внимание усилия со стороны федерального правительства в снижении уровня недовольства квебекского общества, включая проекты репатриации Конституции, установление французского языка в качестве второго официального, исторические противоречия в рассматриваемом этапе разрешить не удалось. Напротив, кризисные моменты проиллюстрировали глубокие

разногласия внутри канадского общества, что еще больше подогрело националистическое движение в Квебеке. К этому можно отнести интерпретацию остальной частью Канады конституционных поправок как создание «особого статуса Квебека внутри Канады», с другой стороны, политические лидеры прекрасной провинции отстаивали националистические интересы, подкрепляя их громкими лозунгами, местными преобразованиями и защитой национальной идентичности квебекуа, апеллируя к эмоциональной составляющей национализма. Взывая к этой эмоциональной составляющей, политические лозунги проникали во все сферы жизни: были представлены в новостях и по телевидению, на улицах в форме рекламных объявлений, и, наконец, в экономической среде. Именно развитие националистических идей и ярких популистских лозунгов способствовало экономическим изменениям, и в первую очередь, в характерных привычках франкоканадских потребителей, что, в силу рыночной экономики и эпохи глобализации, не могло оставить свой след. Тем не менее, на данном этапе общественность не была готова к обретению суверенитета провинции. Достаточно очевидно, что, следуя холодному расчету, Квебеку было выгодно оставаться в составе федерации. Поэтому их стремление выйти, во многом, эмоциональное, и более того, является вопросом признания их особой идентичности.

ГЛАВА 2. Особенности политико-экономического развития Квебека в период с 1980 по 1995 гг.

2.1. Оценка политико-экономической взаимозависимости в период проведения референдумов о независимости Квебека и роль политической рекламы

Политическая неопределенность, выражавшаяся в проведении референдумов о независимости Квебека, представляет интерес для выявления экономических изменений и взаимовлияния политических и экономических событий. Анализ политического климата является одним из первостепенных нужд в выстраивании стратегий бизнеса. Нельзя не отметить, что общественные настроения имели свое влияние на экономическую среду Квебека и остальной части Канады. И именно в этом контексте представляется необходимым изучить реакцию со стороны экономической среды на политические события.

Экономисты и политологи изучили последствия политической неопределенности, делая акцент на следующие экономические показатели: рынок облигаций; валюта и обменный курс; уровень инфляции; инвестиционная привлекательность (включая показатели фондового рынка, прямые иностранные инвестиции и отток капитала); миграция населения⁹⁷.

Для начала обратим внимание на общие экономические тенденции и циклы в период до и между референдумами о независимости. Короткое сокращение экономического роста в 1979 г. сопровождалось глубоким спадом в 1981-1982 гг., начиная с четвертого квартала 1981 г. и продолжая до третьего квартала 1982 г., с резким снижением годового квартального роста (от -3,3% до

⁹⁷ Somers K. Some economic dimensions of the sovereignty debate in Quebec: debt, GDP, and migration // Jstor. – 2014. – URL: <https://www.jstor.org/stable/43664605?seq=1>. (date of the application: 19.03.2020).

-8,3%). Квебек сильно пострадал из-за глобального сокращения спроса на сырьевые товары, внутреннее производство упало почти на 4,8% в 1982 г.⁹⁸.

Экономический спад в США, который растянулся со второго квартала 1981 г. по третий квартал 1982 г., также имел влияние на экономику Канады. Спад сократил экспорт из Квебека и остановил инвестиционные возможности. Замедление потребительских расходов на товары длительного пользования характеризовались экономическим спадом, который был замечен в Квебеке в 1981-1982 гг. Рецессия 1981-1982 годов вызвала кризис в финансовом секторе, который помешал правительству Квебека продолжить осуществление политики ускорения развития экономики, а уровень безработицы был близок к 14% в 1982 и 1983 гг.⁹⁹.

Ярким примером рецессии оказался Гидро-Квебек, который начал постепенно ограничивать инвестиционные вклады, которые составляли около 30% от всех инвестиций Квебека. Чтобы разрешить этот экономический кризис, правительство Квебека предприняло попытки принять срочные меры для стимулирования инвестиций в бизнес, способствовать финансированию бизнеса и поощрять технологическое развитие. Среди них была программа, по которой предоставлялись льготные ипотечные кредиты¹⁰⁰. Федеральное правительство и муниципалитеты также сделали вклад в ускоренное строительство жилья в прекрасной провинции¹⁰¹.

Возобновление экономического роста, начавшееся в начале 1983 г., имело следствие экономического спада в 1988 г., который привел к технологическому

⁹⁸ Conway J. F. Debts to Pay: English Canada and Quebec from the Conquest to the Referendum // Books Google. – 2004. – URL: <https://clck.ru/P7aQu>. Date of the application: 22.05.2020. (date of the application: 22.05.2020).

⁹⁹ Boyer J. P. Forcing Choice: The Risky Reward of Referendums // Books Google. – 2017. – URL: <https://clck.ru/P7aTp>. (date of the application: 23.03.2020).

¹⁰⁰ Grech V. The Secondary Sex Ratio at Birth Was Depressed in Quebec by the Sovereignty Referendums Strategy // JOGS. – 2015. – URL: [https://www.jogc.com/article/S1701-2163\(15\)30254-1/fulltext](https://www.jogc.com/article/S1701-2163(15)30254-1/fulltext). (date of the application: 08.02.2020).

¹⁰¹ Ibid.

спаду в 1989 г. Выдвинутая жесткая денежно-кредитная политика Банком Канады была основной причиной этого спада, сопровождаемого повышением процентной ставки и переоцененным канадским долларом, который ослабил конкурентоспособность бизнеса Квебека.

Правительство Квебека в рамках антикризисных мероприятий ввело экспансионистскую бюджетную политику, которая базировалась на привлечении инвестиций в размере около 66 млн. долларов США в образование и академические исследования. Массовые инвестиции в проекты общественного капитала (здания и дороги) и новые технологии были разработаны в целях повышения конкурентоспособности экономики Квебека.

Вскоре после рецессии 1989 г. Квебек столкнулся с более серьезным экономическим спадом, который начался во второй четверти 1990 г. и сохранялся до первого квартала 1992. Темпы роста экономики Квебека колебались от -0,8% и -5,5%. Продолжительность этого спада в значительной степени объясняется медленным восстановлением экономики в Соединенных Штатах и высоким уровнем займов, в результате чего было сокращение сбыта продукции Квебека¹⁰².

Прежде всего, сходство между развитием политического климата и экономической среды является очевидным. Однако изменения в политическом климате отстают от изменений в экономическом климате. Исследователями отмечается, что тенденции (например, ухудшение политического климата в период с 1988 по 1992 гг.) схожи, но восприятие работодателей подвержено более сильным колебаниям¹⁰³.

Однако политический климат зависит не от правящей партии, а скорее от политических и экономических событий. Политические дебаты, которые

¹⁰² Somers K. Some economic dimensions of the sovereignty debate in Quebec. migration // Jstor. – 2014. – URL: <https://www.jstor.org/stable/43664605?seq=1>. (date of the application: 19.03.2020).

¹⁰³ Freeman A. Dividing the House Planning for a Canada Without Quebec // Global Economics. – 1995. – URL: <http://global-economics.ca/dividing%20the%20house.pdf>. (date of the application: 06.04.2020).

доминировали на политической сцене Квебека с середины 1976 г. (использование французского языка в Квебеке как единственного официального в деловой и политической среде) до конца 1978 г., с принятием законопроекта №101 (Хартия французского языка) в августе 1977 г., имели огромное влияние на политический климат. После провала референдума об ассоциации суверенитета в мае 1980 г. политический климат за короткое время улучшился. Сильное ухудшение как экономической, так и политической обстановки в начале 1980-х гг. совпало с мировым экономическим спадом и продолжающимся конституционным спором, в частности с отказом Квебека подписать репатриацию Конституции в 1982 г.¹⁰⁴. После экономического подъема политический и экономический климат был воспринят как «хороший» или «очень хороший» более чем 90% работодателей в Квебеке. Но с оживлением конституционных дебатов, провалом Мичских и Шарлоттаунских соглашений, процент квебекцев, считающих политический климат «хорошим» или «очень хорошим», снизился до примерно 20% в начале 1992 г.¹⁰⁵.

Председатель Банка Монреаля Барретт заявил на презентации в Совете по торговле Монреаля, что «неоднократное решение провести еще один референдум о суверенитете наносит ущерб экономическому благополучию в Квебеке»¹⁰⁶. Тем не менее, главный экономист этого же банка Тим О'Нил прогнозировал экономический рост Квебека в 1998 году на уровне 3,8%, что, как мы знаем сегодня, было завышено. Когда его спросили, повлияла ли политическая неопределенность в отношении статуса Квебека в Канаде на экономические показатели провинции, он ответил, что: «Все мы, прогнозирующие в Канаде, изучали вопросы, касающиеся политической неопределенности ... но этого нет в данных, когда речь идет об ослаблении

¹⁰⁴ Linteau, P. A. Histoire du Québec contemporain. Montréal., 1989. P. 448.

¹⁰⁵ Boyer J. P. Forcing Choice: The Risky Reward of Referendums // Books Google. – 2017. – URL: <https://clck.ru/P7aTp>. (date of the application: 23.03.2020).

¹⁰⁶ Ibid.

экономики». Референдум 1995 г. оказал негативное влияние на восприятие как экономической, так и политической среды¹⁰⁷.

Интересно, что большинство экономистов сходятся во мнении, что неопределенность и ее последствия невозможно измерить. Тем не менее, существует мнение, что «политическая неопределенность препятствует созданию прочной экономики». Маккракен из аналитического центра «Оттава Инфометрика» высказался во время презентации экономического прогноза своей компании в канун Нового года 1997 г.: «Нет никаких сомнений в том, что Квебек медленно растет, и я бы сказал, что он не полностью независим от своего финансового положения и созданной там политической неопределенности, но даже если завтра угроза отделения будет снята с повестки дня – если завтра заголовок будет гласить: «Парти Квебекуа решает остаться в Канаде», – я не думаю, что обязательно перепишу экономический прогноз»¹⁰⁸.

Позже в своем выступлении он упомянул другие факторы, такие как низкий потребительский спрос, сокращение государственных расходов и рост населения ниже среднего по Канаде, что сдерживает экономический рост в Квебеке¹⁰⁹. Тот факт, что население Квебека растет медленнее, чем население Онтарио часто пренебрегают. Результатом является искажение экономических реалий. При сравнении ВВП на душу населения средние темпы роста в Квебеке соответствуют темпам роста в Канаде и Онтарио. Тем не менее, политический дискурс имеет тенденцию к чрезмерному упрощению, и, следовательно, экономическое развитие часто объясняется однозначно, выбирая причину, которая соответствует политической убежденности оратора: «Сепаратисты отнимают у Квебека экономическое восстановление, которое характерно для

¹⁰⁷ Kabore F. Economic history of Quebec over the past six decades. // Economic Viewpoint. – 2014. – URL: <https://clck.ru/P7avs>. (date of the application: 11.05.2020).

¹⁰⁸ Somers K. Some economic dimensions of the sovereignty debate in Quebec: debt, GDP, and migration // Jstor. – 2014. – URL: <https://www.jstor.org/stable/43664605?seq=1>. (date of the application: 19.03.2020).

¹⁰⁹ Ibid.

остальной части Канады. Замедленные темпы роста останутся в экономике Квебека до тех пор, пока премьер-министр Люсьен Бушар будет продолжать угрожать очередным референдумом о независимости»¹¹⁰.

Тем не менее, экономические показатели в период кампании референдума были выражены в противоположных результатах. Прибыльность облигаций Квебека и Канады выросли до, во время и после кампании референдума 1995 года. В Квебеке наивысший процент роста был отмечен в последние две недели кампании референдума, и разность прибыльности облигаций между Квебеком и Онтарио значительно сократилась сразу после объявлений результата. Однако увеличение поддержки стороны «Да» на 1 процент привело к росту облигаций Квебека в отношении к Онтарио и Квебека к остальной части Канады на один процент. Глядя на доходность облигаций в течение более длительного периода, разность в доходности облигаций между Квебеком и Онтарио были выше в 1994 году из-за неопределенности в сроках проведения референдума, а не во время самой кампании. Также не было выявлено заметного увеличения инфляции в период политической неопределенности (1994–1996 гг.). Не была установлена и взаимосвязь между вероятностью голосования «за» (согласно опросам общественного мнения) и инфляцией¹¹¹.

Во время референдума 1995 года фондовая биржа Торонто потерпела шестое по величине падение. Неопределенность в отношении результатов референдума повлияла на доходность фондовых бирж фирм в Квебеке на фондовых биржах в Торонто и Монреале, но величина падения варьировалась в зависимости от подверженности риску. Цены на акции транснациональных корпораций были значительно выше, чем местных фирм, которые были более зависимы от внутренних рынков. Компании с активами, которые нельзя было

¹¹⁰ Kabore F. Economic history of Quebec over the past six decades] // Economic Viewpoint. – 2014. – URL: <https://clck.ru/P7avs>. (date of the application: 11.05.2020).

¹¹¹ Ibid.

легко покинуть (например, фабрики, машины), столкнулись с тем, что цены на акции пострадали больше, чем те, чей рост был связан с навыками сотрудников. Например, компании на рынках ИТ и финансовых услуг чувствовали себя лучше, чем в производственном секторе¹¹².

Как описано выше, экономические показатели не были прямо пропорционально зависимы от проведения референдумов о независимости в Квебеке, и даже наоборот, был отмечен рост акций на 1% в период агитационных кампаний. Тем не менее, формирование отношения общественности и выражение настроений можно проследить в риторике политических игроков. Дифференцированные дискуссии об экономическом развитии были редки. За исключениями английских СМИ, которые выступали по федералистской линии, в то время как французские СМИ пропагандировали сепаратистские аргументы и объяснения¹¹³.

Федеральное правительство использовало инструмент «партизанский маркетинг», агитирующий целостность государства и пререферендумной кампании «против», который был выражен с неявным посылом к аудитории «голосовать против» отделения Квебека. Правительственная реклама 1980 г. апеллирующая к отказу от курения¹¹⁴, антиалкогольная реклама 1995 г. содержала главный лозунг кампании «против» – «Нет, спасибо!»¹¹⁵. Данные примеры иллюстрируют главный посыл к общественности рассматриваемого периода: «Откажись, проголосуй против».

¹¹² Henderson A. Scotland's Economic Future Post-2014 // Scottish Parliament. – 2014. – URL: [http://www.parliament.scot/S4_EconomyEnergyandTourismCommittee/Inquiries/Professor_Ailsa_Henderson\(1\).pdf](http://www.parliament.scot/S4_EconomyEnergyandTourismCommittee/Inquiries/Professor_Ailsa_Henderson(1).pdf). (date of the application: 12.04.2020).

¹¹³ Raboy M. Missed Opportunities: The Story of Canada's Broadcasting Policy // Books Google. – 1990. – URL: <https://clck.ru/P7adE>. (date of the application: 03.03.2020).

¹¹⁴ Rose W. R. Making «Pictures in Our Heads» Government Advertising in Canada // Books Google. – 2000. – URL: <https://clck.ru/P7ae3>. (date of the application: 05.03.2020).

¹¹⁵ Boyer J. P. Forcing Choice: The Risky Reward of Referendums // Books Google. – 2017. – URL: <https://clck.ru/P7aTp>. (date of the application: 23.03.2020).

Искусное манипулирование символами способствовало трансформации мощного аргумента в менее спорный. Для федерального правительства важность установления прочной связи между лозунгами и аргументами была неотъемлемым соображением в выстраивании стратегии. В это же время, в соответствии с Кодексом рекламы в Канаде изложено, что «политическая реклама» и «предвыборная реклама» будут соответствовать стандартам, изложенным в Кодексе. Примерами этого являются запрет на сокрытие факта рекламы путем использования форматов или стилей, отличных от рекламы; принцип открытости и ясности рекламы; отсутствие дискредитации рекламы других заказчиков; а также ни один рекламодатель не должен подражать копии, слоганам или иллюстрациям другого рекламодателя таким образом, чтобы ввести клиента в заблуждение¹¹⁶. Однако не предполагается, что Кодекс регулирует или ограничивает свободное выражение общественного мнения или идей посредством «политической рекламы» или «предвыборной рекламы», которые исключены из применения Кодекса¹¹⁷.

Накануне референдума федеральное правительство начало четко устанавливать «неприятные корреляты» для данного политического события. Во время дискуссий о том, какую стратегию избрать для кампаний «против» существовало предположение, основной идеей которого было сообщение новостей с негативными коннотациями в отношении ассоциации суверенитета, а именно будут «повышены налоги ... безработица... да и стоимость жизни на x%». Были предложены и такие яркие лозунги, как «Парти Квебекуа хочет получить мандат, чтобы завести Квебек в тупик»¹¹⁸.

¹¹⁶ The Canadian Code of Advertising Standards // Ad Standards. – 2019. – URL: <https://adstandards.ca/code/the-code-online/>. (date of the application: 09.03.2020).

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ Rose J. The Advertising of Politics and the Politics of Advertising // Queen's University. – 2000. – URL: <http://post.queensu.ca/~rosej/cics.pdf>. (date of the application: 28.05.2020).

Однако подобные лозунги не были использованы, потому что они, противоречили одной из основных стратегий федерального правительства: «снизить напряженность в отношениях между федеральной властью и правительством Квебека»¹¹⁹. Федеральное правительство сделало выбор в пользу «фактической информации», а не пропаганду во всей ее коммуникации¹²⁰. Эта «фактическая информация» принимала различные формы. В квебекских журналах федеральная реклама принимала форму двухстраничного разворота с изображением самоклеящегося флага с заголовком «показать флаг ...С гордостью!»¹²¹. Далее в копии говорится: «потому что ... в каждой стране бывают времена, когда патриотизм должен говорить громче слов ... показать флаг». Даже с рекламой Дня Канады, объявления которой обычно не известны своей информационной ценностью, квебекская кампания имела большой коннотативный характер. По всей англоязычной Канаде распространен добрый слоган: «Канада, я хочу пожать вам руку», в это же время лозунг, используемый в Квебеке был более политическим: «Канада, красивая страна, свободная страна»¹²².

Более важными, с точки зрения общественного восприятия, были новостные сюжеты с высоким символическим содержанием, которые отражали возросшую напряженность в этот период, о чем и было сказано выше. Как французские, так и английские СМИ уделяли значительное внимание до конституционного референдума 1992 г. муниципалитетам за пределами Квебека,

¹¹⁹ Marlin R. Propaganda and the Ethics of Persuasion - Second Edition // Books Google. – 2013. – URL: <https://books.google.ru/books?id=vQLhAAAAQBAJ&pg=PA290&lpg=PA290&dq=advertising+du+quebec+referendum&source=bl&ots=Xyi2LTDNTK&sig=ACfU3U0LZsXT6NPWbOd1kz0NA6XnM5NINA&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKewiL2baFr4XoAhW886YKHQQUBi8Q6AEwDnoECAgQAQ#v=onepage&q=advertising%20du%20quebec%20referendum&f=false>. (date of the application: 13.05.2020).

¹²⁰ Thomson D. Language, Identity, and the Nationalist Impulse: Quebec // Jstor. – 1995. – URL: <https://www.jstor.org/stable/1048327?read-now=1&refreqid=excelsior%3A64c4b800037db0e75559f2cd19a034e2&seq=1>. (date of the application: 15.02.2020).

¹²¹ Hildebrandt K. Television Advertising in Canadian Elections: The Attack Mode, 1993] // Books Google. – 1993. – URL: <https://clck.ru/P7bSx>. Date of the application: 02.05.2020.

¹²² Ibid.

объявившим себя юрисдикциями только на английском языке, представленными на английском языке как ответ на подписанный только в Квебеке французский Закон о знаках. В Квебеке видео о действиях небольшого числа протестующих, ходящих по флагу Квебека перед кампанией референдума 1995 г., снова и снова воспроизводилось на французском телевидении и стало символом неуважения к почитаемому символу. Разумно утверждать, что это событие было переоценено, так же как закон о квебекских знаках был переоценен в англоязычных СМИ¹²³. Истории привлекают внимание не только потому, что они драматичны, но и потому, что они символизируют эмоции и индивидуальность. Такие сообщения, как правило, служили символами франко-английского конфликта в последующем освещении, воспроизводимом не для того, чтобы изобразить события, а для того, чтобы вызвать эмоции.

Тем не менее, освещение новостей о выборах и кампаниях по референдуму на поверхности было достаточно осторожным и сбалансированным. Подробный анализ освещения телевизионных новостей референдума в Квебеке в 1995 г. выявил мало различий между французскими и английскими СМИ в плане подчеркиваемых проблем или структуры освещения¹²⁴. Охват был в целом сбалансирован между сторонами «да» и «нет». Около 20% заявлений в выпусках новостей касались отношений между Канадой и Квебеком, в то время как около 5% были связаны с контекстом и историческим прошлым¹²⁵.

Почему федеральное правительство просто не утверждало, что голосование «нет» на референдуме может привести к снижению уровня жизни в

¹²³ Separation Anxiety: The 1995 Quebec Referendum // CBC Canada. – URL: <https://www.cbc.ca/archives/topic/separation-anxiety-the-1995-quebec-referendum>. (date of the application: 15.03.2020).

¹²⁴ Fletcher F. Media and Political Identity: Canada and Quebec in the Era of Globalization // CJC. – 1998. – URL: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1049/955>. (date of the application: 09.02.2020).

¹²⁵ Ibid.

Квебеке? Ответ заключается в том, что аудитория, на которую была направлена реклама, была глубоко разделена по вопросу референдума. Разногласия, связанные с политикой, непосредственно влияют на способ ведения политической коммуникации. Даже выбор слова «суверенитет» вместо слова «независимость» был рассчитан на то, чтобы вызвать соответствующее чувство коннотативного значения. Лидер Партии Квебекуа Жак Паризо высказался в 1992 г. словами, столь же уместными в ходе дебатов о референдуме 1980 г.: «Суверенитет в качестве слова был маркетинговым товарным знаком Партии Квебекуа. В течение двадцати лет слово «независимость» использовалось для запугивания общественности. Я не собираюсь менять логотип. Имеет ли сегодня суверенитет такое же значение, как и независимость? Конечно, так оно и есть»¹²⁶.

Исходя из вышеизложенных фактов, следует отметить, что прямой взаимосвязи между ухудшением экономической ситуации в Квебеке и проведением референдумов о независимости выявлено не было. Напротив, в последние недели агитационных кампаний отмечался рост облигаций на 1%. А в 1994 г. большее отражение в экономической среде было отмечено именно из-за неопределенности даты проведения референдума. К тому же, экономические секторы и отдельные компании испытывали влияние политической неопределенности в разной степени. Однако и этот факт не является определяющим в изучении поставленной проблемы. Экономический спад в Квебеке в 1980-1995 гг. был отмечен общемировой рецессией, в частности, спадом в США, поскольку экономика Квебека, в первую очередь экспорт, тесно связана с южным соседом. Поэтому в данном контексте значимость

¹²⁶ Young R. A. The Secession of Quebec and the Future of Canada // Books Google. – 1998. – URL: <https://books.google.ru/books?id=bgXUg-dObmoC&pg=PA497&lpg=PA497&dq=the+economics+at+Quebec+due+referendum&source=bl&ots=j6IOJHYFoL&sig=ACfU3U304892BJJc5K2DM92LjFULYerxvQ&hl=r u&sa=X&ved=2ahUKewjo7emsioToAhVJzqYKHSfUBUcQ6AEwEHoECAoQAQ#v=onepage&q&f=false>. (date of the application: 24.03.2020).

представляет оценка восприятия политической неопределенности, а также риторика правящих элит. В условиях раскола общества важной задачей со стороны противоборствующих правительств было создание нужного имиджа проблем, возникших на повестке дня. Громкие лозунги с характерными коннотациями, использование определенных слов, неявный посыл в рекламе за приверженность к определенной стороне референдума – все эти попытки имели огромное значение в формировании восприятия общественности, в том числе, в вопросе экономической нестабильности.

2.2. Особенности квебекского рынка в контексте развития национальной идентичности

Очевидно, что рынок Квебека в силу развития национализма если не контрастирует с остальной частью Канады, то имеет специфические отличия. Маркетинговые исследователи отмечают, что общество Квебека условно можно разделить на более чем 15 различных портретов целевой аудитории с характерным образом жизни и устоявшимися паттернами¹²⁷, что в условиях продвижения продуктов на рынке значительно усложняет обращение к широкому кругу потребителей. В этом же смысле, глобальные общеизвестные бренды, такие как Пепси Ко, КФС, Кока-Кола Компани имели сложности с вводом на квебекский рынок своей продукции.

Кроме того, две основные языковые группы Канады живут в отдельных или «разных» медиа-мирах. Это наблюдение относится ко всему спектру культурных продуктов – от книг до популярной музыки – и это приводит к выводу, что Канада разделена на два отдельных культурных рынка с относительно небольшим взаимопроникновением, которые в значительной

¹²⁷ Kurtz D. Contemporary Marketing // Google Books. – 2007. – URL: <https://books.google.ru/books?id=lf7VKtZcJlgC&pg=PA132&dq=feature+of+quebec+marketing++1990&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwipj8nsk4PqAhWOrIsKHcpqDdkO6AEIJzAA#v=onepage&q=feature%20of%20quebec%20marketing%20%201990&f=false>. (date of the application: 11.05.2020).

степени открыты для внешнего проникновения, особенно из Соединенных Штатов. В отношении телевидения ситуация, при которой «франкоязычные зрители редко смотрят англоканадские программы, а англоязычные зрители еще реже смотрят франкоканадские программы»¹²⁸, подтверждает факт глубокого раздела общества. Неудивительно, что основные французские СМИ в Квебеке сосредотачивались на политике провинции Квебек и в целом публиковали репортажи об Оттаве и остальной части Канады, прежде всего в контексте интересов Квебека. Английские СМИ относились к политике Квебека скорее как к внутреннему вопросу, но с особым вниманием к англоязычному меньшинству в Квебеке.

Следует, однако, отметить, что публика в Квебеке неизменно предпочитала отечественные передачи импортированным американским программам. Общеизвестно, что французское телевидение «СиБиСи» сыграло важную роль в развитии современного квебекского национализма. «Франкоязычное телевидение «СиБиСи» внесло большой вклад в сближение франкоязычных квебекцев, укрепляя сознание Квебека и национализм квебекуа»¹²⁹.

В то время как франкоязычные канадцы видели свое отражение по телевидению, англоязычные канадцы видели в основном американцев. Английский сервис редко оказывал влияние на страну, которую французский сервис оказывает в Квебеке, где некоторые программы привлекают большую часть потенциальной аудитории и становятся предметом ежедневных разговоров и дебатов. Тем не менее, граждане обеих языковых групп продолжали получать большинство новостей из внутренних источников, что является важной основой

¹²⁸ Pritchard D. Holding the Media Accountable: Citizens, Ethics, and the Law // Books Google. – 2000. – URL:

https://books.google.ru/books?id=sAJ3A7jVCVMC&pg=PA93&lpg=PA93&dq=mass+media+during+quebec+referendum&source=bl&ots=vgl4k2DYmG&sig=ACfU3U2WxGjmT5ia_In5hwCwmutSJUBkXQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwIem82DlrXoAhXSepoKHXWBCzI4ChDoATAFegQIChAB#v=onepage&q=mass%20media%20during%20quebec%20referendum&f=false. (date of the application: 13.03.2020).

¹²⁹ Ibid.

для политического дискурса. Кроме того, квебекские националисты гораздо больше интересуются историей, чем другие канадцы. «Население имеет память. Наши воспоминания передаются через наши песни, через нашу культуру. И наша память такова, что, будучи в основном французами, мы испытали притеснение... Это как тень позади нас. Всем, наверное, трудно понять это, потому что они не жили с этим»¹³⁰. Неудивительно, что в Канаде появилась тенденция в 1980-х гг. к использованию исторических образов в канадской рекламе, апеллирующих к национальной идентичности и популяризации истории, как инструмента для достижения национального общественного сознания¹³¹.

В Квебеке франкоязычные артисты и музыкальные исполнители имеют уникальные привилегии благодаря законам, защищающим франкоязычную культуру провинции. Единственная цель Хартии французского языка 1977 г. заключалась в том, чтобы «сделать французский языком государственного управления и права, а также повседневным языком работы, обучения, общения, торговли и бизнеса». Квебекуа – слово, которое также вызывает националистические настроения – пришли к определению культуры провинции по умолчанию, от государственных учреждений до искусства. Музыкальный проект должен содержать 70% франкоязычного контента, чтобы быть субсидированным большинством грантовых учреждений¹³². Канадская комиссия по радио- и телевидению (ККРТ) разработала специальные правила для

¹³⁰ Fletcher F. Media and Political Identity: Canada and Quebec in the Era of Globalization // CJC. – 1998. – URL: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1049/955>. (date of the application: 09.02.2020).

¹³¹ Neatby N. Settling and Unsettling Memories: Essays in Canadian Public History // Google books. – 2012. – URL: <https://clck.ru/P7be6>. (date of the application: 17.01.2020).

¹³² Nieguth T. Nationalism and Popular Culture // Books Google. – 2020. – URL: [https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+\(strauss,+2005\)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcpnEaTu_GA1dO4DKGQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj82tu3rI7qAhXPMZoKHa4vBOQQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+(strauss,+2005)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcpnEaTu_GA1dO4DKGQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj82tu3rI7qAhXPMZoKHa4vBOQQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false). (date of the application: 09.05.2020).

франкоязычных СМИ: 65% радио контента должны быть на французском языке, а 35% должны содержать англоканадский контент¹³³.

В соответствии с законодательством Квебека любая надпись на продукте, а также знаки и коммерческая реклама должны быть на французском языке. Законодательство, однако, предусматривает исключение для «признанных» товарных знаков в значении Закона о товарных знаках – если только не была зарегистрирована французская версия¹³⁴.

В течение многих лет розничные компании в Квебеке полагались на исключение «признанный» товарный знак для отображения только английских товарных знаков на общественных знаках, плакатах и коммерческой рекламе. Эта позиция стала предметом судебного разбирательства, когда регулирующий орган Квебека – Управление французского языка – начал серию широко пропагандистских правоприменительных действий в отношении ряда предприятий розничной торговли, использующих только вывески на английском языке, на основании того, что исключение не применимо к коммерческим обозначениям.

По данным Управления французского языка, торговые марки только на английском языке, используемые для обозначения фирменных наименований на коммерческих вывесках в Квебеке, должны сопровождаться общим французским дескриптором, фразой или выражением¹³⁵.

В статье 44 Квебекской хартии прав и свобод человека говорится, что «каждый имеет право на информацию в той мере, в которой это предусмотрено

¹³³ Raboy M. Missed Opportunities: The Story of Canada's Broadcasting Policy // Books Google. – 1990. – URL: <https://clck.ru/P7adE>. (date of the application: 03.03.2020).

¹³⁴ Ibid.

¹³⁵ Guidelines for TV and radio broadcasters and TV service providers during an election // Government of Canada. – 2018. – URL: <https://crtc.gc.ca/eng/industr/tvradio/guidelec.htm#a2>. (date of the application: 28.04.2020).

законом»¹³⁶. Точное название Квебекского акта: Закон о доступе к документам, хранящимся в государственных органах, и защите личной информации. Это относится к документам, хранящимся в государственных органах, включая правительственные департаменты и агентства, муниципальные организации, школьные организации, медицинские учреждения и социальные службы, а также профессиональные организации. Это сопровождается многочисленными положениями по защите личного характера информации, содержащейся в публичных документах. Его цель: «предоставить право доступа к информации в записях, находящихся под контролем государственного учреждения, в соответствии с принципами, согласно которым правительственная информация должна быть доступна общественности». Однако, здесь возникает сложность с языковым законодательством, т.е. информация доступна только на французском языке.

В то же время, правительство Квебека использовало разнообразные инструменты для выражения национальной идентичности. К слову Олимпийские игры в Монреале в 1976 г. были расценены как возможность продемонстрировать культурную самобытность франкоканадцев, проиллюстрировать широкой публике уникальное положение Квебека в составе Канады. В этом же отношении скандальным актом была печать олимпийской эмблемы на квебекском флаге, вместо канадского¹³⁷.

С 1 января 1993 г. уличные песни поют только на французском языке. Знаменитый красный знак «Stop / Arrêt» теперь просто «Arrêt» в Квебеке. Несмотря на то, что Канада официально является двуязычной страной. От Онтарио до Британской Колумбии, от Ньюфаундленда до Альберты дорожные

¹³⁶ Quebec Charter of Human Rights and Freedoms // CDPDJ. – 1975. – URL: <http://www.cdpdj.qc.ca/en/droits-de-la-personne/droits-pour-tous/Pages/charte.aspx>. (date of the application: 30.04.2020).

¹³⁷ MacKenzie S. Screening Québec: Québécois Moving Images, National Identity, and the Public Sphere // Books Google. – 2004. – URL: <https://clck.ru/P7bx4>. (date of the application: 02.05.2020).

знаки четко обозначены на английском и французском языках. В рамках Хартии прав и свобод 1982 г. английский и французский имеют равный статус в государственных учреждениях и федеральных судах. С принятием законов только на французском языке в Квебеке, двуязычный характер Канады ставится под вопрос в Квебеке¹³⁸. Это особенно интересно проявляется в частном бизнесе.

Когда глобально известные компании входили на канадский рынок, распространение продукции в прекрасной провинции сопровождалось многочисленными нюансами. И это не только языковая проблема и дополнительные статьи затрат на перевод с английского языка на французский. В силу развития национализма и ассоциаций, связанных с определенной колористикой Квебекского национального флага, успешные примеры местной адаптации продукта зависели и от цветовой гаммы упаковки продукта.

Однако, идентичность франкоканадских потребителей выражается в трех типах: чувственные, консервативные и неценовые когнитивные черты. Чувственная особенность говорит о важности всех чувств для франкоканадцев, а также об их оценке эстетики и следованию моды. Консервативная черта связана с низким уровнем риска, акцентом на семье. Наконец, третья черта приводит к принятию высокой цены (в пределах разумного), если продукт или услуга соответствуют критериям первых двух черт¹³⁹.

Большая часть того, что известно о франкоканадском рынке, исходит не из теоретических связей с их идентичностью (или структурной теории), а из описательных сравнений с английскими канадцами или сегментами на франкоканадском рынке. Хотя франкоканадские потребители в чем-то

¹³⁸ Duerr M.E. Quebec's New Push for Sovereignty: Increasing Civic Nationalism and New Parti Quebecois Strategies for the Next Provincial Election // Cedarville University. – 2011. – URL: https://digitalcommons.cedarville.edu/history_and_government_presentations/1. (date of the application: 06.06.2020).

¹³⁹ Philip R. International Marketing, 18th Edition // Books Google. – 2020. – URL: <https://clck.ru/P7cYX>. (date of the application: 14.03.2020).

отличаются от английских канадцев, франкоканадский рынок не настолько идентичен или однороден, как полагают многие маркетологи.

Одно из исследований, проведенных на англоканадском, франкоканадском языках, показало, что веселье и радость в жизни / волнении были одинаковыми во этих культурах, и что англо- и франкоканадцы ценили безопасность и теплые отношения с другими. Соответственно, восприятие определенной символики, цветовой палитры, лозунгов является уже продуктом националистического движения в Квебеке, нежели присущий им патриотизм в силу рождения в прекрасной провинции.

Интересным представляется анализ противостояния Пепси Ко и Кока-Кола Компани за долю рынка в Квебеке. К слову, лидирующие позиции на рынке занимала Кока-Кола Компани вплоть до начала 1980-х гг., однако вскоре доля Пепси Ко начала составлять более 60% рынка безалкогольных напитков. С одной стороны, именно такое решение потребителей было обосновано использованием цветовой палитры бренда, вызывая определенные ассоциации в обществе. Так, компания Пепси, преобладающими цветами которой были и есть синий и белый, что также совпадает с флагом Квебека, имела большой успех, тогда как Кока-Кола Компани контрастировала с националистическим движением франкоканадцев в красно-белых цветах, что неизменно напоминало Канадский государственный флаг¹⁴⁰.

Интересны не только примеры глобальных брендов на рынке Квебека, но и местные компании. Например, Тим Хортонс изменил свое написание, потеряв апостроф (теперь Тим Хортон), в 1990-х гг., когда они вошли в Квебекский рынок с целью легкого перевода на французский язык¹⁴¹.

¹⁴⁰ Philip R. International Marketing, 18th Edition // Books Google. – 2020. – URL: <https://clck.ru/P7cYX>. (date of the application: 14.03.2020).

¹⁴¹ Nieguth T. Nationalism and Popular Culture// Books Google. – 2020. – URL: [https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+\(strauss,+2005\)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcfnpEaTu_GA1dO4DKGQ&hl](https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+(strauss,+2005)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcfnpEaTu_GA1dO4DKGQ&hl)

Напомним, что по законодательству Квебека использование коммерческой рекламы может быть только на французском языке. Раздел 58 Хартии французского языка требует, чтобы «общественные знаки, плакаты и коммерческая реклама были только на французском языке», а также ст. 69, что «в Квебеке может использоваться только французская версия названия фирмы»¹⁴². В связи с этим мировой бренд КФС и владелец местного магазина Валери Форд имели схожую проблему с разными решениями. Так, английское сокращение «KFC» было переведено на французский язык как «PFC» и было адаптировано под франкоканадского потребителя (бело-синее сочетание отдельных рекламных баннеров, вместо привычного бело-красного)¹⁴³. Однако следующий случай имеет абсолютно иную развязку. Владелец магазина шерсти на Западном острове Валери Форд был оштрафован за нарушение Устава французского языка, а именно Управление французского языка Квебека поручило владельцу информировать и обслуживать своих клиентов на французском языке и заменять двуязычные французские и английские знаки одноязычными французскими. В ответ на это В. Форд решил обратиться с иском в суд. В ходе рассмотрения дела, однако, Суд пришел к выводу, что данные дисциплинарные взыскания неправомерны, а также постановил, что законопроект №101 нарушает свободу выражения мнения, гарантированную Канадской хартией прав и свобод¹⁴⁴.

Таким образом, особенности рынка провинции Квебек тесно связаны с развитием национального движения и определения культурной и языковой

=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj82tu3rI7qAhXPMZoKHa4vBOQQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false. (date of the application: 09.05.2020).

¹⁴² Charter of the French language // Legis Quebec. – 1977. – URL: <http://www.legisquebec.gouv.qc.ca/en/showdoc/cs/C-11>. (date of the application: 12.12.2019).

¹⁴³ Cormack P. Desiring Canada: CBC Contests, Hockey Violence and Other Stately Pleasures // Books Google. – 2013. – URL: <https://clck.ru/P7cLj>. (date of the application: 25.11.2019).

¹⁴⁴ Supreme Court Judgments: Ford v. Quebec // Supreme Court of Canada. – 1988. – URL: <https://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/en/item/384/index.do>. (date of the application: 29.05.2020).

идентичности франкоканадцев. Вопрос использования языка в рекламе и названии компании, лояльность потребителей к определенному стилю слоганов и цветовой гаммы упаковки продукта, как результат ассоциативного ряда с национализмом, – все это создавало особую атмосферу для бизнеса внутри провинции. С одной стороны, данные законопроекты выражали протекционистские тенденции со стороны провинциального правительства, что неоднократно подтверждалось привилегиями для франкоязычной музыкальной индустрии, или же дисциплинарными взысканиями с владельцев за неподчинение провинциальному законодательству в языковой сфере. С другой стороны, подобные примеры иллюстрируют сложности сосуществования франко- и англоканадцев в составе одной страны. В это же время наблюдалось четкое деление языка в СМИ и телерадиовещании с преобладающей частью франкоязычных программ; предпочтения со стороны общественности Квебека резко контрастировали со вкусами жителей остальной части Канады.

В условиях общеканадской рецессии в период с 1980 по 1995 гг. и политической неопределенности, связанной с развитием франкоканадского национализма, была отмечена важная роль реакции общественности и появления характерных паттернов в жизни квебекцев. Несмотря на то, что экономические показатели не были напрямую зависимы от референдумов о независимости Квебека, противоречия между квебекуа и остальной частью Канады, тем не менее, продолжали расти. Поэтому риторика правящих элит сохраняла громкие лозунги с характерными коннотациями, использование определенных слов, неявный посыл в рекламе за приверженность к определенной стороне референдума – все эти попытки имели огромное значение в формировании восприятия общественности, в том числе, в вопросе экономической нестабильности. В это же время, квебекские и общеканадские тенденции в бизнесе, средствах массовой информации, правовых аспектах развития регионов не были одинаковыми, а наоборот, порождали еще большие

различия между двумя языковыми группами. Развитие национальной идентичности франкоканадцев порождало специфику рынка Квебека, и наоборот, потребители в Квебеке больше были лояльны к компаниям, которые так или иначе (даже в банальном использовании цветовой гаммы в рекламе и на упаковке схожей с цветами провинциального флага Квебека) затрагивали вопрос квебекского национализма. В связи с этим, детальное изучение рекламы становится актуальным вопросом в изучении франкоканадского национализма.

ГЛАВА 3. Использование националистических идей как тенденция рекламного развития в Канаде

3.1. Франкоканадский национализм в рекламе и пиаре

Социальный дискурс в период до и между референдумами о независимости в Квебеке был насыщен националистическими идеями и лозунгами, а поскольку к 1980 г. подобные идеи часто звучали на протяжении более 20 лет в политических и общественных кругах, восприятие публики по отношению к ним было непринужденным. Поэтому массы довольно быстро проникались этими идеями и чаще реагировали на уже знакомые им лозунги.

Компании, анализируя реакцию своих потребителей, не упустили возможность использовать настроения масс в рекламных кампаниях, тем самым завоевать доверие своих клиентов. В общих рекламных практиках отражение образа жизни потребителей и стереотипов в обществе является распространенным явлением. И это имеет результат, поскольку использование диалектов или же показательная практика подобного образа жизни трансформирует «незнакомое» в обыденное. К слову, культура и особенности того или иного рынка давно является предметом изучения среди маркетинговых исследователей. В связи с этим было связано появление и развитие локальной адаптации рекламы и продукта, направленного на определенного потребителя.

Крупная национальная компания «Гидро-Квебек» использовала рекламные лозунги, обращенные к националистическому единству Квебека, уже в 1976 г., дословно: «Нас шесть миллионов и мы должны говорить»¹⁴⁵. Год этой рекламной кампании совпадает с приходом к власти сепаратистской партии

¹⁴⁵ Perron D. Le nouveau roman de l'énergie nationale: analyse des discours promotionnels d'Hydro-Québec de 1964 a 1997 // Books Google. – 2006. – URL: https://books.google.ru/books?id=gGuT9Pd6A7QC&pg=PA267&lpg=PA267&dq=nous+sommes+quebecois+publicité+1995&source=bl&ots=IGa5VSuLMj&sig=ACfU3U356VDsAzhO0eq2SR1N95-g_fuPcQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKewiyqYzCpsDpAhXq8KYKHcquDfYQ6AEwEHoECAkQAQ#v=onepage&q=nous%20sommes%20quebecois%20publicité%201995&f=false. (date of the application: 07.03.2020).

Парти Квебекуа во главе с Р. Левеком, что напрямую связано между собой. Во всяком случае, рекламные речи «Гидро-Квебека», отражающие различные конфигурации представительства государственного общества, сознательно смешанного с нацией, апеллировали к сознанию франкоканадцев. Успешные формулы рекламы в стиле «Мы Гидро-Квебекуа», «Новая энергия» или «Энергия, которая смотрит вдаль»¹⁴⁶ возникают из ряда дискурсивных аккомпанементов и комментариев, где сохранилось постоянное выражение полиморфного желания, которое вписывается во все темы, иллюстрирующие варианты квебекской идентичности, объединенные во всех ее формах.

Коннотативный смысл аккуратно подобранных слов рекламной кампании вызывает к эмоциональной составляющей франкоканадцев, делая акцент на национальности («квебекуа») и «новой энергии», которой наполнен дух франкоканадцев в целях достижения национального признания, взывая к будущему. Референдум 1980 г. был одним из «желаемых» достижений нации. Рекламные лозунги «Гидро-Квебека» гармонично дополнили агитационную кампанию правительства Квебека, которая и без того была обращена скорее к эмоциональному состоянию масс, нежели на объективные причины и последствия.

Характерно то, что стремление «Гидро-Квебека» к ностальгии, созданной в рекламной кампании 1995 г., совпало со вторым референдумом по суверенитету Квебека. «Ностальгия... это неоднозначное чувство, которое предполагает разрыв с прошлым, к которому хочется вернуться. Ностальгия предполагает законченное состояние. В этом ракурсе, возвращение в прошлое,

¹⁴⁶ Perron D. Le nouveau roman de l'énergie nationale: analyse des discours promotionnels d'Hydro-Québec de 1964 a 1997 // Books Google. – 2006. – URL: https://books.google.ru/books?id=gGuT9Pd6A7QC&pg=PA267&lpg=PA267&dq=nous+sommes+quebecois+publicité+1995&source=bl&ots=IGa5VSuLMj&sig=ACfU3U356VDsAzhO0eq2SR1N95-g_fuPcQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKewiyqYzCpsDpAhXq8KYKHcquDfYQ6AEwEHoECAkQAQ#v=onepage&q=nous%20sommes%20quebecois%20publicité%201995&f=false. (date of the application: 07.03.2020).

которое проецирует ностальгическое желание, представляется как подтверждение превосходства прошлого и невозможности возвращения»¹⁴⁷.

Впоследствии, стремление к ностальгическому выражению переросло к созданию телевизионного проекта «Строители воды»¹⁴⁸, который, хоть и был представлен в 1997 г., но сохранил в себе попытки сакрализации важных моментов истории развития компании, достойные национальной ностальгии. В картинах отражен образ квебекуа, национальная символика Квебека, а также политические лидеры, имевшие влияние на развитие национального самосознания франкоканадцев¹⁴⁹.

Кроме того, маркетинговые креативы, обращенные к националистическим тенденциям, в 1980 г. набирали ажиотаж. Гениальные рекламные кампании, богатые коннотативным смыслом, дополняли публичность проекта правительства Квебека. Рекламные объявления, которые имели мало общего с референдумом и не приводили явных аргументов «за» или «против», тем не менее, имели большое значение в укреплении позиции правительства Квебека. Например, серия рекламных объявлений Министерства транспорта, которые гласили «все пристегиваются в Квебеке» были предназначены для убеждения квебекцев использовать ремни безопасности во время движения. Однако, главный посыл также мог быть интерпретирован, как «все связаны с Квебеком». Слоган Министерства промышленности также поддается косвенной трактовке:

¹⁴⁷ Trepanier A. Un discours à plusieurs voix: la grammaire du oui en 1995 // Internet Archive. – 2001. – URL: <https://archive.org/details/undiscoursplusie0000trep/page/n165/mode/2up>. (date of the application: 25.03.2020).

¹⁴⁸ Les Bâisseurs d'Eau [Electronic resource] // YouTube. – 2014. – URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJZbEqBZuuWeQuU_BwyZzvwb8mE3Knrkc. (date of the application: 25.03.2020).

¹⁴⁹ Perron D. Le nouveau roman de l'énergie nationale: analyse des discours promotionnels d'Hydro-Québec de 1964 a 1997 // Books Google. – 2006. – URL: https://books.google.ru/books?id=gGuT9Pd6A7QC&pg=PA267&lpg=PA267&dq=nous+sommes+quebecois+publicité+1995&source=bl&ots=IGa5VSuLMj&sig=ACfU3U356VDsAzhO0eq2SR1N95-g_fuPcQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKewiyqYzCpsDpAhXq8KYKHcquDfYQ6AEwEHoECAkQAQ#v=onepage&q=nous%20sommes%20quebecois%20publicité%201995&f=false. (date of the application: 07.03.2020).

«Давайте поставим наших людей впереди!», – воскликнули рекламные щиты кампании продвижения проекта «солидарная экономика»¹⁵⁰. Однако в данном случае речь идет о дискриминационном положении франкоканадцев в англоканадской общине, и тем самым побуждает аудиторию проголосовать за отделение.

На протяжении всего референдума 1980 г. правительство Квебека спонсировало рекламные объявления, которые звучали, как «одна страница в истории квебекуа». Одна из реклам была создана в честь сороковой годовщины расширения женских гражданских прав. В тексте обсуждались многие достижения женщинами. Крупным шрифтом на поле в нижней части объявления была «кульминационная строка»: «Мы хотим равенства!»¹⁵¹. Характерно, что эта реклама была выпущена меньше, чем за месяц до референдума о суверенитете. Хотя, предположительно, речь идет о положении женщин в обществе, но это обращение не было персонализировано, поэтому данный призыв мог найти отголоски в умах франкоканадцев, особенно при беглом прочтении новостной ленты.

Ранее был изучен вопрос продвижения Пепси Ко на квебекском рынке. Несмотря на локальную адаптацию продукта, в 1980-х гг. отдел маркетинга Пепси воспользовался шансом, который не так часто использовали иностранные или даже многие отечественные компании в Квебеке. Реклама обратилась к чувству уникальности Квебека в окружающем его англоязычном пространстве и, несомненно, прокатилась на волне широко распространенных националистических настроений до и после первого референдума. Маркетинговые исследования показали, что при рекламных лозунгах «Мы

¹⁵⁰ Rose W. R. Making «Pictures in Our Heads» Government Advertising in Canada // Books Google. – 2000. – URL: <https://clck.ru/P7ae3>. (date of the application: 05.03.2020).

¹⁵¹ Raboy M. Missed Opportunities: The Story of Canada's Broadcasting Policy // Books Google. – 1990. – URL: <https://clck.ru/P7adE>. (date of the application: 03.03.2020).

другие»¹⁵², реакция франкоканадцев выражалась в лояльности к бренду. Следует отметить, что вплоть до «Тихой революции» англоязычные рекламные фирмы Монреаля даже не рассматривали возможность локальной адаптации, которая выходила за рамки работы по переводу. Казалось, что в одночасье Пепси взлетела с 15 пунктов ниже Кока-Колы до 20 пунктов выше продаж конкурентов в провинции¹⁵³.

Кроме того, маркетологи Пепси приглашали местных знаменитостей Квебека преимущественно из комедийной среды, например, Клода Менье, тогда как во всем мире рекламировал Пепси Майкл Джексон. Используя широкий, часто грубый юмор, Менье сыграл множество стереотипных портретов квебекцев, в том числе хоккеиста, который, казалось, «получил слишком много шайб в голову». Персонажи Менье часто говорили на насыщенном жаргоне языке, диалекте, который чаще всего звучал в рабочих кварталах Монреаля. Реклама превратила Менье в знаменитость в Квебеке, а Пепси стала главным безалкогольным напитком в провинции¹⁵⁴.

Следует отметить, что компания Пепси открыла свой первый канадский завод по розливу в Монреале в 1934 г. Изначально низкая цена по сравнению с Кока-Колой привела к популярности бренда среди малоимущего франкоязычного рабочего населения города. К середине 1940-х гг. слово «пепси» (иногда сокращенное до «перца») стало уничижительным термином, обычно используемым англоязычными монреальцами, чтобы высмеивать плохой вкус и пустые карманы своих франкоязычных соотечественников,

¹⁵² Philip R. *International Marketing*, 18th Edition // Books Google. – 2020. – URL: <https://clck.ru/P7cYX>. (date of the application: 14.03.2020).

¹⁵³ Austen I. *In a Quebecer's Heart, Pepsi Occupies a Special Place* // *The New York Times*. – 2009. – URL: https://www.nytimes.com/2009/07/31/business/media/31adco.html?_r=1. (date of the application: 02.05.2020).

¹⁵⁴ Ibid.

выражающееся в следующем контексте: «Если бы у вас были деньги, вы бы пили Колу»¹⁵⁵.

Что касается референдума о независимости Квебека в 1995 г., использование специфических лозунгов со стороны маркетингового отдела за или против сепаратизма отмечено не было. Но, еще более интересно то, что первоначальный успех кампании закрепился на десятилетия спустя, и это демонстрирует устойчивую лояльность граждан провинции. Пепси продолжал приглашать местных актеров и комиков для участия в рекламных роликах, на которых были изображены такие культурные продукты, как «путин» (картофель фри с соусом и сырным творогом), отмечался лингвистический регионализм квебекуа. Неофициальный лозунг: «Какова твоя национальная идентичность на вкус?» объединял все усилия Пепси в работе по местной адаптации рекламы и выразился в официальном – «Вот и Пепси»¹⁵⁶.

После референдума 1995 года в Квебеке некоторые маркетологи изменили свои рекламные подходы, потому что считали, что определенные слова и коннотации стали запретными¹⁵⁷. С другой стороны, компания «Маунтейн Екипмент», основанная в Ванкувере, усердно работала над тем, чтобы позиционировать свой бренд как часть культурной среды Квебека. Рост членства был поддержан событиями каякинга в Квебеке, введением визуального словаря продуктовой линии компании, что передавало уважительный подход к культурным и языковым различиям внутри Канады¹⁵⁸.

¹⁵⁵ Austen I. In a Quebecer's Heart, Pepsi Occupies a Special Place // The New York Times. – 2009. – URL: https://www.nytimes.com/2009/07/31/business/media/31adco.html?_r=1. (date of the application: 02.05.2020).

¹⁵⁶ Victor S.I What does your national identity taste like? Ici, c'est Pepsi // Media Diversified. – 2016. – URL: <https://mediadiversified.org/2016/06/04/what-does-your-national-identity-taste-like-ici-cest-pepsi/>. (date of the application: 01.03.2020).

¹⁵⁷ Johnson R. Canadian Identity and Ethnic Subcultures – Pearson Canada // Yumpu. – 2014. URL: <https://www.yumpu.com/en/document/view/25209119/canadian-identity-and-ethnic-subcultures-pearson-canada>. (date of the application: 09.05.2020).

¹⁵⁸ Ibid.

Креативное исполнение, разработанное специально для рынка Квебека, как было описано выше, имело большее влияние с точки зрения таких характеристик, как оригинальность и достоверность, чем переводы из англоканадской или американской рекламы. К тому же, отражение устоявшихся стереотипов сосуществования англо- и франкоканадцев и отражение различий также было характерно в рекламной тенденции рассматриваемого периода. Так, пивоварня «Мусхэд» вышла на рынок Квебека с уникальной рекламой. Поскольку стиль потребителя пива в Квебеке сильно отличается от типичного англоканадского любителя пива: «англоканадцы обычно пьют пиво, чтобы добраться из пункта А в пункт В, в то время как квебекуа пьют пиво, чтобы наслаждаться жизнью»¹⁵⁹.

Таким образом, использование националистических идей в рекламе и пиаре для франкоязычной аудитории в период до и между референдумами о независимости не было повсеместным явлением. Несмотря на то, что национализм в Квебеке был сравним с мейнстримом, как местные, так и иностранные компании не стремились оказаться во главе этого движения. И все же, яркие примеры использования националистических лозунгов или же слоганов с неявным коннотативным значением присутствовали. К ним относятся «Гидро-Квебек» и «Пепси Ко», рекламные стратегии которых начали включать националистические идеи или же отсылки к ним в период до, во время и после первого референдума о независимости в 1980 г. Благодаря маркетинговым усилиям в этот период Пепси удалось занять большую долю рынка и сохранять свои позиции и после второго референдума 1995 г., используя те же тактики продвижения продукта на рынке. К слову, политическая реклама,

¹⁵⁹ Johnson R. Canadian Identity and Ethnic Subcultures – Pearson Canada // Yumpu. – 2014. – URL: <https://www.yumpu.com/en/document/view/25209119/canadian-identity-and-ethnic-subcultures-pearson-canada>. (date of the application: 09.05.2020).

насыщенная коннотативными смыслами, со стороны правительства Квебека оказывало большее влияние на общественность, нежели частные компании.

3.2. Продвижение канадской идентичности

Острый вопрос между федеральным правительством и правительством Квебека в связи с быстрым развитием франкоканадского национализма был одним из причин повышения роли общеканадского самосознания в обществе в противовес квебекскому. С кризисом идентичности 1980-х и 1990-х гг. в Канаде, стремление к объединяющему потенциалу национальной культурной идентичности росло и проявлялось во многих отношениях, что наиболее очевидно, через телевидение. Казалось, что отсутствие канадской культурной самобытности и ее хрупкое национальное положение рассматривались как идеальная платформа для использования частными компаниями это в своих целях. Канадцы были обеспокоены отсутствием своей коллективной культуры и имели столь низкий национальный авторитет, что побуждало, прежде всего, правительственные круги воздействовать на общественное восприятие канадской общности. Тем не менее, компании использовали эту ситуацию, производя телевизионные рекламные ролики, направленные на то, чтобы подчеркнуть не только свой конкретный продукт, но и их корпоративный национализм.

Канадское правительство в этот период стремилось связать эмоциональный резонанс лозунгов с политическими структурами. В первую очередь это было основой для правительственной пропаганды, направленной на снижение темпов националистического движения в Квебеке. Основой многих правительственных рекламных объявлений является обращение к людям из Квебека о том, что «федерализм является идеальной структурой правительства»¹⁶⁰.

¹⁶⁰ Rose J. The Advertising of Politics and the Politics of Advertising // Queen's University. – 2000. – URL: <http://post.queensu.ca/~rosej/cics.pdf>. (date of the application: 28.05.2020).

В 1992 г. Канада отметила свой 125-й год пропагандистской кампанией, которая имела все атрибуты рекламного ролика «Маргаритка»: рекламные объявления, которые содержали много коннотативного значения. В этом же году канадской общественности был представлен ряд конституционных реформ в форме референдума. 26 октября 54% канадцев проголосовали за отклонение предложений федерального правительства, несмотря на значительную маркетинговую защиту, проводимую правительством.

Если рассмотреть данную рекламную кампанию, то следует заметить, что все объявления превозносят достоинства объединенной Канады. Одно объявление напомнило канадцам, что ООН оценила Канаду как место номер один для жизни, как если бы она насмеялась над сепаратистами и другими противниками федерализма. Описывая исследование ООН, которое оценивает образование, ожидаемую продолжительность жизни и покупательную способность, голос за кадром говорит: «Угадайте, кто пришел первым в этом году?», после чего камера приближается к канадскому флагу¹⁶¹. Другие правительственные ведомства также присоединились к кампании «За любовь к Канаде», в то время как министерство промышленности, торговли и технологий выступило с лозунгом «Да, мы можем», который был не только о канадской конкурентоспособности на международном рынке. Также «Да, мы можем» может быть истолковано как аргумент позиции федералистов на референдуме¹⁶².

В рассматриваемый период множество рекламных акций, как со стороны федерального правительства, так и канадских компаний, апеллировало к патриотическим чувствам. «Патриотизм – это здоровая, конструктивная любовь к своей земле и народу», в то время как «национализм – нездоровая любовь одного правительства, сопровождаемая агрессивным желанием возвысить одних

¹⁶¹ Ibid.

¹⁶² Rose J. Government advertising and the creation of national myths: The Canadian case // Queen's University. – 2003. – URL: <http://post.queensu.ca/~rosej/ijnvsm.pdf>. (date of the application: 17.05.2020).

в ущерб другим... Патриотизм является подходящим, действительно необходимым чувством для людей, которые хотят сохранить свою свободу»¹⁶³. Патриотизм можно увидеть во всей канадской культуре, будь то через ношение канадского флага, пение государственного гимна или через поддержку любимого национального бренда – Тим Хортон. Через рекламу Тим Хортон поделился историями и изображениями, которые отражают нацию, которая уже любит канадские кофейные франшизы, и привязали их к своей любви и преданности Канаде. В результате Тим Хортон создал культуру, которая поощряет патриотизм, покупая продукцию Тима Хортона, и культивирует чувство единства между канадцами, делаясь своими историями и соответствующими культурными символами в своих рекламных объявлениях.

Используя канадские символы и стереотипы в своих рекламных объявлениях, Тим Хортон напоминает своим потребителям о своей приверженности «Истинному Северу». Одним из таких символов является канадский хоккей. «Хоккей... – это не просто игра, это страсть, которая объединяет нас всех»¹⁶⁴. Рекламный ролик, содержащий данные строки, заканчивается тем, что другой рассказчик говорит: «Тим Хортон поддерживает хоккей, поскольку он объединяет всех канадцев». Этот рекламный ролик является лишь небольшим примером того, как Тим Хортон стремился создать связь между канадскими культурными символами и их брендом¹⁶⁵.

Канадцы всегда будут помнить известную рекламу пива Молсон, ведь она стала собственной коллективной канадской культурной памятью, в которой был

¹⁶³ Cameron E. Heritage Minutes – Culture and Myth [Text] / Canadian Studies at Home and Abroad. Montreal: Association for Canadian Studies. 1995. P 24.

¹⁶⁴ Ibid. P. 22.

¹⁶⁵ Nieguth T. Nationalism and Popular Culture // Books Google. – 2020. – URL: [https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+\(strauss,+2005\)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcfnpEaTu_GA1dO4DKGQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj82tu3rI7qAhXPMZoKHa4vBOQQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+(strauss,+2005)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcfnpEaTu_GA1dO4DKGQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj82tu3rI7qAhXPMZoKHa4vBOQQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false). (date of the application: 09.05.2020).

представлен «Джо канадец». Реклама начинается с неохотно выглядывавшего актера, который выходил на пустую сцену и обращался к невидимой аудитории. В клетчатой рубашке и джинсах Джо – «среднестатистический канадец» – произносит речь, начиная тихо и кротко и переходя на эмоциональное повествование, в то время как изображения, связанные с Канадой, вспыхивают на огромном экране позади него. «Я не дровосек или торговец мехом. Я не живу в иглу, у меня нет собачьих упряжек, и я не знаю Джимми, Салли или Сьюзи из Канады, хотя я уверен, что они действительно очень хорошие. У меня есть премьер-министр, а не президент. Я говорю по-английски и по-французски, а не по-американски, и я произношу это как «о», а не как «ботинок». Я могу с гордостью нашить флаг моей страны на рюкзак. Я верю в миротворчество, а не в полицейскую деятельность; разнообразие, а не в ассимиляцию; и в то, что бобр - это действительно гордое и благородное животное. Токе - это шляпа, честерфилд - это кушетка, и ее произносится как «зед», а не «зее» - «зед». Канада является второй по величине страной в мире! Первая нация хоккея! И лучшая часть Северной Америки! Меня зовут Джо, и я канадец!»¹⁶⁶.

В этой речи Джо рассматривает вопросы общих канадских стереотипов («я не живу в иглу»), а также общего канадского сопротивления по сравнению с американским («я верю в миротворчество, а не в полицейскую деятельность»). Сам лозунг продукта – «Я канадец» – на самом деле относится не только к продукту, но и к предполагаемым потребителям. В своем изображении того, чем являются и не являются канадцы, реклама стремится найти общий язык с аудиторией, чтобы удовлетворить всех канадцев и определить структуру канадской идентичности. Рекламная кампания «Я – канадец» была начата Молсоном в 1994 г. и «использовала национализм, скрывающийся в канадском

¹⁶⁶ I am Canadian // YouTube. – 2000. – URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJZbEqBZuuWeQuU_BwyZzvwb8mE3Knrkc. (date of the application: 25.04.2020).

сознании в период, когда считалось, что националистические настроения почти исчезли». К слову, именно такой подход в рекламе сохраняется и в XXI в. Однако эта реклама была строго англоязычной версией и не получила отклика в умах многих канадцев, которых якобы объединяет. Начнем с того, что реклама шла только на английском языке в Канаде. Хотя в монологе и была обозначена особенность Квебека, упомянув об использовании французского языка в Канаде, канадский Молсон не продавался в этой провинции¹⁶⁷. Реклама также отмежевывается от родной канадской культуры, отвергая наличие собачьих упряжек. Однако самым сильным является реклама опровержения того, чем не являются Джо и, следовательно, канадцы. «Я канадец», может быть и «я не американец», и отрицание того, что я торговец лесом или мехом, может также заявить, что «я не живу в колонии». Как бы ни была популярна рекламная кампания Молсон в английской Канаде, она не создавала объединяющего и, что более важно, всеохватывающего национального самосознания. Безусловно, весь смысл этой рекламной кампании состоял в том, чтобы продавать пиво целевой канадской аудитории, портрет которой и был представлен в ролике.

Исходя из этого, попытки актуализировать канадскую идентичность также имели место в рассматриваемый период. Рекламные кампании обращались к потребителям, опровергали устоявшиеся стереотипы и рассказывали, что же такое «быть канадцем». В это же время, компания Тим Хортон апеллировала к патриотизму в противовес национализму, в первую очередь, франкоканадскому, связующим звеном всех канадцев был изображен хоккей. Однако, данные рекламные кампании не получили того резонанса, как это отражалось в Квебеке. С одной стороны, это объясняется особенностями развития национализма в Квебеке и устоявшимся национальным самосознанием франкоканадцев. С другой стороны, реклама пива Молсон была ориентирована на узкую

¹⁶⁷ Trifonas P.P. The Merchandizing of Identity: The Cultural Politics of Representation in the “I Am Canadian” Beer. // Taboo: The Journal of Culture and Education. 2017. №12. P. 61.

англоканадскую аудиторию и не нашла отражение в умах и образе жизни всех канадцев, как единого целого.

Таким образом, для канадского общества в период 1980-1995 гг. было характерно использование в рекламных кампаниях националистических идей и апеллирование к национальной идентичности в скрытых коннотативных смыслах, как правительственных структур, так и частных компаний, но в меньшей мере. Проникновение этих идей в рекламу связано с некоторыми логическими причинами. Во-первых, политическим структурам в период острых моментов движения за независимость франкоканадцев была необходима поддержка со стороны общественности, поэтому данным инструментом пользовались как федеральное, так и провинциальное правительства. Во-вторых, частные компании использовали националистические идеи потому, что общественность на них реагировала лучше и чаще, тем самым занимаемая компаниями доля рынка росла, а потребители находили отражение своих идей в рекламных объектах.

Однако результат таких рекламных кампаний не был одинаковым среди англоканадцев и франкоканадцев. В то время, как самосознание франкоканадцев привело к постановке вопроса о независимости, рекламные кампании англоканадцев не стали объединяющим инструментом для всех жителей Канады, тогда как националистические слоганы в Квебеке показывали высокий уровень лояльности среди потребителей. Продвижение канадской идентичности и слоганы «Я канадец» скорее рассказывали общественности, что такое «быть канадцем», опровергали устоявшиеся стереотипы, нежели были движущей силой канадского самосознания.

Использование националистических идей в рекламе и пиаре для франкоязычной аудитории в период до и между референдумами о независимости не было повсеместным явлением. Яркими примерами использования слоганов с неявным коннотативным значением в Квебеке

являются «Гидро-Квебек» и «Пепси Ко», рекламные стратегии которых начали включать отсылки к националистическим идеям в период до, во время и после первого референдума о независимости в 1980 г. Благодаря маркетинговым усилиям Пепси, включая слоганы «Мы другие», удалось занять большую долю рынка и сохранять свои позиции и после второго референдума 1995 г., используя те же тактики продвижения продукта на рынке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Новый этап развития франкоканадского национализма во второй половине XX в. был сопровожден длительными дискуссиями вокруг признания «особого статуса квебекуа». Начиная с эпохи «Тихой революции», в прекрасной провинции прослеживались тенденции к укреплению национального сознания, что дало толчок к движению за независимость, выразившееся в форме референдумов о независимости 1980 и 1995 гг. Несмотря на то, что федеральное правительство предпринимало различные попытки по снижению уровня напряжения в Квебеке, как, например, проекты репатриации Конституции, установление французского языка в качестве второго официального, исторические противоречия между двумя языковыми группами Канады в рассматриваемом этапе разрешить не удалось. Трудности сосуществования затрагивали многие сферы политической ответственности между федеральным и провинциальным правительствами. Это касалось социальной политики, вопросов налогообложения, распределения бюджета, миграционной политики. Кроме того, в центре дискуссии находилась проблема культурного и языкового своеобразия франкоканадцев.

В условиях общеканадской рецессии, которая неоднократно преобладала в период с 1980 по 1995 гг. и в Квебеке, и политической неопределенности, связанной с развитием франкоканадского национализма, большое значение имело формирование общественного мнения на существующие проблемы. В политической риторике федерального правительства неоднократно звучали идеи, что федерация является лучшей формой государственного устройства, а также широкой огласке придавались возможные негативные последствия сецессии. Несмотря на то, что экономические показатели не были напрямую зависимы от референдумов о независимости Квебека, в публичной риторике эта тема занимала отдельное место. К слову, динамика ставок облигаций в

рассматриваемый период зависела в большей степени от определенности даты проведения референдума, а за несколько недель до его проведения отмечался рост облигаций. Громкие лозунги со стороны правительств с характерными коннотациями, использованием определенных слов, неявный посыл в рекламе за приверженность к определенной стороне референдума – все это закладывало основу для формирования восприятия общественности, в том числе, в вопросе экономической нестабильности. В это же время, квебекские и общеканадские тенденции в бизнесе, средствах массовой информации, правовых аспектах развития регионов не были одинаковыми, а наоборот, порождали еще большие различия между двумя языковыми группами. Развитие национальной идентичности франкоканадцев порождало специфику рынка Квебека, и наоборот, потребители в Квебеке больше были лояльны к компаниям, которые так или иначе (даже в банальном использовании цветовой гаммы в рекламе и на упаковке схожей с цветами провинциального флага Квебека) затрагивали вопрос квебекского национализма.

В связи с этим, неудивительно, что канадскому обществу в период 1980-1995 гг. была присуща популяризация национального единства, исторической памяти, патриотизма. Несмотря на то, что националистические идеи или отсылки к ним через косвенный смысл имели место в рекламных кампаниях политических структур и частных компаний, это не было характерной чертой развития бизнеса, и, скорее, являлось исключением. Тем не менее, в ходе исследования удалось определить наличие как местных, так и иностранных компаний, которые использовали уникальную возможность заслужить доверие со стороны потребителей, используя в рекламных кампаниях отсылки к националистическим идеям.

Проникновение националистических идей в рекламу связано с некоторыми логическими причинами. Во-первых, политическим структурам в период острых моментов движения за независимость франкоканадцев была

необходима поддержка со стороны общественности, поэтому данным инструментом пользовались как федеральное, так и провинциальное правительства. Во-вторых, частные компании использовали националистические идеи потому, что общественность на них реагировала лучше и чаще, тем самым занимаемая компаниями доля рынка росла, а потребители находили отражение своих идей в рекламных объектах.

Яркими примерами использования слоганов с неявным коннотативным значением в Квебеке выступили «Гидро-Квебек» и «Пепси Ко». Начало маркетинговых усилий приходится на период до и во время первого референдума. Рекламные слоганы Пепси «Мы другие» и «Мы Гидро-Квебекуа» были приданы широкой огласке внутри франкоканадской общины, которые зачастую трактовались как признание особого положения квебекуа. Благодаря маркетинговым усилиям, Пепси удалось занять большую долю рынка и сохранять свои позиции и после второго референдума 1995 г., однако ярких националистических слоганов со стороны указанных компаний выявлено не было.

В англоязычной Канаде несколько отличался результат подобных маркетинговых практик. Рекламные кампании англоканадцев не стали объединяющим инструментом для всех жителей Канады, тогда как националистические слоганы в Квебеке показывали высокий уровень лояльности среди потребителей. Продвижение канадской идентичности, патриотизма компанией Тим Хортон и слоганы «Я канадец» из рекламы пива Молсон, которые были актуальны в период до и после второго референдума, скорее рассказывали общественности, что такое «быть канадцем», опровергали устоявшиеся стереотипы, нежели были движущей силой канадского самосознания.

Таким образом, вовлеченность националистических идей в рекламе и пиаре в контексте развития франкоканадского национализма в 1980-1995 гг.

отразила общие настроения того времени и особенности англо- и франкоканадских потребителей. Это еще раз подтверждает различие между жителями Квебека и остальной части Канады, а высокий уровень лояльности франкоканадцев к представленным лозунгам и маркетинговым стратегиям доказывает глубину проникновения националистических идей в общество.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Источники

1. Assemble Nationale, Commission d'etude des questions afferentes h Taccession du Quebec la souverainete, Projet de Rapport [Electronic resource] // Assemble Nationale. – 1992. – Access mode: <http://www.assemblee-nationale.fr/15/cri/2018-2019/20190279.asp#>. Date of the application: 17.12.2019.
2. Belanger-Campeau, Rapport de la commission sur Vavenir politique et constitutionnel du Quebec, co-chairs, M. Belanger and J. Campea. [Electronic resource] // Bibliotheque ANQ. – 1991. – Access mode: https://www.bibliotheque.assnat.qc.ca/DepotNumerique_v2/AffichageNotice.aspx?idn=20751. Date of the application: 11.12.2019.
3. Charlottetown Accord: Document [Electronic resource] // The Canadian Encyclopedi. – 1992. – Access mode: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/charlottetown-accord-document>. Date of the application: 21.01.2020.
4. Charter of the French language [Electronic resource] // Legis Quebec. – 1977. – Access mode: <http://www.legisquebec.gouv.qc.ca/en/showdoc/cs/C-11>. Date of the application: 12.12.2019.
5. Constitution Act [Electronic resource] // Justice Laws Website. – 1867. –Access mode: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-1.html>. Date of the application: 01.02.2020.
6. Constitution Act [Electronic resource] // Justice Laws Website. – 1982. –Access mode: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/Const/page-15.html#h-38>. Date of the application: 08.04.2019.
7. Constitutional Accord [Electronic resource] // The Solon Law Archive. –1987. – Access mode:

- <https://www.solon.org/Constitutions/Canada/English/Proposals/MeechLake.html>. Date of the application: 08.04.2019.
8. Constitutional Conference – Victoria // Government of Canada. – 1971. – Access mode: <https://www.canada.ca/en/intergovernmental-affairs/services/federation/constitutional-conference-victoria-1971.html>. Date of the application: 14.11.2019.
 9. Guidelines for TV and radio broadcasters and TV service providers during an election [Electronic resource] // Government of Canada. – 2018. – Access mode: <https://crtc.gc.ca/eng/industr/tvradio/guidelec.htm#a2>. Date of the application: 28.04.2020.
 10. I am Canadian [Electronic resource] // YouTube. – 2000. – Access mode: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJZbEqBZuuWeQuU_BwyZzvwb8mE3Knrkc. Date of the application: 25.04.2020.
 11. La solution. Le programme du Parti québécois présenté par René Lévesque [Electronic resource] // Université du Québec à Chicoutimi. – 1970. – Access mode: http://classiques.uqac.ca/collection_documents/parti_quebecois/la_solution/la_solution.html. Date of the application: 01.04.2019.
 12. Le Québec et l'interdépendance: le monde pour horizon éléments d'une politique d'affaires internationales [Electronic resource] // Relations internationales et Francophonie, Québec. – 1991. – Access mode: https://www.mrif.gouv.qc.ca/document/spdi/fonddoc/FDOC_rapp_2745_monde_pour_horizon_final.pdf. Date of the application: 06.02.2019.
 13. Les Bâisseurs d'Eau [Electronic resource] // YouTube. – 2014. – Access mode: https://www.youtube.com/playlist?list=PLJZbEqBZuuWeQuU_BwyZzvwb8mE3Knrkc. Date of the application: 25.03.2020.
 14. Point de Mire sur René Lévesque, Épisode 10: Le départ [Electronic resource] // Radio-Canada. – Access mode:

- <https://ici.radio-canada.ca/radio/profondeur/renelevesque/episode10.html>. Date of the application: 19.12.2019.
15. Programme du Parti Québécois [Electronic resource] // Internet Archive. – 1987. – Access mode: <https://archive.org/details/Programme1987/page/n1>. Date of the application: 08.04.2019.
 16. Quebec Charter of Human Rights and Freedoms [Electronic resource] // CDPDJ. – 1975. – Access mode: <http://www.cdpdj.qc.ca/en/droits-de-la-personne/droits-pour-tous/Pages/charte.aspx>. Date of the application: 30.04.2020.
 17. Resolution of the Québec National Assembly on the 1995 referendum question and an extract of the Official Report of the Directeur général des élections (results) / Québec's Positions on Constitutional and Intergovernmental Issues from 1936 to March 2001 [Electronic resource] // Secrétariat du Québec aux relations canadiennes. – 2001. – Access mode: https://www.sqrc.gouv.qc.ca/documents/positions-historiques/positions-du-qc/part3/Document31_en.pdf. Date of the application: 15.01.2020.
 18. Supreme Court Judgments: Ford v. Quebec [Electronic resource] // Supreme Court of Canada. – 1988. – Access mode: <https://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/en/item/384/index.do>. Date of the application: 29.05.2020.
 19. Separation Anxiety: The 1995 Quebec Referendum [Electronic resource] // CBC Canada. – Access mode: <https://www.cbc.ca/archives/topic/separation-anxiety-the-1995-quebec-referendum>. Date of the application: 15.03.2020.
 20. The 1980 referendum question and an extract of the Official Report of the Directeur général des élections (results) / Québec's Positions on Constitutional and Intergovernmental Issues from 1936 to March 2001 [Electronic resource] // Secrétariat du Québec aux relations canadiennes. – 2001. – Access mode:

https://www.sqrc.gouv.qc.ca/documents/positions-historiques/positions-du-qc/part3/Document12_en.pdf. Date of the application: 01.04.2019.

21. The Canadian Code of Advertising Standards [Electronic resource] // Ad Standards. – 2019. – Access mode: <https://adstandards.ca/code/the-code-online/>. Date of the application: 09.03.2020.
22. Trudeau, P. E. Say Goodbye to the Dream of One Canada [Electronic resource] // The Solon Law Archive. – 1987. – Access mode: <https://www.solon.org/Constitutions/Canada/English/Arguments/trudeau%20-%20say%20goodbye%20to%20the%20dream%20of%20one%20canada.pdf>. Date of the application: 06.12.2019.
23. Wells C. Reforming the Amending Formula: the Case for a Constitutional Convention [Electronic resource] // Constitutional Forum. – 1990. Access mode: https://journals.library.ualberta.ca/constitutional_forum/index.php/constitutiona1_forum/article/view/11919/9071. Date of the application: 11.04.2020.

Литература

1. Агамогланов, В. Ш. Обострение национального вопроса в условиях общего кризиса капитализма (на примере Канады) [Текст] / В. Ш. Агамогланов. – М., 1976. – 213 с.
2. Ажаева, В.С. Канада: тенденции социально-политического развития [Текст] / В. С. Ажаева. – М.: ИНИОН РАН, 2001. – 84 с.
3. Акимов, Ю. Г. «Голлистская атака» или «война с ветряными мельницами»: Франция, Квебек и «остальная Канада» в 1960-е гг. [Текст] / Ю. Г. Акимов. // Канадский ежегодник. – 2013. – № 17. – С. 91-116.
4. Акимов, Ю. Г. Канада, Квебек и вопрос о проведении саммита Франкофонии (1970-е - середина 1980-х годов) [Текст] / Ю. Г. Акимов. //

- Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». – 2016. – С. 111-123.
5. Зазнаев, О. И. Канадская национальная идентичность: проблемы формирования. [Текст] / О. И. Зазнаев. // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2012. – №1. – С. 226-233.
 6. Казакова, О. Ю. Феномен квебекской нации с точки зрения исторической антропологии [Текст] / О. Ю. Казакова. // Канадский ежегодник. – 2009. – №13. – С. 112-121.
 7. Коленеко, В. А. Французская Канада в прошлом и настоящем: очерки истории Квебека, XVII-XX века [Текст] / В. А. Коленеко. – М.: Наука, 2006. – 232 с.
 8. Куклева А.В. Агитационная кампания сепаратистов и федералистов в преддверии референдумов 1980 и 1995 гг. в Квебеке // Россия и Канада: арктические гиганты: Материалы Седьмых Канадских чтений. СПб., 5–6 апреля 2019 г. / Под ред. Ю.Г. Акимова, К.В. Минковой. Часть II. СПб.: СКИФИЯ-принт, 2019. – С. 100-111.
 9. Немова, Л. А. Квебек: особая модель хозяйственного развития и социальной политики. [Текст] / Л. А. Немова. // Канадский ежегодник. – 2008. – №12. – С.73-84.
 10. Austen I. In a Quebecer's Heart, Pepsi Occupies a Special Place [Electronic resource] // The New York Times. – 2009. – Access mode: https://www.nytimes.com/2009/07/31/business/media/31adco.html?_r=1. Date of the application: 02.05.2020.
 11. Behiels, M. D. Quebec since 1945 selected [Electronic resource] // Open Library. – 1987. – Access mode: https://openlibrary.org/books/OL2459212M/Quebec_since_1945. Date of the application: 26.11.2019.

12. Boyer J. P. Forcing Choice: The Risky Reward of Referendums [Electronic resource] // Books Google. – 2017. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=QG04DQAAQBAJ&pg=PT202&lpg=PT202&dq=advertising+du+quebec+referendum&source=bl&ots=Aa9qaMr0dt&sig=ACfU3U3OO-rgI9iFak7QpjCFOj22yHJFtQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiL2baFr4XoAhW886YKHQQUBi8Q6AEwDXoECAkQAQ#v=onepage&q=advertising%20du%20quebec%20referendum&f=false>. Date of the application: 23.03.2020.
13. Bernier R. Un siècle de propagande? : information, communication et marketing. [Text] / R. Bernier. – Québec: Presses de l'Université du Québec. – 2001. – 322 p.
14. Billig M. Banal Nationalism. [Text] / M. Billig. – London: SAGE Publications. – 1995. – 200 p.
15. Cambron M. Une société, un récit: discours culturel et récit au Québec, 1967-1976 [Electronic resource] // Books Google. – 1989. – Access mode: https://books.google.ru/books/about/Une_soci%C3%A9t%C3%A9_un_r%C3%A9cit.html?id=wLIgAQAAMAAJ&redir_esc=y&hl=ru&output=html_text. Date of the application: 17.03.2020.
16. Cameron E. Heritage Minutes – Culture and Myth [Text] / Canadian Studies at Home and Abroad. Montreal: Association for Canadian Studies. 1995. 240 p.
17. Conard, M. A. Concise History of Canada [Text] / M. A. Conard. – Cambridge: Cambridge University Press, 2012. – 210 p.
18. Conway, J. F. Debts to Pay: English Canada and Quebec from the Conquest to the Referendum [Electronic resource] // Books Google. – 2004. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=-Lp7BIIdTGqQC&pg=PA146&lpg=PA146&dq=advertising+du+quebec+referendum&source=bl&ots=Y5qxyBgJVq&sig=ACfU3U0AbCTV-ouBucyeRQTXWGkdTZW-Ag&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiL2baFr4XoAhW886YKHQQUBi8Q6AEwEXoECAcQAQ#v=onepage&q=a>

- vertising%20du%20quebec%20referendum&f=false. Date of the application: 22.05.2020.
- 19.Cormack P. Desiring Canada: CBC Contests, Hockey Violence and Other Stately Pleasures [Electronic resource] // Books Google. – 2013. – Access mode: <https://clck.ru/P7cLj>. Date of the application: 25.11.2019.
- 20.Duerr M.E. Quebec's New Push for Sovereignty: Increasing Civic Nationalism and New Parti Quebecois Strategies for the Next Provincial Election [Electronic resource] // Cedarville University. – 2011. – Access mode: https://digitalcommons.cedarville.edu/history_and_government_presentations/1. Date of the application: 06.06.2020.
- 21.Ferguson, B. Social cohesion in Canada [Electronic resource] // CMS. – 2009. – Access mode: http://www.cms.fss.ulaval.ca/upload/soc/fichiers/social_cohesion_in_canada_s.l.pdf. Date of the application: 01.03.2020.
- 22.Fletcher F. Media and Political Identity: Canada and Quebec in the Era of Globalization [Electronic resource] // CJC. – 1998. – Access mode: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1049/955>. Date of the application: 09.02.2020.
- 23.Fournier P. The Parti quebecois and the Quebec economic situation [Electronic resource] // Jstor. – 1978. – Access mode: <https://www.jstor.org/stable/43783357?read-now=1&seq=1>. Date of the application: 05.04.2020.
- 24.Freeman A. Dividing the House Planning for a Canada Without Quebec [Electronic resource] // Global Economics. – 1995. – Access mode: <http://global-economics.ca/dividing%20the%20house.pdf>. Date of the application: 06.04.2020.
- 25.Gagnon A. G. Allaire, Bélanger, Campeau et les autres : les Québécois s'interrogent sur leur avenir. [Text] / A. G. Gagnon. – Montréal, 1991. – 253 p.

26. Gellner E. Nations and Nationalism. [Text] / E. Gellner. – Ithaca: Cornell University Press. – 2008. – 319 p.
27. Gourevitch P. Politics, Economics and Nationalism: Some Comparative Speculations [Text] / P. Gourevitch. // Comparative Studies in Society and History. – 1970. – №3. – P. 415-422.
28. Grech V. The Secondary Sex Ratio at Birth Was Depressed in Quebec by the Sovereignty Referendums Strategy [Electronic resource] // JOGS. – 2015. – Access mode: [https://www.jogc.com/article/S1701-2163\(15\)30254-1/fulltext](https://www.jogc.com/article/S1701-2163(15)30254-1/fulltext). Date of the application: 08.02.2020.
29. Henderson A. Scotland's Economic Future [Electronic resource] // The Scottish Parliament. – 2014. – Access mode: [http://www.parliament.scot/s4_economyenergyandtourismcommittee/inquiries/professor_ailsa_henderson\(1\).pdf](http://www.parliament.scot/s4_economyenergyandtourismcommittee/inquiries/professor_ailsa_henderson(1).pdf). Date of the application: 22.05.2020.
30. Herbert F. The Union Nationale: Quebec nationalism from Duplessis to Levesque [Text] / F. Herbert. // Canadian Journal of Political Science. – 1981. – №5. – P. 261-265.
31. Hildebrandt K. Television Advertising in Canadian Elections: The Attack Mode, 1993 [Electronic resource] // Books Google. – 1993. – Access mode: <https://clck.ru/P7bSx>. Date of the application: 02.05.2020.
32. Johnson R. Canadian Identity and Ethnic Subcultures – Pearson Canada [Electronic resource] // Yumpu. – 2014. URL: <https://www.yumpu.com/en/document/view/25209119/canadian-identity-and-ethnic-subcultures-pearson-canada>. (date of the application: 09.05.2020).
33. Kabore F. Economic history of Quebec over the past six decades [Electronic resource] // Economic Viewpoint. – 2014. – Access mode: <https://clck.ru/P7avs>. Date of the application: 11.05.2020.
34. Keating M. Nations against the State. [Text] / M. Keating. – Ontario, 1996. – 189 p.

35. Kurtz D. Contemporary Marketing [Electronic resource] // Google Books. – 2007. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=lf7VKtZcJlgC&pg=PA132&dq=feature+of+quebec+marketing++1990&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwipj8nsk4PqAhWQrIsKHcpqDdkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=feature%20of%20quebec%20marketing%20%201990&f=false>. Date of the application: 11.05.2020.
36. Linteau P. A. Histoire du Québec contemporain [Text]. Vol. 2 / P. A. Linteau, R. Durocher, J. C. Robert. – Montréal: Boréal, 1989. – 758 p.
37. MacDonald L. I. 1980 referendum: Trudeau's 'Elliott' speech a turning point in Canadian history [Electronic resource] // Montreal Gazette. – 2020. – Access mode: <https://montrealgazette.com/news/local-news/1980-referendum-trudeaus-elliott-speech-a-turning-point-in-canadian-history/>. Date of the application: 26.02.2020.
38. MacKenzie S. Screening Québec: Québécois Moving Images, National Identity, and the Public Sphere [Electronic resource] // Books Google. – 2004. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=GA-Lsk8HWz0C&pg=PA213&lpg=PA213&dq=advertising+du+quebec+referendum&source=bl&ots=rGT9U21OuN&sig=ACfU3U3S6tzVtLi1KfSi6tIsf0y0RSALgw&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiL2baFr4XoAhW886YKHQQUBi8Q6AEwEHoECAYQAQ#v=onepage&q=advertising%20du%20quebec%20referendum&f=false>. Date of the application: 02.05.2020.
39. Marlin R. Propaganda and the Ethics of Persuasion - Second Edition [Electronic resource] // Books Google. – 2013. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=vQLhAAAAQBAJ&pg=PA290&lpg=PA290&dq=advertising+du+quebec+referendum&source=bl&ots=Xyi2LTDNTK&sig=ACfU3U0LZsXT6NPWbOd1kz0NA6XnM5NINA&hl=ru&sa=X&ved=2ahU>

KEwiL2baFr4XoAhW886YKHQQUBi8Q6AEwDnoECAgQAAQ#v=onepage&q=advertising%20du%20quebec%20referendum&f=false. Date of the application: 13.05.2020.

40. Meadwell H. The Politics of Nationalism in Quebec [Electronic resource] // JSTOR. – 1993. – Access mode: <https://www.jstor.org/stable/2950658?read-now=1&refreqid=excelsior%3Afc393de6fdddffd310c7738f036c5c56&seq=1>. Date of the application: 06.04.2020.
41. Moniere D. Le Developpement des ideologies au Quebec des origines a nos jours [Text] / D. Moniere. – Montreal: Editions Quebec/Amerique, 1977. –236 p.
42. Neatby N. Settling and Unsettling Memories: Essays in Canadian Public History [Electronic resource] // Google books. – 2012. – Access mode: <https://clck.ru/P7be6>. Date of the application: 17.01.2020.
43. Nieguth. T. Nationalism and Popular Culture [Electronic resource] // Books Google. – 2020. – Access mode: [https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+\(strauss,+2005\)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcfnpEaTu_GA1dO4DKGQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj82tu3r17qAhXPMZoKHa4vBOQQ6AEwAHoECAkQAAQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ru/books?id=E2XMDwAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=the+globe+and+mail+(strauss,+2005)+horton&source=bl&ots=sZp_VcqhhC&sig=ACfU3U3WhllEnpvcfnpEaTu_GA1dO4DKGQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj82tu3r17qAhXPMZoKHa4vBOQQ6AEwAHoECAkQAAQ#v=onepage&q&f=false). Date of the application: 09.05.2020.
44. Perron D. Le nouveau roman de l'énergie nationale: analyse des discours promotionnels d'Hydro-Québec de 1964 a 1997 [Electronic resource] // Books Google. – 2006. – Access mode: https://books.google.ru/books?id=gGuT9Pd6A7QC&pg=PA267&lpg=PA267&dq=nous+sommes+quebecois+publicité+1995&source=bl&ots=IGa5VSuLMj&sig=ACfU3U356VDsAzhO0eq2SR1N95-g_fuPcQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiyqYzCpsDpAhXq8KYKHcquDfYQ6AEwEHoECAkQAAQ#v=onepage&

- q=nous%20somm%20quebecois%20publicit%201995&f=false. Date of the application: 07.03.2020.
45. Philip R. International Marketing, 18th Edition [Electronic resource] // Books Google. – 2020. – Access mode: <https://clck.ru/P7cYX>. Date of the application: 14.03.2020.
46. Pritchard D. Holding the Media Accountable: Citizens, Ethics, and the Law [Electronic resource] // Books Google. – 2000. – Access mode: https://books.google.ru/books?id=sAJ3A7jVCVMC&pg=PA93&lpg=PA93&dq=mass+media+during+quebec+referendum&source=bl&ots=vgl4k2DYmG&sig=ACfU3U2WxGjmT5ia_In5hwCwmutSJubkXQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiem82DlrXoAhXSepoKHXWBCzI4ChDoATAFegQIChAB#v=onepage&q=mass%20media%20during%20quebec%20referendum&f=false. Date of the application: 13.03.2020.
47. Raboy M. Missed Opportunities: The Story of Canada's Broadcasting Policy [Electronic resource] // Books Google. – 1990. – Access mode: <https://clck.ru/P7adE>. Date of the application: 03.03.2020.
48. Riendeau R.A. Brief History of Canada [Text] / R. A. Riendeau. – NY: Infobase Publishing. – 2007. – 444 p.
49. Robbins-Larrivee I. The roots of French Canadian nationalism and the Quebec separatist movement [Electronic resource] // The Concord Review. – 2013. – Access mode: <http://www.schoolinfosystem.org/pdf/2014/06/05Quebec24-2.pdf>. Date of the application: 01.04.2020.
50. Rose J. Government advertising and the creation of national myths: The Canadian case [Electronic resource] // Queen's University. – 2003. – Access mode: <http://post.queensu.ca/~rosej/ijnvsm.pdf>. Date of the application: 17.05.2020.

51. Rose J. Government Advertising in a Crisis: The Quebec Referendum Precedent [Electronic resource] // Canadian Journal of Communication. – 1993. – Access mode: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/743/649>. Date of the application: 24.03.2020.
52. Rose J. The Advertising of Politics and the Politics of Advertising [Electronic resource] // Queen's University. – 2000. – Access mode: <http://post.queensu.ca/~rosej/cics.pdf>. Date of the application: 28.05.2020.
53. Rose W. R. Making «Pictures in Our Heads Government» Advertising in Canada [Electronic resource] // Books Google. – 2000. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=3s8xtWW-HjYC&pg=PA13&lpg=PA13&dq=advertising+du+quebec+referendum&source=bl&ots=RZJqda8gdW&sig=ACfU3U38UPmlyDTaUox8-i2gXwhjV0OV8Q&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiL2baFr4XoAhW886YKHQQUBi8Q6AEwDHoECAUQAQ#v=onepage&q&f=false>. Date of the application: 05.03.2020.
54. Savage L. Quebec Labour and the Referendums [Electronic resource] // JSTOR. – 2008. – Access mode: <https://www.jstor.org/stable/27754404?read-now=1&refreqid=excelsior%3Abfa3d70c444958ba3d93502f4c80123&seq=1>. Date of the application: 30.04.2020.
55. Smith B. The Quebec referendums [Electronic resource] // House of Commons Library. – 2013. – Access mode: <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/RP13-47/RP13-47.pdf>. Date of the application: 16.04.2020.
56. Somers K. Some economic dimensions of the sovereignty debate in Quebec: debt, GDP, and migration [Electronic resource] // Jstor. – 2014. – Access mode: <https://www.jstor.org/stable/43664605?seq=1>. Date of the application: 19.03.2020.

57. Thomson D. Language, Identity, and the Nationalist Impulse: Quebec [Electronic resource] // Jstor. – 1995. – Access mode: <https://www.jstor.org/stable/1048327?read-now=1&refreqid=excelsior%3A64c4b800037db0e75559f2cd19a034e2&seq=1>. Date of the application: 15.02.2020.
58. Trepanier A. Un discours à plusieurs voix: la grammaire du oui en 1995 [Electronic resource] // Internet Archive. – 2001. – Access mode: <https://archive.org/details/undiscoursplusie0000trep/page/n165/mode/2up>. Date of the application: 25.03.2020.
59. Trifonas P.P. The Merchandizing of Identity: The Cultural Politics of Representation in the “I Am Canadian” Beer. // Taboo: The Journal of Culture and Education. 2017. №12. P. 58-71.
60. Victor S.I. What does your national identity taste like? Ici, c’est Pepsi [Electronic resource] // Media Diversified. – 2016. – Access mode: <https://mediadiversified.org/2016/06/04/what-does-your-national-identity-taste-like-ici-cest-pepsi/>. Date of the application: 01.03.2020.
61. Walls M. Quebec: Between Founding Nation and Sovereignty [Electronic resource] // ResearchGate. – 2010. – Access mode: https://www.researchgate.net/publication/281589718_Quebec_Between_Founding_Nation_and_Sovereignty. Date of the application: 05.04.2020.
62. Watts R.L. Executive Federalism: A Comparative Analysis [Electronic resource] // Queen's University. – 1989. – Access mode: <https://www.queensu.ca/iigr/sites/webpublish.queensu.ca.iigrwww/files/files/pub/archive/researchpapers/Researchpaper26ExecutiveFederalismWatts.pdf>. Date of the application: 12.02.2020.
63. Young, R. A. The Secession of Quebec and the Future of Canada [Electronic resource] // Books Google. – 1998. – Access mode: <https://books.google.ru/books?id=bgXUg-dObmoC&pg=PA497&lpg=PA497&>

[dq=the+economics+at+Quebec+due+referendum&source=bl&ots=j6IOJHYFoL&sig=ACfU3U304892BJJc5K2DM92LjFULYerxvQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjo7emsioToAhVJzqYKHSfUBUcQ6AEwEHoECAoQAQ#v=onepage&q&f=false](#). Date of the application: 24.03.2020.

64. Young, R. A. The Struggle for Quebec [Text] / R. A. Young. – Montréal, 1999.
– 341 p.