

Actes du colloque

# **RECHERCHE : CULTURE ET COMMUNICATIONS**

65<sup>e</sup> congrès de l'ACFAS  
Université du Québec à Trois-Rivières  
14 et 15 mai 1997

Québec 

Cette publication a été réalisée et produite  
par le Bureau de la statistique du Québec.

Coordination : Serge Bernier, directeur  
Direction des statistiques sur les industries  
Bureau de la statistique du Québec

Le colloque a été organisé par : Andrée Fortin, Université Laval  
Roland Villeneuve, Ministère de la Culture et  
des Communications du Québec

Dépôt légal  
Bibliothèque nationale du Canada  
Bibliothèque nationale du Québec  
Quatrième trimestre 1997  
ISBN 2-550-32354-8

© Gouvernement du Québec

Toute reproduction est interdite  
sans l'autorisation expresse  
du Bureau de la statistique du Québec.

Novembre 1997

## AVANT-PROPOS

L'accessibilité à la culture peut se décliner de plusieurs façons. Les oeuvres doivent être accessibles au public là où il est; il y a plusieurs façons de le rejoindre. La culture peut être présente sur le territoire grâce à divers équipements culturels (bibliothèques, salles de spectacles ou d'exposition, librairies, etc.); ceux-ci sont relayés par les médias et de plus en plus par les nouveaux moyens de communication; on parlera dans ce dernier cas d'accessibilité virtuelle.

Mais il ne suffit pas que les oeuvres soient présentes, matériellement, médiatiquement ou virtuellement sur le territoire. Les contenus sont-ils accessibles ou seulement les véhicules de diffusion? L'accessibilité concerne quels publics : des publics déjà intéressés? Permet-elle un élargissement des publics?

Dans le but de répondre à ces questions, l'accessibilité a été abordée sous divers angles : l'accessibilité matérielle, via les équipements; l'accessibilité virtuelle, via l'inforoute, et l'accessibilité des contenus, via le travail de sensibilisation aux arts et à la culture effectué par l'école et les médias.

### Les équipements

La présence d'équipements culturels sur le territoire constitue le repère le plus visible et le plus souvent utilisé pour mesurer l'accessibilité à la culture. Quelle est la situation au Québec? Quelle est la répartition de ces équipements entre les régions, entre les différents secteurs culturels? Voilà des questions qui mobilisent plusieurs chercheurs du ministère de la Culture et des Communications et du Bureau de la Statistique du Québec, qui travaillent depuis plusieurs années à mettre au point des indicateurs d'accessibilité culturelle. Rosaire Garon rend compte de ce travail de mesure et des difficultés intrinsèques à ce genre d'exercice. En fait, ce qu'on

mesure, c'est d'une part la disponibilité des produits culturels selon les régions et d'autre part, le sentiment d'accessibilité, c'est-à-dire la perception de la population quant à cette disponibilité.

Si à priori il semble évident que les régions urbanisées, et au premier titre Montréal sont favorisées, cela ne veut pas dire que les régions ne soient pas bien desservies en équipements culturels. Les enquêtes rapportées par Rosaire Garon montrent que le sentiment subjectif d'avoir accès à la culture ne correspond pas à la disponibilité des divers produits et équipements culturels. En région, on a le sentiment que les produits culturels sont très accessibles, alors qu'à Montréal ce sentiment est beaucoup plus mitigé! Les attentes sont-elles différentes? Ou les comportements? Par exemple en région, on n'évalue pas les distances de la même façon qu'en ville, et Rouyn peut sembler «proche» de Val d'or à un Abitibien, plus que deux quartiers montréalais pour un habitant de la métropole.

Les travaux de Hélène Laperrière nous apportent — indirectement — quelques éléments pour mieux comprendre ce sentiment d'accessibilité. Il ne suffit pas que les équipements soient présents sur le territoire, il faut qu'on les reconnaisse, autrement dit que leur présence soit visible. Cette visibilité, si elle est d'abord architecturale — il faut que les équipements culturels soient reconnus comme tels et non confondus avec une banque ou un magasin par exemple — elle doit être aussi sociale. Les équipements culturels doivent pour vraiment remplir leur fonction, proposer des activités ou des produits correspondant aux attentes de la population, mais leurs responsables doivent également se concerter avec divers organismes du milieu, non nécessairement liés à la culture. Le sentiment subjectif de l'accessibilité de la culture en région serait-il lié à une plus grande correspondance aux besoins de la population, ou à une plus grande proximité des organismes culturels et des non culturels, le milieu culturel ne formant pas de masse critique et devant nécessairement s'y coaliser avec des organismes non culturels? La culture pour être accessible ne doit pas demeurer une sphère à part.

Le texte de Andrée Gendreau montre bien que la présence de la culture sur le territoire peut prendre diverses formes, et illustre une des formes que peut prendre la concertation dont parle Hélène Laperrière, dans le cas d'un Musée d'État. La collection virtuelle du Musée de la Civilisa-

tion n'est pas seulement celle à laquelle peuvent avoir accès les internautes. C'est aussi celle qui se tisse à travers l'ensemble des collections publiques et mêmes privées du Québec. La collection du Musée de la Civilisation circule, s'enrichit, se tisse d'échanges avec diverses institutions et des collectionneurs particuliers. La notion même de collection s'en trouve transformée.

## L'inforoute

Le développement des technologies de l'information vient bouleverser le rapport de la population à la culture. À la fois outil de complexité et de rapprochement des gens à la culture, l'inforoute est-elle réellement la voie de l'avenir?

L'inforoute permet-elle principalement l'accessibilité à ce qui existe déjà ou aussi de véhiculer de nouveaux contenus culturels? Ne fait-elle que rendre accessible la grande culture ou permet-elle l'émergence de prises de paroles, de nouvelles expérimentations artistiques? L'inforoute n'est-elle qu'une nouvelle antenne de diffusion ou permet-elle l'émergence d'un réseau culturel décentralisé, voire d'un nouveau rapport entre les créateurs et le public? Si on sait encore peu de choses des usages qu'en font les internautes en général, comme le montre Gaëtan Tremblay, on sait que les artistes explorent de plus en plus ce médium. Colette Lelièvre expose les usages que font les artistes du réseau télématique. Ils peuvent l'utiliser simplement comme vitrine ou galerie virtuelle, ou pour expérimenter de nouvelles formes esthétiques et un nouveau rapport au public (interactivité). Les créateurs semblent assimiler ces nouvelles technologies et les mettre au service de la création. À noter que les premiers au Québec à avoir exploré les possibilités des nouveaux moyens de communication — dès le début des années 1980 en fait — dans leur création artistique, sont des artistes de Alma. Cela nous donne une indication de changements dans le rapport à l'espace et au territoire. Les métropoles artistiques sont-elles vouées à disparaître ou à tout le moins à adopter un nouveau rôle dans la diffusion de la culture?

## La sensibilisation aux arts par l'éducation et les médias

L'influence de l'éducation sur le comportement culturel est très important; toutes les enquêtes sociologiques, en Europe, aux États-Unis ou ici l'ont montré les unes à la suite des autres. Cette éducation aux arts et à la culture, elle se fait par la famille d'abord, mais l'école ou les médias de masse, en particulier la télévision généraliste — par opposition aux chaînes spécialisées qui vont en se multipliant — peuvent y pallier.

L'éducation permet d'aller chercher un nouveau public ou d'assurer la relève du public actuel, tandis que que les médias peuvent également rejoindre un nouveau public, mais aussi surtout rejoindre un public déjà intéressé, mais qui, pour des raisons d'horaires, de géographie ou autres n'a pas accès autrement à la culture, et en particulier, aux arts de la scène.

Quel rôle devrait jouer le système d'éducation dans l'apprentissage de la culture? L'étude de Léon Bernier, toute préliminaire qu'elle demeure, indique que le travail de l'école pour être efficace doit venir se greffer sur un terrain fertile; celui-ci ne serait pas tant la culture artistique familiale qu'une disponibilité, une autonomie et une ouverture d'esprit auxquelles la famille contribue. En effet, la scolarisation ne joue pas nécessairement dans le sens que l'on croit. L'enquête de Gérald Baril et Benoît Laplante montre que les groupes les plus scolarisés sont plus ouverts aux médecines douces que ceux qui sont moyennement scolarisés.

Les réseaux de diffuseurs sont-ils à la hauteur des attentes? Les médias sont-ils suffisamment ouverts à la culture, dans la période actuelle de course à la cote d'écoute? Madeleine Dubé rapporte que les émissions culturelles sont en concurrence avec les autres diffusées au même moment. Importance de la grille-horaire, car la télévision reste un moyen de divertissement plus que de culture.

Toutes ces questions d'accessibilité de la culture renvoient ultimement à la question de la démocratie culturelle, dont nous a entretenu Madame Martine Tremblay, sous-ministre au ministère de la Culture et des Communications du Québec. Démocratie culturelle qui nous amène à envisager la

culture sous l'angle de l'accessibilité certes, mais également comme facteur de solidarité, source de développement et puissance d'intégration dans notre société. Une nouvelle façon de voir, que le titre de la nouvelle politique ministérielle de diffusion des arts de la scène résume bien : Remettre l'art au monde.

Nous remercions toutes les personnes grâce auxquelles ce colloque a pu se tenir, en particulier Micheline Boivin, du ministère de la Culture et des Communications, les présidents d'atelier Serge Bernier, Paul Inchauspé et Marie-Josée Champagne, ainsi que Gaston Bellemare et Jean-Claude Guédon, dont les conférences ne sont pas ici reproduites.



Andrée Fortin  
Université Laval



Roland Villeneuve  
Ministère de la Culture et  
des Communications du Québec



# TABLE DES MATIÈRES

Partie I		
L'accessibilité de la culture		11
Tremblay, Martine	Ouverture du colloque	13
Garon, Rosaire	Les équipements en tant qu'indicateurs d'accessibilité aux produits de diffusion culturelle	25
Partie II		
La sensibilisation aux arts et à la culture par l'éducation et les médias		61
Baril, Gérald Laplante, Benoît	La part de l'éducation dans la culture scientifique à travers les choix de santé des Québécois	63
Dubé, Madeleine	Culture et télévision : état des lieux	77
Bernier, Léon	La sensibilisation aux arts à travers l'expérience artistique chez les jeunes	87

Partie III		
Les équipements		99
Gendreau, André	Une collection intra et extra murale	101
Laperrière, Hélène	L'ABC de l'équipement culturel : accessibilité, besoins et concertation	113
Partie IV		
L'inforoute		125
Tremblay, Gaétan	Logiques d'accès à la culture sur les inforoutes de l'information	127
Lelièvre, Colette	L'art en réseau au Québec : état de la situation d'un domaine en effervescence	141

# **PARTIE I**

## **L'ACCESSIBILITÉ DE LA CULTURE**

---

Président d'atelier

Serge Bernier  
Bureau de la statistique du Québec



# OUVERTURE DU COLLOQUE

Allocution de M<sup>ME</sup> Martine Tremblay  
Sous-ministre  
Ministère de la Culture et des Communications

---

Il y a un peu plus d'un an, la ministre de la Culture et des Communications, madame Louise Beaudoin, publiait un texte dans *Le Devoir*, dans lequel elle précisait les principes qui allaient guider son action. Ce texte, elle l'a intitulé « Remettre l'art au monde », titre qui a d'ailleurs été donné, par la suite, à la politique de diffusion des arts de la scène lancée en décembre 1996.

Cette expression - remettre l'art au monde - traduit bien l'esprit dans lequel nous travaillons maintenant au ministère de la Culture et des Communications et qui a inspiré les virages amorcés au cours des dernières années.

Si vous me permettez de revenir brièvement sur les propos de la ministre qu'on a pu lire dans *Le Devoir*, je vous souligne qu'il y était notamment question de diffusion des arts de la scène, d'éducation et de culture, de lecture. Bref, de questions qui renvoient inévitablement à des problématiques de développement culturel allant bien au-delà des approches sectorielles et disciplinaires sur lesquelles nos actions ont été fondées dans le passé.

Cette « nouvelle » façon d'aborder la culture ne constitue pas nécessairement une rupture par rapport à tout ce qui s'est fait avant. Elle marque cependant une volonté claire de concrétiser, le plus rapidement possible, des ambitions culturelles plus larges qu'autrefois. Et ce, dans un contexte

où plusieurs rôles et missions de l'État sont, soit carrément remis en cause, soit en voie d'être actualisés de manière substantielle.

Je souhaite donc vous exposer sommairement les grandes lignes de ce virage qui touche à la fois au concept même de développement culturel, aux approches et aux types d'actions qu'il nous faut privilégier, de même qu'à l'ensemble des mandats du ministère.

## UNE NOTION ÉLARGIE

La pensée politique à l'égard de l'action culturelle a changé, de même que la notion du développement. Le développement culturel est conçu comme un processus complexe, multidimensionnel, qui intègre des composantes économiques, sociales et culturelles. Les différents champs de la culture ont été logés à la même enseigne. La mission élargie du Ministère comprend maintenant, outre les domaines traditionnels des arts, des lettres, du patrimoine et des bibliothèques, ceux des communications, de la langue, des inforoutes, du cadre de vie, de la culture scientifique et des loisirs socioculturels. Mais précisons bien que cet élargissement de la mission est loin de n'être que l'adjonction de mandats. Il s'agit plutôt d'une conception du développement qui repose sur un principe intégrateur : la culture est un facteur de solidarité, une source de développement et une puissance d'intégration. Les valeurs démocratiques sont inscrites au cœur des finalités des politiques culturelles. D'où la nécessité - l'urgence - de « remettre l'art au monde ».

Dans cette perspective, la culture déborde de beaucoup le sens que le ministère lui a traditionnellement donné. Certes, elle se déploie dans les champs artistiques... mais ceux-ci se rangent tout aussi bien du côté de la culture populaire, que de celui de la culture dite « savante ». De même, l'héritage culturel et la culture artistique continuent d'occuper une place centrale au ministère, mais cette place est désormais partagée avec la culture plus marginale, en voie de définition, ou venue d'ailleurs : celle des amateurs, des jeunes et des nouveaux arrivants. La culture dont nous parlons s'adresse à tous les Québécois, qu'ils vivent ici depuis seize générations ou depuis seize semaines, et pas seulement en tant que consomma-

teurs d'une culture mais aussi comme adeptes de pratiques culturelles et participants originaux à la culture commune.

Cette approche large de la culture correspond à la vision qu'en avait le sociologue Fernand Dumont qui nous a quittés récemment. Pour Fernand Dumont, la culture est le « lieu de l'homme », et son avenir se situe dans une sorte de rencontre idéale de la vitalité des cultures populaires et de la distance réflexive de la culture savante. Il a défini son projet comme étant « cette liaison entre le monde du sentiment, de l'appartenance, et celui qu'on appelle conventionnellement le monde de la science et de la philosophie ».

La démocratie culturelle réside donc dans la diversité même des expressions et de ceux qui les pratiquent.

Elle se réalise de différentes façons. Il faut d'abord rendre la culture accessible au plus grand nombre et favoriser la participation populaire sous toutes ses formes. C'est ainsi qu'au cours des années, l'État a soutenu l'implantation d'équipements culturels sur le territoire et le soutien à la production artistique.

## GARANTIR L'ACCÈS À LA CULTURE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

L'immensité du territoire québécois et la faible densité de population de plusieurs régions pose un défi de taille en matière d'accessibilité à la culture. À cet égard, les pouvoirs locaux et régionaux (municipalités, MRC, CRD) deviennent des partenaires incontournables, qu'il s'agisse d'implanter ou de moderniser des équipements, ou encore d'aménager le territoire de manière à mettre en évidence le patrimoine archéologique et historique.

Les équipements culturels permettent d'offrir une gamme étendue de services et de développer une véritable programmation d'activités de haut niveau. Mais ils constituent aussi une source de fierté et un élément d'identification important pour les résidents des municipalités concernées.

Les débats qui ont cours actuellement dans des villes comme Matane et Gatineau, où des groupes se sont mobilisés pour empêcher la restauration de tels équipements, mettent en évidence le travail qui reste à faire pour faire accepter par l'ensemble des citoyens la nécessité de ces instruments de développement culturel et leur contribution à l'amélioration générale de la qualité de vie.

Mais, comme nous le savons maintenant, l'existence d'une offre suffisante de produits et de services culturels, disponibles en quantité et en qualité, de même que la présence d'équipements capables d'accueillir les meilleurs artistes et les plus beaux spectacles, ne peuvent à eux seuls assurer cette démocratisation culturelle dont nous parlons, c'est-à-dire un accès réel, pour tout le monde, aux diverses manifestations de l'art et à toutes les formes d'expression.

Il nous faut donc privilégier aussi d'autres types d'intervention.

## LES GRANDS ENJEUX NATIONAUX

### - Les politiques

Ainsi, la politique de diffusion des arts de la scène, *Remettre l'art au monde*, adoptée en 1996, va bien au-delà de la nécessité d'assurer un réseau de salles de spectacles à travers le Québec. On y parle de sensibilisation, de développement des publics et de l'accès de la population à un éventail diversifié de spectacles. On y rend compte d'un virage majeur de l'intervention de l'État en matière culturelle en reconnaissant, d'une part, l'apport majeur de la diffusion des arts de la scène à l'édification du projet culturel québécois et, d'autre part, l'importance d'aborder les enjeux culturels non plus seulement en fonction de la perspective des artistes et de la création, mais également en fonction des rapports que les citoyens entretiennent avec les arts.

Nous travaillons aussi actuellement à l'élaboration d'une politique de la lecture. La nécessité d'une telle politique repose sur quelques grands constats :

- L'avènement d'une société postindustrielle axée sur l'information et les services professionnels fait augmenter la demande en capacités de lecture élevées. De leur présence ou leur absence pourront dépendre la réussite économique des individus et leur degré d'intégration dans la société.
- La maîtrise de la langue écrite va de pair avec la lecture et favorise la réussite scolaire. Un handicap en français peut avoir des répercussions sur l'apprentissage et retarder l'accès aux autres disciplines.
- L'effet multiplicateur de la lecture sur la consommation culturelle garantit le maintien d'une culture forte. Tout affaiblissement du bassin de lecteurs assidus se traduit par une détérioration des conditions socio-économiques des créateurs de toutes disciplines et un affaiblissement des industries qui les supportent, à commencer par celle du livre.

La propagation du goût de lire passe par la sensibilisation à la littérature, par la consolidation des réseaux de distribution et de commercialisation du livre, par le développement de la promotion et de l'animation de la lecture, partout au Québec, et par une grande connivence avec le système scolaire.

## - L'éducation

Car tous s'accordent pour attribuer à l'école un rôle déterminant dans les apprentissages culturels et dans l'acquisition des codes nécessaires à l'appréciation de l'art. Comme l'affirmaient les sociologues Marcel Fournier et Guy Bellavance, « *l'accès au monde de la culture et des arts exige une compétence qui ne peut s'acquérir que par la familiarisation progressive avec les oeuvres, c'est-à-dire par l'éducation familiale et scolaire* ». <sup>1</sup>

---

1. Guy Bellavance et Marcel Fournier, « Rattrapage et virages : dynamismes culturels et interventions étatiques dans le champ de production des biens culturels », dans : Gérard Daigle et Guy Rocher, *Le Québec en jeu*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1992.

Conscientes de ces réalités, la ministre de l'Éducation et la ministre de la Culture et des Communications ont signé, récemment, un protocole dont l'objectif est de permettre aux jeunes de s'initier le plus largement possible à la culture universelle et de s'appropriier la culture québécoise. L'atteinte de cet objectif passe simultanément par une plus grande ouverture du milieu de l'éducation à l'égard des ressources culturelles disponibles et par une plus grande ouverture du milieu culturel aux besoins des établissements d'enseignement.

Des expériences de création seront proposées aux jeunes à l'occasion de contacts avec les artistes et les oeuvres. La fréquentation des bibliothèques, des salles de spectacles et des institutions muséales sera accentuée. On visera une intensification marquée de la vie culturelle dans les établissements d'enseignement collégial.

Les institutions muséales ainsi que les organismes oeuvrant dans le domaine du patrimoine seront appelés à intensifier leurs liens avec le milieu de l'éducation afin que les jeunes s'approprient les richesses culturelles qui les entourent, apprennent à les aimer, à les protéger et même à les faire connaître.

De même, les deux ministères impliqués reconnaissent qu'il faudra resserrer les liens entre science et culture et les inscrire au coeur de la formation des jeunes si nous voulons fournir à la société québécoise moderne les outils pour comprendre les grands enjeux de l'évolution du monde.

Enfin, les statistiques confirment ce que nous constatons tous dans nos milieux de vie, c'est-à-dire que les jeunes passent aujourd'hui autant de temps devant la télévision, les écrans d'ordinateurs et les jeux vidéo qu'à l'école. Leur culture se façonne au contact de ces moyens de communications qui influencent profondément leur perception du réel et la construction de leur pensée. L'école doit donc apprendre aux jeunes à décoder, comprendre et discriminer les messages transmis par les images et le son. L'étude du langage cinématographique sera facilitée par un élargissement d'un projet-pilote en cours et par la diffusion de cahiers pédagogiques prévus à cette fin.

- Les médias

Dans le domaine des communications, la question de l'accessibilité se présente sous des angles multiples. Élément majeur d'une culture dite « populaire », les médias représentent aussi un vecteur important pour la diffusion de la culture professionnelle. Ils peuvent en faire la promotion de façon très efficace, tout comme ils peuvent assurer la diffusion à un large public d'oeuvres majeures de nos créateurs dans le domaine de la danse, du théâtre ou du cinéma.

Je n'insisterai pas sur la nécessité de maintenir, sinon d'augmenter, la contribution des médias à la diffusion de ces oeuvres : il est bien évident que la télédiffusion d'une pièce de théâtre ou d'un concert, même avec une cote d'écoute modeste, permet de rejoindre d'un seul coup un auditoire qui dépasse largement celui du public en salle. De plus, les médias permettent de rejoindre les citoyens à peu près partout sur le territoire, y compris ceux qui habitent des lieux dépourvus d'équipements culturels.

Il importe donc de s'assurer que les sociétés d'État soient au premier chef sensibles à cette préoccupation de diffusion des arts et de la culture à un large public. C'est ainsi que Télé-Québec, dont le mandat est maintenant clairement centré sur l'éducation et la culture, entend accentuer ses efforts pour mieux affirmer la vocation culturelle de sa programmation. Télé-Québec va notamment intensifier la présence des arts d'interprétation, refléter plus dynamiquement les nouvelles tendances en matière de culture, faciliter l'accessibilité aux oeuvres d'ici et d'ailleurs, approfondir les sujets traités, s'ouvrir à de nouvelles disciplines artistiques et multiplier les partenariats et les projets de façon à accentuer son rôle de promoteur de la vie artistique et culturelle québécoise.

Télé-Québec veut aussi contribuer de façon significative à la constitution d'une mémoire collective, à faire connaître et apprécier le patrimoine culturel, à le rendre accessible à de larges auditoires et disponible au monde de l'éducation.

## - Les inforoutes

Mais, désormais, le petit écran n'est plus le synonyme exclusif de la télévision. Il affirme aussi la présence grandissante de l'ordinateur dans nos vies. Les nouvelles technologies de l'information ont modifié profondément la problématique de l'accessibilité. Avec l'inforoute, le citoyen peut accéder à des informations et des services disponibles en tout temps, quel que soit l'endroit où il vit au Québec.

Les préoccupations du Ministère à l'égard des inforoutes sont de deux ordres : d'abord assurer aux Québécois l'accessibilité physique aux inforoutes et, ensuite, leur donner accès à des contenus culturels diversifiés dont, en priorité, les contenus de langue française et les contenus québécois. Nous avons mis en place un programme destiné à faciliter l'accès aux inforoutes dans les bibliothèques publiques. Nous avons également des programmes qui visent à développer les contenus culturels à l'intérieur des inforoutes. Il est essentiel que le citoyen puisse trouver à l'intérieur de ces nouveaux moyens de communication toutes les informations nécessaires sur les activités et événements culturels qui se déroulent dans sa collectivité, sur la programmation des lieux de spectacles, du cinéma, des musées, des bibliothèques.

## LA CULTURE : UNE RESPONSABILITÉ GOUVERNEMENTALE

La culture irradie l'ensemble de l'action gouvernementale. La mission culturelle ne peut véritablement prendre forme qu'en conjonction avec les autres missions de l'État que sont la mission sociale et la mission économique. La politique culturelle devient ainsi, selon les termes mêmes de Jacques Rigaud, « *un enjeu national, un élément majeur d'un projet de société, mobilisant de multiples énergies au service d'une même cause* ».

J'ai parlé, tout à l'heure, de l'action conjointe menée par le ministère de la Culture et celui de l'Éducation. Mais il y a plus et je veux illustrer mon propos avec quelques exemples qui démontrent à quel point l'accessi-

bilité à la culture doit mobiliser l'action non seulement du ministère de la Culture et des Communications, mais aussi celle de plusieurs autres instances gouvernementales.

### *Le cadre de vie*

D'abord avec les ministères préoccupés par le cadre de vie. Malgré les efforts de planification des dernières décennies, les paysages québécois se sont de plus en plus uniformisés et banalisés en même temps que le rythme des interventions modifiant le paysage s'accélérait, souvent en rupture avec toute continuité historique. L'architecture de nos édifices, tant publics que privés, laisse souvent à désirer.

L'amélioration de notre cadre de vie et la qualité de nos paysages construits et naturels sont des préoccupations de plus en plus partagées, comme en ont témoigné les États généraux du paysage et la parution récente d'ouvrages et de magazines sur le sujet. Ces réalités sont maintenant inscrites dans les orientations gouvernementales en matière d'aménagement, y compris à l'échelle régionale, à la faveur de l'élaboration des plans stratégiques de développement.

Toutefois, même si la réflexion sur le sujet est abondante, le concept reste diffus, les expérimentations limitées et l'instrumentation souvent inappropriée ou inexistante.

Il est donc primordial de constituer un nouveau savoir architectural et urbain propre à notre époque afin de développer une nouvelle culture de la ville et du paysage que pourront s'approprier ses habitants.

### *Le tourisme*

La culture est également un des grands axes de développement du tourisme. Elle façonne l'image internationale du Québec et constitue un de ses principaux facteurs d'attraction : caractère français unique en Amérique, parcs muséologiques, patrimoine architectural, paysages culturels, intensité de la vie artistique et qualité des festivals et événements culturels internationaux sont des attraits touristiques majeurs. C'est ainsi qu'un grand

nombre d'événements et d'équipements culturels bénéficient de l'affluence d'une clientèle touristique aussi bien internationale que québécoise.

Nous devons continuer à soutenir les initiatives qui visent spécifiquement le développement ou la promotion des sites touristiques de nature résolument culturelle. Les festivals artistiques, événements culturels, musées, lieux d'interprétation du patrimoine sont autant de lieux de mobilisation collective qui nous révèlent à nous-mêmes.

Mais il faut aller plus loin. Nous devons donner une cohésion à notre action. Renforcer la prise de conscience du grand public et des autorités nationales, régionales et locales. Nous assurer que les stratégies communes entre les acteurs de la culture et du tourisme se multiplient. La collaboration débute actuellement entre le ministère et Tourisme-Québec. Nous devons maintenant travailler à l'étendre à nos partenaires respectifs. C'est un travail de longue haleine, que nous menons, dans ce cas-ci, avec le tourisme, mais aussi avec chacune des composantes du gouvernement.

## CONCLUSION

Comme le dit, à nouveau, Jacques Rigaud, « *administrer la culture n'est pas une chose simple; mais en prenant la question d'un peu plus haut, on constate que, de toutes les responsabilités publiques, la culture est une des plus complexes et même qu'elle représente un véritable défi pour un État moderne* »<sup>2</sup>.

Cette affirmation, je crois, nous invite, que nous soyons administrateurs publics ou chercheurs, à poursuivre nos réflexions et nos efforts. Permettez-moi, à cet égard, de vous suggérer quelques thèmes de recherche susceptibles d'éclairer l'action gouvernementale.

L'accent mis sur la démocratisation culturelle nous force à départager culture savante et culture populaire! Quelle doit être

---

2. Rigaud, Jacques, « L'exception culturelle ». *Culture et pouvoirs sous la Ve République*, Paris, Grasset, 1995, p. 206.

la place respective de l'une et de l'autre, dans un contexte de plus grande prise en charge par les instances régionales et locales?

Le repli sur soi, le *cocooning*, le vieillissement de la population, l'appauvrissement de la classe moyenne modifient les profils de consommation des produits culturels.

Comment ces changements vont-ils affecter la problématique d'accès à la culture? Quels moyens faudra-t-il mettre en place pour garantir l'accessibilité culturelle dans ces nouveaux contextes?

L'étalement urbain, s'il se maintient, annonce une restructuration de la consommation culturelle et une demande pour des infrastructures à la périphérie des villes-centres.

*Doit-on adopter, pour des motifs d'accessibilité, une logique d'implantation des équipements culturels compatible avec l'étalement urbain?*

Les changements dans les formes d'apprentissage de la connaissance et du divertissement (CD-ROM, jeux vidéo, jeux de rôles, etc.), ainsi que l'usage de nouveaux médias (Internet) pourraient modifier, pour les nouvelles générations, les habitudes de consommation des produits culturels.

*Quel impact auront ces changements sur la production, la diffusion et la consommation des produits de la culture et des communications en région?*

Je terminerai avec une citation qui démontre bien que les préoccupations liées à l'accessibilité ne datent pas d'aujourd'hui.

Le premier sous-ministre des Affaires culturelles du Québec, l'historien Guy Frégault, parle ainsi, dans ses mémoires, des débuts du ministère, en 1961 :

« Les services destinés à favoriser les travaux de l'esprit ont cessé d'être des objets de luxe déposés dans les vitrines d'administrations plus coquettes que d'autres et ont accédé au nombre des réalités dont la collectivité se préoccupe d'une façon normale et quotidienne, en y mettant le prix, et non plus seulement les jours de fête et à l'heure des discours, en y mettant surtout de la bonne volonté. »

# LES ÉQUIPEMENTS EN TANT QU'INDICATEURS D'ACCESSIBILITÉ AUX PRODUITS DE LA DIFFUSION CULTURELLE

Rosaire Garon

Ministère de la Culture et des Communications du Québec

Le ministère est pénétré de la nécessité de favoriser la rencontre de la culture et des hommes, quels que soient le milieu social et le milieu géographique où ils évoluent

Guy Frégault.

*Chronique des années perdues*

---

La volonté politique de favoriser l'accessibilité à la culture remonte aussi loin que la création du ministère des Affaires culturelles. Le premier sous-ministre au Ministère des affaires culturelles, Guy Frégault, parlait de l'accessibilité à la culture comme d'une rencontre de l'homme et de la culture. C'est au chapitre **Construire** dans *Chronique des années perdues* que nous retrouvons cette affirmation. Il voulait signifier par-là que les équipements culturels sont souvent le lieu dans lequel s'accomplit cette rencontre. Et, relativement aux équipements culturels, il posait le constat suivant : « Au Québec, le manque d'équipements culturels est criant. On se résigne rarement à en édifier. »<sup>1</sup>. Même si la situation a bien changé depuis lors, rendre la culture accessible à la population demeure toujours parmi les priorités ministérielles. Les réformes successives de l'action culturelle ont toujours avancé ce principe. L'énoncé de politique de 1992 en

---

1. Guy Frégault, *Chronique des années perdues*, Montréal, Leméac, 1976, p. 218.

fait une des grandes orientations du développement culturel; il mentionne expressément l'intention gouvernementale de faciliter l'accessibilité des équipements culturels à la population en plus de favoriser la circulation des oeuvres et des produits culturels dans les différents réseaux, tels les salles de spectacles, les établissements muséologiques et les bibliothèques publiques<sup>2</sup>. Cette orientation resurgit à nouveau, en 1996, lorsque le MCC inscrit dans les grands enjeux de son plan stratégique 1997-2000, l'accès et la participation des citoyens de tous les milieux et de toutes les régions aux activités culturelles et aux nouvelles technologies de l'information. Les équipements culturels sont nécessaires pour acheminer les produits culturels vers la population des quartiers, des villes et des régions.

Même si l'accessibilité à la culture ne se limite pas à l'édification de réseaux d'équipements culturels, ces derniers, avec les activités qui s'y déroulent, permettent de voir les voies d'irrigation culturelle sur le territoire et le débit des produits qui y circulent. Ainsi, les équipements se présentent comme un domaine significatif et représentatif de l'activité culturelle offerte à la population d'une région. Construire une mesure des activités qui se déroulent à l'intérieur des lieux culturels permet d'appréhender comment et combien les oeuvres et les services culturels sont rendus disponibles sur le territoire.

Notre objectif est donc de construire un indicateur permettant de mesurer le niveau relatif de disponibilité des produits culturels sur le territoire et de comparer les régions entre elles quant à ce niveau. L'indicateur sera élaboré à partir des produits qui se trouvent dans les équipements culturels dont la vocation principale est de diffuser la culture auprès de la population. Les équipements en question sont les établissements muséologiques, les lieux de spectacle et les bibliothèques publiques. Nous précisons plus loin la nature des équipements et les critères de sélection qui ont été appliqués. Les sources de données sont l'inventaire des équipements culturels, réalisé en 1996 par le ministère de la Culture et des Communications (MCC), et les statistiques de 1995 sur les bibliothèques publiques<sup>3</sup>.

- 
2. Gouvernement du Québec, *La politique culturelle du Québec - Notre culture, Notre avenir*, p. 107. Gouvernement du Québec, 1992.
  3. Ministère de la Culture et des Communications. *Bibliothèques publiques, statistiques 1995*, Québec, 1997.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, dissipons tout malentendu à l'égard des notions que nous utilisons, celles d'accessibilité et de disponibilité des produits culturels. L'accessibilité est une notion plus exigeante que celle de la disponibilité; bien d'autres facteurs en plus de la simple disponibilité entrent en considération dans l'accessibilité des produits culturels. Ici cependant, en raison même des données utilisées, nous nous trouvons à restreindre l'accessibilité et à la mesurer à partir de la disponibilité des produits. La plus ou moins grande disponibilité des produits culturels sur le territoire est un indice, entre autres, de leur possible accès par la population.

Nous fournirons d'abord un aperçu de l'accessibilité des équipements culturels, telle qu'elle est ressentie par la population. Nous présenterons ensuite dans une deuxième partie un indicateur, précurseur de celui que nous proposons, et élaboré il y a quelques années : l'indicateur de la disponibilité des produits culturels sur le territoire. La troisième partie sera consacrée à la description de l'indicateur d'accessibilité des produits de la diffusion culturelle, à partir des produits disponibles dans les établissements muséologiques, les lieux de spectacle et les bibliothèques publiques.

## I. L'ACCESSIBILITÉ AUX ÉQUIPEMENTS CULTURELS, TELLE QUE PERÇUE PAR LA POPULATION

La perception qu'a la population de l'accessibilité aux équipements culturels permet d'identifier s'il existe, à son niveau, un problème d'accès à la culture en raison des établissements culturels. L'enquête du MCC, réalisée en 1994 auprès de la population sur ses pratiques culturelles, prévoyait une question sur le sentiment d'accessibilité de différents équipements. Les données montrent que le sentiment d'accessibilité aux équipements culturels est variable selon les équipements et selon les régions.

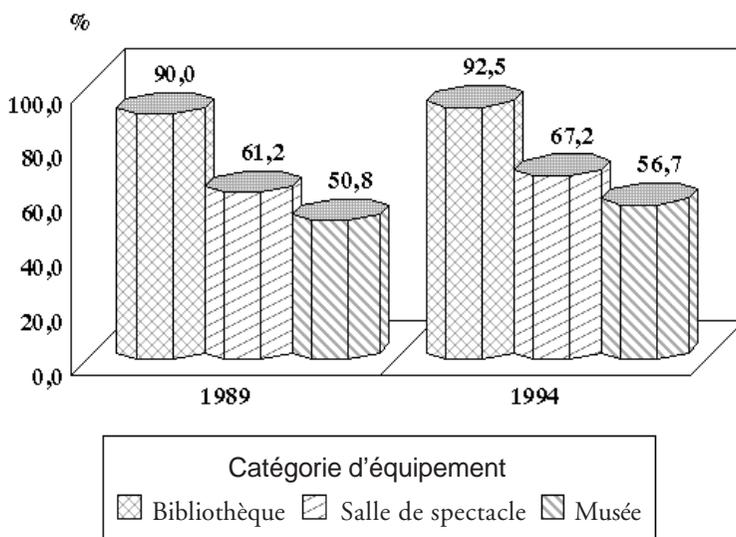
La population québécoise dans son ensemble, trouve à plus de 90 % que la bibliothèque publique lui est facilement accessible de son domicile. La situation est différente pour la salle de spectacle puisque c'est deux

personnes sur trois qui trouvent son accès facile. Quant aux musées et aux centres d'exposition, un peu plus de la moitié de la population dit y avoir accès.

La situation s'est légèrement améliorée entre 1989 et 1994. Le graphique I présente la proportion de la population qui estime avoir facilement accès aux équipements culturels qui nous intéressent, en 1989 et 1994.

Figure 1

Proportion de la population qui estime avoir facilement accès aux équipements culturels, 1989 et 1994



Source : Les pratiques culturelles des Québécois, 1994, MCC.

Ces pourcentages globaux cachent toutefois des disparités régionales assez fortes, en particulier dans le cas des salles de spectacle et celui des musées, comme on peut le voir à la lecture du tableau 1.

LES ÉQUIPEMENTS EN TANT QU'INDICATEURS D'ACCESSIBILITÉ  
AUX PRODUITS DE LA DIFFUSION CULTURELLE

---

Tableau 1

Proportion de la population qui trouve que les équipements culturels sont facilement accessibles de leur domicile, selon les régions (1994)

Régions	Bibliothèque publique	Salle de spectacle	Musée, centre d'exposition
			%
Bas-St-Laurent	93,0	65,4	54,6
Saguenay/Lac-St-Jean	94,9	75,1	64,6
Québec	94,2	77,6	75,4
Mauricie/Bois-Francs	91,4	74,5	59,2
Estrie	87,6	73,2	67,1
Montréal	91,7	61,9	57,5
Outaouais	93,5	74,1	72,3
Abitibi/Témiscamingue	95,2	81,6	62,4
Côte-Nord	91,0	70,8	55,7
Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine	87,0	64,4	56,8
Chaudière/Appalaches	85,0	66,0	56,0
Laval	94,3	71,4	53,8
Lanaudière	88,9	60,5	45,7
Laurentides	94,9	58,8	43,0
Montréal	95,5	65,1	43,4
<b>TOTAL</b>	<b>92,5</b>	<b>67,2</b>	<b>56,7</b>

Source : Enquête du MCC sur les pratiques culturelles des Québécois, 1994.

Chose étonnante, l'accessibilité aux équipements culturels est souvent perçue plus grande par la population des régions éloignées que celle des grands centres ou des régions qui leur sont limitrophes. C'est ainsi que les salles de spectacles sont jugées plus accessibles du domicile par les populations de l'Abitibi/Témiscamingue, du Saguenay/Lac-St-Jean et de la Côte-Nord que de celles des régions de Montréal, des Laurentides et de

Lanaudière. De même, la population des régions éloignées (Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine, Bas-St-Laurent, Saguenay/Lac-St-Jean, Abitibi/Témiscamingue et Côte-Nord) est plus nombreuse à trouver que les musées et les centres d'expositions lui sont facilement accessible que celle habitant les régions situées en périphérie de Montréal (Laurentides, Lanaudière et Montérégie). Ces déclarations font voir la relativité des perceptions en fonction de la localisation géographique; à distance égale, un établissement pourra être vu comme accessible par quelqu'un de l'Abitibi/Témiscamingue ou de la Côte-Nord et ne pas l'être par un autre demeurant en Montérégie. La distance seule, la proximité ou l'éloignement d'un équipement, n'explique pas le sentiment d'y avoir ou de ne pas y avoir accès. D'autres facteurs, par exemple le temps psychologique nécessaire pour se rendre à un lieu, la programmation qui y est présentée, les heures d'ouverture, entrent en considération. Nous pourrions vérifier, plus loin, si les perceptions de la population se trouvent corroborées par les données de l'inventaire des équipements culturels (1996).

## II. L'INDICATEUR DE LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS CULTURELS SUR LE TERRITOIRE

Introduisons un indicateur de la disponibilité des produits culturels sur le territoire; cet indicateur a été élaboré il y a quelques années et est le précurseur de cet autre indicateur, celui de l'accessibilité des produits de la diffusion culturelle, présenté plus loin.

Cet indicateur de la disponibilité des produits culturels sur le territoire doit son origine à la politique culturelle québécoise de 1992. À la suite de l'adoption de cette politique, la **Direction de la recherche, de l'évaluation et de la statistique** du MCC a développé un cahier d'indicateurs en vue d'en assurer le suivi. Une section de ce cahier porte sur l'accès et de la participation des citoyens à la vie culturelle. L'indicateur de la disponibilité des produits culturels veut évaluer l'accessibilité à une variété de produits culturels dans les régions du Québec par le biais de leur présence ou non dans les établissements culturels.

## Les produits

L'indicateur est élaboré à partir de cinq produits :

- le nombre de représentations de spectacles professionnels offertes au public, en 1993-94, dans le réseau des productions subventionnées;
- le nombre d'expositions temporaires présentées, en 1992-93, dans les musées et les centres d'expositions accrédités ou reconnus d'intérêt;
- le nombre de livres disponibles dans le réseau des bibliothèques publiques, en 1993-94;
- le nombre de livres en inventaire dans les libraires et les points de vente, en 1991-92;
- le nombre de projections offertes dans les salles de cinémas, en 1993.

L'indicateur comprend deux composantes, une composante diffusion et une autre commerciale. La composante diffusion est assurée par les représentations de spectacles professionnels, par les expositions temporaires présentées par les musées et les centres d'exposition et par les livres disponibles dans le réseau des bibliothèques publiques. La composante commerciale, pour sa part, est assurée par les livres en inventaire dans les librairies et les points de vente et par les projections offertes dans les salles de cinéma.

La disponibilité des cinq produits en région a été calculée sur la base de *per capita*. Cela permet de voir, de façon relative, comment se comporte leur offre en regard de la population desservie. Les valeurs de l'offre ont été standardisées, ce qui facilite leur comparaison sur une même échelle et permet d'additionner les indices individuels pour fournir un indice global.

## Le territoire analysé

Précisons que les données disponibles lors de l'élaboration de cet indicateur ne permettaient pas de couvrir l'ensemble du territoire; point très important, les régions de Montréal, de Laval et de Québec ont été exclues de l'observation parce que les données n'étaient pas disponibles. Les autres régions ont été regroupées en trois ensembles selon qu'il s'agit de régions urbaines, de régions périphériques - c'est-à-dire les régions situées dans le voisinage de Montréal et de Québec - et de régions éloignées. Les régions urbaines sont formées de la Mauricie/Bois-Francs, l'Estrie et l'Outaouais; les régions périphériques comprennent les trois régions autour de Montréal - Laurentides, Lanaudière et Montérégie - et la région Chaudière/Appalaches, au sud de Québec; les régions éloignées sont celles du Bas-St-Laurent, de la Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine, du Saguenay/Lac-St-Jean, de l'Abitibi/Témiscamingue et la Côte-Nord.

## L'indice global

L'indice global provient de la sommation des indices standardisés relatifs aux cinq produits. Comme ces indices sont construits à partir de la disponibilité de produits en région, sur la base de *per capita*, l'indice global mesure la quantité relative de produits culturels offerte à un individu d'une région. Il traduit le rapport entre l'inventaire des produits disponibles et l'importance de la population à desservir. C'est donc une mesure relative dont la valeur est influencée par ses termes, les produits disponibles et la population desservie.

La valeur moyenne de l'indice global, pour l'ensemble des régions étudiées, est de zéro puisqu'il s'agit d'indices standardisés. Les régions éloignées obtiennent les valeurs les plus élevées sur cet indice global; il a une valeur de + 2,3 alors que les régions périphériques obtiennent une valeur de - 2,4; les régions urbaines pour leur part se situent dans la moyenne avec un indice de + 0,1. Le graphique II permet de visualiser comment se répartit l'offre des produits, sur la base d'un *per capita*, sur le territoire.

Il ressort que la population des régions éloignées a une plus grande disponibilité de produits culturels *per capita* que celle des régions urbani-

sées et des régions périphériques. En réalité, le nombre brut ou absolu de produits demeure plus élevé dans les régions périphériques que dans les régions urbaines et les régions éloignées. Mais en termes relatifs, en *per capita*, c'est l'inverse qui se produit : l'indice est d'autant plus élevé que les régions sont moins densément peuplées.

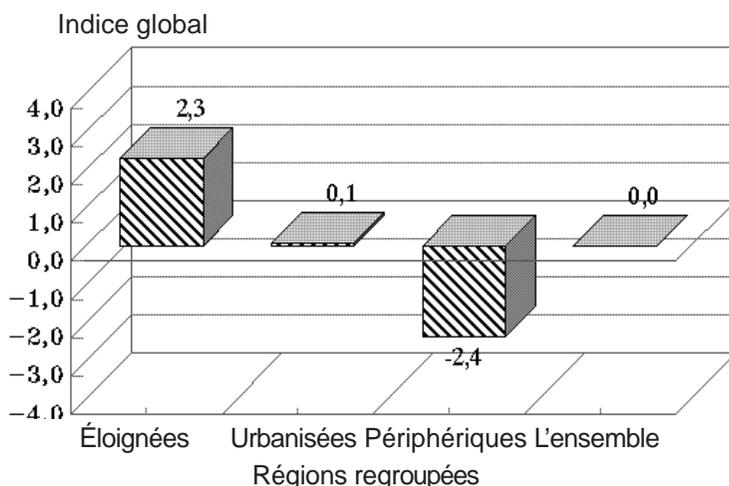
On peut en tirer la conclusion qu'il est nécessaire de hausser le niveau de la disponibilité des produits dans les régions moins peuplées si on veut assurer à leur population un niveau à peu près égal d'offre de produits que celle des autres régions. À l'inverse, il y a des économies d'échelle qui sont réalisées dans la diffusion des produits lorsque les régions sont davantage peuplées. Le rapport entre l'inventaire des produits disponibles et la population à desservir peut être plus faible sans que pour autant l'accessibilité en soit diminuée. Cela s'applique d'autant qu'il s'agit souvent de produits non privatifs, c'est-à-dire que l'usage que l'un fait d'un produit n'en prive pas les autres, par exemple l'emprunt d'un livre en bibliothèque ou la visite d'une exposition.

## Les composantes diffusion et commercialisation de l'indice global

L'accessibilité n'est pas assurée de la même façon selon qu'il s'agit de produits dont la diffusion est supportée par des aides publiques et selon qu'ils empruntent les circuits de la distribution commerciale. Le comportement sur le terrain des produits subventionnés est tout autre que celui des produits non subventionnés. L'indice global que nous venons de discuter est moins le produit de convergences que celui de forces s'exerçant dans des directions différentes. Il est la résultante de deux logiques, une logique de diffusion culturelle supportée par les pouvoirs publics (représentations, expositions, lecture publique) et une logique de marché où l'offre s'ajuste à la demande (livres en librairies et dans les points de vente, projections cinématographiques). Il devient alors très instructif de décomposer l'indice global en ses composantes et de comparer leur comportement sur le terrain.

Figure 2

Indice global de l'offre de la disponibilité des produits culturels, selon les régions regroupées



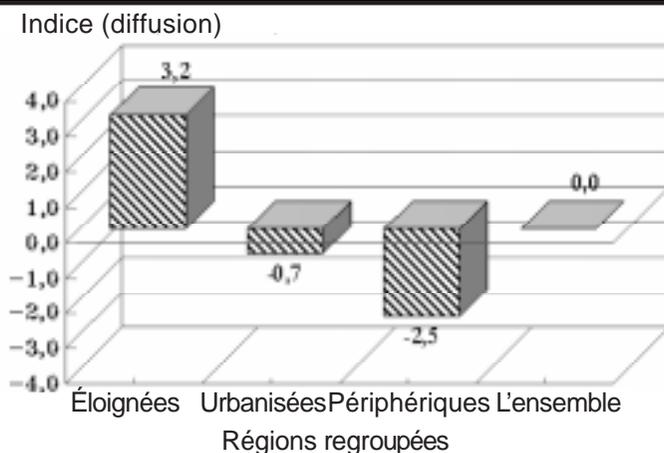
Les régions de Montréal, Laval et Québec sont exclues.

Produits : représentations de spectacles, expositions, livres (bibliothèques publiques).  
livres (librairies et points de vente), projections cinématographiques.

L'offre culturelle provenant de la diffusion non commerciale est à son maximum dans les régions éloignées qui, en revanche, accusent un déficit à l'égard des produits de l'industrie. Les régions périphériques présentent aussi un profil contrasté; l'offre culturelle venant de la diffusion non commerciale est à son minimum mais la distribution commerciale se range dans la moyenne; l'offre cinématographique y est relativement importante. Les régions urbaines pour leur part sont légèrement déficitaires lorsqu'il s'agit des produits de la diffusion non commerciale mais ce déficit est compensé par les produits offerts dans les réseaux commerciaux.

Figure 3

Indice de la disponibilité des produits de la diffusion culturelle selon les régions regroupées

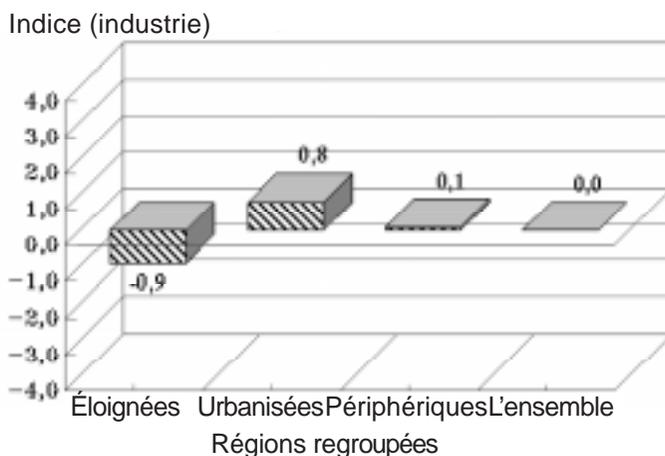


Les régions de Montréal, Laval et Québec sont exclues.

Produits : représentations de spectacles, expositions, livres (bibliothèques publiques).

Figure 4

Indice de la disponibilité des produits de l'industrie culturelle selon les régions regroupées



Les régions de Montréal, Laval et Québec sont exclues.

Produits : livres (librairies et points de vente), projections cinématographiques.

Que pouvons-nous tirer de la lecture de ces indices? Tout d'abord, il y a des niveaux différents d'accessibilité, en *per capita*, aux produits de la culture selon les régions. Ces fluctuations expriment des inégalités, entre régions, dans l'offre des produits de la diffusion et de la commercialisation. Mais il y a davantage. Il y a des modèles différents d'accessibilité selon les régions. Il ne s'agit donc pas seulement de différences dans le niveau relatif d'accès aux produits mais aussi dans la manière d'y accéder. L'offre se matérialise de diverses façons selon la région habitée.

L'intervention du MCC dans le domaine de la lecture publique, avec les normes applicables aux bibliothèques publiques, a pour effet d'atténuer les disparités entre les collectivités de taille différente et, conséquemment, entre les régions elles-mêmes. De même, la réglementation s'appliquant aux librairies agréées produit un effet similaire; elle permet de hausser le niveau de l'offre commerciale du livre dans les régions éloignées. Les aides publiques au fonctionnement des équipements culturels, à la diffusion de spectacles et aux tournées, favorisent aussi une plus grande activité en régions que ce que le marché seul pourrait absorber.

L'équilibre entre l'offre des produits de la diffusion et les produits de la commercialisation est mieux assuré dans les régions urbaines; le marché est suffisant pour assurer le commerce des produits, du livre notamment.

Les régions périphériques sont celles où la disponibilité des produits de la diffusion non commerciale, *per capita*, est la plus faible. Par contre, la disponibilité des produits de l'industrie est dans la moyenne. Les lois du marché s'appliquent plus facilement dans les régions périphériques pour les produits commercialisés, en particulier le cinéma. Mais les régions périphériques accusent un déficit relatif lorsqu'il s'agit des produits diffusés de façon non commerciale.

On peut invoquer deux raisons à ce déficit de la diffusion non commerciale en régions périphériques. Premièrement, ce peut être l'effet du simple rapport mathématique entre le niveau d'offre et la population desservie. Ces régions sont assez densément peuplées. Aussi, à niveau égal de l'offre, elles obtiennent un *per capita* plus faible que d'autres régions moins peuplées. La deuxième raison, et elle est sans doute la plus plausible, est que la nécessité d'assurer une offre de certains produits de diffusion, dans

ces régions, se fait moins pressante en raison de leur localisation dans la zone d'attraction de grands centres (Montréal, Québec). Ces villes attirent la population des régions avoisinantes désirant voir des spectacles et visiter les expositions tenues dans leurs musées.

Nous avons pu vérifier ce fait pour la population vivant dans la couronne montréalaise à partir des données de l'enquête sur les pratiques culturelles. En effet, la population de la couronne montréalaise a un sentiment aussi fort que celle de l'Île-de-Montréal d'avoir accès aux musées et aux salles de spectacles; elle se déplace d'ailleurs vers Montréal lorsqu'elle veut voir un spectacle et elle fréquente les grands musées de Montréal autant que la population montréalaise elle-même.

### III- L'INDICATEUR D'ACCESSIBILITÉ AUX PRODUITS DE LA DIFFUSION CULTURELLE

Venons-en maintenant à la présentation de l'indicateur d'accessibilité aux produits de la diffusion culturelle. Cet indicateur est construit selon la même logique que le précédent. Il comporte cependant des différences importantes par rapport à ce dernier par les produits qui entrent dans sa fabrication et par le territoire qu'il couvre.

Nous nous proposons de mesurer l'accessibilité à la culture à partir d'un certain nombre de produits offerts dans les réseaux de la diffusion culturelle. Les données utilisées, rappelons-le, proviennent de l'inventaire des équipements culturels, réalisée par le MCC, en 1996, et des statistiques sur les bibliothèques publiques. Les équipements retenus sont les établissements muséologiques, les lieux de spectacles professionnels et les bibliothèques publiques. L'année de référence pour la programmation des établissements muséologiques et des lieux de spectacles est 1994-1995; pour les bibliothèques, les statistiques de l'année 1995 sont utilisées.

#### Le territoire

Contrairement à l'indicateur précédent, les régions de Montréal, de Laval et de Québec font partie du territoire d'étude. Ainsi, l'ensemble du

territoire est couvert. Les données entrant dans la fabrication de l'indicateur sont agrégées sur la base des quinze régions administratives, la région Nord-du-Québec demeurant cependant hors étude.

## Les équipements

Les équipements retenus pour la formation des indices sont les établissements muséologiques, les lieux de spectacles et les bibliothèques publiques. Les établissements muséologiques sont les musées<sup>I</sup>, les centres d'exposition<sup>II</sup>, les salles d'exposition<sup>III</sup>, les lieux d'interprétation du patrimoine<sup>IV</sup> et les économusées<sup>V</sup>. Les lieux de spectacle professionnels<sup>VI</sup> regroupent des lieux multidisciplinaires, les lieux unidisciplinaires en musique, théâtre, danse, chanson ou variétés et les lieux multifonctionnels où des spectacles professionnels sont présentés dans des espaces polyvalents pouvant recevoir d'autres activités culturelles telles des expositions. Les théâtres d'été n'ont pas été inventoriés et n'entrent donc pas dans l'univers d'étude. Les bibliothèques comprennent les bibliothèques publiques autonomes<sup>VII</sup> et les Centres régionaux de services aux bibliothèques publiques (CRSBP)<sup>VIII</sup>. Les bibliothèques affiliées à un CRSBP entrent indirectement dans la construction de l'indicateur par le biais des populations desservies et des collections des CRSBP.

Certains équipements ont été écartés. Il s'agit des établissements muséologiques qui sont ouverts au public moins de deux mois par année et des lieux de spectacles dans lesquels on présente moins de quatre représentations de spectacles professionnels par année (1994-1995). Les lieux de production artistique et de formation professionnelle ont été exclus (centres d'artistes en arts visuels; centres de production en arts d'interprétation; centres de recherche, de diffusion et d'innovation en métiers d'art; conservatoires, écoles privées en arts d'interprétation ou en cinéma).

## Le dénombrement des équipements

Le nombre d'équipements culturels entrant directement dans la confection de l'indicateur s'élève à environ 750. Cela comprend 375 établissements muséologiques, près de 200 salles de spectacle et environ 170 bibliothèques, incluant les CRSBP.

Le tableau 2 précise le nombre d'équipements culturels selon les catégories prévues à l'inventaire. L'annexe 1 va plus en détail en présentant la répartition de ces équipements selon les régions administratives.

## Les indices

Trois indices ont été calculés pour former l'indicateur; un indice a été conçu pour chacun des trois genres d'équipements. Toutefois, l'indice des établissements muséologiques est lui-même la synthèse de trois autres. Il est établi à partir du nombre d'expositions temporaires présentées dans les établissements, de la superficie consacrée à la tenue d'expositions (temporaires et permanentes) et du nombre d'établissements interprétant une thématique. L'indice des lieux de spectacles repose sur le nombre de représentations de spectacles professionnels présentés en 1994-1995. Quant à l'indice des bibliothèques publiques, il exprime le nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques autonomes et dans les CRSBP.

Les indices sont créés à partir des données standardisées<sup>4</sup>. Cette façon de procéder rend possible l'addition des divers éléments malgré l'adoption d'unités différentes de mesure des éléments. Par exemple, dans le cas des établissements muséologiques, on peut additionner ensemble les valeurs standardisées du nombre d'expositions temporaires, des superficies consacrées aux expositions et du nombre d'établissements interprétant une thématique. Il en est de même pour l'indice global qui est le résultat de la somme des valeurs des indices des établissements muséologiques, des lieux de spectacles et des bibliothèques publiques.

---

4. Les données ont été standardisées. Leur moyenne est égale à zéro et leur écart type à un.

Tableau 2  
Nombre d'équipements culturels selon les catégories

Catégories d'équipements	Nombre
<b>ÉTABLISSEMENTS MUSÉOLOGIQUES</b>	
Musées	129
Centres d'exposition	53
Salles d'exposition	10
Lieux d'interprétation du patrimoine	162
Économusées	21
Sous total	375
<b>LIEUX DE SPECTACLES PROFESSIONNELS</b>	
Salles multidisciplinaires	148
Salles unidisciplinaires	27
Salles multifonctionnelles	22
Sous total	197
<b>BIBLIOTHÈQUES</b>	
Bibliothèques publiques autonomes	161 *
CRSBP	11
Sous total	172
<b>TOTAL</b>	<b>744</b>

\* : Comprend les succursales d'une bibliothèque centrale dans les grandes villes.

L'indicateur d'accessibilité est présenté par deux indices agrégés que nous nommerons indice brut et indice pondéré pour les besoins de la démonstration. L'indice brut est établi à partir de la disponibilité brute des produits en régions. Chacune des régions se voit attribuer un score à partir de la somme des valeurs standardisées des produits des établissements muséologiques, des représentations dans les lieux de spectacles et des livres en bibliothèques. Cela permet d'établir le niveau brut de la dis-

ponibilité régionale. On peut ainsi discerner les régions à forte disponibilité de celles où elle est plus faible, indépendamment de la population à desservir puisque l'importance de la population régionale n'entre pas dans le calcul de cet indice.

L'indice pondéré tient compte des populations régionales en cause. Il est obtenu à partir de la disponibilité (standardisée) des produits en régions, compte tenu cette fois des populations à desservir. Ainsi, le score des établissements muséologiques est pondéré par la population régionale; il en est de même du nombre de représentations de spectacles professionnels et du nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques. Cet indice permet d'établir le niveau d'accessibilité des populations régionales aux produits de la diffusion culturelle, compte tenu de l'importance de la population à desservir.

Le croisement de ces deux indices agrégés, brut et pondéré, permettra de positionner les régions les unes par rapport aux autres, à la fois selon l'importance absolue de leur potentiel et selon l'importance de ce potentiel compte tenu de la population en cause.

## La mesure

L'indice brut de la disponibilité régionale se mesure par la somme des valeurs standardisées des trois indices suivants, celui des établissements muséologiques<sup>5</sup>, celui des représentations de spectacles professionnels et celui du nombre de livres dans les bibliothèques publiques.

L'indice pondéré de la disponibilité régionale se mesure par la somme des valeurs standardisées des trois indices précédents lorsqu'ils sont établis sur une base de per capita définie ci-après.

### Établissements muséologiques :

- Le nombre d'expositions en région par 10 000 habitants;

---

5. Cet indice étant composé de trois éléments, nous avons retenu la moyenne de leurs valeurs standardisées afin de donner un poids aux établissements muséologiques égal à celui des spectacles professionnels et des bibliothèques publiques.

- La superficie des aires d'expositions en région par 1 000 habitants;
- Le nombre d'établissements thématiques en région par 10 000 habitants.

**Spectacles professionnels :**

Le nombre de représentations en région par 1 000 habitants.

**Bibliothèques publiques :**

Le nombre de livres *per capita* en région.

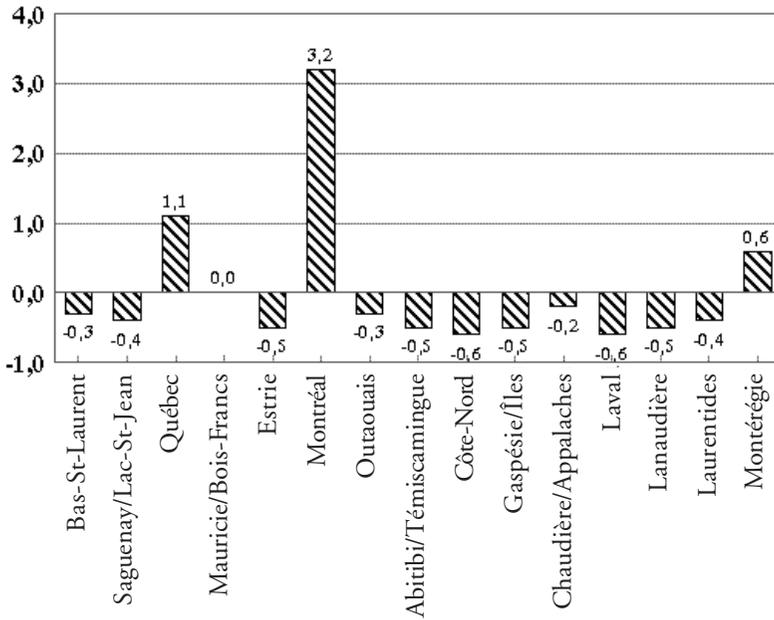
## L'indice brut de la disponibilité régionale

Le graphique V présente la position des régions par rapport à l'indice brut. La valeur zéro, sur le graphique, présente la moyenne québécoise. La répartition des produits sur le territoire est très contrastée. La région de Montréal occupe une position extrême, se démarquant évidemment de toutes les autres par le fort potentiel de produits culturels qui s'y trouve (score de 3,2). La région de Québec vient en deuxième, avec un score sur l'indice bien au-dessus de la moyenne (score de 1,1). La Montérégie suit avec un score également positif (score de 0,6). Ce sont les trois seules régions dont le score est supérieur à la moyenne. La Mauricie/Bois-Francs, pour sa part, se situe dans la moyenne. Les autres régions obtiennent des scores négatifs. Évidemment, le poids énorme de Montréal ne peut que faire abaisser le score des autres régions et en repousser plusieurs sous la moyenne.

La moins grande disponibilité absolue de produits se rencontre à Laval et sur la Côte-Nord, respectivement une région périphérique et une région éloignée (score de -0,6). D'autres régions obtiennent aussi un score nettement plus faible que la moyenne (score de -0,5); on y trouve des régions éloignées, la Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine et l'Abitibi/Témiscamingue, mais aussi des régions occupant une position géographique moins excentrique, telles l'Estrie et Lanaudière. Quant aux autres régions dont il n'a pas été fait mention, leur déficit est moins accentué, en particulier les régions de Chaudière/Appalaches (score de -0,2) et de l'Outaouais (score de -0,3).

Figure 5

Indice brut de la disponibilité régionale des produits de la diffusion culturelle



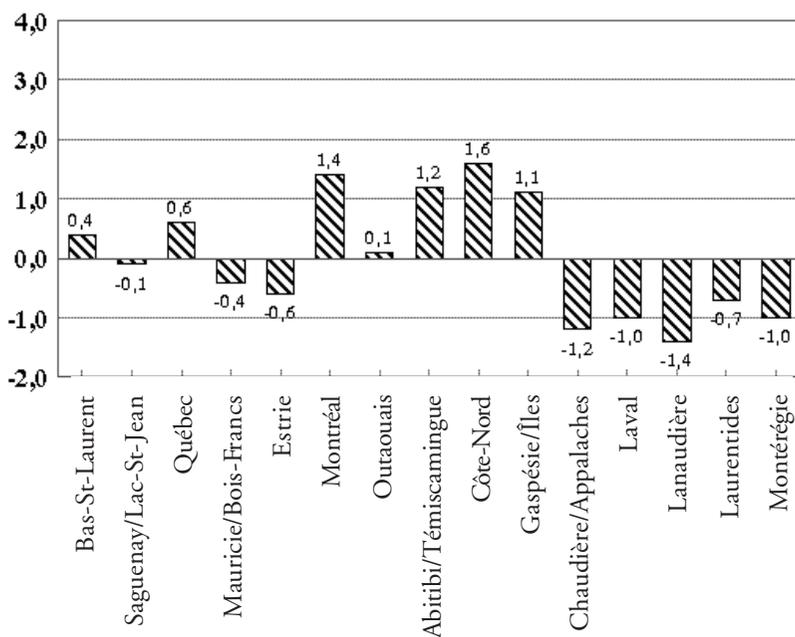
### L'indice pondéré de la disponibilité régionale

L'indice pondéré, comme nous l'avons mentionné, fournit le rapport entre les produits de la diffusion culturelle disponibles dans une région compte tenu de l'importance de sa population. Le graphique VI présente la position des régions sur cet indice. Il ressort, à sa lecture, que toutes les régions périphériques<sup>6</sup> présentent cette caractéristique d'offrir relativement moins de produits culturels compte tenu de leur population. Cela peut être l'effet de leur proximité d'un grand centre par lequel elles sont desservies. À l'opposé, les régions éloignées telles que l'Abitibi/Témiscamingue, la Côte-Nord et la Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine ont une offre per capita dépassant largement la moyenne. Il en est de même de la région de Montréal et, dans une

6. La région de Chaudière/Appalaches, du côté de Québec et les régions de Laval, Laurentides, Lanaudière et Montérégie du côté de Montréal.

moindre mesure de celle de Québec. On s'attendait à ce que ces deux régions obtiennent un indice pondéré relativement faible compte tenu de l'importance de leur population. S'il en est autrement c'est que la présence des produits de diffusion est abondante et, pourrait même être qualifiée d'excédentaire s'il ne fallait compter que sur leur seule population. L'attraction de ces centres, nous l'avons vu, déborde les limites de la région pour s'étendre aux régions limitrophes, dans lesquelles d'ailleurs la disponibilité relative demeure faible.

Figure 6  
 Indice pondéré de la disponibilité régionale des produits de la diffusion culturelle



### L'indicateur d'accessibilité

L'indicateur d'accessibilité est composé de l'ensemble des positions occupées par les régions dans un espace bidimensionnel issu du croisement de l'indice brut et de l'indice pondéré. Chaque région occupe une

position dans l'espace ainsi délimité, d'une part par le potentiel absolu des produits de la diffusion culturelle disponible sur son territoire et, d'autre part, par le même potentiel pondéré par l'importance de la population régionale. La répartition des régions dans le plan ainsi formé permet, à partir de leurs coordonnées, de calculer la distance qui les sépare les unes des autres. Une analyse typologique a été effectuée par la suite afin de regrouper les régions en cinq types distincts. Nous avons utilisé la méthode de la classification ascendante hiérarchique (cluster), dans ce processus de regroupement, pour établir la hiérarchisation des régions et identifier les endroits où se produisent les principales discontinuités<sup>7</sup>.

L'analyse de la hiérarchie de l'arbre tracé par cette procédure permet d'identifier au moins cinq types ou modèles différents dans les premiers niveaux de hiérarchisation. Cela permet de réduire le nombre de types dans la manière d'assurer la diffusion sur le territoire, tout en conservant une homogénéité à l'intérieur des types. Ces cinq types sont identifiés en chiffres romains aux points de césure dans l'arbre de hiérarchisation des régions. Il est important de préciser que ces types sont établis de façon empirique à partir des proximités régionales et non à partir d'une définition à priori d'un regroupement des régions<sup>8</sup>. Il ne faut pas voir en ces types des types idéals; ils expriment tout simplement la réalité observée sur le territoire.

Signalons que quatre ensembles formés de trois régions apparaissent dès les premiers niveaux de hiérarchisation; il y a donc des parentés très fortes entre les régions appartenant à un même ensemble. À ce niveau, les régions de Québec, de la Montérégie et de Montréal font bande à part; les deux premières seront regroupées à un niveau supérieur alors que Montréal se dégage vraiment comme un cas unique.

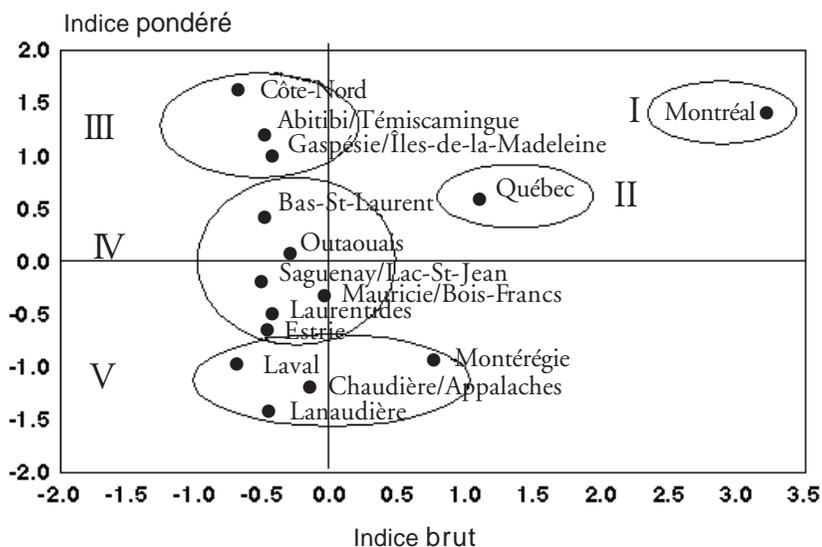
---

7. Nous avons retenu la méthode de Ward dans la procédure de classification (logiciel SPSS) afin d'assurer la plus grande homogénéité des types, en maximisant la variance entre eux et en rendant minimale celle à l'intérieur d'un type.

8. Dans l'analyse de l'indicateur de la disponibilité des produits culturels sur le territoire, présenté auparavant, nous avons regroupé les régions en trois groupes selon qu'elles étaient urbaines, périphériques ou éloignées. Ici, le regroupement n'est pas établi de façon préalable mais est dégagé par le calcul même des distances entre les régions.

Le graphique VII présente cette typologie de régions en les situant par rapport à leur indice brut et à leur indice pondéré. Nous avons encerclé les différents types de manière à identifier clairement les régions qui en font partie. Deux régions s'écartent nettement des autres; elles se positionnent plus à droite, selon la diagonale des deux axes. Il s'agit des régions de Montréal et de Québec qui forment, chacune, un type. C'est en raison de leur score sur l'indice brut que ces deux types se démarquent principalement des autres. La différenciation des autres types se fait principalement selon l'axe de l'indice pondéré.

Figure 7  
 Positionnement des régions selon l'indice brut et l'indice pondéré de la disponibilité des produits de la diffusion



Arbre de hiérarchisation des régions selon leur potentiel absolu et leur potentiel pondéré de produits de diffusion culturelle

- Premier type : la région de Montréal

La région montréalaise concentre une très grande quantité de produits destinés à la diffusion culturelle. Non seulement sont-ils en abondance, mais la région assure à ses citoyens un plus grand nombre de produits *per capita*. La métropole se caractérise donc par cette grande disponibilité, absolue et relative, des produits accessibles aux citoyens. En principe, on se serait attendu à un positionnement plus faible de la région selon l'axe de l'indice pondéré; en effet, il est moins impératif de maintenir un niveau élevé de disponibilité *per capita*, dans une région à forte densité, en raison des économies d'échelle qui sont réalisées. Mais telle n'est pas la situation et la région de Montréal assure le plus haut taux d'accès *per capita*, avec la Côte-Nord.

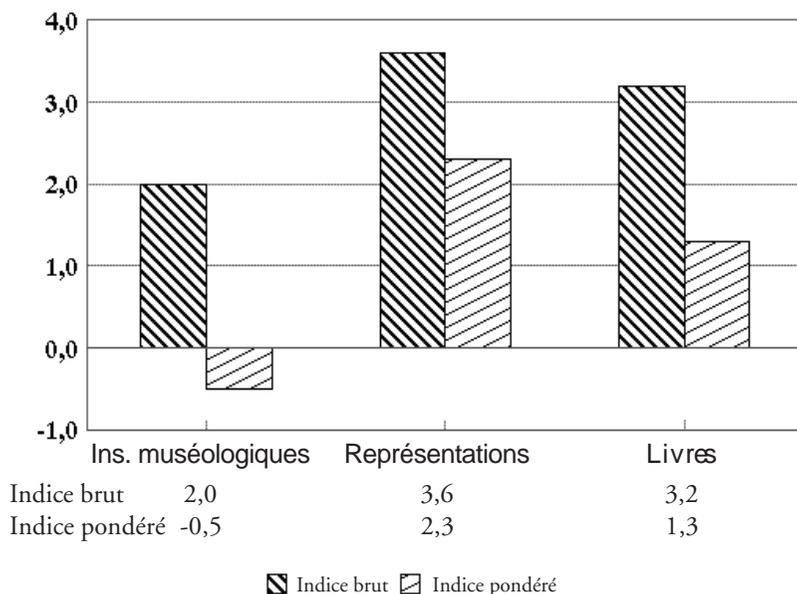
La fonction de métropole permet d'expliquer ce ratio élevé de la région montréalaise. Les grands musées de Montréal, le Musée des beaux-arts et le Musée d'art contemporain, la Place des Arts, ont une vocation nationale. La métropole a une mission de diffusion culturelle qui dépasse largement ses frontières. L'attraction qu'elle exerce sur les régions environnantes, sur le reste du Québec et à l'étranger, l'amène à maintenir un inventaire de produits plus grand que ne le nécessite la seule desserte de la population régionale.

Le poids de la région montréalaise, on le conçoit facilement, infléchit la moyenne québécoise lorsqu'il s'agit de mesurer l'importance du volume des activités culturelles. Mais cette prédominance, parmi les trois domaines étudiés, se révèle surtout à l'égard du spectacle et de la lecture publique, un peu moins en ce qui concerne l'activité muséologique. L'indice brut du graphique VIII présentant le profil des produits culturels l'illustre fort bien. Le fait que les institutions muséologiques, à Montréal, obtiennent un classement moins élevé que les représentations de spectacles et le nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques vient de ce qu'on y retrouve assez peu d'établissements voués à l'interprétation d'un thème comme les centres d'interprétation, les écomusées et les économusées. Pour ce qui est des expositions temporaires qui se déroulent dans les établissements muséologiques et surtout les aires consacrées aux expositions, Mon-

tréal figure au premier rang, avec le tiers des aires d'expositions et près de 20 % des expositions temporaires; mais elle dispose de peu d'établissements consacrés à l'interprétation d'une thématique (centres d'interprétation, écomusées et économusées), 6 % à peine.

La métropole est aussi un lieu extrêmement important en matière de diffusion du spectacle et de lecture publique. En effet, le score de 3,6 qu'elle marque sur l'indice brut de représentations de spectacles et celui de 3,2 pour le nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques montrent combien l'offre culturelle, par son volume, est disproportionnée par rapport aux autres régions. C'est 55 % des représentations en spectacle et près du tiers des livres disponibles dans les bibliothèques publiques qui y sont concentrés. Le poids démographique de la région ne suffit pas à expliquer ce phénomène. En effet, si nous regardons l'indice pondéré, Montréal demeure un lieu où l'offre de représentations de spectacles, compte tenu de sa population régionale, s'écarte beaucoup de la moyenne québécoise. En effet, il y a 3,5 représentations de spectacles par 10 000 habitants dans la région de Montréal, comparativement à 1,6 dans l'ensemble du Québec. Cet excédent nous l'avons expliqué par l'attraction qu'exerce Montréal sur la population de la couronne montréalaise principalement, mais aussi une partie de celles des autres régions. Quant à la disponibilité des livres en bibliothèques, soit 2,4 *per capita*, elle dépasse la moyenne québécoise (1,9 livre) et est la plus élevée au Québec. Le score élevé du livre sur l'indice pondéré exprime davantage la qualité des services offerts à leur population par les bibliothèques montréalaises que la desserte d'une population extra-régionale. En effet, le service de bibliothèque est dispensé localement et la clientèle de la bibliothèque est généralement la population municipale.

Figure 8  
Profil des produits de diffusion  
Type I : la région de Montréal



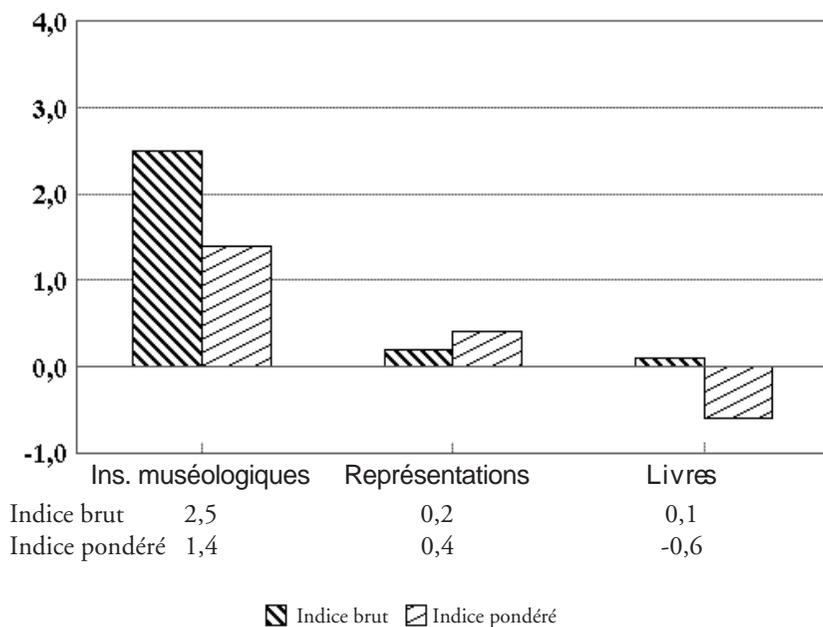
- Deuxième type : la région de Québec

La région de Québec présente une similitude quant aux indices agrégés, mais fournit un profil de disponibilité des produits nettement différent de celui de Montréal (voir graphique IX). En effet, ce qui fait la force de la diffusion culturelle, à Québec, c'est son fort potentiel muséologique, comme l'expriment les indices brut et pondéré des institutions muséologiques. Tout comme Montréal assume des fonctions nationales en tant que métropole, ainsi en est-il de Québec en tant que capitale, notamment en matière muséologique avec le Musée du Québec et le Musée de la civilisation. Environ 20 % des expositions temporaires, 20 % des aires d'expositions et autant des centres d'interprétation, des écomusées et économusées se retrouvent dans la région de Québec. C'est dans la région de Québec qu'il y a le plus d'expositions temporaires, compte tenu de la population régionale. Il y a eu 3,3 expositions temporaires par 10 000 habitants, en 1994-95 (1,6 dans l'ensemble du Québec).

Tout comme Montréal, mais à une échelle réduite, Québec est un lieu de diffusion du spectacle qui attire un public qui déborde les frontières régionales, en particulier du côté de Chaudière/Appalaches. Le nombre de représentations de spectacles offertes au public dans la région, soit 10 % de l'ensemble québécois, est légèrement supérieur au poids démographique : 1,8 représentation par 1 000 habitants dans la région comparative-ment à 1,6 pour l'ensemble.

La région de Québec fait piètre figure en matière de livres en bibliothèque. On le voit par l'indice pondéré. Le nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques de la région est de 1,6 *per capita*, soit le plus faible de tous les types (moyenne québécoise : 1,9 livre).

Figure 9  
 Profil des produits de diffusion, Type II : la région de Québec



- Troisième type : trois régions éloignées

Ce type se compose des régions de la Côte-Nord, de l'Abitibi/Témiscamingue et de la Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine; ce sont les régions

LES ÉQUIPEMENTS EN TANT QU'INDICATEURS D'ACCESSIBILITÉ  
AUX PRODUITS DE LA DIFFUSION CULTURELLE

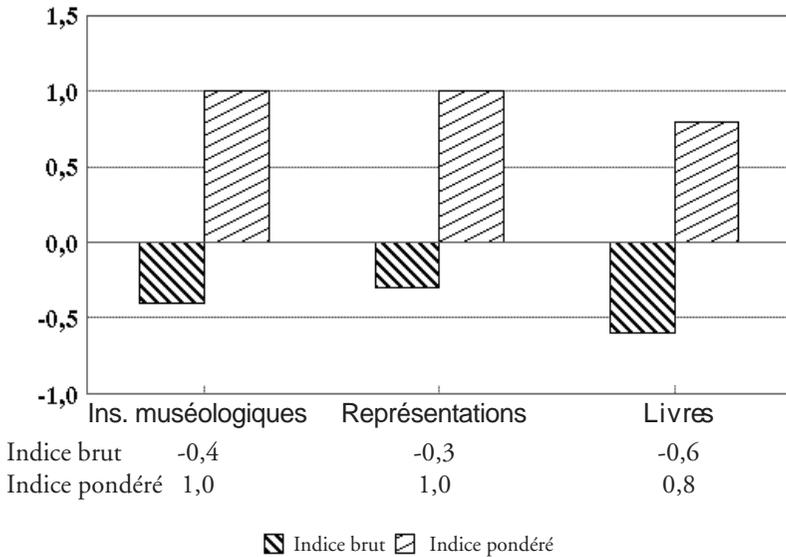
---

situées aux extrêmes du territoire. Le potentiel brut ou absolu qu'on y trouve est sous la moyenne, mais comparable à celui observé dans des régions périphériques (Laval, Laurentides, Lanaudière) ou des régions comme l'Estrie, le Saguenay/Lac-St-Jean ou l'Outaouais (voir graphique VII). Par contre, le nombre de produits *per capita* est beaucoup plus élevé que ce que l'on rencontre dans toutes les autres régions, exception faite de Montréal qui est à égalité.

Ces données viennent en quelque sorte confirmer le modèle présenté plus tôt à propos de l'indice de la disponibilité des produits de la diffusion culturelle (section II). Il est nécessaire que l'offre de produits de diffusion dans les régions éloignées soit haussée pour compenser leur poids démographique plus faible; c'est ainsi qu'elles peuvent assurer un niveau décent (en quantité et en diversité) d'accessibilité aux produits de la diffusion. Le score élevé qu'elles obtiennent sur l'indice pondéré exprime cet état de fait.

Figure 10

Profil des produits de diffusion, Type III : Trois régions éloignées : l'Abitibi/Témiscamingue, les Îles-de-la-Madeleine et la Côte-Nord



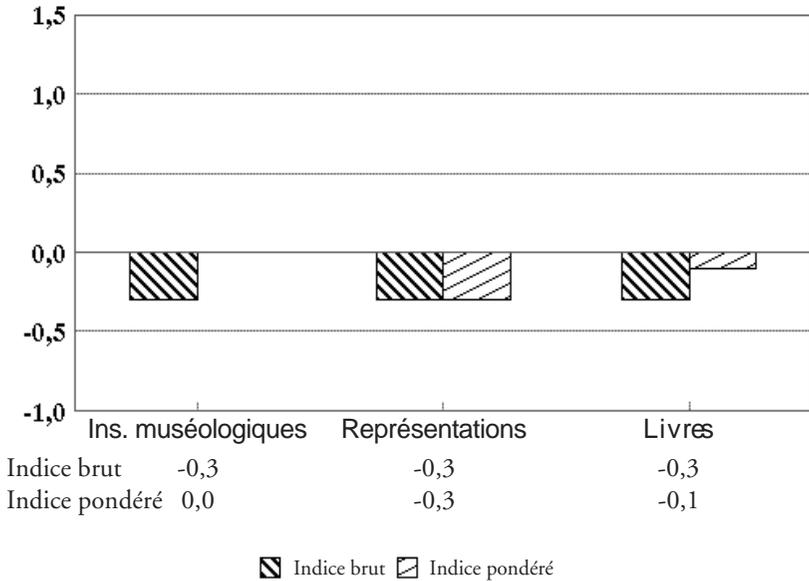
Expliqué par l'importance démographique de ces régions et par les fonctions nationales qu'elles assument. La comparaison des types selon leur indice brut permet ainsi d'identifier ceux à fort et à faible potentiel. Il sert également à comparer les trois domaines (institutions muséologiques, spectacle et livre) d'une même type et à mesurer combien ces domaines s'écartent plus ou moins de la moyenne québécoise. La comparaison entre eux des indices bruts du type III montre que, situées par rapport à la moyenne québécoise, la disponibilité en livres y est moins grande (indice - 0,6) que l'activité muséologique (indice - 0,4) et les représentations de spectacles (indice - 0,3) (voir graphique X).

Pour sa part, l'indice pondéré met en relief les modalités de la diffusion d'un type donné. Le type III obtient des indices pondérés plus élevés que la moyenne québécoise dans les trois domaines : activités muséologiques, représentations de spectacles et livres disponibles en bibliothèque. Si les aires, *per capita*, consacrées aux expositions demeurent assez faibles, par contre le nombre d'expositions temporaires par 10 000 habitants est le plus haut de tous les types, 3,4 expositions (1,6 pour la moyenne québécoise). De même, compte tenu de l'importance de leur population, le nombre de centres d'interprétation, d'écomusées et d'économusées est plus élevé dans ces régions qu'ailleurs. Cela semble une caractéristique de ces régions. N'ayant pas de grands musées avec des collections importantes, on interprète et met en valeur des éléments du patrimoine bâti et naturel, des sites historiques et des savoir-faire significatifs pour la population régionale. Le nombre de représentations et le nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques, exprimés en fonction de la population à desservir, excède la moyenne québécoise. On y trouve 2,0 représentations par 10 000 habitants (1,6 dans l'ensemble du Québec) et 2,2 livres *per capita* (1,9 dans l'ensemble du Québec).

Somme toute, même si l'offre de produits pour le type III est moins grande en quantité que celle des autres types, il se classe très bien sur la base du *per capita*. Ce type arrive au premier rang quant aux expositions temporaires, aux centres d'interprétation, écomusées et économusées; au deuxième rang - après Montréal - pour les représentations de spectacles et le nombre de livres dans les bibliothèques publiques.

Figure 11

Profil des produits de diffusion, Type IV : Six régions : le Saguenay/Lac-St-Jean, l'Outaouais, le Bas-St-Laurent, l'Estrie, les Laurentides et la Mauricie/Bois-Francs



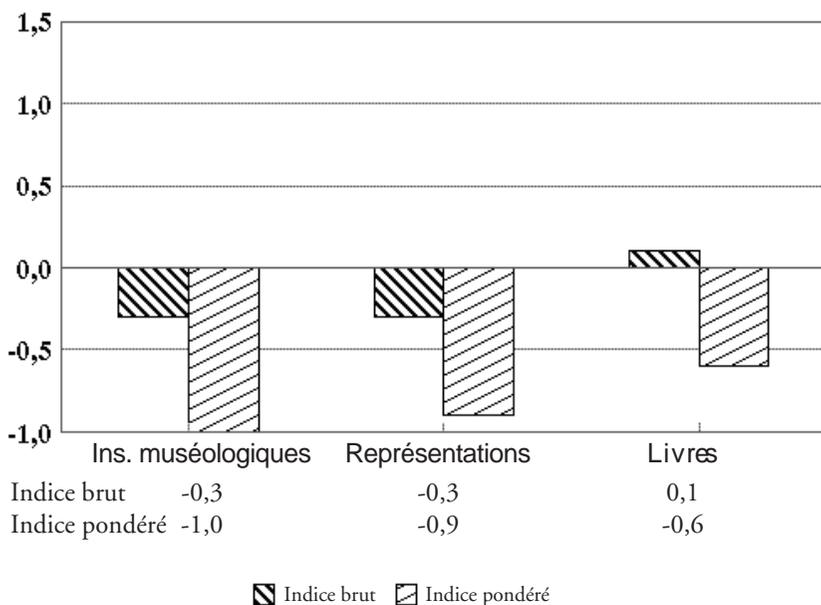
- Quatrième type : six régions

Le quatrième type regroupe six régions (deux ensembles de trois régions), localisées aux quatre coins de la province. Il comprend les régions dont le score sur l'indice brut est sous la moyenne (à l'exception de la Mauricie/Bois-Francs) et dont le score sur l'indice pondéré varie autour de la moyenne. Il s'agit, pour le premier ensemble, des régions du Bas-St-Laurent, de l'Outaouais et du Saguenay/Lac-St-Jean et, pour le second ensemble, de la Mauricie/Bois-Francs, des Laurentides et de l'Estrie. On distingue nettement ces deux ensembles sur l'arbre de hiérarchisation - et on le devine aisément au graphique VII. Les régions du premier ensemble sont rapprochées les unes des autres dans le plan et ont un indice pondéré plus élevé que celles du deuxième; par ailleurs, celles du deuxième ensemble sont également proches les unes des autres mais demeurent plus faibles que le premier sur l'indice pondéré.

Ces régions s'éloignent assez peu de la moyenne québécoise quant à leurs indices bruts (- 0,3 pour chacun des trois groupes de produits, voir graphique XI). Ce quatrième type se classe près de la moyenne québécoise et au troisième rang parmi les types quant aux produits calculés sur la base de *per capita* pour les activités muséologiques et les livres en bibliothèques. Mais il arrive au quatrième rang quant au nombre de représentations de spectacles *per capita*; la population se voit offrir une (1,0) représentation par 10 000 habitants alors qu'il y en a 1,6 en moyenne au Québec.

Figure 12

Profil des produits de diffusion, Type V : Quatre régions périphériques : Chaudière/Appalaches, Lanaudière, Laval et Montérégie



- Cinquième type : les régions périphériques (sauf Laurentides)

Enfin, le cinquième et dernier type regroupe les régions périphériques de Laval, de la Montérégie, de Lanaudière et de Chaudière/Appalaches. Le potentiel de produits dans ces régions (indice brut) est sous la moyenne, à l'exception de la Montérégie qui a un solde positif (voir graphique VII).

Il y a un rapprochement qui peut être fait entre ce type et le précédent (type IV). En comparant les graphiques XI et XII, on voit que, dans les deux cas, les indices bruts des trois domaines sont sous la moyenne, exception faite du livre pour le type V. Ces deux types occupent une position centrale par rapport aux autres types; ils ont des indices bruts plus élevés que les régions éloignées (type III) mais plus faibles que les régions ayant une vocation nationale (Type I et II, Montréal et Québec).

Si l'on compare la disponibilité absolue des trois domaines du type V (graphique XII), il ressort que la situation du livre est meilleure que celle des deux autres. De façon relative cette fois, ou selon l'indice pondéré, les régions de ce type ont en commun d'offrir le moins de produits *per capita* sur l'ensemble du territoire; c'est seulement pour le livre en bibliothèque que la dernière place est concédée à Québec. Il y a, en ces régions, moins d'une exposition temporaire par 10 000 habitants (1,6 en moyenne au Québec), moins d'une représentation de spectacle par 10 000 habitants (0,5 dans ce type, 1,6 en moyenne au Québec) et 1,7 livre *per capita* disponible en bibliothèque (1,9 en moyenne au Québec).

Nous avons mentionné, à quelques reprises, que la population des régions périphériques allait chercher, dans la ville centre voisine, les produits culturels dont elle a besoin. Cela vaut pour les expositions présentées dans les musées et pour le spectacle. Les grands musées et les grandes salles de spectacle sont des attributs des villes centres et ont une vocation régionale voire nationale. Ces établissements desservent autant la population de la ville centre que celle des villes de banlieues; leur rayonnement et leur force d'attraction débordent les frontières des régions administratives sur les régions avoisinantes. Cela explique donc en partie la faiblesse relative des régions périphériques quant aux indices pondérés, laquelle est normale compte tenu des habitudes de déplacement de la population vers les centres pour l'obtention de services spécialisés. Toutefois, cette raison ne vaut pas pour le livre en bibliothèque. En effet, le service de bibliothèque est dispensé localement et les bibliothèques municipales doivent disposer d'un nombre suffisant de livres pour offrir un service de qualité à leurs citoyens. Les normes du MCC, relatives à la collection de livres, sont exprimées en *per capita* et varient selon la taille de la population à desservir. Nous ne voyons pas quel facteur autre que la collection elle-même des bibliothèques pourrait expliquer la faiblesse des régions périphériques sur l'indice pondéré du livre.

## CONCLUSION

Tirons quelques conclusions de cet exercice qui nous a menés à la construction d'indicateurs. Le premier indicateur a mis en évidence que les lois du marché, en l'absence de mécanismes régulateurs, assurent plus difficilement aux populations des régions éloignées l'accès à certains produits; c'est le cas du cinéma. Exception faite du Saguenay/Lac-St-Jean, toutes les régions éloignées ont un *per capita* en représentations cinématographiques nettement inférieur à la moyenne de l'ensemble. La situation est différente pour le livre vendu en librairie qui est réglementé. En effet, les libraires qui détiennent un agrément sont tenues de maintenir un inventaire minimal, ce qui assure, même à la population des régions éloignées, une certaine diversité dans les titres. De plus, les achats institutionnels de livres sont réservés aux librairies agréées<sup>9</sup>, ce qui assure la présence de librairies dans des marchés qui autrement seraient peu ou pas rentables.

Les deux indicateurs aboutissent aux mêmes conclusions quant aux modalités de la diffusion culturelle. Il n'y a pas de modèle dominant sur l'ensemble du territoire, mais des modèles différents selon le positionnement des régions par rapport à leur plus ou moins grande proximité de Montréal et de Québec. Plus particulièrement, il y a un modèle caractéristique des régions éloignées et un autre des régions périphériques. La plus faible densité de la population en régions éloignées nécessite des mécanismes correctifs du marché afin d'y assurer une disponibilité minimale de produits. Le financement de la construction d'équipements culturels et les aides publiques aux bibliothèques, aux diffuseurs, aux institutions muséales et aux organismes culturels ont permis l'existence d'activité culturelle à la grandeur de territoire. Même dans le cas des régions occupant une position excentrique sur le territoire, l'accessibilité est assurée en haussant la disponibilité *per capita*. Elles sont pour ainsi dire autonomes des grands centres, en ce sens que les populations trouvent généralement dans leur région

---

9. La Loi stipule que toute acquisition de livres pour le compte d'un ministère du gouvernement, de l'un de ses organismes ou mandataire ou par certains organismes identifiés, doit être faite auprès d'un libraire titulaire d'un agrément. Mentionnons, parmi les organismes assujettis à la loi, les commissions scolaires, les collèges d'enseignement, les institutions assujetties à la Loi sur l'enseignement privé, les bibliothèques publiques.

respective l'offre des produits de diffusion. La situation est différente dans les régions périphériques - sauf pour la bibliothèque - puisqu'une bonne partie de la population participe aux activités culturelles se déroulant dans la ville centre. La diffusion culturelle en ces régions se réalise en complémentarité avec la ville centre, surtout dans la partie du territoire plus près de cette ville.

Le deuxième indicateur a permis d'identifier cinq types différents dans la manière de rendre disponibles les produits de la diffusion culturelle. Montréal, la métropole, est ressortie comme cas exceptionnel; elle se caractérise par une grande disponibilité de produits culturels tant de façon absolue qu'en fonction de sa population résidante. Cela s'explique en partie par son rayonnement auprès des régions voisines et par la vocation nationale de certains de ses établissements. Elle s'illustre notamment en matière de spectacle et de bibliothèque. La région de Québec a également un statut particulier; sa démarcation est toutefois moins accentuée que Montréal. Elle aussi attire un public hors région, du côté de Chaudière/Appalaches en particulier, et accueille des institutions ayant une vocation nationale. Le potentiel muséologique est caractéristique de Québec. Un autre type regroupe trois régions éloignées, comme nous l'avons vu au paragraphe précédent, et un quatrième les régions périphériques. Enfin, le dernier type regroupe six régions dont le profil est moins contrasté.

Les deux indicateurs qui ont été présentés ne sont pas totalement satisfaisants. Dans le premier cas, l'indicateur inclut des produits de la diffusion et des produits des établissements commerciaux mais une portion importante du territoire, les régions de Montréal, Québec et Laval, n'est pas prise en compte. Dans le second, toutes les régions entrent dans la construction de l'indicateur mais il est limité aux produits de la diffusion culturelle. Il aurait été intéressant, si les données avaient été disponibles, d'inclure aussi les produits des réseaux commerciaux tels que les librairies, les points de vente de livres, les salles de cinéma et les vidéo-clubs. Nous aurions alors obtenu un meilleur paysage de l'accessibilité à la culture sur l'ensemble du territoire par les produits de la diffusion et du commerce.

## Annexe 1 : Dénombrement des équipements culturels selon les régions administratives

Région	Musée	Centre expo.	Salle Expo.	Lieux interpré.	Écono-musée.	Salle multidisc.	Salle unidisc.	Salle multifonc.	Biblio. autonome	CRSBP
1	8	4	2	8	2	8	-	3	5	1
2	6	2	-	6	1	7	1	-	7	1
3	14	12	3	29	11	8	4	1	12	-
4	11	3	1	13	1	7	-	-	13	1
5	7	2	-	5	-	8	-	1	7	1
6	26	15	2	7	1	44	16	5	26	-
7	5	2	1	6	-	5	2	-	4	1
8	4	5	-	7	-	7	-	1	4	1
9	6	-	-	15	-	8	1	4	4	1
11	7	-	-	18	-	8	-	4	1	1
12	8	1	-	17	3	5	-	1	9	1
13	1	1	1	1	1	2	-	1	1	-
14	5	-	-	7	-	6	2	-	8	-
15	6	2	-	6	-	10	1	1	18	1
16	15	4	-	17	1	15	-	-	40	1
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>53</b>	<b>10</b>	<b>162</b>	<b>21</b>	<b>148</b>	<b>27</b>	<b>22</b>	<b>159</b>	<b>11</b>

Régions : 1 : Bas-St-Laurent 2 : Saguenay/Lac-St-Jean 3 : Québec 4 : Mauricie/Bois-Francs  
 5 : Estrie 6 : Montréal 7 : Outaouais 8 : Abitibi/Témiscamingue  
 9 : Côte-Nord 11 : Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine 12 : Chaudière/Appalaches  
 13 : Laval 14 : Lanaudière 15 : Laurentide 16 : Montérégie

## Notes

- I. Musée : Lieu possédant des caractéristiques qui le rendent apte à la diffusion (*exposition, éducation, animation*) et à la conservation (*acquisition, recherche*) d'œuvres ou d'artefacts. L'organisme est propriétaire ou gestionnaire d'une collection permanente valable et est capable de produire ses propres manifestations.
- II. Centre d'exposition : Lieu abritant un organisme capable de produire ses propres manifestations, de réaliser des activités de recherche et de recevoir des manifestations itinérantes. Il se distingue du musée du fait qu'il ne possède pas de collection.
- III. Salle d'exposition : Lieu dont la superficie avoisine les 130 mètres carrés et qui abrite un organisme capable de recevoir des manifestations itinérantes.
- IV. Lieu d'interprétation du patrimoine : Lieu *historique* ou *centre d'interprétation* où, par des moyens variés, on informe les visiteurs sur les témoignages culturels laissés sur place par une communauté humaine et où on les sensibilise à l'intérêt et à la conservation du patrimoine.
- V. La catégorie des énono-musées n'avait pas été prévue dans le questionnaire d'inventaire; elle a été introduite lors du traitement des données.
- VI. Lieu de spectacles professionnels : Lieu utilisé par les diffuseurs de spectacles professionnels et où au moins quatre représentations de spectacles professionnels ont été présentés durant la saison régulière de 1994-1995.
- VII. Bibliothèque publique autonome : Bibliothèque qui relève soit entièrement d'une municipalité, soit d'un comité, d'un conseil ou d'une régie mandatée par une municipalité. Elle dessert généralement une municipalité de 5 000 habitants et plus.
- VIII. Centre régional de services aux bibliothèques publiques : Corporation privée sans but lucratif créée par le ministère de la Culture et des Communications pour offrir des services techniques et professionnels aux bibliothèques des municipalités de moins de 5 000 habitants de sa région.



## **PARTIE II**

# **LA SENSIBILISATION AUX ARTS ET À LA CULTURE PAR L'ÉDUCATION ET LES MÉDIAS**

---

Président d'atelier

Paul Inchauspé  
Président du Conseil d'administration  
de Télé-Québec



# LA PART DE L'ÉDUCATION DANS LA CULTURE SCIENTIFIQUE À TRAVERS LES CHOIX DE SANTÉ DES QUÉBÉCOIS

Gérald Baril et Benoît Laplante  
INRS-Culture et Société

« Pour que je voie la figure du monde et, du même coup, celle de mon moi et de mes actions, il faut que s'interposent entre l'un et l'autre des images secondes qui me permettent d'apercevoir, à la fois, que le sens vient à moi, d'un au-delà, et que le monde me le donne. Le livre, le tableau, le poème ou le film, et aussi bien le jardin ou le vêtement, ne sont pas des moyens de communier à la signification du monde : ils sont cette communion en tant que forme de la distance qu'elle suppose. Et c'est à ce point que, malgré son processus très différent de constitution, la science rejoint l'objet d'art et de littérature. »

Fernand Dumont, *Le lieu de l'homme*, 1968, p. 125

---

La recherche dont il sera question ici porte sur les choix de santé en tant que rapports inscrits dans la dynamique culturelle au sens large, au sens anthropologique. Cette recherche est menée au centre INRS-Culture et Société de l'Institut national de la recherche scientifique, et le sondage téléphonique dont quelques résultats préliminaires seront présentés a été réalisé en collaboration avec le Conseil de la science et de la technologie du Québec.

## CONTEXTE DE LA RECHERCHE SUR LA « CULTURE SCIENTIFIQUE »

L'histoire et la sociologie des sciences se sont beaucoup penché sur les lieux, les acteurs et les modes de production du savoir scientifique, de même que sur les facteurs sociaux de son évolution. Par contre, peu de travaux ont cherché à décrire l'organisation des idées sur la science dans la sphère profane des sociétés contemporaines. Nous entendons ici, par sphère profane, le lieu, socialement structuré, où tous les membres d'une société, ou d'une culture, pensent et agissent en récepteurs face à l'institution scientifique.

Les travaux qui prétendent s'intéresser à cette dimension de l'insertion de la science dans la culture sont habituellement appelées études sur la « culture scientifique ». Or, ces études, en général, usurpent, à notre sens, la notion de culture et en font une affaire de transmission unilatérale d'un pôle à un autre, du pôle des producteurs du savoir au pôle des récepteurs du savoir.

En effet, on peut décrire le contexte de la recherche sur la « culture scientifique » en le partageant en trois approches principales.

La première approche, malgré qu'elle prétende à une vision globale en se définissant par l'expression « culture scientifique », centre son regard sur la vulgarisation scientifique et sur les phénomènes de diffusion<sup>1</sup>.

La deuxième approche propose de s'intéresser au versant de la réception, mais demeure enfermée dans une logique bipolaire, où le public est vu comme « défavorisé » au plan de la connaissance<sup>2</sup>.

---

1. Ainsi, le colloque international tenu à Montréal en 1994, et intitulé *Quand la science se fait culture*, a constitué une ambitieuse entreprise d'« état des lieux » dans le domaine. Bernard Schiele, du Centre interuniversitaire de recherche sur la science et la technologie, instigateur de l'événement où étaient représentés 21 pays outre le Canada, réaffirmait dans les actes du colloque (1994), que les travaux présentés à cette rencontre constituent un bilan des tentatives de mieux réussir la divulgation du savoir par divers moyens de communication, politiques et programmes orientés en direction du public.

La troisième approche (dans laquelle peut être rangée la présente recherche) vise à approfondir l'observation du versant de la réception, en tenant compte d'autres points de vue que celui de l'institution scientifique<sup>3</sup>.

Pour notre part, nous définissons d'emblée notre objet comme la place et le sens de la science dans la vie quotidienne. Nous cherchons donc les signes qui témoignent des rapports entretenus avec la science par des groupes et des individus diversement situés dans l'espace social, dans le but de préciser le statut, les usages et les représentations de la science dans la culture générale. Sur un plan plus opérationnel, nous tentons de repérer des constellations de conduites, d'attitudes et de représentations constitutives d'univers culturels (Donnat 1994); en ce sens nos recherches convergent avec les travaux de nos collègues de l'INRS-Culture et Société sur d'autres aspects de la culture.

Alors, que vient faire la santé dans tout ça?

## LA PROBLÉMATIQUE RELIÉE AU TERRAIN DE LA SANTÉ

Les signes, dont nous parlons à l'instant, qui témoignent des rapports à la connaissance scientifique, doivent être observés sur un terrain préalablement délimité. Les possibilités de tels terrains sont évidemment vastes, mais si l'on veut obtenir des résultats à l'intérieur de délais raisonnables, il est indiqué de se tourner vers des lieux générateurs de controverses, ou tout au moins vers des lieux d'où émergent des options contrastées.

- 
2. Les travaux typiques de cette approche sont les sondages d'opinion et surtout les tests de connaissance, qui s'adonnent invariablement à vérifier que les profanes ne sont pas des savants. Parmi les sondages réalisés dans cette veine au Canada et au Québec, on peut citer les enquêtes menées pour le ministère de l'Enseignement supérieur et de la science par Tremblay et Roy (1985) et par Filiatrault et Ducharme (1990); les travaux de Edna Einsiedel (1990) sur le niveau de *scientific literacy* des Canadiens, de même qu'un sondage de l'Association des communicateurs scientifiques du Québec (1992), pour le compte du Conseil de la science et de la technologie.
  3. Par exemple, certains auteurs associés au courant de la *Public Understanding of Science*, au Royaume-Uni, proposent depuis quelques années de partir du point de vue du public plutôt que de celui de l'institution scientifique (Durant, 1994). Au Québec, Godin, Gingras et Bourneuf (1997) s'inscrivent dans cette perspective en définissant la culture scientifique comme « l'expression de l'ensemble des modes par lesquels une société s'approprié la science et la technologie » (op. cit., p. 2).

Ainsi, nous aurions pu chercher ces signes sur la scène des débats environnementaux; nous aurions pu aussi les chercher là où se confrontent les points de vue sur l'art contemporain ou sur la musique actuelle. Mais nous avons plutôt choisi d'utiliser comme révélateur la controverse soulevée par l'usage des médecines parallèles, parce que le lien de parenté entre science et médecine officielle relève du sens commun, et aussi parce que les détracteurs des médecines parallèles (autant qu'on puisse en juger par ce qui est diffusé dans les médias) se posent aussi en défenseurs de l'institution scientifique.

C'est ainsi que nous abordons le domaine de la santé en tant que lieu où les acteurs sont placés devant le choix de recourir soit à une médecine officiellement reconnue comme scientifique, soit à des médecines que nous nommons « parallèle », et qui sont aussi couramment appelées « douces » ou « alternatives »

Dans ce cadre, la question essentielle que nous posons est celle du lien entre :

d'une part, l'accès à cette dimension de la culture qu'est la connaissance scientifique;

et, d'autre part, le choix entre médecine officielle et médecines parallèles.

## L'HYPOTHÈSE GÉNÉRALE (ISSUE DE LA PRÉ-ENQUÊTE)

En novembre et décembre 1995, nous avons réalisé 7 entretiens biographiques orientés selon un guide comportant essentiellement 2 blocs de questions :

- (1) les étapes essentielles de la formation du répondant au sens large;
- (2) le recours ou le non-recours aux médecines parallèles, et les raisons de ce recours ou de ce non-recours.

## LA PART DE L'ÉDUCATION DANS LA CULTURE SCIENTIFIQUE À TRAVERS LES CHOIX DE SANTÉ DES QUÉBÉCOIS

---

Les informateurs ont été recrutés sur une base volontaire, par choix raisonnés successifs : de manière à obtenir des témoignages d'individus diversement situés par rapport au champ de production du savoir scientifique.

L'analyse des données ainsi recueillies nous a permis de construire, à titre d'hypothèse, une échelle de positions que nous avons appelées « socio-scientifiques », auxquelles seraient associées des conduites, des attitudes et des représentations, selon un agencement singulier.

En fait, l'espace socio-scientifique est l'espace social dans son ensemble, vu sous l'angle de sa structuration en termes de rapports au savoir scientifique; à l'intérieur de cet espace, on distingue trois sous-espaces de positions, définies par rapport à un centre correspondant au centre du champ de production du savoir scientifique.

- (1) Le sous-espace des positions centrales, qui correspond au champ scientifique, ou champ de production du savoir scientifique, où l'on retrouve les chercheurs.
- (2) Le sous-espace des positions moyennes, qui correspond aux champs d'application du savoir scientifique, où l'on retrouve des travailleurs spécialisés, des techniciens, des professionnels, des enseignants...
- (3) Le sous-espace des positions périphériques, qui correspond à des champs plus ou moins éloignés du savoir scientifique, où le rapport au savoir scientifique est socialement peu significatif, et où se retrouvent des travailleurs non spécialisés, ainsi que diverses catégories d'individus situés aux marges ou exclus des champs de production...

Une fois les répondants répartis selon cette logique, on pourrait s'attendre à ce que ceux qui occupent les positions situées aux extrêmes du spectre adoptent des attitudes peu compatibles.

Or, c'est autre chose que nous avons observé.

Il est plutôt apparu que le pragmatisme des positions périphériques avait quelque parenté avec le mode conceptuel des positions les plus centrales, et que ces deux univers, malgré leur éloignement bien réel, l'un privilégiant l'expérience immédiate et l'autre le raisonnement spéculatif, manifestaient une sorte de propension commune à la souplesse du jugement.

Par ailleurs, les attitudes observées aux positions moyennes ont paru plus rigides, autant dans le sens de l'orthodoxie que dans la posture contestataire.

C'est donc dire qu'il n'y a probablement pas d'adéquation entre d'une part le niveau d'éducation, la formation scientifique ou la socialisation au savoir scientifique, et d'autre part une décision comme celle de recourir ou de ne pas recourir aux médecines parallèles.

À l'intérieur de groupes relativement homogènes, au plan du parcours scolaire et du statut occupationnel, il y a tout lieu de penser que des agencements spécifiques de facteurs autres se superposent, dont l'un des plus lourds pourrait bien être la représentation que l'on se fait de la connaissance scientifique, ou de la connaissance au sens plus large.

C'est cette hypothèse que nous avons voulu mettre à l'épreuve par un sondage quantitatif, réalisé en collaboration avec le Conseil de la science et de la technologie.

## QUELQUES RÉSULTATS PRÉLIMINAIRES DE L'ANALYSE EN COURS DES DONNÉES DU SONDAJE

Les données ont été recueillies en novembre et décembre 1996, au moyen d'un questionnaire fermé (50 questions), administré par téléphone auprès de 1 036 sujets de 18 ans et plus :

896 choisis au hasard dans l'ensemble de la population québécoise;  
140 choisis au hasard parmi les professeurs-chercheurs en milieu universitaire.

LA PART DE L'ÉDUCATION DANS LA CULTURE SCIENTIFIQUE  
À TRAVERS LES CHOIX DE SANTÉ DES QUÉBÉCOIS

---

Les résultats qui suivent ne sont constitués que de quelques distributions, basées sur des niveaux de scolarité, mais ils annoncent néanmoins quelques tendances intéressantes.

Tableau 1

Distribution de l'échantillon « population générale » selon le sexe et le niveau de scolarité (n=885)

	Élémentaire	Secondaire	Post-secondaire	Baccalauréat	Maîtrise	Doctorat	Total
	%						
Hommes	8,4	12,7	14,9	8,6	1,9	0,7	47,1
Femmes	11,4	11,4	20,9	6,2	2,4	0,6	52,9
Total	19,8	24,1	35,8	14,8	4,3	1,2	100,0

Tableau 2

Distribution de l'échantillon « professeurs-chercheurs » selon le sexe et le niveau de scolarité (n=140)

	Élémentaire	Secondaire	Post-secondaire	Baccalauréat	Maîtrise	Doctorat	Total
	%						
Hommes	-	-	-	2,1	9,3	56,4	67,9
Femmes	-	-	-	-	8,6	23,6	32,1
Total	-	-	-	2,1	17,9	80,0	100,0

Les niveaux de scolarité correspondent aux niveaux de diplomation au Québec.

L'échantillon de la population générale est pondéré en termes de région, d'âge et de sexe; on le considère donc isomorphe à l'ensemble de la

population québécoise. On y dénombre peu de détenteurs de maîtrise et encore moins de doctorat.

L'échantillon des professeurs-chercheurs est un échantillon aléatoire d'une population relativement homogène. La grande majorité des répondants de l'échantillon détiennent un doctorat.

Dans les tableaux suivants, les deux échantillons sont présentés en parallèle, pour mieux les comparer d'un seul coup d'œil.

Tableau 3

Distribution de l'échantillon « population générale » selon le recours aux médecines parallèles et le niveau de scolarité (n=882-885); distribution de l'échantillon « professeurs-chercheurs » selon le recours aux médecines parallèles (n=140)

		Population générale Parcours scolaire			Professeurs-chercheurs	
		Élémentaire	Moyen	Supérieur	%	
Acuponcteur	Oui		1,6	3,4	6,0	5,7
	Non		98,4	96,6	94,0	94,3
Naturopathe	Oui		4,6	5,1	2,0	2,1
	Non		95,4	94,4	98,0	97,9
Ostéopathe	Oui		1,8	2,9	2,0	5,0
	Non		98,2	97,1	98,0	95,0
Homéopathe	Oui		1,3	3,4	4,1	3,6
	Non		98,7	96,6	95,9	96,4
Massothérapeute	Oui		7,0	9,6	6,1	9,3
	Non		93,0	90,4	93,9	90,7
Auriculothérapeute	Oui		0,8	0,2	-	-
	Non		99,2	99,8	100,0	100,0
Guérisseur	Oui		1,0	1,6	-	-
	Non		99,0	98,4	100,0	100,0
Médium	Oui		1,6	1,8	-	-
	Non		98,4	98,2	100,0	100,0

LA PART DE L'ÉDUCATION DANS LA CULTURE SCIENTIFIQUE  
À TRAVERS LES CHOIX DE SANTÉ DES QUÉBÉCOIS

---

Le parcours scolaire est réduit à 3 niveaux, pour simplifier la démonstration :

Élémentaire : de aucune scolarité jusqu'au cours secondaire terminé.

Moyen : du cours collégial terminé jusqu'au baccalauréat obtenu.

Supérieur : maîtrise ou doctorat obtenu.

Le niveau de scolarité « supérieur » se rapproche des caractéristiques de l'échantillon des professeurs-chercheurs mais il n'est pas identique, ceux qui le composent n'occupent pas nécessairement une place dans le champ de production des connaissances.

Les données sur le recours concernent les consultations au cours des 12 mois précédant l'enquête.

On note que :

Les répondants de niveau de scolarité supérieur, de même que les professeurs-chercheurs, ne sont pas toujours ceux qui consultent le moins...

Tableau 4

Distribution de l'échantillon « population générale » selon la raison du non-recours aux médecines parallèles et le niveau de scolarité (n=753); distribution de l'échantillon « professeurs-chercheurs » selon la raison du non-recours aux médecines parallèles (n=113)

Raison	Population générale Parcours scolaire			Professeurs-chercheurs	
	Élémentaire	Moyen	Supérieur		
	%				
Pas de problème de santé	69,1	71,0	63,6	44,2	
Manque de connaissance	5,9	5,7	2,3	3,5	
Absence de preuve scientifique	7,9	9,2	27,3	24,8	
Conseil du médecin	1,5	1,4	-	-	
Conseil d'un parent ou d'un ami	0,3	0,3	-	-	
Journaux, radio, télévision	-	-	-	-	
Livre (s)	-	-	-	-	
Échec de ces thérapies	1,2	0,3	-	0,9	
Expérience personnelle	0,6	0,3	-	0,9	
Coût trop élevé	5,0	4,3	4,5	-	
Autre	8,5	7,5	2,3	25,7	

Les raisons du non-recours, citées dans la colonne de gauche du tableau, correspondent aux choix de réponses offerts dans le questionnaire.

On note que :

Les professeurs-chercheurs sont moins nombreux que les répondants de la population générale à donner comme raison qu'ils n'ont pas de problème de santé.

## LA PART DE L'ÉDUCATION DANS LA CULTURE SCIENTIFIQUE À TRAVERS LES CHOIX DE SANTÉ DES QUÉBÉCOIS

---

Les répondants de niveau de scolarité supérieur et les professeurs-chercheurs sont plus nombreux à dire qu'ils s'abstiennent de consulter parce qu'il n'y a pas de preuve scientifique de l'efficacité des médecines parallèles.

Le coût élevé des médecines parallèles fait partie des raisons invoquées pour l'ensemble de la population générale mais pas pour les professeurs-chercheurs...

Les données sur l'attitude apparaissent pour le moment comme les plus intéressantes.

Ici, la question posée était : « Dans quelle mesure êtes-vous favorable au recours par vos parents et amis à l'un ou l'autre des thérapeutes suivants? »

En demandant au répondant de se prononcer sur le recours par un tiers proche, on lui permettait à la fois de prendre une certaine distance et de demeurer concerné.

En principe, on lui permettait par exemple de ne plus tenir compte du coût de la consultation.

On note que : de façon très nette, les répondants détenant peu de titres scolaires ont une attitude qui se rapproche de l'attitude de ceux qui en ont le plus, et qui se rapproche encore davantage de l'attitude des professeurs-chercheurs. Les pourcentages de la ligne « Très favorable » sont toujours plus élevés dans la colonne du niveau de scolarité moyen. De même, les pourcentages de la ligne « Aucunement favorable » sont toujours moins élevés dans la colonne du niveau de scolarité moyen.

Ceci vaut sauf pour le guérisseur, où les choses se passent un peu autrement, ce qu'on peut expliquer pour le moment par le caractère « populaire » du guérisseur..

Tableau 5

Distribution de l'échantillon « population générale » selon l'attitude face aux médecines parallèles et le niveau de scolarité (n=583-788); distribution de l'échantillon « professeurs-chercheurs » selon l'attitude face aux médecines parallèles (n=92-131)

		Population générale		Professeurs-chercheurs	
		Parcours scolaire			
		Élémentaire	Moyen	Supérieur	
%					
Acuponcteur	Très favorable	30,8	33,8	30,2	30,2
	Moyennement	37,7	46,0	44,2	58,9
	Aucunement	31,5	20,1	25,6	10,9
Naturopathe	Très favorable	27,2	36,9	24,4	15,3
	Moyennement	33,8	39,0	43,9	41,5
	Aucunement	39,0	24,2	31,7	43,2
Ostéopathe	Très favorable	21,6	33,6	25,0	21,1
	Moyennement	34,3	35,9	41,7	41,3
	Aucunement	44,1	30,5	33,3	37,6
Homéopathe	Très favorable	22,4	29,8	28,2	22,3
	Moyennement	29,0	41,2	33,3	38,0
	Aucunement	48,6	29,0	38,5	39,7
Massothérapeute	Très favorable	41,8	49,6	44,2	32,3
	Moyennement	31,8	34,2	30,2	60,8
	Aucunement	26,4	16,1	25,6	6,9
Auriculothérapeute	Très favorable	16,7	27,8	7,4	5,4
	Moyennement	28,0	27,1	29,6	30,4
	Aucunement	55,2	45,1	63,0	64,1
Guérisseur	Très favorable	7,2	6,6	2,4	1,5
	Moyennement	14,1	16,1	9,5	10,8
	Aucunement	78,8	77,3	88,1	87,7
Médium	Très favorable	4,6	5,3	2,3	0,0
	Moyennement	10,4	18,9	6,8	9,2
	Aucunement	85,0	75,8	90,9	90,8

## CONCLUSION

En conclusion, nous ne pouvons trop nous avancer avant d'avoir approfondi l'analyse, à la lumière d'un indice de position socio-scientifique plus construit, et en faisant notamment la distinction entre sciences de la nature, d'une part, et sciences sociales et sciences humaines, d'autre part.

Tout de même, il apparaît déjà que les attitudes à l'égard des médecines parallèles ne se distribuent pas dans l'espace social suivant une progression continue, du pôle de l'ignorance à celui de la connaissance.

Il est donc clair, par le fait même, que certains médias et militants rationalistes exagèrent le danger que représentent les « pseudo-sciences » et les « charlatans », surtout lorsqu'ils disent que la population est crédule et victime, et que la population ainsi désignée est jugée déficitaire au plan de l'éducation.

Par ailleurs, si le modèle qui semble pointer des données devait se confirmer, cela voudrait dire, à notre sens, que l'éducation, incluant l'éducation scientifique, a une incidence certaine sur le sens pratique des individus, mais pas de manière unilatérale, comme voudraient nous le faire croire les tenants d'un rationalisme radical, qui s'accorde par ailleurs fort bien avec un économisme qui taxe bien trop lourdement la culture contemporaine.

## RÉFÉRENCES

### ASSOCIATION DES COMMUNICATEURS SCIENTIFIQUES DU QUÉBEC

1992 *Les médias québécois et les préoccupations croissantes du public à l'égard des risques et des incidences des découvertes scientifiques et des nouvelles technologies*, Québec, Conseil de la science et de la technologie [inédit].

DUMONT, Fernand

1968 *Le lieu de l'homme*, Montréal, Éditions HMH [Montréal, Fides, 1996].

DURANT, J. R.

1994 « Le Royaume-Uni », in Bernard Schiele (dir.), *Quand la science se fait culture. La culture scientifique dans le monde. Actes I*, Sainte-Foy (Québec) et Lyon (France), Éditions MultiMondes et Centre Jacques Cartier : 339-359.

EINSIEDEL, E. F.

1990 *Scientific Literacy : A Survey of Adult Canadians*, Rapport au Conseil canadien de recherche en sciences humaines, Calgary, University of Calgary.

FILIATRAULT, P. et J. DUCHARME

1990 *Le développement des sciences et de la technologie au Québec : perceptions de la population*, Montréal, Université du Québec à Montréal.

GODIN, Benoît, Yves GINGRAS et Éric BOURNEUF

1997 *Les indicateurs de culture scientifique et technologique*, Rapport de recherche présenté au Conseil de la science et de la technologie, au ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie, et au ministère de la Culture et des Communications [inédit].

SCHIELE, B. (dir.)

1994 *Quand la science se fait culture. La culture scientifique dans le monde. Actes I*, Études réunies par Bernard Schiele, Michel Amyot et Claude Benoit, Sainte-Foy (Québec) et Lyon, Éditions MultiMondes et Centre Jacques Cartier.

TREMBLAY, V. et J.ROY

1985 *Sondage d'opinion en matière de science et de technologie. Faits saillants et rapport d'analyse*, Québec, ministère de l'Enseignement supérieur et de la Science.

# CULTURE ET TÉLÉVISION : ÉTAT DES LIEUX

Madeleine Dubé  
Télé-Québec

---

À la fin des années 80, les premières recherches que j'ai effectuées sur la fréquentation des émissions culturelles à la télévision devaient me réserver quelques surprises. En effet, les analyses d'audience ont ceci de troublant qu'elles nous révèlent les téléspectateurs tels qu'ils sont... et non tels qu'on voudrait qu'ils soient, ni tels qu'ils voudraient être...

J'ai déjà livré les réflexions que m'ont inspirées ces travaux, notamment au moment de la sortie du rapport Arpin<sup>1</sup>. *Grosso modo*, j'y réfutais les clichés habituels qui ont cours sur la **clientèle** de ce type de programmes (clientèle « sélect », public haut de gamme, ce qui, en fait, ne se vérifie pas vraiment dans les données). Je plaçais aussi pour une **vision plus réaliste** du rôle de la télévision en matière culturelle, vision qui sache prendre en compte la spécificité du médium. La télévision n'est pas l'école et elle ne pourra jamais se substituer à la fréquentation du théâtre, à l'assistance à un concert ou à une visite au musée. Toutefois, elle a un pouvoir indéniable. Voilà sans doute pourquoi la méfiance qu'elle inspire n'a d'égal que la séduction qu'elle exerce...

Ces premières recherches m'avaient convaincue que si l'on voulait que la culture à la télévision soit autre chose qu'une entreprise de légitimation des chaînes publiques ou un moyen de se donner bonne conscience, il

---

1. « *Réflexions sur la culture et la télévision... dans la foulée du rapport Arpin* », conférence donnée à l'Association québécoise de la recherche en communication du Québec (ARCQ), 14 novembre 1991.

fallait interroger les conditions de conception, de réalisation, de diffusion et de réception de ces émissions, et travailler dans la mesure du possible à les améliorer.

Arrivant à point nommé, les recommandations du rapport Arpin devaient permettre d'aller de l'avant, en favorisant la création d'un programme conjoint de recherche entre la Direction de la recherche et de la statistique du ministère de la Culture et des Communications et le Service de la recherche de Télé-Québec. Je vais vous parler aujourd'hui des **deux principales recherches**<sup>2</sup> qui ont été effectuées dans le cadre de ce programme : la première porte sur la réception des émissions culturelles dans leur ensemble, la seconde, d'ailleurs issue de la précédente, sur le théâtre à la télévision.

## I. LES ÉMISSIONS CULTURELLES À LA TÉLÉVISION : LE POINT DE VUE DES TÉLÉSPECTATEURS

Nous avons d'abord résolu de chercher à mieux connaître les consommateurs d'émissions culturelles à la télévision, leur perception de l'offre et les facteurs qui déterminent leur écoute. En effet, la méconnaissance de la clientèle entraîne, aux plans de la conception et de la réalisation des émissions, une valse-hésitation constante. Les difficultés à trouver le ton juste que l'on observe parfois dans ce type de production en sont un bel exemple : tantôt langage des initiés qui rebute les uns, tantôt langage du pédagogue, du vulgarisateur ou de l'amuseur qui fait fuir les autres...

Cette première étude comportait un volet quantitatif constitué d'une analyse des mesures d'audience et un volet qualitatif basé sur une recherche-terrain effectuée auprès d'une soixantaine de téléspectateurs qui fréquentent des émissions culturelles.

---

2. « *Les émissions culturelles à la télévision : le point de vue des téléspectateurs* », Service de la recherche, Radio-Québec, juin 1993, 83 pages; « *Ouvrir la télévision... au théâtre, À-propos et faisabilité de présenter plus de théâtre à la télévision* », Rapport remis au ministère de la Culture et des Communications et à Radio-Québec, Cultur'inc inc., mars 1996, 84 pages.

## 1. La clientèle des émissions culturelles (volet quantitatif)

Pour les fins de l'**analyse quantitative** nous avons considéré d'une part les émissions du type « arts et lettres » et de l'autre, celles qui relèvent davantage de la « variété-spectacle ». Nous ne retiendrons aujourd'hui que les émissions dites culturelles au sens le plus traditionnel du terme, c'est-à-dire les émissions qui traitent d'arts en général, de cinéma ou de littérature sous les formes les plus diverses : magazines, documentaires, entretiens... ou encore qui donnent à voir ou à entendre des oeuvres artistiques (représentations).

Ces analyses d'audience confirment les travaux antérieurs réalisés au Québec et en France<sup>3</sup> sur les caractéristiques de cette clientèle. Elles démontrent que ce public n'est pas, contrairement à ce que l'on croit parfois, d'un type « spécial » qui ne viendrait à la télévision que pour y chercher ce genre de produit. Au contraire, il épouse le plus souvent le **profil du public de la télévision en général** : majoritairement féminin et comportant une sur-représentation des personnes de 50 ans et plus. C'est dire qu'il est constitué pour une large part de **forts consommateurs de télé**.

S'agit-il, comme on peut le croire, d'un public plus scolarisé? Si on compare, du point de vue de la scolarité, le public des émissions culturelles dans son ensemble au profil de la population, on n'observe pas de différence marquée. Toutefois, une analyse plus fine des données permet de nuancer ce premier constat : la prépondérance des 50 ans et plus dans l'audience a un effet pervers, celui de camoufler le poids du facteur scolarité. En effet, une ventilation de l'audience par catégories d'âge met en lumière une certaine sur-représentation des tranches plus scolarisées de la population, particulièrement chez les plus jeunes. Cependant, il faut savoir que, malgré cela, les personnes de 18-49 ans ayant fréquenté l'université ne contribuent que pour 20 % au volume d'écoute global de ces émissions, la plus grande partie de l'écoute (en fait 57 % du volume total) provenant bel et bien des 50 ans et plus.

---

3. Voir R. Chaniac, A. Le Huérou, « Le public de La Sept est le public de la télévision », *Dossiers de l'audiovisuel*, INA, La Documentation Française, no 48, mars-avril 1993, p. 30-36; M. Souchon, « Deux idées fausses sur le service public », *Le Monde*, 1<sup>er</sup> mars 1989, Paris.

Il ressort également de ces analyses que la **durée moyenne d'écoute** par téléspectateur des émissions de type « arts et lettres » est **faible** relativement à l'ensemble de l'offre culturelle disponible sur diverses chaînes (un peu moins d'une heure sur un total de 20 heures par semaine).

On peut tirer de ces simples résultats plusieurs enseignements en matière de programmation. Notamment que la consommation de ces émissions participe de l'univers de la télé. En d'autres termes qu'elle ne se fait pas en vase clos, qu'elle est largement tributaire de l'ensemble de l'offre. Par conséquent, **la plupart des règles** qui président à l'élaboration des grilles habituelles de programmation **doivent également s'appliquer** en ce qui concerne les émissions culturelles. Ces règles peuvent être résumées ainsi<sup>4</sup> :

- tenir compte des offres concurrentes;
- proposer une grille claire, avec des repères réguliers;
- choisir des formats adaptés au jour, au moment;
- placer les émissions en fonction du public disponible.

Les propos des téléspectateurs que nous avons rencontrés dans la seconde partie de notre étude attestent d'ailleurs clairement la pertinence de ces principes : leurs choix d'émissions obéissent aussi bien aux impératifs de l'horaire quotidien qu'à l'attrait momentané de l'éventail de l'offre. Miser sur l'intérêt inconditionnel d'une tranche de la population, si mince soit-elle, pour ce type de contenu, en croyant que « *de toute façon ce n'est pas la même clientèle que le téléroman de la chaîne concurrente* », c'est se leurrer.

Voilà un des enseignements de ces entrevues que nous avons menées auprès des téléspectateurs. Voyons maintenant, de façon sommaire, quelques uns des principaux résultats du volet qualitatif de notre étude.

---

4. Voir J.-P. Jézéquel, « Programmer la différence », *Dossiers de l'audiovisuel*, INA, La Documentation Française, no 48, mars-avril 1993, p. 39.

## 2. La réception de l'offre culturelle (volet qualitatif)

Je passerai sur les aspects méthodologiques de la tenue de ces entrevues. Mentionnons toutefois qu'il y a eu sept rencontres de groupe (d'environ 8 personnes par groupe), et cinq entrevues individuelles en profondeur; nous avons donc rencontré au total une soixantaine de personnes à Montréal, Québec et Chicoutimi. D'une durée moyenne de trois heures, ces entrevues ont été menées selon les règles habituelles de ce type de recherche.

Notre étude a été effectuée au printemps 1993 et la programmation des chaînes a connu des changements depuis. Néanmoins, les constats généraux que nous en tirons ici nous paraissent toujours valides quatre ans plus tard. Précisons également que nous n'avons proposé aux participants aucune définition de ce qu'est une émission culturelle. L'offre télévisuelle en la matière a été abordée par le biais de leurs goûts et de leurs activités de loisirs.

### les modes de consommation

Il ressort notamment de ces entrevues que l'écoute des émissions culturelles est en général peu planifiée et **peu ancrée dans les habitudes**. À première vue, on peut voir là une conséquence du caractère ponctuel et aléatoire d'une partie de l'offre culturelle, laquelle emprunte fréquemment la forme de « spéciaux », qui doivent d'abord être repérés à l'horaire, et ensuite trouver place au sein d'habitudes d'écoute déjà établies. Ces contraintes constituent très certainement un frein à la fréquentation du genre.

Mais on ne saurait expliquer la faiblesse des audiences du seul fait de l'irrégularité de l'offre. Nos entrevues démontrent que **la fréquentation de ces émissions est fortement assujettie au mode habituel de consommation de la télé, d'abord orienté vers la détente et le divertissement**. En effet, les émissions culturelles régulières ne jouissent pas non plus d'une grande fidélité d'écoute. Leur horaire de diffusion peu favorable est parfois évoqué pour expliquer ce fait. Mais, de l'avis même de ceux qui ont un intérêt manifeste pour le domaine culturel, la raison principale en est qu'elles viennent au second rang des choix télévisuels, n'étant

souvent retenues que lorsque l'offre de fiction est par ailleurs jugée insatisfaisante. La sélection se fait à la pièce, non seulement en fonction de la disponibilité du moment et de l'offre concurrente, mais également des sujets traités et des invités présents.

Dans l'ensemble, les personnes interviewées ne manifestent pas d'attachement marqué à l'égard d'une formule d'émission en particulier. En revanche, le ou les animateurs (trices) jouent dans la sélection un rôle de tout premier ordre : c'est souvent sur leurs épaules que repose presque entièrement le succès de ces émissions, particulièrement les magazines et les talk-shows.

Les entrevues démontrent en outre que les émissions culturelles qui retiennent davantage l'attention des téléspectateurs ont pour point commun de faire appel à des animateurs connus et de laisser place à une certaine part d'imprévu, de spectacle. En somme, ce sont celles qui parviennent à satisfaire, du moins en partie, à ce que Dominique Wolton appelle les lois d'airain de la télévision : « *simplification, émotion, spectacle et divertissement* ».

### l'image des chaînes en matière culturelle

Ces entrevues ont également permis l'expression spontanée d'un grand nombre de commentaires desquels se dégagent une image des trois principales chaînes qui proposent des contenus culturels au sens où nous l'entendons ici.

Ainsi, la perception de l'offre de **Radio-Canada** semble souffrir du « passé glorieux » de la chaîne et d'une vision mythique des *Beaux Dimanches* d'antan. Même s'ils avouent « s'y laisser prendre », des participants déplorent le glissement actuel de l'offre culturelle vers la légèreté et le sensationnalisme. En revanche, certaines émissions, à la frontière du genre tel que nous l'avons défini ici — *Raison Passion*, *Scully rencontre*, *La Course autour du monde*, *Second Regard* et *Découverte* — contribuent à redorer le blason de Radio-Canada et à faire en sorte que son image au plan culturel demeure somme toute relativement positive.

Environ le tiers de notre échantillon ne regarde jamais TV5, dans la moitié des cas parce que non abonné du câble. Pour ceux qui fréquentent la chaîne, son image en matière culturelle est largement associée à la figure légendaire de Bernard Pivot et à la formule d'émission qu'il anime. Elle se démarque de l'offre télévisuelle par un **contenu substantiel, perçu comme exigeant mais stimulant au plan intellectuel**. TV5 apparaît indiscutablement comme un concurrent sérieux de Radio-Canada et Télé-Québec pour tous ceux que la « chose culturelle » intéresse.

**Télé-Québec** — Radio-Québec à ce moment-là — jouit d'une perception généralement favorable en ce qui a trait au volet éducatif de son mandat. Par contre, **le volet culturel est largement méconnu, même par ceux qui devraient normalement s'y intéresser**. Seul le cinéma parvient à donner une certaine consistance à son image sur ce plan. Nos entrevues mettent en évidence qu'une partie de la clientèle *naturelle* de Télé-Québec se tourne plus volontiers vers Radio-Canada, TV5, PBS et CBC pour satisfaire ses attentes en matière culturelle. À l'origine de ce détournement on trouve fréquemment une perception négative de la chaîne — télé à petits budgets, sans envergure, « touche-à-tout » — qui mine sa crédibilité dans le domaine et freine sa fréquentation.

Par ailleurs, il y a un reproche qui a été formulé à maintes reprises, aussi bien à l'endroit de Télé-Québec que de Radio-Canada : **l'offre de téléthéâtres jugée nettement insuffisante**. Aussi avons-nous cru important de creuser cette question et de tenter de mettre sur pied des mécanismes de concertation entre les milieux du théâtre et de la télévision pour que le téléthéâtre retrouve droit de cité au petit écran, sous une forme nouvelle et adaptée au contexte actuel. De cette conviction est née la recherche « Ouvrir la télévision... au théâtre ».

## II. « OUVRIR LA TÉLÉVISION... AU THÉÂTRE »

Cette recherche avait pour objectif de mieux cerner les raisons qui freinaient la présentation du théâtre à la télévision et de proposer des façons d'aplanir ces résistances. Résistances qui tiennent aux contraintes

d'ordre économique bien sûr, mais également aux « cultures » fort différentes des gens de scène et des gens de télévision.

Outre un inventaire descriptif de la présence du théâtre à la télévision au cours des dernières années (nombre d'heures de diffusion, genres de pièces, structures financières, etc.), ce projet, qui a été confié à Cultur'inc, a comporté une série d'entrevues individuelles avec une trentaine de personnes des milieux de la scène, de la télévision et des organismes subventionnaires. Parmi les gens de théâtre rencontrés, plusieurs metteurs en scène importants : Lorraine Pintal, Denis Marleau, Gilles Maheu, des directeurs artistiques : Ginette Noiseux, Louise Duceppe, Pierre Bernard, des comédiens : Gabriel Arcand, Gabriel Gascon; parmi les gens de télévision, des réalisateurs et producteurs reconnus : Jean Salvy, Claude Maher, Jean-Claude L'Espérance, Jacquelin Bouchard et plusieurs dirigeants et responsables des chaînes ou des organismes subventionnaires : Jean Fortier, Michelle Fortin, André Provencher, Claire Samsom, Andréanne Bournival, Claire Chalouh; Pierre Lampron, Louis Laverdière... et un certain nombre de représentants syndicaux (UDA, IATSE) et des associations de compagnies théâtrales.

Je n'ai malheureusement pas le temps de vous entretenir du contenu de ces entrevues qui nous ont fourni un matériel aussi riche que passionnant. Nous avons été heureux de constater que, même si les gens de théâtre expriment certaines réserves à l'endroit de la production théâtrale télévisée, la grande majorité sont d'avis qu'il y a **assurément plus d'avantages que d'inconvénients à présenter du théâtre à la télévision**. À condition toutefois d'effectuer de bons choix sur le plan du répertoire et de bien adapter la production scénique au médium télévisuel.

Du point de vue des gens de télévision, l'apport du genre théâtral est moins évident. Les logiques de production et de programmation qui régissent le marché télévisuel font du téléthéâtre un produit peu attrayant sur le strict plan coûts-bénéfices : modes de financement défavorables, investissement important pour un produit unique qui ne permet pas de fidéliser l'auditoire, potentiel d'audience moyen pour une diffusion en *prime time*. Ainsi, même une pièce d'un auteur aussi connu que Michel Tremblay et mettant

en scène quelques-uns de nos meilleurs comédiens récoltera, au maximum, de deux à trois fois moins d'audience que *Jasmine* ou *Urgence*... En somme, seules les chaînes publiques ayant un mandat culturel ou les chaînes thématiques qui ne dépendent pas de revenus publicitaires sont susceptibles de proposer une telle offre.

Contrairement à un à priori de départ, cette étude a fait ressortir que les économies d'échelle qui pourraient résulter d'une collaboration plus étroite entre les milieux de la scène et ceux de l'écran ne seraient pas suffisamment importantes pour permettre d'accroître significativement la présence du théâtre à la télévision. Il nous est apparu que cet objectif aurait davantage de chance d'être atteint en **modifiant les pratiques de financement** qui défavorisent le genre et en incitant les divers groupes, organismes et producteurs impliqués à mener une action concertée en ce sens: réaménagement des programmes de financement de Téléfilm et de la SODEC, assouplissement des ententes de travail (UDA, IATSE), établissement de partenariats entre diffuseurs. Cette **action concertée** pouvait prendre diverses formes. Le rapport en a proposé une : la création d'une collection annuelle de 5 à 8 pièces réunies sous une bannière commune et répondant à une stratégie de diffusion précise.

Dans les semaines qui ont suivi le dépôt de cette étude, nous avons eu le plaisir d'assister à la conclusion d'une telle entente entre Radio-Canada et Télé-Québec. Les deux télédiffuseurs ont ainsi convenu de produire et de diffuser, sur une période de trois ans, 18 productions scéniques récentes, qui seront programmées successivement sur l'une et l'autre chaîne. Il y a tout lieu de s'en réjouir et j'espère que cette expérience permettra l'émergence d'un nouveau bassin de créateurs polyvalents : des producteurs et des réalisateurs qui sachent mettre leurs connaissances de la télévision véritablement au service de l'oeuvre théâtrale. Une expérience à suivre.

## EN CONCLUSION

Si l'on doit se réjouir de tout accroissement de l'offre culturelle à la télévision, on ne doit cependant jamais perdre de vue que le véritable défi n'est pas tant d'accroître le nombre d'émissions culturelles au petit écran que de susciter une demande accrue pour ces émissions. Ainsi que l'a bien résumé Henri Reichert, auteur d'une réflexion particulièrement intéressante sur les rapports de l'audiovisuel et de la culture<sup>5</sup> :

*La condition de cette demande nombreuse est l'augmentation du désir de culture dans le public. Cette augmentation requise du désir de culture a deux catégories d'exigences : d'une part une plus grande attractivité des productions audiovisuelles de bon niveau culturel, d'autre part un développement de la sensibilité culturelle des personnes.*

*La première exigence implique l'appel aux talents disponibles et à la formation en ce sens. La seconde appelle la multiplication des actions pédagogiques et de sensibilisation du public à la culture.[...] C'est ici toute la politique culturelle et éducative des états et des collectivités qu'il faut interpeller.[...]*

Le protocole d'entente qui vient d'être signé entre le ministère de la Culture et des Communications et le ministère de l'Éducation est sans contredit un pas dans cette direction. En tant que chargée de programmation au secteur de la Formation de Télé-Québec, je compte bien travailler en ce sens. J'invite d'ailleurs ceux et celles qui peuvent nous faire profiter de leur expérience dans le domaine de l'éducation aux arts ou qui ont des idées concernant une éventuelle série de sensibilisation aux arts à la télévision à me faire signe. Merci à l'avance.

---

5. H. Reichert, « À propos des rapports de l'audiovisuel et de la culture », in *La 51e étoile de l'Europe de l'audiovisuel*, sous la direction de J.-N. Debie, FEMIS, 1992, p. 134-135.

# LA SENSIBILISATION AUX ARTS À TRAVERS L'EXPÉRIENCE ARTISTIQUE CHEZ LES JEUNES

Léon Bernier  
INRS-Culture et Société

---

La recherche portant sur les jeunes, les arts et la culture a progressé sur plusieurs fronts plus ou moins séparés au cours des dernières décennies. L'un de ces fronts concerne le vaste domaine de l'éducation artistique, domaine particulièrement dynamique dans le monde anglo-saxon où de nombreux travaux sont depuis longtemps réalisés et continuent de l'être autour du thème fédérateur d'*arts literacy*. Ce domaine a récemment fait l'objet d'un important rapport commandé par le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada et publié sous le titre *The State of the Art : Arts Literacy in Canada* (McIntosh *et al.* 1993). Ce rapport montre à la fois l'intérêt que continue de susciter l'enseignement aux arts et par les arts chez de nombreux spécialistes et pédagogues des paliers d'enseignement primaire et secondaire et la croissante difficulté qu'ont ces derniers, dans une société pluraliste, à faire consensus autour d'une définition de l'art. S'y dégage aussi une évolution de la conception du rôle de l'éveil des enfants et adolescents aux arts, allant d'une idéologie de la démocratisation de la culture, entendue comme processus de transmission au plus grand nombre d'une culture savante à prétention universelle, à celle d'une démocratie culturelle basée sur une reconnaissance de la diversité culturelle et de l'ancrage socio-historique des goûts et valeurs esthétiques. D'autres publications issues du secteur de l'éducation artistique soulignent cette tendance relativement récente à la « réflexivité » (Giddens, 1991) chez les professionnels oeuvrant dans ce domaine, tendance qui se traduit notamment par une plus grande sensibilité au caractère conventionnel des usa-

ges sociaux de la culture et aux implications pouvant en découler quant aux manières de concevoir et d'exercer l'éveil artistique (Chalmers, 1987; Boyer, 1987). Dans le domaine de l'éducation aux arts plastiques, cela se manifeste par une importance nouvelle accordée à « la connaissance de l'art et de son histoire », alors qu'on avait eu tendance, pendant plusieurs années, à y favoriser le « développement des facultés créatrices » au moyen des ateliers d'art (Lemerise, 1995). Il y a eu aussi, depuis quelques années, multiplication et décloisonnement des initiatives de sensibilisation aux arts s'adressant aux jeunes, initiatives donnant lieu à différents partenariats entre responsables des milieux de l'éducation et de la culture, et mobilisant les efforts conjugués de nouveaux acteurs qui sont venus s'ajouter à ceux du monde scolaire, dont les conseillers culturels des municipalités, les responsables des services éducatifs des musées, des artistes (notamment dans le cadre de programmes d'artistes à l'école), des diffuseurs des différents domaines artistiques<sup>1</sup> et des chercheurs universitaires (Fortin, 1995, 1997).

S'il existe, donc, une tradition très vivante de réflexion construite à proximité des expériences d'éducation et d'animation artistique, tradition qui tend de plus en plus à inclure des questionnements provenant des sciences humaines, ces dernières ont également largement contribué, surtout depuis les années quatre-vingt, au développement de l'**analyse des publics** dans les différents domaines artistiques. Profitant du besoin des États modernes d'évaluer l'efficacité de leurs politiques culturelles et de celui des industries culturelles de connaître leur marché, la recherche sur les publics a connu, au Canada et au Québec comme dans la plupart des sociétés développées, un bond considérable avec la réalisation de grandes enquêtes sur les pratiques artistiques (Bellavance, 1994). En plus de fournir des estimations de la taille des différents publics d'art, ces enquêtes, en particulier les grands sondages gouvernementaux, permettent de tracer le profil des « consommateurs » d'art en fonction des principales variables sociodémographiques que sont la scolarité, le niveau de revenu et l'occupation, le sexe, l'âge, l'appartenance ethno linguistique. Les résultats de

---

1. A titre d'exemple, le Conseil des arts de la communauté urbaine de Montréal vient de publier à l'intention du milieu scolaire et des municipalités de son territoire un *Guide sélectif d'activités artistiques pour les jeunes de 3 à 17 ans*, dans lequel sont répertoriées les activités de 63 organismes professionnels appartenant aux domaines des arts visuels, du cinéma-vidéo, de la danse, de la littérature, de la musique, du théâtre.

ces enquêtes, tendent à montrer que la participation artistique reste très inégalement répartie dans la population. Le niveau de scolarité atteint, mais aussi le fait d'avoir été socialisé aux arts durant l'enfance et l'adolescence (Bellavance, 1994, Orend, 1989, Bergonzi *et al.*, 1996), y ressortent invariablement comme des variables maîtresses de la participation culturelle à l'âge adulte. La comparaison entre le Québec et le reste du Canada montre également, dans l'ensemble, une plus faible participation culturelle chez les Québécois et plus particulièrement chez les Québécois francophones (Cultur'inc et Decima Research, 1992), différence qui semblerait cependant s'être considérablement estompée avec les ans, suivant les conclusions d'une analyse comparative (Pronovost, 1992) des données de trois sondages successifs sur les pratiques culturelles des Québécois (réalisés en 1979, 1983 et 1989 pour le ministère des Affaires culturelles du Québec). Tout en soulignant ce « rattrapage culturel » des Québécois, qu'il attribue surtout à « la génération des nouveaux-nés de l'après-guerre », Pronovost (1992) dégage un phénomène qu'il qualifie de relativement inquiétant, soit une diminution de la lecture dans les nouvelles générations. Ce qu'il observe, plus précisément, est une diminution des pratiques de lecture après 17 ans, soit à partir d'un âge où les jeunes sont moins astreints par le milieu scolaire à un programme de lecture obligatoire.

Par rapport à l'analyse des processus de « formation des usages en matière de pratiques culturelles » (Pronovost et Cloutier, 1994), les enquêtes générales sur les comportements culturels des populations s'avèrent limitées, en particulier pour ce qui touche les processus qui surviennent dans l'enfance et l'adolescence. Pour ces catégories d'âge, on trouve un certain nombre de travaux qui se situent au confluent de deux traditions de recherche en sociologie, l'une qui tend à situer les pratiques culturelles et plus particulièrement les pratiques de lecture en regard des **pratiques scolaires** (Singly, 1989, 1993; Bédard Hô, 1994), l'autre qui tend à préciser leur place à l'intérieur du monde de **loisirs des jeunes** (Paré, 1992, 1997; Gagnon et Harbour, 1992). En tant qu'elle est liée au monde scolaire, la lecture apparaît globalement répondre aux mêmes « déterminants » sociaux et mettre en oeuvre les mêmes « habitus » (Bourdieu, 1972) que ceux qu'exige l'école. Les différences entre les filles et les garçons au plan de la réussite scolaire semblent notamment aller de pair avec un intérêt beaucoup plus accentué pour la lecture chez les premières que chez les

seconds. Pour de nombreux jeunes existe un clivage très marqué entre l'univers scolaire, défini comme un monde de « nécessités », et l'univers extrascolaire construit autour du principe de « plaisir » (Cournoyer, 1985), d'où la connotation symbolique, positive ou négative, pouvant se rattacher aux lieux et aux temps où se déroulent les activités culturelles auxquelles les jeunes sont conviés. Il n'est pas non plus indifférent de savoir qu'une large part des activités de loisir des jeunes tirent leur signification première du contexte de sociabilité dans lequel elles s'inscrivent (Gagnon et Harbour, 1992). Sans nier que les jeunes puissent très tôt développer des motivations d'ordre esthétique, il apparaît tout aussi essentiel, sur un plan théorique autant que pratique, d'identifier les autres ordres de motivations qui permettent aux jeunes de s'intéresser à l'art et de lui donner sens.

Dans le cadre d'un projet de recherche que nous venons d'amorcer à l'INRS-Culture et Société et pour lequel Guy Bellavance et moi avons obtenu une subvention du CRSH pour les trois prochaines années, la démarche suivie, qui en est pour le moment à l'étape du pré-terrain, aura pour objectif d'étudier le rapport aux arts chez les jeunes du secondaire et du cégep, dans une perspective globale, sous l'angle des significations que prennent ces pratiques (spontanées ou offertes par les milieux scolaires et extrascolaires) en regard des expériences familiales, scolaires, relationnelles et personnelles des jeunes. L'approche choisie pour réaliser cette étude est une approche qualitative de type socioanthropologique, mettant à profit plusieurs situations ou contextes réels de pratique personnelle ou d'exposition à l'art, chez les jeunes, et prenant en considération, outre le point de vue (ici central) des jeunes, celui de leurs parents, de leurs amis et, selon le cas, des éducateurs et autres intermédiaires culturels concernés par les différents contextes étudiés. Tout en procédant des différents apports des sciences humaines à la compréhension des processus de socialisation et d'appropriation artistique et culturelle, le projet propose une démarche assez peu fréquente<sup>2</sup>, centrée sur la dynamique concrète des expériences culturelles, en tenant compte des contenus et contextes particuliers de celles-ci ainsi que des antécédents et conséquents sociobiographiques de telles expériences.

---

2. Au Québec, les travaux d'Hélène Beauchamp sur la pratique du théâtre chez les adolescents participent d'une telle démarche. Voir, plus particulièrement, son analyse des témoignages de jeunes de 15 à 17 ans sur leur expérience de pratique théâtrale à l'école secondaire (Beauchamp, 1992).

J'aimerais vous faire part des tout premiers résultats d'un pré-terrain que je viens de réaliser en guise de mise en train pour le terrain proprement dit qui commencera à l'automne. Pour faire ce pré-terrain, j'ai reçu la collaboration des responsables de la Nouvelle compagnie théâtrale<sup>3</sup>, compagnie de théâtre dont la programmation, comme on le sait, s'adresse spécifiquement à un public étudiant dans le cadre, notamment, de sorties scolaires, ainsi que la collaboration de la direction et surtout d'un professeur de français du Collège Ville-Marie<sup>4</sup>, une école secondaire privée, située dans l'est de la ville de Montréal, dont une partie des élèves suivent le programme dit international. L'objectif de ce pré-terrain était, d'abord et avant tout, de « casser la glace », de vaincre les premières résistances qui sont toujours au rendez-vous lorsqu'on amorce une démarche de terrain, et encore plus quand on s'y engage avec une problématique délibérément maintenue ouverte et à élaborer dans le cours même de la recherche. Aussi était-il justifié, en l'occurrence, de mettre un certain nombre de chances de mon côté en choisissant de rencontrer en entrevue des jeunes qui pourraient être au départ réceptifs au type de questionnement sur lequel porte la recherche.

Les jeunes que j'ai rencontrés, deux filles et un garçon de secondaire 4, âgés de 15 ou de 16 ans, avaient tous les trois vécu, quelques semaines avant l'entrevue, une même expérience culturelle qui allait être la porte d'entrée dans leur univers plus personnel, soit l'assistance, dans le cadre d'une sortie scolaire organisée et préparée par leur professeur de français, à une représentation de *Lucrèce Borgia* de Victor Hugo présentée par la NCT. Pour des raisons de commodité, mais aussi par souci de faire apparaître la diversité qui peut exister à l'intérieur d'un milieu pouvant sembler homogène à première vue, j'ai pris des jeunes provenant de la même école et, à l'intérieur de celle-ci, du même groupe classe. Il s'agit donc de jeunes qui avaient reçu la même préparation par le même professeur avant d'aller voir la pièce, qui ont vu la pièce en même temps et qui ont participé à la même discussion d'appréciation sur la pièce avec leur professeur lors d'un retour en classe après la représentation. Il s'agit en outre de jeunes qui suivent le programme international, donc qui appartiennent à une sorte

---

3. Mes remerciements vont à Pierre Rousseau, directeur artistique de la compagnie, ainsi qu'à Annie Gascon, qui y est directrice des communications.

4. Il s'agit de madame Monique Rémillard.

d'élite scolaire, objectivement sélectionnée sur la base de critères d'aptitudes et subjectivement consciente d'être un groupe à part dans l'école, comme l'ont eux-mêmes souligné les jeunes rencontrés en entrevue. En partant, ces jeunes ne sont donc pas représentatifs de l'ensemble des jeunes québécois du même âge et de même niveau scolaire. Mais l'objectif de la recherche dans son ensemble et encore davantage celui du pré-terrain rendent non pertinente la question de représentativité. Il ne s'agit pas tant de savoir ici combien de jeunes pratiquent telle ou telle activité, avec quelle fréquence, en quelle compagnie et dans quelle perspective, que de partir de situations singulières où il y a eu rencontre significative avec l'art, pour essayer de déceler les conditions socio-biographiques ainsi que le jeu des circonstances et événements déclencheurs qui ont fait en sorte qu'une telle rencontre ait lieu.

Les trois jeunes qui ont accepté, à la demande de leur professeur, de faire une entrevue avec moi pour parler de leur réaction à la représentation de la pièce *Lucrece Borgia* par la NCT avaient tous les trois apprécié leur expérience et considéraient tous les trois avoir découvert l'univers théâtral grâce aux sorties scolaires à la NCT. Dans la perspective développée dans le projet, ce qu'il s'agit ici d'essayer de voir, c'est ce qui a fait que dans leur cas il y ait eu rencontre significative avec ce qui leur était proposé alors que pour d'autres le même déclic ne s'est pas nécessairement produit.

Précisons d'emblée que, par rapport à l'expérience théâtrale, les trois jeunes rencontrés ne s'estimaient pas nécessairement exemplaires de leur groupe classe. Dans leur perception, c'est loin d'être l'ensemble des jeunes de leur groupe, même s'il s'agit d'un groupe fort au plan scolaire, qui apprécient les sorties théâtrales, sinon comme diversion au régime scolaire habituel. En reconnaissant s'être découvert un intérêt pour le théâtre, ces jeunes étaient également conscients qu'ils pénétraient du même coup dans un espace qui leur était personnel et pour aller vers lequel, il leur fallait, jusqu'à un certain point, prendre distance de leur groupe de pairs. Ajoutons qu'il ne s'agit pas nécessairement de jeunes qui aiment faire bande à part. Les trois se considèrent au contraire partie prenante d'un réseau de sociabilité tissé tout autant à l'intérieur de leur école et plus particulièrement du programme international auquel participe leur groupe classe, que dans leur voisinage de quartier. Les trois entretiennent également d'inten-

ses relations avec un groupe d'amis plus restreint avec lequel ils se réservent d'ailleurs certains types de sorties culturelles, comme aller au cinéma.

Si le cinéma, de même que les concerts de musique rock, sont des activités qui sont très nettement associées aux sorties entre amis, le théâtre, même si l'expérience qu'on en a correspond aux sorties scolaires, donc en compagnie du groupe de pairs, ne s'inscrit pas dans cet univers rassurant et confortable des sociabilités adolescentes. Il interpelle le jeune dans son individualité et le confronte, si l'on peut dire, à l'exigence de se reconnaître une personnalité propre.

Précisons que ce dont il s'agit ici, c'est de théâtre professionnel de répertoire, que les trois jeunes interviewés distinguent très nettement de ce qu'ils appellent « les petites pièces pour enfants » ou encore le théâtre de divertissement présenté dans les théâtres d'été. Dans la description qu'ils font de ce qui les a marqués dans les différentes pièces qu'ils ont vues à la NCT et plus particulièrement dans la représentation de *Lucrèce Borgia* de Victor Hugo, ressortent des jugements qui renvoient à la qualité artistique de la production à laquelle ils ont assisté: deux des jeunes interviewés, les deux filles, ont particulièrement souligné le jeu des comédiens; l'autre, le garçon, a été frappé par le côté visuel, les éclairages, la scénographie. Dans les trois cas, ces qualités artistiques sont décrites comme ayant contribué à faire vivre une émotion que tous les trois reconnaissent particulière au théâtre, qu'ils opposent notamment au cinéma ou à la télévision pour ses caractéristiques d'art vivant. Je me permets de citer ici un extrait d'une des entrevues :

*(Le théâtre) c'est différent du cinéma, beaucoup. Parce que tu as les comédiens qui actent devant toi. C'est réel. C'est pas un écran. Et il semble qu'ils embarquent plus dans un personnage. Ils représentent plus la vraie facette du personnage qu'au cinéma, étant donné qu'ils sont là devant toi. S'il faut qu'ils fassent telle émotion, ils vont le faire et ça va paraître. Ça sera pas juste une image. Comme au cinéma, c'est un écran, c'est pas pareil. T'as pas les mêmes sentiments quand tu écoutes que quand c'est vraiment devant toi.*

(Adolescente, 15 ans, Sec IV).

La question qui se pose dès lors est de savoir ce qui a pu faire que ces jeunes aient ressenti cette émotion théâtrale et, par là même, compris, à leur façon, ce qu'est le théâtre, alors que d'autres, placés dans la même situation, n'auront pas vécu ça. Sans pouvoir faire de comparaison, puisque les seuls jeunes que j'ai pour l'instant interviewés appartiennent, tous les trois, au groupe (selon eux minoritaire) qui a suffisamment mordu à l'hamçon théâtral pour avoir désormais le goût d'aller au théâtre indépendamment de l'école, il n'est pas sans intérêt de préciser qu'aucun de ces trois jeunes provient d'un milieu spécialement riche au plan culturel. Dans les trois cas, les mères sont cependant assez grandes lectrices. Deux d'entre elles lisent surtout des *best-sellers*. Les pères sont faibles lecteurs et ont peu sinon pas d'intérêts pour les sorties culturelles en général. La musique qu'écourent les parents intéresse peu les jeunes. Les activités culturelles, au sens large, que jeunes et parents font le plus régulièrement en commun sont l'écoute de certaines émissions de télévision (comme les téléromans) et la visite de lieux historiques dans le cadre de sorties ou de voyages en famille. Les deux filles mentionnent avoir vu du théâtre d'été avec leurs parents et le garçon signale avoir sensiblement les mêmes goûts que sa mère en matière de littérature et de cinéma.

Par contre l'on a affaire à des parents très présents (même dans les deux cas où l'un des parents ne cohabite pas avec le jeune en raison d'une séparation du couple parental), qui se montrent intéressés par ce que font leurs enfants à l'école, qui suivent attentivement leurs activités et leur apportent un maximum de soutien. Signalons notamment qu'aucun des trois adolescents interviewés ne s'estimait obligé de travailler pour gagner de l'argent durant l'année scolaire. Il ressort aussi des entretiens qu'il s'agit, dans les trois cas, de parents qui font largement confiance à leurs enfants, qui les encouragent dans leurs initiatives et qui les respectent dans leurs choix d'activités et d'orientation. L'exemple le plus frappant est celui du garçon qui, bien que très fort en mathématiques et en sciences, n'a aucune intention de poursuivre une carrière dans cette direction, et caresse plutôt le rêve, avec la bénédiction de ses parents, de faire sa vie dans une activité pour laquelle n'existe, à sa connaissance, aucune formation scolaire, mais qui lui permettrait d'aller au fond de sa passion pour le plein-air et l'escalade. Si les deux filles n'affichent pas de passions aussi affirmées ou tout au moins ne semblent pas prêtes à s'y investir aussi totalement,

l'une poursuit néanmoins, elle-aussi, une activité tout-à-fait personnelle, soit des cours de chant en leçons privées, à laquelle elle consacre plusieurs heures par semaine et à laquelle vient se greffer une activité d'écriture de chansons. La troisième, sans que cela se traduise chez elle, en une activité ou un projet spécifiques, met aussi beaucoup d'insistance, dans son entrevue, sur l'importance qu'il y a d'être soi-même et de choisir un métier qui corresponde à ses penchants et intérêts. On a donc ici affaire à trois jeunes qui, soutenus par un milieu familial qui les encourage sans les pousser ni les diriger, ont déjà, à 15 ou 16 ans, adopté comme morale personnelle de vivre en concordance et en harmonie avec leurs propres désirs.

On a vu, plus haut, que ces jeunes ne se formalisaient pas du fait d'éprouver, face au théâtre, un intérêt qu'ils ne percevaient pas chez les autres. Plus que la transmission d'un héritage théâtral, c'est cette capacité d'être soi-même et de l'assumer qui, du moins est-ce l'hypothèse à laquelle on est amené, pourrait bien constituer l'élément essentiel de la capacité d'un jeune d'être réceptif à l'expérience culturelle en général et à l'expérience théâtrale en particulier.

Un autre point se dégage de ces entrevues et c'est sur cette remarque que j'aimerais conclure. N'eût été l'existence de la NCT, l'existence de sorties théâtrales dans les écoles secondaires et la mise au programme de telles sorties dans le groupe classe auquel appartiennent ces jeunes, ceux-ci n'auraient peut-être jamais eu l'occasion de faire la découverte personnelle du théâtre qu'ils ont faite au cours de l'année qui vient de se passer. Sans qu'on puisse conclure que ces jeunes feront plus tard partie du public adepte de théâtre, et ce n'est pas là l'essentiel de ce qu'attendent, même les gens de théâtre, de ce type d'expérience (voir à ce propos *Les ravisseurs d'enfants* de Maurice Yendt, 1989), leurs témoignages d'appréciation de la pièce *Lucrèce Borgia* de Victor Hugo indiquent qu'on ne doit pas préjuger de l'incapacité des jeunes à vivre une expérience culturelle exigeante et vers laquelle ils n'iraient pas spontanément s'ils n'y participaient pas dans le cadre des sorties scolaires. Ces expériences de sensibilisation aux arts par la rencontre directe avec les oeuvres ne marche pas pour tous et à tout coup. Mais en dehors d'elles la rencontre avec l'art ne risque-t-elle pas de ne jamais se faire?

## BIBLIOGRAPHIE

- BEAUCHAMP, Hélène, *Travail théâtral en cours... Des ados parlent du théâtre qu'ils font à l'école secondaire*, Jeunesse en scène, Département de théâtre, Université du Québec à Montréal, Les Presses collégiales du Québec, 1992.
- BÉDARD HÔ, Francine, Guy LEGAULT et Lise GIROUX, *Compétence et pratiques de lecture des élèves québécois et français. Une comparaison Québec-France*, Québec, Gouvernement du Québec, Ministère de l'éducation, 1994.
- BELLAVANCE, Guy, « Démocratisation culturelle et commercialisation des arts. Un bilan critique des enquêtes sur le public des arts au Québec », *Loisir et société*, Vol 17, no 2, automne 1994, pp. 305-348.
- BERGONZI, Louis and Julia SMITH, *Effects of Arts Education on Participation in the Arts*, Washington, D.C., National Endowment for the Arts, Research Division Report, No 36, 1996, 85 p.
- BOURDIEU, Pierre, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Genève, Droz, 1972.
- BOYER, Barbara Ann, « Cultural Literacy in Art : Developing conscious Aesthetic Choices in Art Education », In D. BLANDY and K. G. CONGDON (Eds) *Art in a Democracy*, New York, Teachers College Press, 1987, pp. 91-105.
- CHALMERS, F. G. « Culturally Bases Versus Universally Based Understanding of Art », In D. BLANDY and K. G. CONGDON (Eds) *Art in a Democracy*, New York, Teachers College Press, 1987, pp. 4-12.
- CORNWELL, Terri, *Democracy and the Arts : The Role of Participation*, New York, Praeger, 1990.
- CULTUR'INC et DECIMA RESEARCH, *Profil des Canadiens consommateurs d'art 1990-1991. Constats*. Ottawa, Communications Canada, 1992.
- COURNOYER, Monique, *L'univers culturel des jeunes*, Québec, Gouvernement du Québec, Ministère de l'éducation, 1985.
- FORTIN, Sylvie & Lovell, Susi. « Contemporary dance performance : Students as audience ». *Proceedings of the Society of Dance History Scholars*. Joint Conference with the Association for Dance in Universities and Colleges in Canada. Ryerson Polytechnic University, Toronto, Ontario, Canada, mai 1995, p 179-186. Published by Society of Dance History Scholars, University of California, Riverside.
- FORTIN, Sylvie, « La formation du spectateur », Conférence présentée dans le cadre des Acadanses, Orly, Février 1997, 10p.

- GAGNON, Pierre et Stéphan HARBOUR, « Le loisir des adolescents : le cas d'une municipalité de banlieue », *Loisir et société*, Vol 15, no 2, aut. 1992, pp. 521-544.
- GIDDENS, Anthony, *Modernity and self-identity*, Stanford, California, Stanford University Press, 1991.
- GUY, Jean-Michel (dir), *Les jeunes et les sorties culturelles. Fréquentation et image des lieux de spectacles et de patrimoine dans la population française âgée de 12 à 25 ans*. Paris, Ministère de la culture, 1995.
- LEMERISE, Suzanne, « Contextes historiques et actuels des rapports entre l'art et l'éducation au Québec » *Canadian Review of Art Education/ Revue Canadienne d'éducation artistique*, Vol 22, no 2, 1995, pp. 155-166.
- MCINTOSH, Robert Dale, Betty Anne HANLEY, Patrick VERRIOR, Geraldine H. VANGYN, *The State of Art : Arts Literacy in Canada*, Beach Holme Publishers Limited, Victoria B.C., 1993.
- OREND, Richard J., *Socialization and Participation in the Arts*, Washington, D.C., National Endowment for the Arts, Research Division Report No 21, 1989, 54 p.
- PARÉ, Jean-Louis, « Connotations des lieux et du cadre social du loisir des adolescents », *Loisir et société*, Vol 15, no 2, aut. 1992, pp. 463-498.
- PRONOVOST, Gilles, « Générations, cycles de vie et univers culturels », *Loisir et société*, Vol 15, no 2, aut. 1992, pp. 437-460.
- PRONOVOST, Gilles et Jacinthe CLOUTIER, « Pratiques culturelles : la formation des usages », *Loisir et société*, Vol 17, no 2, aut. 1994, pp. 423-449.
- SINGLY, François de, *Lire à 12 ans. Une enquête sur la lecture des adolescents*. Paris, Nathan, 1989.
- SINGLY, François de, *Les jeunes et la lecture*, Les dossiers éducation et formations 24, Ministère de l'Éducation nationale et de la Culture, Paris, Janvier 1993.
- YENDT, Maurice, *Les ravisseurs d'enfants. Du théâtre et des jeunes spectateurs*, Paris Actes Sud-Papiers, 1989.



## **PARTIE III**

### **LES ÉQUIPEMENTS**

---

Présidente d'atelier

Marie-Josée Champagne  
Ministère de la Culture et  
des Communications du Québec



# UNE COLLECTION INTRA ET EXTRA MURALE

Andrée Gendreau  
Musée de la civilisation

---

Le choix du titre d'une communication est toujours difficile. D'abord parce que la décision de participer à l'un ou l'autre des colloques qui se présentent s'effectue environ un an à l'avance et ensuite parce que le travail de recherche ou de réflexion préalable à la communication n'est généralement pas terminé au moment de cette prise de décision. Le titre de ma communication, *Une collection intra et extra murale*, est donc stratégique, car il devait s'adapter à diverses possibilités selon l'état d'avancement des programmes et de leurs résultats.

Le propos de cette communication est donc manifestement lié à des cas concrets. Il est par le fait même engagé. Engagé, non seulement parce qu'il s'intéresse à un projet précis, défini dans le temps et dans l'espace, ceux du Musée de la civilisation, mais aussi parce qu'il concerne directement la vision politique, sociale et culturelle de l'institution. Engagé enfin parce qu'il pose la question essentielle du rôle de la collection au sein d'un musée national et des moyens mis en place pour s'en acquitter efficacement.

Ces questions qui paraissent à priori fort simples, ne le sont pas nécessairement. Elles demandent en effet une réflexion sur le lieu idéologique et légal d'où émergent les responsabilités et les devoirs qui fondent la mission de conservation du Musée. Elles exigent également de prendre en compte le contexte général de conservation au Québec pour enfin porter un regard lucide sur la réalisation effective des objectifs de la collection, né-

cessairement liés aux fonctions de l'institution et à la mise en place de nouveaux moyens, s'il y a lieu. Je traiterai donc essentiellement de ces trois points.

## 1. UNE COLLECTION POUR QUI, POURQUOI?

### 1.1 Pour qui?

Même si les objectifs généraux de conservation — « faire des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, les acquérir, conserver, communiquer et notamment les exposer à des fins d'études, d'éducation et de délectation<sup>1</sup> » — sont partagés par la plupart des musées, il est toutefois manifeste qu'ils se colorent du mandat et de la mission de l'institution à laquelle la collection se rattache, d'où l'intérêt de bien en comprendre l'orientation de cette dernière. Dans le cas du Musée de la civilisation, il semblerait, d'après des artisans de la première heure, dont monsieur André Juneau actuel directeur de la Direction de la recherche et de la conservation, que les rapports entre la collection et le Musée de la civilisation auraient toujours été marqués d'une certaine ambiguïté. Ainsi, l'idée d'un musée moderne, en adéquation avec les problématiques sociales et culturelles contemporaines, aurait germé sans référence à la présence d'une collection, quelle qu'elle fut. Le Musée devait interpeller le citoyen d'aujourd'hui en faisant écho à la vie quotidienne et en se présentant comme un phare pour l'avenir. On souhaitait offrir à la population un instrument de réflexion, de connaissance et de comparaison. D'abord pour qu'elle se reconnaisse dans une pratique, des interrogations et une analyse, ensuite pour qu'elle retrouve ses racines lorsque nécessaire et enfin pour qu'elle apprenne des autres, de tous ceux qui partagent la planète et l'époque, avec des conditions de vie à la fois semblables et fort différentes. Mais en même temps que se dessinaient les contours d'une institution à la fois proche et lointaine des musées traditionnels, se refiguraient les profils des deux autres musées d'État. Pour sa part, le Musée du Québec se réarticulait autour d'un mandat recentré sur l'histoire de l'art, libérant ainsi la collection ethnographique pour un autre musée. Celle-

---

1. Statuts de l'ICOM, 1989.

ci fut attribuée au Musée de la civilisation qui la reçut avec les droits et les devoirs qui accompagnent un tel don.

Le législateur, en homme prudent, prit cependant soin d'adapter le mandat de conservation aux orientations générales du nouveau musée. Ainsi, refusant de limiter les fonctions de conservation et de mise en valeur à la collection ethnographique, il étendit la responsabilité du musée à l'ensemble des « diverses composantes de notre civilisation, notamment les cultures matérielle et sociale des occupants du territoire québécois et celles qui les ont enrichies ». Ainsi, le musée devait-il :

« Assurer la conservation et la mise en valeur de la collection ethnographique et des *autres collections représentatives* de notre civilisation<sup>2</sup>. »

Cette prudence était de bon aloi car la collection ethnographique confiée à la société d'État semblait plus ou moins éloignée de la réalité contemporaine d'un Québec pluriel et mixte et, par conséquent, du musée lui-même. Développée au gré d'objectifs et d'intérêts divers, oscillant entre le goût des « choses canadiennes et de l'artisanat » et une collection de type ethnographique constituée selon le modèle des Arts et traditions populaires, avec quelques incursions du côté des arts décoratifs et des collections amérindiennes et inuits, la collection du Musée de la civilisation, quoique riche d'enseignements sur l'histoire du collectionnement au Québec, représentait une manière muséologique aujourd'hui critiquée pour ses aspects folkloriques ou élitistes. Bien que de nouvelles lectures aient mis en relief plusieurs autres facettes intéressantes pour son exploitation, le Musée se devait de compléter sa collection afin de la rendre représentative de l'ensemble des Québécois d'une part et, d'autre part, plus opérationnelle en ce qui concerne le mandat du Musée.

## 1.2 Pourquoi?

Nous avons vu plus haut que les principales raisons pour acquérir les témoins matériels des groupes culturels constitutifs de la nation québécoise sont l'*étude*, l'*éducation* et la *délectation*. Bien que tous les musées

---

2. Je souligne.

soient concernés par cette triple fonction, certains aspects prennent plus d'ampleur que d'autres selon les missions spécifiques à chaque institution<sup>3</sup>. Ainsi, le Musée de la civilisation a-t-il mis de l'avant des objectifs de démocratisation de la culture et de la pensée scientifique. Ce faisant, il se positionnait comme médiateur entre les producteurs de la connaissance et les citoyens, accentuant par le fait même son rôle de diffuseur et d'éducateur. Cette orientation n'était pas sans avoir des effets secondaires sur la collection, car parallèlement à ses propres impulsions de développement, celle-ci était appelée à servir les objectifs de diffusion du Musée, principalement envisagés à travers des expositions, des activités culturelles et de l'éducation. Jusqu'à un certain point, le mandat de conservation s'est donc articulé à celui des expositions et la collection a développé une fonction de soutien aux expositions.

Cette fonction instrumentale de la collection à l'égard des expositions a rapidement mené l'équipe du Musée à constater la présence d'un hiatus entre sa collection et sa mission institutionnelle. Cette disjonction, souvent porteuse de tension, devait cependant devenir créatrice de nouvelles façons d'envisager les fonctions de conservation. En effet, la difficulté d'articuler les collections au mandat de diffusion commandait deux attitudes : à moyen terme, il fallait se donner une politique d'acquisition et de développement de la collection qui répondrait au mandat et à la mission du Musée; à court terme, il fallait rendre le Musée opérationnel et combler les lacunes observées ou imaginées. Nous verrons plus loin qu'une troisième voie s'est ouverte avec la volonté d'adapter le mandat de diffusion du Musée à la collection elle-même.

## Politique de développement de la collection

En ce qui concerne le développement de sa collection, dès 1988 le Musée définit des axes de développement qui balisent ses acquisitions et visent à assurer une plus grande cohérence entre son mandat, sa mission et

---

3. Le mandat du Musée de la civilisation comme société d'État lui est accordé par la *Loi sur les musées nationaux*; sa mission en est l'interprétation telle qu'approuvée par le Ministère de la culture et des communications. Soulignons que le Musée de la civilisation, comme société d'État, gère deux musées, le Musée de la civilisation et le Musée de l'Amérique française, chacun d'eux ayant sa propre mission, son site, place Royale et le site du Séminaire et une collection. Celle-ci doit donc répondre aux missions respectives de chacun des musées.

sa collection. Depuis, plusieurs acquisitions ont complété et enrichi l'héritage, mais la récente acquisition de la collection du Musée de l'Amérique française, à laquelle s'ajoute le dépôt des collections des prêtres du Séminaire de Québec, constitue véritablement un geste majeur vers l'élargissement des perspectives de la collection du Musée. En effet, avec l'ajout de ces collections, la collection nationale du Musée de la civilisation s'est ouverte à des domaines nouveaux tels que la vie religieuse et l'éducation, en particulier scientifique et artistique.

### Vivre sur le mode opérationnel

La seconde solution commandait une réaction immédiate : établir des relations avec les autres musées et organismes culturels québécois afin de constituer des inventaires, développer des ententes ou des protocoles qui faciliteraient la circulation d'objets. L'importance mise sur la diffusion dans la mission du Musée se traduisait en effet pour les collections dans une problématique d'accessibilité. Or, l'articulation entre l'obligation de réaliser des expositions qui mettraient en valeur la collection du Québec et la distance entre la collection héritée et le concept du Musée nous a conduits à considérer la possibilité d'étendre virtuellement notre collection par des voies d'emprunts. Le raisonnement qui nous a ainsi conduits à développer notre pratique de prêts et d'emprunts est le suivant :

- 1) le Musée a l'obligation de mettre en valeur la collection ethnographique et les autres collections représentatives de notre civilisation;
- 2) le Musée, de par sa mission, traite de problématiques sociales humaines, notamment celles qui concernent le Québec;
- 3) le mandat de diffusion de la collection du Musée doit coïncider avec son mandat et sa mission, c'est-à-dire avec ses choix thématiques;
- 4) or, la collection ethnographique, telle qu'elle se présente actuellement, ne répond pas adéquatement à l'ensemble des problématiques traitées par le Musée, mais il existe au Québec d'autres collections illustratives de ces problématiques;

- 5) considérant nos objectifs de diffusion du patrimoine national, il faudrait, dans la mesure du possible, utiliser les ressources disponibles au Québec d'autant plus que la mise en valeur de témoins matériels constitutifs des « autres collections représentatives de notre civilisation », répond au mandat du Musée, même si celles-ci ne lui appartiennent pas;
- 6) par conséquent, nous devons compléter notre collection par des achats ou par des emprunts.

C'est ainsi que le Musée de la civilisation s'est mis à considérer l'ensemble des collections du Québec comme un complément virtuel à sa propre collection. En collaboration avec les autres musées et organismes culturels, il a donc contribué à affermir les échanges entre les membres du réseau des musées québécois. Au cours de l'année 1995, 69 % des objets empruntés par le Musée de la civilisation, soit 5 518 objets ou ensembles d'objets, l'ont été au Québec. En contrepartie, le Musée a prêté 2 607 objets ou ensembles d'objets. Mais si cet échange d'objets et d'ensembles est devenu pratique courante au Québec, elle nous laisse insatisfait quant à la philosophie de base de l'accessibilité au patrimoine collectif. Un autre pas devait être franchi.

## 2. D'UNE COLLECTION NATIONALE AU PATRIMOINE COLLECTIF

Au-delà de la collection nationale du Musée de la civilisation, et même du regroupement de chacune **des** collections nationales qui constituent à proprement dit **la** collection du gouvernement du Québec, se glisse donc petit à petit dans la pratique du Musée, une autre notion, celle du patrimoine collectif (voir le tableau). Malgré l'étendue de son mandat qui, rappelons le, confère au Musée l'obligation de conserver et de mettre en valeur «les» cultures québécoises, celui-ci ne peut tout collectionner. Son mandat est en effet complémentaire à ceux des autres musées, organismes et institutions privés, publics ou étatiques. Au cours de la dernière décennie, c'est donc à la faveur d'une pratique muséologique dite plurielle, tant

au niveau des contenus thématiques que des approches plus largement ouvertes sur la diffusion, que la réalité empirique de la collection nationale du Musée de la civilisation s'est graduellement élargie pour dépasser le cadre juridico-légal de possession des œuvres et des biens de collection gérés par les musées d'État.

Insatisfait par ses pratiques de prêts et d'emprunts à la pièce, le Musée s'ingénie à développer plusieurs types d'activités en partenariat et en réseau. Dans les faits, le Musée a reconnu les responsabilités spécifiques des musées en région. Un bilan sommaire des collections d'une cinquantaine de musées a permis de cibler les institutions selon les collections dont elles ont la charge. Ce travail effectué en collaboration avec les cinquante musées du réseau québécois, avait pour buts de connaître les collections de ces musées, de mieux planifier la consolidation et le développement de nos collections et d'orienter notre pratique de mise en valeur en faisant appel, le cas échéant, aux ressources de ces collections, spécialement par nos emprunts pour les expositions. Il est donc apparu pertinent d'étendre la notion de collection nationale à celle d'un *patrimoine collectif* qui comprendrait *l'ensemble des collections conservées par les citoyens, celles que nous appelons les collections à domicile et qui font partie la mémoire des individus, des familles et des corporations; celles qui appartiennent à des organismes ou institutions publics; les collections institutionnelles, de même que celles qui sont sous la juridiction des musées et des organismes d'État* (voir le tableau). En ce sens, « la » collection de l'État du Québec comprendrait les collections nationales des musées d'État, les Archives et la Bibliothèque nationale, et le patrimoine collectif inclurait outre ces dernières, celles des villes, des communautés urbaines, des MRC, des musées, des centres d'exposition, des centres d'interprétation, des individus, des familles et des corporations. Cette notion élargie a l'avantage de reconnaître, au-delà des divers droits de propriété, l'appartenance à une culture commune, enrichie des apports spécifiques des personnes et des groupes qui composent notre société. De plus, elle engage des responsabilités de nature différente, limitées cependant par les usages, les pratiques et les prescriptions de notre droit.

### 3. DES PROGRAMMES DE PROTECTION ET DE DIFFUSION

La reconnaissance empirique, c'est-à-dire dans les faits et dans la pratique de diffusion, de cette notion élargie du patrimoine collectif a entraîné une circulation des collections ou de leurs parties qui répond à un besoin évident de démocratisation. Cependant ce processus, en réaction aux stimulations et aux demandes *ad hoc*, est fragile. Il réclame, après quelques années de mise en pratique, une réflexion sur le cadre philosophique qui a initié ces démarches et sur la suite à leur donner. Ainsi, il est opportun de s'interroger sur les objectifs de diffusion de la collection et sur les moyens d'y parvenir. Or, si la diffusion de la collection doit servir des objectifs d'étude, d'éducation et de délectation, les prêts et les emprunts pour les expositions sont-ils les meilleurs moyens d'y arriver? Le Musée peut-il, par des programmes ou par des propositions être plus actif dans sa pratique de diffusion?

Nous le croyons, aussi avons-nous mis sur pied divers programmes de prêts à moyen et à long terme qui visent la décentralisation des collections vers les régions, pour la recherche et l'éducation des citoyens. Plus encore, nous envisageons des restitutions d'objets par dépôt ou par aliénation.

#### Vers une décentralisation des collections

Des prêts à moyen ou à long terme aux maisons historiques ou aux musées régionaux permettent aux publics locaux d'avoir accès aux collections du Musée de la civilisation. Que ce soit pour des expositions pensées et réalisées en région ou que ce soit pour « meubler » des maisons historiques avec du mobilier d'époque ou de facture régionale, la collection se déplace. Soulignons que ce « partage » de biens s'effectue selon certaines conditions de préservation car le Musée conserve le droit et l'obligation de protéger les collections publiques.

#### La recherche institutionnelle et l'éducation des citoyens

Les fins d'études et d'enseignements ne sont pas négligées. Ainsi, dans le sillon du Musée de l'Amérique française qui a signé un protocole

d'entente avec l'Université Laval concernant le prêt d'objets de collections, le Musée invite les universités et les centres de recherche à faire appel à ses collections pour les études qu'ils entendent mener.

Dans la même optique, le Musée a mis sur pied un programme de bourses qui s'adresse aux étudiants qui veulent bien faire leur thèse ou leur mémoire sur la collection nationale.

Enfin, l'éducation du citoyen passe aussi par des voies individuelles ou familiales. Cette fois, un véritable programme a été mis sur pied pour renseigner les collectionneurs privés ou tout simplement le citoyen attaché à certains objets anciens sur les techniques de préservation. Après à peine quatre ateliers, tenus au Musée de l'Amérique française, ce programme fut tellement apprécié que des demandes concernant l'implication des conservateurs à des ateliers extra muraux nous furent adressées. Ainsi, en mars dernier, dans le cadre d'une semaine thématique sur le patrimoine organisée par le Centre de jour du Foyer de Loretteville, le Musée fut invité à animer cinq ateliers pour 125 participants. Ces rencontres portaient sur la mémoire des familles et offraient à la clientèle du Centre l'occasion de s'impliquer activement dans un processus de conservation en apportant des objets anciens afin d'en découvrir et d'en partager l'histoire, dans le but de favoriser leur transmission au sein des familles. Il s'agit là d'une première en termes d'intervention auprès de groupes, mais ce n'est pas la dernière! Déjà le Musée est sollicité par plus d'un groupe d'intérêt. La vitesse d'évolution de ce programme dépend désormais de la capacité du Musée d'absorber ces invitations.

### La restitution par dépôt ou par aliénation : la collection *in situ*

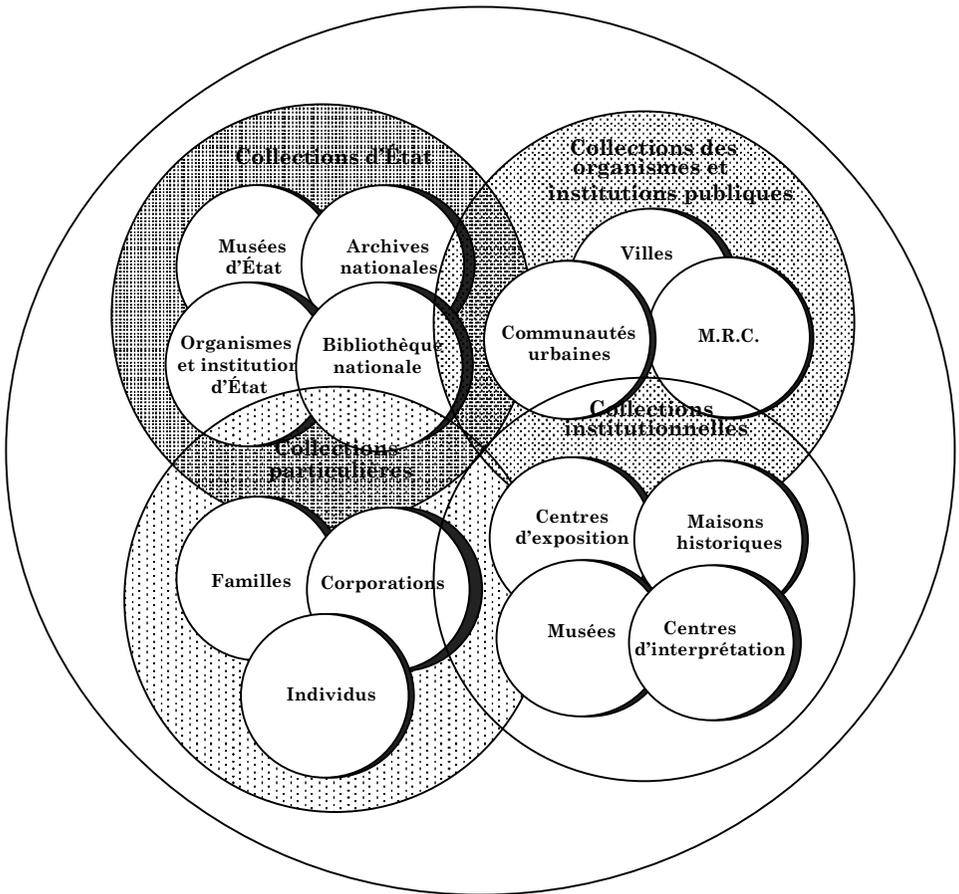
Sans parler de programme, le Musée garde les yeux ouverts pour tout ce qui concerne la restitution de biens ayant appartenu à des institutions et ayant été acquis par diverses voies, pouvant aujourd'hui leur être restitués, avec une garantie de conservation et de mise en valeur. Le cas du Musée des religieuses de l'Hôtel-Dieu-de-Montréal est représentatif de ce phénomène. Vers les années 1930, les religieuses s'étaient défaites d'un cabinet d'apothicaire, lequel avait été subséquemment acquis par le Musée du Québec. Cette pièce, d'une grande rareté, fait aujourd'hui partie de la col-

lection du Musée de la civilisation où elle est conservée dans les réserves. Une question se pose donc : pourquoi ne pas retourner ce témoin de l'activité médicale et sociale des religieuses à son lieu d'origine maintenant que les anciennes propriétaires se sont dotées d'un musée? Ceci permettrait en effet une mise en valeur permanente, tout en préservant le mandat de protection des artefacts.

## CONCLUSION

Institution de paradoxe, le musée moderne naît de la rupture du lien social manifesté dans et par la transmission des biens matériels, et se développe dans le souci constant de réutiliser ces trésors au profit du public désapproprié. Dans les sociétés traditionnelles où persiste encore la ligne de transmission, le musée comme institution vouée à la protection et à la conservation de la culture matérielle, n'a pas sa place. Il n'est donc pas étonnant que l'institution muséale, créature historique et culturelle, soit née en Europe avec les soubresauts qui conduisirent à la démocratisation et qu'elle s'exporte difficilement dans les pays à forte culture traditionnelle, du moins sous sa forme actuelle. Il n'est pas plus surprenant qu'au Nouveau Monde, le musée, ou certains d'entre eux, aient développé une autre manière de voir et de faire, plus axée sur la transmission du savoir contemporain que sur celle de la tradition et des biens matériels. Pour ces musées, la présence d'une collection n'est pas essentielle, mais lorsqu'elle existe elle devrait participer aux orientations de diffusion du musée, à la fois extrinsèquement, c'est-à-dire comme instrument au service des expositions et intrinsèquement, par son propre programme de diffusion. Dépôt ou réservoir d'une mémoire, la collection nationale devrait donc idéalement viser la responsabilisation de l'ensemble des citoyens en ce qui concerne la protection du patrimoine. Un musée conscient de son rôle devrait s'ingénier à remplir efficacement ses fonctions de sauvegarde pour, le moment venu, se délester des collections au profit d'une population responsabilisée, d'abord à travers les autres institutions selon leurs mandats respectifs, puis par le biais de groupes dûment constitués, ensuite auprès des familles et des citoyens. Le rêve n'est-il pas à la portée de tous, même des conservateurs?

## Le Patrimoine collectif : notre Collection nationale





# L'ABC DE L'ÉQUIPEMENT CULTUREL : ACCESSIBILITÉ, BESOINS ET CONCERTATION

Hélène Laperrière  
Groupe Culture et Ville (INRS-Urbanisation)

---

De l'ensemble des moyens de diffusion culturelle, l'équipement est, dans la ville, le plus visible. Il est le plus accessible aussi, si on le compare aux équipements de création (les ateliers d'artistes) ou de production (les studios d'enregistrement). Véritable « mobilier urbain de la culture », c'est le lieu physique permettant à la culture créée et produite d'être diffusée et donc, appréciée.

Certes, la question culturelle est beaucoup plus vaste que ne le suggère ce court survol de l'ABC de l'équipement culturel. Il n'est que de penser par exemple à l'espace de la création ou encore à celui de la production des arts et de la culture pour reconnaître qu'au-delà de l'espace de la diffusion, il existe bel et bien un univers complexe permettant, celui-là, d'interpeller les carrières d'artistes, l'assiduité des clientèles et l'économie du spectacle sans oublier les incidences de la montée de l'art abstrait de même que l'engouement pour des politiques culturelles locales. Nous privilégierons pourtant, en insistant sur la diffusion, la dynamique pouvant exister entre espace culturel et espace social, éclairant ainsi la relation entre société et projet urbain. Il a fallu, pour ce faire, élargir quelque peu le regard habituellement porté sur la culture et la ville.

Si les thèmes de la culture et de la ville ont été abondamment discutés dans les sphères de la science sociale et humaine, nous avons été à même de constater que le thème croisé de la culture et de la ville était très

peu présent, notamment dans le domaine de l'aménagement où pourtant se renouvelle sans cesse le discours sur l'urbain. Cela, sur l'idée simple que se renouvelle sans cesse la ville.

En clair, ce que nous avons été à même de vérifier auparavant, grâce à une analyse fine de l'équipement de diffusion culturelle<sup>1</sup>, c'est une contribution réelle des arts et de la culture à l'édification et au renouvellement du projet urbain. Ce que nous pouvons maintenant vérifier dans le prolongement de ces recherches, c'est, en simplifiant quelque peu, la contribution que peut avoir, en sens inverse, le projet urbain sur la dynamique de la diffusion culturelle et les comportements.

Pour traiter de ce thème d'une culture dynamique et participative inscrite au coeur même du projet urbain, nous aborderons successivement trois questionnements d'actualité qui constituent autant de conditions nécessaires pour favoriser, voire amplifier, le rôle de l'équipement dans la pratique culturelle, que celle-ci soit individuelle ou collective. D'abord la question de l'accessibilité (notre « A ») dans une perspective élargie laissant place au territoire social de l'équipement, en questionnant le rapport que celui-ci entretient avec son milieu d'insertion. Ensuite la question des besoins (notre « B ») des utilisateurs habituels et potentiels dans une perspective d'ajustement de l'offre à la demande. Enfin, la question de la concertation (notre « C ») qui apparaît de plus en plus comme la voie de l'avenir grâce à laquelle peuvent être discutées l'impartition, le partenariat, la mise en commun de services, le réseautage et l'ouverture envers des notions telle l'entreprenariat culturel.

## L'ACCESSIBILITÉ DE L'ÉQUIPEMENT

Pour qu'il y ait accessibilité, il faut qu'il y ait reconnaissance du lieu dans la trame urbaine et donc, repérage. Ça n'est pas là la seule condition. Existe également celle de la correspondance entre ce que nous nommerons

---

1. Cette analyse réfère à Laperrière, Hélène, *Sur les traces de la culture : équipements de diffusion et projet urbain à Montréal depuis 1879*, Université de Montréal, thèse de Ph.D., 1996

le territoire social de l'équipement et la vocation culturelle de ce dernier. C'est là à notre avis deux conditions primordiales sans lesquelles il n'est guère possible de parler d'accessibilité de l'équipement. Toute autre considération relative à celle-ci devient en quelque sorte complémentaire, ce qui ne signifie pas pour autant que l'une ou l'autre ne doive pas être prise en considération.

Signalons par exemple le caractère accueillant et invitant du lieu, la possibilité pour des individus à mobilité réduite de s'y rendre sans encombre, l'organisation interne qui fait que l'on s'y retrouve, la signalisation qui rend le sens de la visite évident et naturel, etc. Si toutes ces questions sont importantes, c'est bien parce qu'elles réfèrent toutes, de près ou de loin, à l'accessibilité. Il n'est que de penser aux équipements muséologiques et théâtraux implantés au cours de la dernière décennie pour reconnaître aisément, lorsque c'est le cas, le talent de l'architecte à inventer un lieu convivial (*social building*). On dira en effet que tel ou tel équipement est convivial parce qu'il est, d'abord et avant tout, accessible et ce, au sens large du terme. Si nous insistons toutefois ici sur les deux premières variables (le repérage du lieu et la prise en compte du territoire social), c'est qu'on n'en a guère fait état à ce jour dans la réflexion habituellement menée sur l'accessibilité aux lieux de diffusion culturelle et plus globalement en ce qui a trait à l'accessibilité aux arts et à la culture.

## Le repérage de l'équipement

De manière générale, on peut affirmer que plus un équipement culturel est ancien (le pavillon Beniah Gibb du Musée des beaux-arts de Montréal établi sur la rue Sherbrooke ouest en 1879), plus il est aisément repéré dans la trame urbaine en tant qu'équipement culturel. À l'inverse, plus il est récent (Pointe-à-Callière, le Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal implanté en 1992 dans le Vieux-Montréal), plus il y a de chances qu'il soit confondu avec d'autres établissements urbains (restaurant, boutique, etc.) n'ayant guère à voir avec une fonction culturelle ou plus précisément dans ce cas-ci, muséologique.

Actes du colloque  
Recherche : Culture et Communications

Nous utiliserons pour cette démonstration quelques uns des cas évalués en 1994 lors d'une enquête menée à Melbourne (Australie)<sup>2</sup>. Il s'agit de : Les pavillons Beniah Gibb (1879) et Jean-Noël Desmarais (1991) du Musée des beaux-arts de Montréal; Pointe-à-Callière, le Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal (1992); le Musée d'art contemporain (1991).

Ces équipements ont été présentés en format N/B de la façon suivante :  
Les résultats de l'enquête sont présentés au tableau 1 suivant :

Tableau 1  
Lisibilité de l'équipement culturel dans la ville

	Pavillon Beniah Gibb		Pavillon J. N. Desmarais		MAC		Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal PAC	
	(MBAM)		(MBAM)		1991		1992	
	1879		1991		1991		1992	
	A	B	A	B	A	B	A	B
Musée/Galerie d'art	63	84	37	27	34	29	38	47
Restaurant	-	-	-	-	-	-	30	26
Immeuble à bureau	1	-	34	39	-	7	-	5
Bibliothèque/ Centre communautaire	-	-	2	2	14	19	16	7
Église	19	16	2	-	-	-	-	3
Boutique	-	-	20	27	-	5	-	12
Théâtre/Salles de concert	13	-	3	5	33	32	16	-
Cinéma	4	-	2	-	19	8	-	-

Groupe A : 64 étudiants en science politique.

Groupe B : 66 étudiants en urbanisme.

2. Lors de cette enquête, 18 facades d'immeubles montréalais, tantôt culturels, tantôt commerciaux, ont été présentés à quelque 130 étudiants australiens inscrits en urbanisme et en science politique en proportion égale. Toute identification possible de l'équipement avait préalablement été gommée. Pour ces 18 immeubles, on demandait d'identifier s'il s'agissait d'un musée/galerie d'art, d'un restaurant, d'un immeuble à bureaux, d'une bibliothèque/centre communautaire, d'une église, de boutiques, d'un théâtre/salle de concert ou encore d'un cinéma.

Ce que nous révèlent ici les résultats de cette enquête, c'est qu'à faire prédominer l'oeuvre architecturale - comme c'est le cas pour les équipements récemment implantés - par rapport au lieu, on court peut-être le risque de perdre au passage une part importante de la lisibilité culturelle du lieu, son attractivité dans la ville. La confusion ne s'accompagne-t-elle pas d'un non-désir de découverte? L'hypothèse mériterait d'être vérifiée. La curiosité seule n'est peut-être pas suffisante pour franchir cette barrière psychologique d'un lieu dont on soupçonne difficilement la fonction.

Ainsi, au moment où s'opère une certaine fusion des genres culturels<sup>3</sup>, s'observerait une confusion dans la perception des équipements. Si, pour l'heure, cette confusion prévaut pour les équipements culturels, il est à prévoir que d'autres types d'équipements, commerciaux et de services par exemple, fassent état prochainement de ce même type de confusion dans la perception qu'ils suscitent. Déjà, le style « galerie d'art » inspire les boutiques d'objets comme de vêtements et mêmes celles spécialisées dans la lunetterie. Les musées ne sont donc pas les seuls à se chercher un style.

## La prise en compte du territoire social

Un équipement culturel, même lorsqu'il est spécialisé, gagne à s'inscrire en correspondance avec son milieu d'insertion. La tendance récente que l'on observe de ce côté-ci comme de l'autre de l'Atlantique et que les Américains nomment le *Community Museum* n'est rien d'autre qu'un lieu de diffusion culturelle qui sait prendre en compte, dans sa forme comme dans sa fonction, le milieu humain à l'intérieur duquel il s'insère. L'enracinement dans la communauté devient dès lors gage de succès et de fréquentation.

Ainsi en est-il du musée Guggenheim de New York qui, inspiré par une logique marchande typique de la fin des années 1980 et qui poussait les institutions muséologiques à ouvrir des boutiques ou des restaurants de

---

3. Non seulement la musique et le théâtre entrent au musée et l'orchestre symphonique descend dans le métro mais les créateurs eux-mêmes explorent de plus en plus intensément la fusion de styles culturels différents en « contaminant » l'une et l'autre origine culturelle. On consultera Laperrière, Hélène et Daniel Latouche, *Vers une identité culturelle plurielle, le potentiel interculturel de Montréal*, Montréal, INRS-Urbanisation, Groupe Culture et Ville, 1997.

plus en plus spacieux allant même parfois jusqu'à être indépendants de l'institution-mère, a ouvert une succursale dans SoHo, ce quartier branché d'artistes et d'intellectuels. Peu de temps après l'ouverture de cette succursale pourtant bien au goût du jour (vaste boutique à l'avant-plan et espace muséologique en retrait, à l'étage supérieur), l'institution a dû se rendre à l'évidence que répéter, en modèle réduit, le succès de l'institution-mère sise au nord de la Ville, serait une mission impossible. Un des constats clairement établi fût qu'un tel musée, dans un quartier où les technologies d'avant-garde avaient remplacées les galeries d'art, n'avait guère sa place. Pourquoi, de plus, se contenter d'un modèle réduit alors que l'original était, somme toute, localisé à proximité, notamment lorsque l'on vient d'ailleurs? C'était aussi sans compter qu'une des raisons du succès de l'institution-mère tient justement au caractère unique de son architecture. Précurseur avant la lettre du musée de site ([Site Museum](#)), on a probablement dû se rendre à l'évidence que l'on vient au Guggenheim pour voir... le Guggenheim.

Cela dit, grâce à un investissement majeur en 1996 de la Deutsche Telekom (estimé à quelque 10M USD sur une période de cinq ans), la succursale du Guggenheim à SoHo s'est transformée en musée des arts multimédias, beaucoup plus près, on en conviendra, des activités qui animent maintenant ce quartier branché :

« SoHo has become a kind of Silicon Alley' said Thomas Krens, the Guggenheim's director. There are something like 1,000 software companies in SoHo. We don't want SoHo Guggenheim to be perceived as an extension of uptown, but rather a place that responds to the community » (C. Vogel, New York Times, 29-03-96).

Cette métamorphose muséale ne s'observe pas qu'aux États-Unis. Au Japon, les récents musées conçus pourtant par des architectes internationalement reconnus n'ont pas toujours été acclamés par le public. On s'est vite aperçu qu'au Japon, la relation à l'art ne passait pas par les mêmes dogmes que dans les pays occidentaux. Par exemple, l'oeuvre sera d'autant appréciée que si elle peut être acquise, signalant au passage une relation marchande à l'objet. Ce qui ne signifie pas pour autant que les Japonais s'interdisent toute contemplation d'un beau lieu contenant de beaux

objets. Ainsi, en intégrant au musée des espaces où la nature s'équilibre à la culture, notamment par l'insertion de jardins, l'engouement s'est avéré en contrepartie presque automatiquement assuré. L'objet se place ainsi en complément d'un lieu dédié avant tout à la contemplation et à l'harmonie nature/culture.

Ces exemples et d'autres confirment que la prise en compte du territoire social à l'intérieur duquel s'insère un équipement constitue bel et bien une clé de succès. Or, il nous a été donné de vérifier à diverses occasions que trop souvent, les institutions ne connaissent guère, au plan social, leur milieu d'insertion. Ainsi en est-il d'une méconnaissance quasi-généralisée des liens de solidarité que tisse pourtant à proximité et à l'échelle locale le réseau associatif. Quels sont les groupes et organismes présents dans ce territoire d'accueil ou encore dans l'aire de rayonnement du musée par exemple? Peu nombreuses sont les institutions culturelles à aborder la question du territoire social de cette manière. Il y a là, à notre avis, un potentiel d'insertion et d'implication de l'institution culturelle — et donc de succès dans son fonctionnement — que l'on aurait tort d'ignorer.

## L'EXPRESSION DES BESOINS

Souhaitant dépasser quelque peu le discours connu sur la faiblesse d'attraction des institutions culturelles auprès de la population générale, nous aborderons ici sous un angle intentionnellement commercial la question des besoins des utilisateurs en tentant de les percevoir au travers de l'expression des besoins des clientèles et des non-clientèles<sup>4</sup>. En regardant en effet l'univers culturel à travers la lorgnette du consommateur — et non plus seulement celle de l'usager habitué des arts et de la culture —, il est possible de constater qu'en fait, l'univers artistique et culturel ne projette son image et son rayonnement que sur un segment très limité de la population. Celui-ci, pour reprendre l'argument commercial, a sans doute bel et bien atteint le point de saturation. Même en comptant sur quelques bouli-

---

4. Cette section emprunte à un article explorant la quête de l'industrie culturelle d'augmenter sans cesse sa part de marché de la consommation courante. On consultera Laperrière, Hélène et Pierre Laflamme, *Une norme ISO 9 000 pour les arts et la culture?*, Montréal, Collection Culture et Ville, INRS-Urbanisation, 1997.

miques artistiques éventuels, le plein de clientèles, pour nombre d'institutions, est loin d'être fait. La roue des subventions obligées, quémandées ou non sous la menace (de fermeture), commence alors à tourner. Au Québec, elle tourne même depuis un long moment, et de plus en plus vite vu le nombre croissant des demandes d'aide au fonctionnement en provenance d'institutions publiques dédiées aux arts et à la culture qui n'ont plus guère les moyens d'assumer seules leur propre promotion.

Si les moratoires répétés sur les équipements semblent révéler une certaine sagesse politique (pas question de construire davantage tandis que ceux existant ont peine à survivre), ils ne règlent pas tout. Il y aurait même là un effet pervers puisqu'en bloquant pour un temps tous les projets, on risque d'en compromettre certains intéressants et, en ne faisant que reporter à plus tard la pression à l'implantation de nouveaux équipements dont on assure qu'ils seront plus attrayants, plus populaires et donc plus rentables, on court également le risque de devoir en accepter « aussi » des moins intéressants. La « rentabilité » des lieux culturels, convenons-en à la lumière d'équipements récents mal ciblés (le Cosmodôme, le Musée de l'humour, la Biosphère, etc.), reste à être démontrée. Elle devra s'appuyer selon toute vraisemblance sur autre chose que ces bilans pro-forma basés sur des prévisions d'achalandage fort optimistes qui n'ont guère à voir avec le profil des comportements des consommateurs actuels et éventuels.

## Une question de mise en marché

Dans les analyses, même sommaires, de mise en marché de divers produits, l'une des premières préoccupations touche à l'expression des besoins et à la satisfaction de ceux-ci. Une fois établie la niche commerciale, on s'attache à raffiner le produit et l'emballage, puis sa promotion et sa diffusion.

Le schéma suivant permet de visualiser, simplement, cette notion de niche commerciale. En appliquant celle-ci aux arts et à la culture, on est à même de faire certaines observations.

Tableau 2  
Expression des besoins et niche commerciale

Besoins exprimés	connu	méconnu
Besoins non-exprimés	méconnu	inconnu
	clientèles satisfaites	clientèles non satisfaites

La première observation s'appuie sur le fait que les institutions culturelles sont pour la plupart un service public, c'est-à-dire qu'elles sont financées, à l'immobilisation mais aussi au fonctionnement, par l'ensemble des contribuables. Or, elles ne rejaillissent que sur un segment fort limité de la population active, les inconditionnels des arts et de la culture et quelques occasionnels, soit essentiellement ceux et celles que l'on peut placer dans l'univers des clientèles satisfaites aux besoins exprimés et quelques-uns dans la plage des besoins non-exprimés constituant à l'occasion des clientèles satisfaites.

La seconde observation a trait aux efforts promotionnels le plus souvent ciblés essentiellement sur les segments connus de consommateurs parce que basés sur des études de clientèles connues, à savoir celles fréquentant l'Institution. Si ces études apportent bien sûr périodiquement quelque information nouvelle quant aux clientèles habituelles, elles ne permettent guère de qualifier les non-habitués, leurs goûts, leurs aspirations, leur disponibilité aussi pour assister ou participer à une activité ou une manifestation culturelle. Ces besoins non-exprimés révèlent par défaut des clientèles non satisfaites. Ensemble, ils forment un univers inconnu.

La troisième observation concerne la fragmentation des clientèles. Les catégories socio-économiques étanches ne rendent plus compte du nouveau consommateur. Qui est-il, en effet, cet individu issu d'une communauté ethno-culturelle, détenant un diplôme d'études supérieures, un emploi précaire, et appréciant aussi bien l'Opéra de Montréal que les Tam

tams du Mont-Royal? Plus, s'ajoute maintenant à ces caractéristiques le fait que cet individu d'un nouveau type puisse également être un sportif-culturel et visiter l'un ou l'autre lieu de diffusion culturelle à vélo ou encore en patins à roues alignées. L'univers des besoins exprimés, croisé avec celui des clientèles non satisfaites, est peut-être plus important que l'on pense. Il demeure, pour l'heure, méconnu.

Une dernière observation a trait au phénomène, plus typiquement montréalais mais que ne devraient tout de même pas négliger à terme les régions du Québec — ne serait-ce qu'en matière de tourisme intra-qubécois —, de la présence importante des communautés ethno-culturelles dont on sait maintenant que les membres sont quasiment absents des statistiques de fréquentation des lieux culturels<sup>5</sup>. Ces non-publics n'expriment guère leurs besoins ou même lorsqu'ils les expriment, constituent la plupart du temps des clientèles non satisfaites. Or, à Montréal et à l'horizon 2006, ces communautés ethno-culturelles, compteront pour plus de la moitié de la population totale. Il ne s'agit plus, convenons-en, d'une clientèle potentielle marginale.

## L'INCONTOURNABLE CONCERTATION

Il est des « mots-valises » qui ont la vie particulièrement dure. Ainsi en est-il de la concertation que l'on utilise, à tort ou à raison, comme un nouveau dogme. Tantôt panacée à la consultation dont on se méfie de plus en plus, tantôt aussi nouveau crédo d'entreprise, la concertation est aussi, bien sûr, abondamment utilisée dans l'univers culturel. Mais que veut donc

---

5. Voir à ce sujet *Le paysage culturel et artistique montréalais : les infrastructures, les publics, les spécialités, les technologies et la réputation*, Groupe Culture et Ville, INRS-Urbanisation, Montréal, 1997, 40 pages. Au sujet des clientèles, on consultera Ouellet, Jean, *Les comportements culturels des personnes issues des communautés culturelles comparés aux comportements culturels des Québécois d'origine*, Ministère de la culture et des communications, *Chiffres à l'appui*, volume VIII, no 4, mars-avril 1995 et Bellavance, Guy, Daniel Latouche et Marcel Fournier, *Les publics des arts à Montréal. Comparaisons et bilan critique*, Montréal, INRS-Urbanisation et Université de Montréal, 1995. Pour se faire une idée de la situation montréalaise, on consultera Latouche, Daniel, Hélène Laperrière et Sylvain Lefebvre, *Les équipements culturels et la politique interculturelle à Montréal*, Montréal, INRS-Urbanisation, 1995.

dire ici la concertation? A-t-elle une portée réelle sur la réingénierie institutionnelle que commencent à entreprendre certaines institutions culturelles?

Ce thème de la concertation permet d'explorer, dans les arts et la culture, des questions tel l'impartition, l'implication, le partenariat, la mise en commun de services, le réseautage et l'entrepreneuriat culturel. Il ne s'agit pas ici de développer en profondeur chacune de ces avenues mais plutôt de suggérer, en vrac, quelques pistes de manière à irriguer prospectivement la réflexion.

Les regroupements et actions conjointes de toutes sortes sont explorés de plus en plus régulièrement par les gestionnaires d'établissements culturels. Certaines activités issues de ce type d'opérations sont de francs succès tandis que d'autres n'arrivent guère à faire oublier la somme des efforts par ailleurs consentis. Cela porte à penser qu'il y a d'autres considérations à prendre en compte que la stricte mise en commun de services ou de ressources pour abaisser les coûts de production d'une exposition ou d'une activité. Se pourrait-il par exemple que nous n'ayons pas fait le plein de toutes les possibilités offertes et existantes dans divers autres secteurs?

Nous ne disposons pas encore, par exemple, d'un code d'éthique de la commandite. Il faut entendre des intervenants culturels décrire le caractère ardu de la négociation entourant une participation du secteur privé pour comprendre l'urgence de se doter au minimum de quelques règles que pourraient se partager les secteurs culturels qui y font appel.

Si la fusion des établissements apparaît comme une solution extrême, peut-être pouvons-nous explorer plutôt la mise en commun de certains services tel la paie, l'approvisionnement et la gestion des stocks, etc.

Le réseautage d'idées, de compétences et de services spécialisés ne semble pas encore être une pratique courante. On procède certes parfois au développement d'activités conjointes mais c'est le plus souvent sur une base *ad hoc*. La collaboration sur une base permanente est-elle si difficile que l'on accepterait plus aisément des moyens individuels réduits et donc un rendement moins satisfaisant? Il est malheureux de constater que c'est la nécessité qui fait — encore — naître les initiatives les plus porteuses.

L'une des hypothèses les plus vraisemblables serait le fait que les institutions culturelles seraient — encore — extrêmement hiérarchisées, ce qui limiterait grandement les possibilités d'établissement de réseaux autour de projets récurrents, ceux-ci nécessitant plutôt des structures légères peu ou pas hiérarchisées. Quelques initiatives comme la Journée des musées montréalais, la Semaine des musées québécois et la Route verte culturelle méritent ici d'être soulignées.

Le manque d'enracinement, et conséquemment d'implication dans la communauté explique sans doute pourquoi certaines institutions semblent décrochées de la réalité qui les environne et conséquemment, n'attirent guère les non-clientèles. En ne se considérant pas elle-même comme « citoyenne », l'institution culturelle aura de la difficulté à s'attirer la sympathie de ces autres institutions envers lesquelles elle-même ne se tourne guère.

Peu d'institutions culturelles ont exploité à ce jour les produits dérivés. Il y a certes les catalogues et menus objets mais nous référons plutôt ici à la production par exemple d'objets d'art en série mais en série tout de même limitée. Produire, en partenariat avec une fonderie artisanale, de beaux objets capables de plaire à une clientèle moyennement fortunée, permet de passer du statut de diffuseur culturel à celui d'entrepreneur culturel. Il faut pour cela développer une vision stratégique d'entreprise. Les quelques expériences connues montrent en tout cas que l'investissement nécessaire au départ rapporte rapidement et dans certains cas beaucoup. Les rendements issus de la vente en boutique semblent dans la plupart des cas meilleurs lorsqu'il y a production à l'interne plutôt que simplement revente d'objets à titre d'intermédiaire.

Plutôt que de faire plus avec moins — ou de façon plus cynique, de faire moins avec moins —, peut-être est-il temps simplement, de faire autrement.

## **PARTIE IV**

### **L'INFOROUTE**

---

Présidente d'atelier

Andrée Fortin  
Université Laval



# LOGIQUES D'ACCÈS ET DÉMOCRATISATION DE LA CULTURE SUR LES AUTOROUTES DE L'INFORMATION

Gaëtan Tremblay  
GRICIS, UQAM

---

La culture sera-t-elle plus accessible grâce aux autoroutes de l'information? La numérisation du patrimoine littéraire et audiovisuel, sa mise à disposition par une infinité de serveurs accessibles par télécommunications à partir du foyer, des bibliothèques, des collèges ou autres endroits publics favoriseront-elles une plus grande démocratisation de la culture?

Pour les prophètes de la société de l'information, ces questions ne se posent même pas puisque les réponses s'imposent d'emblée à l'évidence : la société postindustrielle est et sera une société du savoir, de la connaissance, de la culture. La main d'oeuvre y sera plus instruite et aura accès, grâce à la toile d'araignée universelle que tisseront les réseaux de communication à large bande, à l'ensemble des informations et des produits culturels du monde, quelles qu'en soient la nature et l'origine. « L'information sera illimitée et accessible à tous. Perspective fascinante! Une révolution pédagogique s'annonce » (GATES, 1995, p. 226).

Il faut bien avouer que le discours gouvernemental et celui des promoteurs des nouveaux réseaux semblent prendre très au sérieux ces possibilités et s'entendent pour faire de l'accessibilité universelle une priorité. S'ils tiennent parole, pourrait-on se dire, n'y a-t-il pas là, en effet, une merveilleuse occasion de développement et de démocratisation culturelle?

Mais avant de conclure à l'inévitabilité du progrès et à une plus grande démocratisation de la culture, il faut examiner la question d'un peu plus près. Après avoir rappelé, dans un premier point, les objectifs et les principes qui guident les politiques publiques en la matière, j'aborderai, dans un second point, l'offre culturelle présente sur les préfigurations d'autoroutes de l'information que sont Internet et UBI. Je poursuivrai, dans un troisième point, sur les usages réels des services offerts par ces réseaux. Je terminerai par un questionnement sur les logiques d'accès à la culture qui se mettent en place sur ces réseaux. Chemin faisant, je tenterai donc de répondre aux questions suivantes : quel accès, à quelle culture, pour qui et à quelles conditions? Un postulat, évident mais trop souvent oublié, sous-tend toute ma réflexion : l'accessibilité est une condition nécessaire mais non suffisante à la démocratisation de la culture. L'éducation en constitue une autre condition tout aussi importante.

## 1. LE DISCOURS POLITIQUE

Deux thèmes, dans le discours des pouvoirs publics, apparaissent de la plus grande pertinence par rapport à mon sujet : celui de l'accessibilité et celui du contenu canadien et québécois.

### 1.1 L'accessibilité

Les documents qui énoncent la politique, tant fédérale que provinciale, en matière d'autoroute de l'information sont formels : l'accessibilité universelle à un coût raisonnable, sur l'ensemble du territoire, doit constituer l'un des principes de base devant présider à leur implantation et à leur développement, et il appartient à l'État de s'assurer qu'il en est bien ainsi. Voici quelques exemples qui illustrent bien la clarté des intentions des pouvoirs publics à cet égard. Tout d'abord, un extrait de *La société canadienne à l'ère de l'information : pour entrer de plain-pied dans le XXI<sup>e</sup> siècle* :

« [...] l'autoroute canadienne de l'information devrait être aussi accessible et utile aux Canadiens que le sont aujourd'hui le téléphone et la télévision. L'essor du marché des produits et

services d'information devrait favoriser l'accès à un coût abordable aux services essentiels de l'autoroute de l'information dans un climat de saine concurrence. Or, si les forces du marché ne permettent pas un tel accès, le gouvernement est prêt à intervenir pour permettre à tous les Canadiens, quel que soit leur revenu ou leur lieu de résidence, de bénéficier à un coût abordable des services essentiels de l'autoroute de l'information (Gouvernement canadien, 1996, p. 25) ».

Le document québécois *Pour une stratégie de mise en oeuvre de l'autoroute de l'information au Québec* n'est pas moins formel : « L'accès à l'autoroute de l'information devrait être assuré à tous, de façon équitable, et ce, peu importe leur situation géographique, sociale ou économique » (Secrétariat de l'autoroute de l'information, 1996, p. 5).

Pour y parvenir, l'État souhaite bien sûr l'adoption d'une politique de prix des services abordables et raisonnables. Il compte sur la concurrence pour ce faire. Mais il entend également assurer des points d'accès dans les endroits publics. Le rapport du Comité consultatif, présidé par M. Berlinguet, est à cet égard intéressant. Il lui apparaît judicieux « d'établir des points de service dans les lieux publics, les centres commerciaux, les bibliothèques publiques, etc. » (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1995, p. 9). En conséquence, les municipalités sont invitées à participer au développement de l'autoroute de l'information : elles « sont aussi responsables du réseau des bibliothèques publiques. Il y en a plus de 900 réparties sur tout le territoire. Dans plusieurs petites municipalités, elles constituent même, parfois, le centre de la vie culturelle locale » (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1995, p. 38). Et « le ministre responsable de l'autoroute de l'information doit soutenir les responsables des bibliothèques publiques qui, avec l'appui financier des municipalités concernées, sont prêts à faire l'expérience d'installer les équipements nécessaires dans leurs locaux et ainsi faciliter l'accès aux autoroutes de l'information à leurs usagers » (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1995, p. 39). Enfin, « d'autres points de service [ailleurs que dans les bibliothèques] devront être installés lorsque nécessaire pour répondre adéquatement aux besoins de la clientèle des ministères ou des organismes qui dispensent de tels services » (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1995, p. 40).

Une perspective sociale guide cette politique d'accès :

« pour éviter que seuls les enfants des milieux urbains ou privilégiés sur le plan économique soient équipés pour utiliser l'autoroute de l'information, le plan d'informatisation doit garantir aux écoles des régions éloignées et des milieux défavorisés un niveau d'accès équivalent à celui des autres écoles. On doit mettre sur pied des centres communautaires de technologies de l'information, dans les centres de loisir municipaux ou les bibliothèques publiques, pouvant apporter des ressources complémentaires à l'école, notamment dans les régions éloignées. Dans d'autres régions éloignées, les écoles sont les seuls endroits où on puisse trouver des ordinateurs. Les élèves et leurs parents devraient pouvoir y avoir accès le soir et la fin de semaine » (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1995, p. 13).

Enfin relevons que pour le comité Berlinguet, les NTIC ne soulèvent pas que des questions d'égalité d'accès et d'économie dans la fourniture des services. Pour être de véritables instruments de développement régional, elles doivent également favoriser la responsabilisation des citoyens : « l'autoroute de l'information viendra appuyer le mouvement de régionalisation déjà amorcé. En éliminant les distances, l'autoroute de l'information contribuera à assurer au citoyen québécois l'égalité d'accès aux soins de santé et aux services sociaux. Elle rendra accessible l'information sur les particularités locales et régionales afin de pouvoir adapter les soins et services aux besoins spécifiques des communautés et des régions. De plus, en rendant l'information plus accessible, elle viendra responsabiliser le citoyen pour son propre bien-être et l'incitera à s'impliquer dans la gestion du système de soins de santé et de services sociaux établi dans son milieu, dans sa région » (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1995, p. 19).

## 1.2 La présence de contenu québécois et canadien

Les deux ordres de gouvernement se préoccupent également de la disponibilité de contenu d'origine canadienne et québécoise, en français comme en anglais, sur les autoroutes de l'information et entendent adopter

des mesures pour en favoriser la production et la mise à disposition. Ils ont même créé des fonds spéciaux d'aide à la création et à la recherche développement. Citons à cet égard la stratégie québécoise qui fait de la langue, de la culture et du rayonnement du Québec l'un de ses objectifs principaux :

« L'autoroute de l'information ignore les frontières linguistiques, culturelles ou nationales. Elle doit servir à l'ouverture sur le monde et à l'expression des cultures singulières, non à l'homogénéisation des contenus. Il est nécessaire d'agir pour que la société de l'information soit effectivement diversifiée, plurilingue et respectueuse des valeurs de la société québécoise. Le français doit y avoir toute sa place.

Le déploiement des autoroutes conduit les acteurs concernés à repenser les cadres habituels de l'activité de création, de production et de diffusion de l'information. Le contenu constitue un enjeu décisif.

Dans tous les milieux concernés, une réflexion et des choix s'imposent pour infléchir le cours des choses dans le sens de l'expression de la créativité de chacun.

Dans ce contexte, les cibles retenues, portent sur :

- \* le français, une des langues d'usage des autoroutes;
- \* la création de contenus originaux d'expression française et la diffusion de la culture et des oeuvres québécoises;
- \* le rayonnement du Québec » (Secrétariat de l'autoroute de l'information, 1996).

La volonté politique semble donc claire, tout au moins dans ses intentions. L'État veut s'assurer d'une accessibilité universelle et de la présence significative de contenu canadien et québécois sur les autoroutes de l'information.

## 2. L'OFFRE CULTURELLE SUR LES RÉSEAUX

Tout le monde connaît Internet de nos jours. Tout le monde sait également que, si les usages commerciaux s'y sont largement développés depuis quelques années, le réseau des réseaux était à l'origine un instrument de communication militaire qui s'est progressivement transformé en un mécanisme d'échanges entre chercheurs, professeurs et étudiants. Il est donc largement identifié à la vie académique, scientifique et culturelle. C'est devenu un cliché d'affirmer qu'on trouve de tout sur Internet, y compris des livres entiers, des articles, des documents gouvernementaux, des photographies, des reproductions de peintures, des documentaires, etc. Et beaucoup de ces oeuvres sont offertes gratuitement. Bref, Internet donne accès à un véritable trésor culturel et ce sans déplacement et presque sans effort, dans le confort de son foyer ou de son bureau.

Si l'on prend Internet comme modèle, on peut facilement se laisser aller à rêver que les autoroutes de l'information, ayant amélioré la bande passante et la vitesse de transmission — souvent déficientes sur Internet —, permettront de franchir un formidable bond dans l'accès à la culture. Imaginez des cours entiers donnés par les plus grands spécialistes du monde, les collections des musées les plus prestigieux comme les plus spécialisés, les films et les bandes vidéos de tous types, les livres, les encyclopédies, les banques d'information, les oeuvres expérimentales comme les classiques de toutes les cultures dans tous les domaines de la création, etc., tout cela accessible d'une simple commande sur son clavier! Il y a de quoi entretenir les plus folles ambitions de révolution culturelle.

La notoriété d'Internet a également été accompagnée de l'essor d'une autre technologie, celle du multimédia, dont on connaît le succès dans la numérisation du patrimoine culturel, en particulier des collections muséales. Pour l'instant, les CD-ROM et les CDI présentent l'avantage, par rapport à la consultation en ligne, d'une plus grande rapidité, d'une meilleure qualité d'image et d'une plus grande interactivité. Par compte, ces produits ne sont pas gratuits. Il faut payer pour en faire l'acquisition, et les prix sont encore passablement élevés. Malgré tout, les produits multimédias sont en plein essor et constituent un autre moyen de mise en circulation des oeuvres culturelles.

On ne saurait, au Québec, évoquer les nouveaux modes de mise à disposition de la culture sans faire référence au projet UBI (Universalité, bidirectionalité, interactivité), qualifié par ses promoteurs de « première autoroute de l'information grand public au monde ». UBI fait actuellement ses débuts au Saguenay. À la fin mars 1997, plus de 15 000 appareils (incluant un décodeur, une commande à distance avec un clavier et une mini-imprimante) ont été distribués. Comme vous le savez, UBI passe par le câble et utilise la télévision plutôt que l'ordinateur. En plus de donner accès aux services classiques du câble offerts par Vidéotron, il offre un ensemble de services interactifs regroupés en neuf catégories :

- 1) info/commentaires;
- 2) courrier;
- 3) éducation/santé;
- 4) services publics;
- 5) services financiers;
- 6) petites annonces;
- 7) circulaires/aubaines;
- 8) carrefour commercial;
- 9) divertissement.

De plus, les promoteurs annoncent qu'UBI offrira dans un proche avenir une passerelle avec Internet, permettant de visionner les documents audiovisuels avec la qualité d'image de la télévision. UBI contribuera-t-il à une plus grande accessibilité à la culture? Ses promoteurs nous affirment que oui, sans l'ombre d'un doute. Mais autant on pense à la culture savante lorsqu'on parle d'Internet et du multimédia, autant on ne peut s'empêcher d'associer UBI davantage à la culture de divertissement mass-médiatique. UBI comporte bien sûr une section Éducation/Santé et promet l'accès aux banques d'information comme au courrier électronique. Mais sa configuration technique même contraindra le développement de ces types de services et d'usages. Un clavier minuscule, dont les touches sont disposées dans l'ordre alphabétique plutôt que selon la disposition standard des machines à écrire, ne se prêtera guère aux longs messages et aux interactions élaborées.

UBI apparaît donc destiné surtout à la consommation des produits audiovisuels — la télévision classique, bien sûr, mais aussi la vidéo sur

demande — et les transactions commerciales — de la consultation des circulaires au télé-achat en passant par les réservations et les consultations de comptes bancaires —. Les échanges d'information et les interactions complexes seront sans doute fort limitées.

L'annonce des spectacles et des produits culturels sur UBI, de même que la possibilité de réserver ou de commander directement, fera-t-elle augmenter la consommation des produits culturels? Peut-être un peu, mais je ne vois pas sur quelles bases on pourrait prévoir un changement radical par rapport à la situation présente qui offre tout de même déjà un certain nombre de mécanismes faciles d'accès pour ce faire.

### 3. LES USAGES DES RÉSEAUX

Il est difficile de se faire une image précise et exacte des usages des nouveaux réseaux de communication. Internet est en croissance constante et les chiffres d'hier sont déjà dépassés. De plus, les enquêtes représentatives sont rares. Au Québec, par exemple, le RISQ, qui en est à son troisième sondage, prend bien soin d'avertir que ses données n'ont aucune valeur de représentativité. Enfin, ces enquêtes comportent peu de questions et fournissent surtout des informations générales sur le sexe, l'âge, la profession, le revenu des usagers, le temps d'utilisation. Elles renseignent peu sur les usages réels. À peine apprend-on, dans les résultats de la deuxième enquête du RISQ, que « le W3 constitue le service d'Internet le plus fréquemment utilisé pour 69 % des répondants. Ce pourcentage est en forte hausse par rapport à la première enquête, aux dépens du courrier électronique (qui est le service le plus utilisé pour 23 % des répondants). Similairement à la première enquête, on remarque que les femmes sont beaucoup plus nombreuses que les hommes, en proportion, à se servir du courrier électronique plus que de tout autre service d'Internet (32 % comparativement à 21 %) (RISQ, 1996) ».

Quels services les usagers québécois utilisent-ils sur le Web? L'enquête du RISQ nous apprend que 88 % des répondants se servent du W3 pour se divertir et 61 % pour se tenir au courant de l'actualité. On s'en sert également pour le travail et pour chercher de l'information de divertisse-

ment (55 %), publique (49 %), commerciale (45 %) ou académique (40 %). Parmi les 25 sites Web les plus fréquentés par les répondants, 13 sont québécois et 12 sont américains. La liste compte de nombreux sites de logiciels, de recherche d'information et d'actualité.

Ce sont des chiffres intéressants, mais qui ne nous apprennent rien de précis sur les usages culturels de l'Internet. Les répondants se divertissent et s'informent, soit, mais avec quoi? Quels sont les types de services qu'ils consultent et qu'ils utilisent? Se divertissent-ils avec des jeux électroniques, du matériel pornographique, des jeux interactifs de châteaux et dragons, des romans policiers, des encyclopédies, des visites de musées, ou que sais-je encore?

La disponibilité des collections de l'ONF et des grandes bibliothèques sur le W3 se traduit-elle par une plus grande fréquentation des oeuvres? La multitude d'informations disponibles sur les auteurs, les compositeurs, les interprètes a-t-elle le même effet? Autant de questions auxquelles je ne peux répondre, faute de données pertinentes.

À défaut de données précises, je suis prêt faire le pari suivant : une fraction infime du temps que les usagers passent sur le W3 est consacrée à télécharger des romans ou des collections de peintures, à consulter des encyclopédies ou à discuter de questions culturelles. La culture ne se limite pas à cela, me direz-vous. J'en conviens volontiers. Il serait intéressant de savoir, alors, à quelles types d'activités culturelles s'adonnent les usagers d'Internet et dans quelles mesures ces pratiques risquent de transformer ou non les paramètres de la consommation culturelle.

Quant à UBI, il est encore trop tôt pour en dire quoi que ce soit. Sur les 15 000 appareils distribués, à peine 3 000 avaient été effectivement raccordés à la fin mars dernier. Et les services offerts sont encore très embryonnaires. Aux dires des Saguenéens interrogés sur les ondes de Télé-Québec ou par les journalistes de la Presse, on y trouverait surtout, pour l'instant, des annonces publicitaires et des jeux (fort décevants pour les adolescents!).

Restent les produits multimédias. Bon nombre sont des jeux mais, comme je l'ai évoqué précédemment, la numérisation du patrimoine y ren-

contre, de manière un peu inattendue, un certain succès. Qui sont les acheteurs de ces CD-ROM et quels utilisations en font-ils? Là encore, les informations précises font défaut. Je risque encore une hypothèse : les acheteurs de multimédias culturels sont déjà des amateurs d'art et de culture. Le CD-ROM vient, pour eux, remplacer ou compléter l'achat d'autres produits culturels, comme les livres d'art.

La conclusion sur les usages s'impose à l'évidence : faute de renseignements précis, on ne peut rien en dire. Un tel constat devrait toujours rester présent à l'esprit lorsque nous nous hasardons à des conjectures et à des extrapolations à partir d'observations fort partielles.

#### 4. LES LOGIQUES D'ACCÈS

Bref, que savons-nous? Nous savons que les autoroutes de l'information n'existent pas encore, sauf sur papier et à l'état de projet. Nous en connaissons des préfigurations, comme Internet, ou des expériences-pilote, comme Orlando ou UBI. Et nous imaginons bien des choses à partir de ce que des gourous comme Gates ou Negroponte, ou des promoteurs (je ne nommerai personne), nous font miroiter.

Nous savons encore que les pouvoirs publics comptent sur l'entreprise privée pour installer et développer les infrastructures et les équipements nécessaires, qu'ils font de l'accessibilité universelle une priorité et qu'ils créent des programmes pour promouvoir la création et la distribution de contenu canadien et québécois.

Nous savons également que les entreprises privées de divers secteurs — télécommunications, câblodistribution, satellite, informatique, etc. — sont intéressées au développement de réseaux concurrents auquel elles devront consacrer des capitaux considérables. Et nous savons finalement que nous ne savons rien des usages réels des nouveaux services qui seront offerts sur ces réseaux. Nous pouvons cependant présumer, sans grand risque de nous tromper, que les fournisseurs de services et les opérateurs de réseaux accorderont priorité à ceux qui présentent le plus grand potentiel de valorisation, compte tenu de l'importance des fonds investis. Ce seront

probablement les chaînes de télévision payante, la vidéo sur demande, les jeux et les services transactionnels.

Les autoroutes de l'information et les produits multimédias contribueront sans doute à une marchandisation accrue de la culture et des communications et à une privatisation encore plus grande de la consommation culturelle. Les oeuvres de tous types seront désormais offertes à la fois sur support matériel individualisé, chez les libraires les disquaires ou autres magasins spécialisés, autorisant une appropriation personnelle de la part du consommateur, et en ligne, par télécommunication, câblodistribution ou satellite, moyennant un tarif d'abonnement à un serveur et le paiement d'un droit d'utilisation ou de copie (déjà plusieurs services sont payants sur Internet. Il est à prévoir que la tendance va s'accroître et que la proportion des services gratuits ira en décroissant). La première forme, l'achat d'une copie sur support matériel, constitue une marchandisation directe, correspondant au modèle bien connu de l'éditorial; la seconde, l'accès en ligne, réalise une synthèse de la marchandisation directe et indirecte, que nous avons proposée de nommer modèle de club (TREMBLAY, 1996; TREMBLAY et LACROIX, 1991).

Cette mise à disposition marchande des productions culturelles augmentera bien sûr l'accessibilité mais elle ne se traduira pas nécessairement par une plus grande démocratisation culturelle. Les discours officiels ont malheureusement de plus en plus tendance à réduire la notion de service public à celle de l'accessibilité, le reste n'étant plus qu'affaire de liberté de choix du consommateur. Nous savons bien que la réalité est plus complexe et que la capacité de payer risque d'introduire une discrimination dans l'accès à la culture.

L'instruction constitue une autre variable discriminante. Les données de l'enquête du RISQ sont à cet égard révélatrices : « 50 % des répondants âgés entre 25 et 44 ans ont complété un baccalauréat comparativement à 15 % de l'ensemble des Québécois appartenant à ce même groupe d'âge (RISQ, 1996) ». Certes, l'écart diminue, et continuera de diminuer au fur et à mesure de la diffusion et de la popularité de la technologie mais il demeure que son utilisation implique un certain savoir-faire qui exige un minimum d'apprentissage.

De plus, l'accès est une chose, l'utilisation effective en est une autre. On ne peut espérer de changements dans la vie culturelle des Québécois qu'au prix d'un effort d'éducation majeur, qui dépasse largement l'initiation à l'informatique et aux nouvelles technologies de communication. Le rôle de l'État est ici prépondérant. Il ne suffit pas de numériser les oeuvres des créateurs québécois et de les mettre sur Internet ou sur CD-ROM.

Il ne suffit pas non plus de proclamer la nécessité de la formation continue, comme le fait le gouvernement fédéral : « Dans un proche avenir, les Canadiens devront cesser de considérer l'acquisition du savoir comme une expérience scolaire vécue au début de leur vie et la considérer comme un processus continu, enrichissant et essentiel au maintien de leur emploi et à leur réussite. Somme toute, le Canada devra adopter une culture de l'apprentissage continu, partie intégrante de son évolution vers une société de l'information » (Gouvernement canadien, 1996, p. 24).

L'apprentissage continu est certes devenu une condition d'employabilité. Mais il doit viser aussi d'autres objectifs. Il faut cultiver le goût et encourager l'expression créatrice. La culture, on l'oublie trop souvent, n'est pas que consommation de produits, fussent-ils présentés sur les supports les plus *high-tech*. Elle est partage d'un effort individuel et collectif d'accomplissement de soi et d'émancipation. En ce sens, seule l'éducation peut l'initier et la stimuler. Paradoxalement, il faut se libérer de la fascination et de l'obsession de la technologie si l'on veut que l'accessibilité plus grande qu'elle permet aboutisse à une véritable démocratisation et à une plus grande qualité de la vie culturelle.

D'aucuns, comme Pierre LÉVY (1994) prédisent une véritable révolution culturelle avec l'avènement du multimédia et des autoroutes de l'information. Le moins qu'on puisse dire est que l'observation peut difficilement permettre d'en apercevoir les grands traits, si tant est qu'elle soit amorcée. Bernard MIEGE (1997) adopte un point de vue plus prudent et certainement plus avisé. On peut, selon lui, envisager trois orientations au développement de ces nouvelles techniques : 1) que ces nouveaux médias introduise un changement aussi important, et aux conséquences aussi lourdes, que l'invention de l'imprimerie; 2) qu'ils ne constituent finalement qu'un mode supplémentaire de mise à disposition des contenus et qu'ils s'ajoutent, sans bouleversements majeurs, à la liste des médias existants;

3) qu'à partir des emprunts et des tâtonnements actuels, ils donnent progressivement naissance, comme le cinéma en son temps, à de nouveaux modes d'expression.

Il est sans doute trop tôt pour savoir laquelle de ces orientations prévaudra. Pour ma part, je préfère interpréter les changements en cours en termes d'avancée des procès de marchandisation et d'industrialisation plutôt qu'en termes de dépassement de la société industrielle, en termes de passage d'un mode d'organisation du capitalisme à un autre, du fordisme au gatesisme (TREMBLAY, 1995).

Chose certaine, il ne serait guère de bonne méthode de postuler que les utilisations explorées par certains groupes d'utilisateurs aux caractéristiques bien particulières (forte instruction, passion pour l'informatique, créativité, etc.) vont se généraliser à l'ensemble de la population selon le schéma contestable de la théorie diffusionniste, des utilisateurs précoces au grand public et jusqu'aux plus récalcitrants (ROGERS, 1983). Il ne faut pas confondre les utilisations innovatrices d'une technologie, telles que les pratiquent les artistes et les chercheurs, avec les usages grand public de ces mêmes technologies. On n'a qu'à penser à la vidéo, par exemple.

De la même manière, il faut se garder d'extrapoler sur le potentiel de transformation d'une technologie à partir de certains types d'utilisations. Ce n'est pas la technologie en elle-même qui recèle un pouvoir d'émancipation ou d'asservissement. Ce sont les usages qu'on en fait. Ce n'est pas Internet qui est « révolutionnaire », c'est la démocratie; et ce n'est que dans la mesure où le premier se structure et fonctionne selon les principes de la seconde qu'il peut participer de son pouvoir de transformation. Il s'y est conformé durant toute la période où il a surtout relié entre eux des chercheurs, des professeurs et des étudiants. Le restera-t-il maintenant que le commerce s'y développe rapidement? Cela dépendra du résultat des rapports de force entre les tenants du service public et ceux de la marchandisation. Ma sympathie et mon soutien vont aux premiers mais je crains fort que la balance ne penche en faveur des seconds. Ce n'est pas faire montre de pessimisme ou de défaitisme que de le penser. J'oserais même affirmer que ce n'est qu'en faisant preuve de lucidité sur les rapports de force en présence, qu'en posant un diagnostic réaliste, qu'on peut adopter les politiques nécessaires et les stratégies adéquates à l'atteinte des objectifs poursuivis.

## BIBLIOGRAPHIE

- GATES, B. (1995), *La route du futur*, Paris, Robert Laffont.
- Gouvernement canadien (1996), *La société canadienne à l'ère de l'information : pour entrer de plain-pied dans le XXI<sup>e</sup> siècle*, Ottawa.
- LÉVY, P. (1994), *L'intelligence du cyberspace. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte.
- MATTELART, A. (1996), *La mondialisation de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France, Que sais-je.
- MATTELART, A. (1992), *La communication-monde. Histoire des idées et des stratégies*, Paris, La Découverte.
- MIEGE, B. (1997), *La société conquise par la communication* (Tome 2) *La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- RISQ (1996), Points saillants de l'enquête, résultats disponible sur Internet.
- ROGERS, E.M. (1983), *Diffusion of Innovations.*, New York : The Free Press, 3rd edition.
- Secrétariat de l'autoroute de l'information (1996), *Pour une stratégie de mise en oeuvre de l'autoroute de l'information au Québec*, Document de travail et de consultation, Québec.
- TREMBLAY, G. (1997), « La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation et de la convergence », *Sciences de la Société*, Toulouse, no 40, p. 11-23.
- TREMBLAY, G. (1995), « La société de l'information : du fordisme au gatesisme », *Communication Information*, vol. 16, no 2, pp. 131-158.
- TREMBLAY, G. et J.-G. LACROIX (1991), (avec la collaboration de Ménard, M., et de Régnier, M.-J.), *Télévision : la deuxième dynastie*, Presses de l'Université du Québec

# L'ART EN RÉSEAU AU QUÉBEC : ÉTAT DE LA SITUATION D'UN DOMAINE EN EFFERVESCENCE

Colette Lelièvre  
Étudiante au doctorat en études urbaines à  
l'INRS-Urbanisation

---

Les artistes ont commencé à expérimenter l'art en réseau il y a 25 ans. Cependant, les conditions dans lesquelles ils ont évolué pour maîtriser et s'approprier les outils sont encore peu connues. Pourtant, l'analyse des débuts de la pratique de ces précurseurs de l'art en réseau révèle des similitudes avec celle des artistes qui explorent aujourd'hui l'utilisation du Web pour la création.

Bien qu'utiliser un satellite pour un événement à teneur artistique soit beaucoup plus complexe qu'utiliser Internet, le contexte demeure le même, c'est-à-dire que l'ensemble des conditions qui permettent l'appropriation de ces technologies n'a pas beaucoup changé. Par appropriation, nous entendons « comment se constituent des usages différenciés selon les groupes sociaux et le sens qu'ils revêtent pour ceux-ci »<sup>1</sup>. Cette orientation présuppose qu'il n'y a pas un usage mais des usages qui ont un sens. Souvent, les individus ou les groupes explorent un outil à cause des capacités fonctionnelles de celui-ci, mais sans que son intégration dans la réalité quotidienne n'ait été évaluée. L'intérêt des individus ou des groupes est motivé par un projet, souvent de nature politique<sup>2</sup>, qui leur permet d'acquiescer et d'augmenter le contrôle sur les décisions qui les concernent.

Au Québec, les artistes du centre Langage Plus ont participé à tous les premiers événements d'art en réseau d'envergure internationale consa-

crés aux moyens de télécommunication. En portant une attention particulière aux motivations qui ont conduit à l'expérimentation de ces technologies, nous comptons démontrer que les conditions sociales et techniques de l'époque ont sonné le glas des expériences faites par ce centre d'artistes. Nous observerons ensuite le cas du Web art pour enfin conclure que ces conditions n'ont pas beaucoup changé.

## LE PROJET DERRIÈRE LA TECHNOLOGIE

Langage Plus est un centre d'artistes situé à Alma au Lac-St-Jean. Il a été fondé en 1980 par Alayn Ouellet, Jocelyn Maltais et Alain Laroche. Ces trois artistes voulaient avoir accès à l'art actuel et en produire dans leur localité.

La mise sur pied de ce centre a été motivée par le besoin d'autonomie vis-à-vis des autres régions et le désir de maintenir et de créer des échanges avec elles. Il y avait chez les fondateurs une volonté de construire leur propre langage artistique et de s'affranchir du poids qui se dégageait des grands centres urbains. Ainsi, le collectif d'artistes écrit :

« La seule motivation qui nous fait fonctionner, réside dans le développement d'un espace alternatif, propice à une « autre » (dans le sens propre du terme) expression régionale et prouver que malgré et grâce à un environnement non-métropolitain, une région éloignée est capable de se doter elle-même d'éléments d'avancements culturels, sans faire appel à des schémas issus des capitales. »<sup>3</sup>

Alain Laroche explique aussi qu'au « Lac-Saint-Jean, il n'y avait rien. Nous voulions qu'il s'y passe des choses et aussi avoir des liens avec d'autres régions dont Montréal. »<sup>4</sup>

Compte tenu de ce désir d'autonomie et de cette volonté de démontrer que l'art actuel peut être présent en région, il ne faut pas s'étonner que les artistes du centre aient été attirés par de nouveaux outils de communication. Ainsi le collectif écrit-il après avoir essayé un système d'ordinateur en temps partagé :

« On ne peut rester insensible devant un tel médium de communication. Celui-ci, permettant à une région éloignée des grands centres, de communiquer rapidement sur le plan international. »<sup>5</sup>

Utiliser les télécommunications comme outil de création correspondait donc à leur volonté de faire de l'art actuel en région, ce qui a fait dire à Alayn Ouellet :

« Elle est terminée cette époque où seuls New York, Montréal ou Los Angeles étaient les milieux de vie possible. On pourra à l'avenir préférer habiter la banlieue ou la campagne sans subir nécessairement un isolement stérilisant et cette banlieue pourra s'appeler Alma et cette campagne, Lake Forest Road, très loin de Montréal ou Chicago, sans en supporter un préjudice. La diffusion n'empêchera pas nécessairement les vastes rassemblements urbains, elle les rendra en tout cas moins inévitables. »<sup>6</sup>

Le désir de se libérer des contraintes territoriales trouve aussi un écho chez plusieurs artistes du Web<sup>7</sup>. Mais de plus, l'organisation du milieu artistique leur semble lourde. S'appuyant sur les capacités des technologies qui sont activement véhiculées par les médias, nombreux sont les artistes qui estiment pouvoir garder plus de contrôle sur leur création en s'acquittant de tâches qu'ils délèguent encore à différents intervenants culturels. Ainsi, voici ce que pense Thomas Dolby, un compositeur américain, sur l'utilisation d'Internet par les artistes :

« Grâce aux réseaux informatiques, tout artiste va pouvoir devenir son propre éditeur souligne Thomas Dolby. Cette utopie des années 60 devient réalité. Le contact à distance entre les compositeurs et son public, l'autoproduction et l'autopromotion sont à la portée de tous ... Il va falloir clarifier le rôle des intermédiaires, et notamment des maisons de disques. Elles vont s'inventer de nouveaux rôles. »<sup>8</sup>

Les espoirs mis dans la capacité des réseaux électroniques sont d'autant plus grands que l'État soutient de moins en moins le domaine des arts. En ligne, une oeuvre virtuelle est partout et nulle part à la fois. Délais-

sant contre leur gré les rencontres en chair et en os entre artistes et public, il est toujours possible pour les artistes de participer à une exposition d'envergure sans que les organisateurs aient à les inviter sur place<sup>9</sup>. Il ne s'agit pas d'un choix volontaire mais plutôt d'une détermination à continuer la diffusion des arts innovateurs malgré les contraintes financières<sup>10</sup>.

## DES ÉVÉNEMENTS D'ART EN RÉSEAU AU WEB ART

« Les arts réseau représentent sans doute la forme la plus immédiatement rattachée aux arts médiatiques, en cela qu'ils regroupent plusieurs types de pratique reposant sur l'utilisation des technologies de télécommunication telles que l'environnement télématique, le modem, le téléphone, le télécopieur 2D et 3D, les dispositifs de visioconférence et de vidéoconférence, les réseaux de communication électronique et la transmission par satellite. Les projets d'art réseau se fondent sur une recherche de création collective d'artistes séparés dans l'espace mais reliés par connectivité télématique sur un mode interactif autour d'une réalisation commune. »<sup>11</sup>

Les événements d'art en réseau s'apparentent au *happening*. Ils sont éphémères et ils ont lieu dans un espace-temps précis. Les documents produits durant ces manifestations sont des traces. Sauf à titre de référence, ils n'ont pas de valeur artistique. La participation des individus crée l'événement<sup>12</sup> remettant ainsi en cause la notion d'auteur puisque dans

« l'utilisation de réseaux, il y a autant « d'auteurs » qu'il y a de terminaux permettant l'accès au système - tous embarqués par-delà les fuseaux horaires et les frontières territoriales dans un échange multi-usagers incessant de textes/images. »<sup>13</sup>

La notion de droit d'auteur est aussi considérablement remise en question avec les projets artistiques sur le Web. Outre qu'il soit facile de copier ou de télécharger un document, certains artistes imaginent seulement la conception d'un site et laissent l'entière responsabilité du contenu aux visiteurs<sup>14</sup>. L'ensemble des contributions constitue alors l'oeuvre; une oeuvre qui n'est jamais terminée, qui est toujours en construction<sup>15</sup>.

Les événements d'art en réseau se distinguent toutefois des projets sur le Web à plusieurs niveaux. D'abord les coûts associés au premier peuvent être élevés, car réaliser un événement implique un montage financier, artistique et surtout technologique. Les concepteurs doivent s'entourer d'un réseau de collaborateurs pour assurer la formation sophistiquée, l'expérimentation, la participation, l'accès à de l'équipement de pointe, et enfin la diffusion.

Ensuite si un événement nécessite l'accord d'un espace-temps précis pour qu'il ait lieu, autant cette coordination n'a pas d'importance pour un projet artistique sur le Web puisque celui-ci est accessible à tous indépendamment de leur situation géographique ou temporelle. Par contre, l'entretien et la mise à jour d'un site nécessitent du personnel. Bref, les structures de financement pour les événements d'art en réseau et le *Web art* sont différentes, le premier demandant un soutien financier ponctuel alors que le deuxième requiert un financement soutenu.

## UNE BRÈVE HISTOIRE DE L'ART EN RÉSEAU AU QUÉBEC

Quelques événements sont devenus des références<sup>16</sup>. Malgré que cette pratique soit demeurée marginale, des artistes québécois du centre Langage Plus<sup>17</sup>, ont participé à de nombreux événements d'envergure internationale.

Leur première participation remonte à 1982 avec l'événement *Le monde en 24 heures* de Robert Adrian. Il s'agissait d'échanges d'images transmises selon la technologie accessible à chacun, soit la télévision à balayage lent, le télécopieur, le courrier électronique, le téléphone, etc.

Les artistes du centre utilisaient pour la première fois un modem et un système d'ordinateur à temps partagé en provenance de la compagnie I.P. Sharp de Toronto. Pour l'occasion, cette entreprise a commandité en partie la manifestation en prêtant son système pour la préparation, la coordination et la durée de l'événement<sup>18</sup>. Les coûts de participation pour tous les participants étaient donc minimes.

Pour collaborer à cet événement, les artistes de Langage Plus se sont alors adjoint les services d'un technicien, Roger Coudé, habilité à mettre en place des systèmes électroniques. Toutes les tâches techniques reposaient sur ses épaules. Il a d'ailleurs aidé les membres de Langage Plus à participer et à organiser plusieurs événements entre 1982 et 1986<sup>19</sup>, événements d'art en réseau avec le système d'ordinateur à temps partagé, les ondes courtes, le télécriteur, la photolaser et la télévision à balayage lent.

À la suite du départ de Roger Coudé, ces précurseurs québécois de l'art en réseau n'ont pu continuer. Les artistes qui étaient présents à cette époque estiment que ce départ a été fatal à la poursuite de leurs expérimentations<sup>20</sup>.

Malgré les discours sur l'informatisation de la société durant les années 70 et le début des années 80, les lieux du savoir, à tout le moins en art, n'ont pas modifié la formation qu'ils offraient. Ainsi, Alain Laroche, un des fondateurs de Langage Plus, a acquis une formation technique sur le « tas » malgré qu'il ait passé quelques années sur les bancs de l'UQAM, de l'UQAC, et des universités de Laval et de Sherbrooke<sup>21</sup>. Même si plusieurs autres artistes étaient nantis de diplômes, aucun n'était en mesure de fournir le service technique de base. Personne n'avait les compétences requises pour utiliser le système d'ordinateur à temps partagé, et ainsi échanger ou encore informer les autres membres du réseau I.P. Sharp de leurs activités à Langage Plus<sup>22</sup>. Les artistes du centre ne l'ont donc pas utilisé dans le quotidien mais seulement pendant des événements.

Enfin, le centre a reçu peu de subvention pour participer ou organiser les manifestations<sup>23</sup>. Il a donc puisé dans le budget de fonctionnement pour acquérir des équipements et participer aux événements. Le manque de moyen financier et l'absence de formation ont sonné le glas à leur expérience avec les technologies de communication<sup>24</sup>.

Finalement, les artistes de Langage Plus ont succombé sous le poids d'une société qui n'était pas encore informatisée. Partis d'un projet politique ambitieux d'éliminer les contraintes de la distance, ils n'avaient ni les ressources ni les moyens locaux pour y arriver. Le local a pris le dessus sur le global!

## LE WEB ART : UN ART EN EFFERVESCENCE

Au Québec et en Ontario<sup>25</sup>, le milieu du Web art est en pleine effervescence. Les jeunes artistes<sup>26</sup> qui ont décidé d'aborder cet espace électronique sont bien formés puisqu'ils ont terminé soit un baccalauréat ou une maîtrise dans un domaine relié à l'art. Tous travaillent en parallèle à leur pratique artistique. Sauf quelques participations à de courts ateliers, chacun est autodidacte dans son apprentissage des connaissances techniques pour concevoir leur projet artistique. Aucun soutien financier ne leur a été accordé par des organismes publics sauf indirectement à ceux qui ont eu l'occasion d'aller au Banff Center for the Arts en Alberta dans le cadre d'un programme d'artistes en résidence. Ces derniers ont ainsi profité d'un équipement de pointe, d'un accès à un personnel qualifié et de l'hébergement de leur projet sur le serveur du centre.

## LES CONDITIONS DE RÉALISATION D'UN PROJET SUR LE WEB

Depuis la mise en place en 1993 du Web qui se caractérise par une interface graphique, la conception des sites Web a aujourd'hui beaucoup évolué<sup>27</sup>. Il existe maintenant des logiciels gratuits ou peu coûteux qui facilitent la construction des pages alors qu'auparavant l'entrée des codes HTML était manuelle. De plus, le réseau Internet regorge de ressources qui renseignent sur les tâches, les étapes à suivre et les banques de données à consulter pour trouver des idées ou... simplement copier celles des autres.

La facture assez simple de plusieurs projets artistiques sur le Web n'a pas nécessité de formation poussée pour les artistes. L'accès aux ressources du réseau et la collaboration des proches ont souvent assuré et facilité la mise sur pied d'un projet. Ainsi, J. R. Carpenter, pour son site *Notions of the Archival in Memory and Deportment*<sup>28</sup>, a créé un espace virtuel composé de textes et d'images essentiellement en noir et blanc où les hyperliens offrent un cheminement linéaire aux usagers. Cette artiste n'a pas suivi de stage ou d'autre type de formation. Elle a plutôt choisi d'acquérir ses connaissances par la navigation, et ensuite par des essais et des erreurs durant la conception de ses premiers sites.

Toutefois, d'autres projets, comme ceux de Petra Mueller ou Pascale Malaterre, ont nécessité la présence de personnel spécialisé pour réaliser leur site, sinon il n'aurait pas existé dans leur forme actuelle.

Ainsi, le projet *The Love Money Weather Project*<sup>29</sup> de Petra Mueller utilise des agents intelligents qui captent des informations circulant sur le réseau. Ces agents mettent à jour régulièrement les images du site en provenance de partout dans le monde sans l'intervention humaine. N'étant pas en mesure de les programmer elle-même, Petra Mueller a eu recours à son réseau d'amis pour utiliser cette technologie.

Le projet de départ de Pascale Malaterre intégrait de la vidéo, du son, des images et du texte. À cause de son ampleur, la réalisation de ce projet demandait beaucoup de temps. De plus, le manque de connaissance technique de l'artiste pour mener son projet à terme nécessitait une aide extérieure qu'un organisme français, le CICV, a bien voulu lui apporter. Le projet *Ex-Voto*<sup>30</sup> est maintenant hébergé sur leur serveur. De type participatif, le contenu du site est le résultat des messages que les usagers lui envoient. S'inspirant des histoires, l'artiste crée des images qui les représentent. Le personnel du centre est ensuite chargé de les mettre en ligne. Si ce soutien est généreux et essentiel à son projet, l'artiste est également tributaire de la disponibilité du personnel du centre CICV pour la mise à jour du contenu, ce qui n'est malheureusement pas constant.

Ici, le problème pose directement la question de l'oeuvre et du soutien financier qui s'y rattache. Étant essentiellement fondé sur la matérialité d'une oeuvre finie, le projet artistique sur le Web questionne les fondements actuels de l'art. Le financement public subventionne un projet particulier pour une période précise. Toutefois, un projet sur le Web laisse plusieurs options à l'artiste, dont celle de continuellement bonifier son site.

Les deux projets de Petra Mueller et de Pascale Malaterre révèlent comment la disponibilité des ressources influence la conception et la forme d'un projet. Régulièrement, de nouveaux outils et logiciels sont mis en marché ou accessibles sur le réseau. Si chacun des artistes rencontrés se débrouillent avec les codes HTML, plusieurs avouent leur impuissance face à un langage comme le Java Script qui demande une formation poussée.

Les projets de ces jeunes artistes ont vu le jour sans le soutien financier des organismes subventionneurs. Pour les réaliser, il leur a fallu payer de leur poche le financement nécessaire ou encore, ils ont échangé du temps de travail contre l'accès à des équipements. L'abonnement chez un fournisseur de service coûte entre 25 et 35 dollars par mois. Plusieurs estiment donc que ce type d'art demeure peu coûteux mais ils oublient de calculer les coûts d'achat de leur équipement informatique.

Ces artistes croient que ces coûts minimes et que l'accès à un immense auditoire sont des avantages indéniables qui leur offrent une autonomie vis-à-vis les institutions culturelles.

« For artists and their groups, the home page is a practical and accessible forum through which to gain recognition formerly reserved for those with the economic resources, cultural connections and publicity savvy. As an information space, home pages are infinitely revisable, and can be cheaply and extensively circulated. Hypertextual and multimedia arrangements allow for more complex and flexibly organized knowledge encouraging cross referencing to other sites, networking and collaboration. »<sup>31</sup>

Si nous comparons le projet politique des artistes précurseurs de l'art en réseau et celui des artistes du Web, une similarité ressort : celle d'acquérir une autonomie dans leur sphère de travail. Contrairement aux événements utilisant les télécommunications, concevoir un site Web n'exige pas nécessairement une formation poussée si l'artiste utilise les fonctions les plus simples. De plus, il est beaucoup plus facile aujourd'hui de se brancher sur un réseau électronique; les interfaces ont simplifié l'utilisation des logiciels et plusieurs étapes ont été automatisées. Les artistes du Web peuvent ainsi se servir plus aisément de leurs connaissances techniques apprises sur le « tas » contrairement aux précurseurs de l'art en réseau.

Toutefois, comme les précurseurs de l'art en réseau, les artistes du Web doivent avoir recours à un personnel spécialisé pour les sites dont la conception est plus complexe. Comme les précurseurs, nous pouvons croire aussi qu'il y a une limite à l'investissement financier que les artistes peuvent soutenir à moyen et long terme.

## CONCLUSION

Malgré un projet conséquent entre la mise sur pied à Alma d'un centre d'artistes et l'utilisation de la technologie pour répondre à leur besoin d'autonomie, les précurseurs de l'art en réseau n'ont pas réussi à se l'approprier. Après maints essais avec différentes technologies, ils leur a été impossible de continuer faute de soutien au quotidien. Malgré la volonté de diminuer les contraintes de leur environnement immédiat, les artistes du collectif Langage Plus ont été confrontés au manque de ressources dans leur espace local. La technologie n'a donc pas rempli ses promesses, et les investissements pour se l'approprier étaient disproportionnés par rapport aux moyens des artistes.

Si aujourd'hui le *Web art* semble acquérir des lettres de noblesse plus rapidement que les événements de l'art en réseau<sup>32</sup>, nous ne pouvons pas exclure que c'est parce qu'il y a beaucoup de pression « commerciale » pour que la société se mette à l'heure des inforoutes.

Les jeunes artistes se tournent vers les technologies de communication comme Internet et leur choix s'explique parce que la plupart ne sont pas encore reconnus comme des artistes professionnels. Il leur semble de plus en plus difficile d'obtenir des bourses. Peu ont des expositions solo à leur actif. Ils ont donc peu à perdre en investissant un médium qui semble offrir autant.

Peut-être doit-on revoir les projets de société qui s'appuient sur l'utilisation des outils technologiques dont les usages sont continuellement confondus avec le potentiel. Il est encore trop tôt pour évaluer réellement l'avenir du *Web art*, mais nous notons que le contexte technique et social se répète : une structure de financement inadéquate et insuffisante, une formation qui ne s'adapte pas aux nouveaux outils et enfin, et non le moindre, un potentiel qui est sans rapport avec les besoins et les contraintes techniques, sociales et financières des milieux locaux.

## Note

1. CHAMBAT, Pierre. 1994. « Usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques ». *TIS*, 6, 3: 249-270.
2. Voir la thèse de Gilles Cazabon sur l'appropriation d'une technologies par un groupe communautaire. CAZABON, Gilles. 1991. *Univers du symbolique et production de la culture. Étude d'un projet d'appropriation des nouvelles technologies : le cas de La Puce communautaire*. Laval, Université Laval, thèse à la Faculté des sciences sociales (mars): 392 p.
3. INTERVENTION. 1983. « Langage Plus », *Intervention*, n° 19 (juin): p.25.
4. Entretien de Andrée Savard avec Alain Laroche dans *Inter*, 1990, n° 48.
5. Document sans date qui relate la participation du collectif à l'événement « Le Monde en 24 heures » en 1982.
6. Publicité sans date qui annonce leur participation à l'événement *Le monde en 24 heures* en 1982.
7. « Je le laisse « on-line ». Théoriquement, c'est puissant. Et là, n'importe où. J'étais en Indonésie dernièrement, j'étais à Singapour aussi puis j'étais là avec du monde. J'étais dans un café électronique. C'était du monde que je n'avais jamais vu. Je leur ai fait: « You want see Dreamed? » Moi, j'étais à l'étranger puis j'étais devant le site que j'avais créé à Singapour avec des étrangers. » Entrevue avec Frédérique Belzile sur son projet « Dreamed ».
8. Entrevue par Denis Fortier parue le 12 août 1996 dans la section multimédia du journal *Le Monde en ligne* consulté le 21 octobre 1996. L'adresse est la suivante : <http://www.lemonde.fr/multimedia/sem3396/textes/act33961.html>
9. « On peut tout de suite voir les possibilités, peut-être parce que je travaille à La Centrale puis on pense beaucoup à organiser des expositions sur le Net parce que (...). Il est très difficile de faire venir des artistes qui sont de très loin. ... malheureusement les budgets ne sont pas toujours là pour faire venir ces artistes là.» Entrevue avec Stéphanie Granger sur son projet *Modèles d'éthiquettes*.
10. Ainsi Jean-Louis Boissier, directeur de la biennale Artifices à Saint-Denis, en France, explique que compte tenu de la nature des travaux qui impliquent les réseaux, « il nous a semblé qu'on ne pouvait finalement rendre compte sur Internet de ce type d'exposition d'art contemporain qu'en invitant certains des artistes qui en sont les auteurs à être présents devant le public.» Il ajoute plus loin que l'on «est aujourd'hui confronté à un problème nouveau par rapport à ce qui est là, ce qui est au-delà, ce qui est présent et ce qui est lointain. Ainsi, d'une part, il faut accentuer l'effet de présence des visiteurs et des artistes eux-mêmes et, d'autre part, il faut travailler à rendre accessibles des oeuvres ou des propositions qui sont à distance et qui elles-mêmes ont leur vie et leur espace propres.» GLICENSTEIN, Jérôme. 1997. « Artifices IV. L'art du virtuel s'expose-t-il? ». *Parachute*, no 85 (janv.-mars) : pp 40-45.
11. POISSANT, Louise. « Éléments pour une esthétique des arts médiatiques », dans *Esthétique des arts médiatiques*, POISSANT, Louise, éd. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, tome 1, p.9.
12. Roy Ascott écrit que « dans l'ensemble, ... pour tous les projets télématiques ... les processus d'interaction ne peuvent être sentis et saisis que de l'intérieur du réseau. À la différence d'une peinture, d'une sculpture ou d'un autre artefact de la culture pré-télématique, dont la surface, dans l'absolu, est conçue pour le regard et dont le propos même est d'extérioriser la signification, une oeuvre d'art télématique ne prend son sens qu'à travers notre participation intime à son évolution, Elle ne peut pas être vue, de l'extérieur, comme une entité discrète. » (« Télénoïa » dans *Esthétique des arts médiatiques*, POISSANT, Louise,

Actes du colloque  
Recherche : Culture et Communications

---

- éd. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, tome 1, pp.365.
13. ASCOTT, Roy. 1986. « Le moment télématique » *Inter*, (printemps) : p.19.
  14. Cependant, le niveau d'interaction demandé aux usagers n'est pas toujours aussi élevé. Il varie d'un projet à l'autre. Quelques fois, les visiteurs sont sollicités pour donner leurs avis après avoir navigué dans le projet. (voir par exemple le projet de Dmytri Kleiner, *HappyClown*, à l'adresse suivante : <http://www.happyclown.com>.) D'autres enfin sont d'un ordre plus contemplatif. Les usagers pouvant cheminer page après page ou les regarder défiler à l'écran sans intervention de leur part (voir par exemple le projet *Refresh* de l'artiste russe Alexei Shulgin).
  15. Par exemple, le projet de Antoni Muntadas, *File Room*, qui recense les cas de censures dans le monde. Tous et chacun sont invités à y inscrire les cas qu'ils connaissent ou dont ils ont été victimes. L'adresse est la suivante : <http://fileroom.aup.uic.edu/Fileroom/documents/homepage.html>. Dans un autre style, Amy Alexander a conçu un site, *Recyclenewfresh* qui permet à chaque cybernaute de modifier l'image à l'écran, une image qui est en fait la réunion de plusieurs WebCams situés à différentes localisations géographiques. L'adresse est la suivante : <http://shoko.calarts.edu/~alex/recyclenewfresh.html>.
  16. Au delà de 200 événements sont recensés à ce jour depuis les années 70. Certains événements sont évoqués pour la qualité du concept comme *Hole in Space* en 1980 entre Los Angeles et New York par les artistes Kit Galloway et Sherrie Rabinowitz qui a permis la communication en temps réel des deux communautés. Nous pouvons également ajouter l'événement *La plissure du texte* en 1983 qui consistait en la création collective d'un texte par le système d'ordinateur en temps partagé. Plusieurs autres mériteraient d'être nommés. Voir à ce titre la thèse de Gilberto Dos Santos Prado intitulée *Expériences artistiques d'échanges d'images dans les réseaux télématiques* qu'il a déposée en janvier 1994 à l'Université de Paris 1.
  17. Certains autres artistes (Jean-Claude St-Hilaire, Fortner Anderson, Hervé Fischer, etc.) et galeries (Obscure, Le Lieu) ont participé à quelques événements mais ils sont l'exception. Ensuite, Ginette Daigneault a repris le flambeau laissé libre par les membres de Langage Plus. Il y a eu entre 25 et 30 événements d'art en réseau au Québec depuis 1974. Voir l'auteure pour la liste des événements recensés à ce jour.
  18. ADRIAN X, Robert. s.d. *Electronic Space*. [HTTP://www.t0.or.at/~radrian/TEXTS/rara-raum-e.html](http://www.t0.or.at/~radrian/TEXTS/rara-raum-e.html), (consulté le 2 octobre 1996).
  19. Langage Plus a aussi organisé ou participé aux événements suivants : en 1982, *Lasart*, en 1983, *La Plissure du texte*, en 1985, *Sonart : l'image à distance par son*, et, enfin, en 1986, au *Réseau planétaire du Laboratoire Ubiqua*.
  20. Conversation téléphonique avec Agnès Tremblay le 1<sup>er</sup> mai 1996 et avec Alayn Ouellet le 5 mai 1997.
  21. « Concernant ma formation technique, elle a été acquise sur le « tas », les livres sur les genoux devant mon ordinateur et avec l'aide de quelques bons amis pour me dépanner. » (Courrier électronique de Alain Laroche le 1<sup>er</sup> mai 1997)
  22. Pourtant, I.P. Sharp avait tenté de faciliter l'usage et de réduire les coûts du réseau au maximum en concevant un logiciel de courrier électronique appelé ARTBOX. Après plusieurs versions du logiciel, il devient ARTEX en 1983. ADRIAN X, Robert. 1995. *Art and Telecommunications 1979-1986: The Pioneer Years*. [HTTP://www.t0.or.at/~radrian/TEXTS/springer-e.html](http://www.t0.or.at/~radrian/TEXTS/springer-e.html), (consulté le 2 octobre 1996).
  23. Si nous excluons les budgets de fonctionnement, le centre Langage Plus a reçu des subventions du Conseil des arts du Canada pour la période 1982-83 d'un montant de 10,705 \$ dans le cadre du programme Ex-

ploration qui a servi à mettre sur pied le projet Lasart. Du même organisme pour la période 1984-85 dans le cadre du programme des médias intégrés, il a reçu un montant de 15,000 \$ qui a probablement servi pour le projet Sonart ou encore l'événement d'art en réseau organisé durant l'assemblée générale de ANNPAC, le regroupement des centres d'artistes au Canada.

24. En tant que précurseurs, ils n'ont pas été les seuls à baisser les bras face aux obligations monétaires que demandaient ce type d'événement car aujourd'hui plusieurs ont cessé cette pratique. Norman T. White écrit dans un courrier électronique du 30 avril 1997 à propos de Bill Bartlett, un artiste ayant organisé un nombre considérable d'expérimentation: « Bill Bartlett actually got a grant, I believe, from the Canada Council, to help him with his telecommunications costs. But after he had spent his grant, he was still a few thousand dollars in the hole to IPSA. He closed his account before Hearsay, Plissure du Texte, or Ubiqua happened. It was a real shame. » Heidi Grundmann (1996), une artiste ayant participé à de nombreuses manifestations écrit que « As a matter of fact the pioneer phase and some of the pioneers succumbed quite prosaically to the cost of financing their projects and especially to the cost of private phone bills - which (art) institutions did not pay - for accessing the networks. » (« Imaginary Landscapes ». *Witte de With*, cahier #5 (octobre) : 168-179)
25. Les données qui suivent proviennent des entrevues effectuées dans le cadre de la thèse de l'auteure. Jusqu'à maintenant, 13 artistes de Montréal et de Toronto ont participé à l'enquête qui porte sur l'usage d'Internet par les artistes qui ont créé au moins une oeuvre dont le support électronique est le Web.
26. Quelques artistes ayant plus d'expériences se sont également lancés dans l'aventure mais ils sont peu nombreux. Ainsi, voir le site de Vera Frenkel à l'adresse suivante : <http://www.yorku.ca/BodyMissing>. Gregory P. Garvey, un professeur à l'Université Concordia, a également réalisé un projet intitulé *The Automatic Confession Booth* à l'adresse suivante : <http://www.lightfactory.org/garvey/welcome.html>.
27. Les documents sur le Web intègrent des particularités réticulaires comme les hyperliens, la possibilité d'interaction avec le sujet-spectateur, ou bien encore un contenu qui est constitué au fur et à mesure par des messages envoyés par les usagers. Les documents sont composés de plusieurs couches en circuit local (sur le même serveur) et ils peuvent également utiliser les ressources localisées sur un serveur différent. Ils sont constitués d'images, de son et du texte. Voir l'article de Margaret L. McLaughlin qui explique l'ensemble des caractéristiques qu'un site Web peut comporter (1996. « The Art Site on the World Wide Web ». *Journal of Communication*, 46, 1 (hiver): 51-79). Cet article est également disponible sur le réseau à l'adresse suivante : <http://www.usc.edu/dept/annenber/artfinal.html>.
28. L'adresse est la suivante : <http://www.cam.org/~oboro/carpenter.html>.
29. L'adresse est la suivante : <http://www.cim.mcgill.ca/~petra>.
30. L'adresse est la suivante : <http://www.cicv.fr/EXVOTO/page.html>.
31. SHAW, Nancy. 1996. « Inventing the virtual museum. Art and interactivity ». *Parachute*, n° 84 (oct.-déc.) : pp.30-35.
32. Le Conseil des arts du Canada a modifié son programme de subvention des arts médiatiques pour inclure ce type de création. Le Conseil des arts et lettres du Québec est également en voie de modifier ces programmes

