



La valorisation des produits culturels selon les écrivains et les artistes

Jacques Lemieux, Christelle Paré, Jason
Luckerhoff (Université Laval)

Introduction

Objet / Pertinence

- Point de vue des artistes et écrivains québécois sur les rapports contradictoires sinon conflictuels entre deux ordres de valorisation:
 - Selon des critères propres au milieu culturel (critères esthétiques ou thématiques);
 - Selon des critères de marché ou d'auditoire. (Martin, 2002, p. 283)

- Très peu d'études ont abordé ce thème de la valorisation du point de vue des créateurs:
 - Cette recherche appelle une approche exploratoire qualitative.



Question de recherche

- Comment les créateurs voient-ils cette question de la double valorisation?
- 1- méthodologie
- 2- analyse d'un corpus de presse
- 3- analyses préliminaires des entretiens par courriel

Méthodologie

- Démarche qui favorise l'émergence de l'explication du phénomène, dans la perspective de la « théorisation ancrée » (*Grounded Theory*).
- (Charmaz, 2006; Glaser et Strauss, 1967; Paillé, 1994; Strauss et Corbin, 1996; Strauss et Corbin, 1998)

- Processus de théorisation qui se déploie simultanément et surtout conjointement avec le processus de collecte de données (Morse, 2001).

- Il s'agit d'une comparaison méthodique ou d'une confrontation constante entre la théorie émergente et les données collectées sur le terrain ("ground"). (Glaser, 2003)
- Double processus de théorisation par émergence et enracinement.

- Processus inductif et itératif.
 - Par exemple, les questions envoyées par courriel sont ajustées au fur et à mesure.

- Réseau de concepts analytiques qui sert à expliquer le phénomène n'existe pas préalablement mais est "découvert" dans les données (il émerge).
- On peut considérer le degré de saturation en se demandant dans quelle mesure l'ajout de données nouvelles résultera en une meilleure compréhension.

- Ancrage épistémologique:
 - Postpositiviste
 - La réalité peut être appréhendée en partie. Nous tentons de dire des choses valides sur la réalité. (Guba et Lincoln, 2005)

Recherche en deux volets

- Analyse qualitative d'un corpus de presse (2006-2007)
- Enquête par courriel auprès d'artistes et d'écrivains

Méthodologie du corpus de presse

- Analyse d'un corpus de presse qui balise le débat public sur la valorisation et ses incidences sur l'aide à la création et à la diffusion.
- Sujets recherchés: la crise du financement du cinéma québécois et l'édition québécoise.
- Médias sélectionnés: dans les deux cas, les quotidiens *La Presse* et *Le Devoir*, le bulletin de nouvelles de *Radio-Canada*, en plus du magazine *L'actualité* et l'hebdomadaire *Voir* pour l'édition.
- Période: 1er janvier 2006 au 31 décembre 2007.

Méthodologie de l'enquête

- Deux groupes: UNEQ et UdA.
- Questions posées - une après l'autre - par courriel;
- Nous demandons aux participants de ne pas prendre plus de dix minutes par question pour répondre (ils peuvent prendre moins de temps);
- Ils acceptent de répondre à environ 10 questions.
- N.B. Enquête en cours, données partielles

Les grands thèmes de l'enquête

- Qualités d'une « grande oeuvre culturelle »
- Reconnaissance par les pairs ou par le public
- Rôle de promotion des médias
- Critères de financement public
- Démocratisation de la culture
- Impact des changements démographiques et technologiques
- Implication personnelle du répondant par rapport à la notion de « succès culturels »

Analyse du corpus de presse

Ordre de valorisation et médias

- Objectif: observer le débat entre œuvres de répertoire (ou indépendantes ou d'auteurs) et œuvres commerciales (ou à grand public) dans les médias.
- Ces deux ordres de valorisation ont été évoqués au Québec lors de débats sur le livre, (Quebecor, grandes surfaces comme Archambault) et sur la crise du financement du cinéma québécois.

Faits saillants

- Les problèmes rencontrés par les deux types d'industries ne sont pas les mêmes
- Une vision différente de l'apport gouvernemental
- Œuvres indépendantes vs œuvres commerciales : véhémence et résignation ?

Apport gouvernemental

- Cinéma: apport vital sur lequel dépend l'industrie, mais celle-ci se sent délaissée:
 - Le gouvernement fédéral abandonne la culture (*SRC*, 16 mai 2007) ;
 - La culture est au plus bas des priorités de l'État - accusation de Maka Kotto (*La Presse*, 4 avril 2007);
 - Les conservateurs semblent remettre en question chaque programme d'aide aux artistes (*La Presse*, 18 février 2007);
 - On « ne décolère pas des maladresses » de Bev Oda - Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) (*La Presse*, 6 février 2007);
 - Bev Oda est insensible (*La Presse*, 6 février 007);
- Livre: apport moins important mais utile, notamment pour assurer la diversité des oeuvres:
 - « 'la nécessité des subventions' qui assurent ladite 'diversité' et sans lesquelles, dit-il, 'tout s'écroule' », selon Gilles Pellerin, de l'Association nationale des éditeurs (ANEL) (*Le Devoir*, 4 décembre 2007).

Oeuvres de répertoires et oeuvres commerciales

- Un débat bien présent dans l'industrie du cinéma:
 - « La culture est reléguée à une logique de marché » (*SRC*, 16 mai 2007) ;
 - Le financement qui mise sur les recettes est à reconsidérer (*Le Devoir*, 25 septembre 2006) ;
 - « La comédie d'action commerciale redevient l'unique moteur à combustion de la fréquentation ciné. (...) Faut croire qu'on régresse. Et ça fait peur. » (*Le Devoir*, 12 septembre 2006) ;
 - « Lorsque le président de Téléfilm de l'époque, Richard Stursberg, a déclaré à *La Presse*, en 2001, qu'à choisir 'entre un film qui va gagner des prix dans les festivals à travers le monde ou un film qui va réaliser un bon box-office ici, au Canada (...), moi je prends le film populaire', on pouvait se faire une petite idée de ce qui nous attendait. » (*La Presse*, 11 juillet 2006) ;

Oeuvres de répertoire et oeuvres commerciales

- Et sont visées les enveloppes à la performance de Téléfilm Canada. On y voit :
 - la cause de l'augmentation du mépris entre cinéastes commerciaux et indépendants (*Le Devoir*, 7 août 2006) ;
 - la disparition lente du cinéma d'auteur (*Le Devoir*, 7 août 2006 et 17 octobre 2006) ;
 - l'augmentation de films commerciaux que l'on oublie après peu de temps et « qui vieillissent rapidement et très mal » (*Le Devoir*, 7 août 2006) ;
 - des « visées mercantiles » qui ne développent pas « une cinématographie vigoureuse et exportable », en plus de laisser « les gens d'affaires flamber l'argent des œuvres à courtes vues » (*Le Devoir*, 23 décembre 2006) ;
 - des méthodes qui « déshonorent les politiques fédérales » et qui égarent « l'âme et l'exploration » (*Le Devoir*, 14 octobre 2007).

Oeuvres de répertoire et oeuvres commerciales

- Un débat quasi absent du monde de l'édition québécoise
- Seul cas d'oeuvre commerciale avouée: *Amos d'Aragon* de Bryan Perro
- Autres soucis:
 - Ventes
 - Concentration et éditeurs
 - Concentration et distributeurs
 - Visibilité

Corpus de presse - en résumé

- Monde du cinéma: à la recherche d'un juste milieu entre deux points de vue plus ou moins clairement départagés (le cinéma à succès et le cinéma d'auteur).
- Monde de l'édition: la santé de la culture littéraire semble passer d'abord par une reconnaissance de la littérature québécoise en général avant la catégorisation entre « œuvres » et « succès » :
 - « Le vrai problème, c'est que les Québécois ne connaissent pas leur propre culture », propos de Gaétan Lévesque, directeur général de la maison d'édition XYZ (*SRC - Le Téléjournal*, 22 avril 2006).

Analyse préliminaire des entretiens

- Analyses préliminaires des entretiens par courriel (échantillon par choix raisonné de quelques dizaines d'écrivains et d'artistes)
- Quelques réponses de répondants de l'UDA (01, 02, 03)

UDA-01 Comédien

- « Il me semble qu'une 'grande oeuvre culturelle' en est une dont la force d'évocation interpelle le spectateur en lui proposant la vision intimement personnelle, originale et singulière de l'artiste, tout en explorant et en démontrant une connaissance et une maîtrise de la forme propre au médium qui est le sien. »
- « Une grande oeuvre doit pouvoir faire l'objet d'un 'certain' consensus parmi les pairs. Elle se situe au-delà des modes et ne saurait s'inscrire dans une logique de profit ou de commerce (tant mieux s'il y a des sous à la clé pour l'artiste et ceux qui en ont permis la réalisation). »

UDA-02 Chanteur

- « C'est un grand mystère qui émerveille autant par sa virtuosité que par l'impossibilité de la reproduire. Plus subtilement et cyniquement, elle est aussi souvent le résultat du jugement d'une élite qui croit savoir. Elle se définit dans la durée et dans le temps, par sa capacité de rester grande malgré le passage de courants et de modes. »

UDA-03 Comédien

- « Une grande oeuvre culturelle doit selon moi aider à une meilleure compréhension du monde. Elle doit contribuer à son avancement. Le dessein de l'oeuvre doit être humanitaire il me semble. »
- « Pour être reconnue comme telle, ce qui n'est pas systématique, l'oeuvre doit aussi naître au bon moment. Elle doit pour cela être accessible et séduire par sa beauté autant que par la force de son message. »

UDA-03 (suite)

- « Je crois que oui, la grande oeuvre doit être accessible au grand public. Mais il n'est pas dit que ce grand public réalisera tout de suite la grandeur de l'oeuvre. »
- « Mais il doit servir d'éclaireur pour les autres, ceux qui ne savent pas trop, ou pas encore. »

Conclusion

- Liens avec d'autres travaux du groupe de recherche
- Pistes de recherche

- Questions?
- Commentaires?
- Devcult@com.ulaval.ca