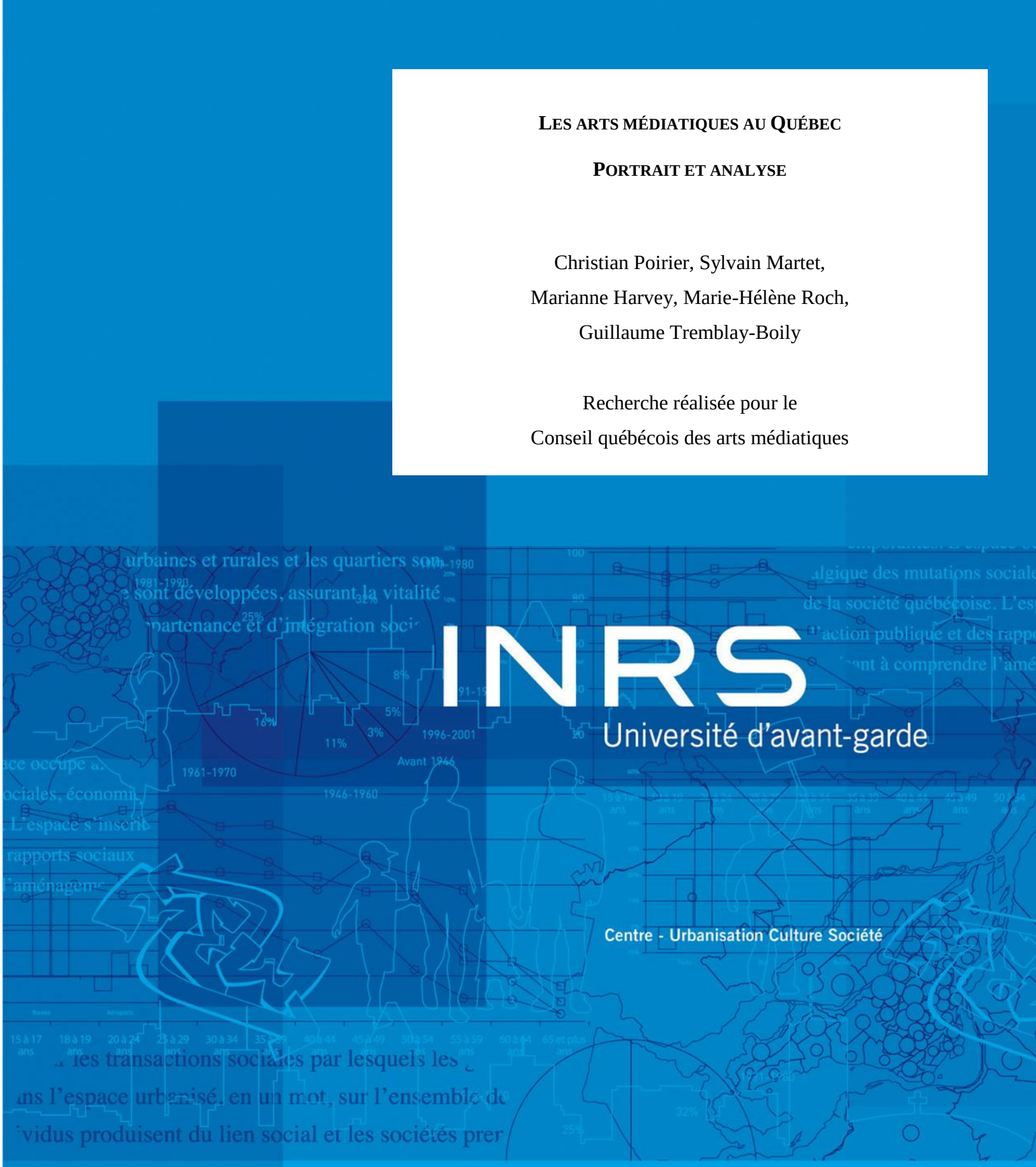
LES ARTS MÉDIATIQUES AU QUÉBEC

PORTRAIT ET ANALYSE

Christian Poirier, Sylvain Martet,
Marianne Harvey, Marie-Hélène Roch,
Guillaume Tremblay-Boily

Recherche réalisée pour le
Conseil québécois des arts médiatiques



LES ARTS MÉDIATIQUES AU QUÉBEC

PORTRAIT ET ANALYSE

Christian Poirier, Sylvain Martet,
Marianne Harvey, Marie-Hélène Roch,
Guillaume Tremblay-Boily

Recherche réalisée pour le
Conseil québécois des arts médiatiques

Institut national de la recherche scientifique
Centre - Urbanisation Culture Société

Montréal

Novembre 2016

Responsabilité scientifique et rédaction :	Christian Poirier Christian.Poirier@inrs.ca
Assistants de recherche et rédaction :	Sylvain Martet Marianne Harvey Marie-Hélène Roch Guillaume Tremblay-Boily
Assistants additionnels de recherche :	Mathieu Bourgault Vincent Lacharité-Laframboise
Assistance à la révision :	Véronique Milius

Diffusion

Institut national de la recherche scientifique
Urbanisation Culture Société
385, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2X 1E3
Téléphone : (514) 499-4000
www.ucs.inrs.ca

Conseil québécois des arts médiatiques
3995, rue Berri
Montréal (Québec) H2L 4H2
Téléphone : (514) 527-5116
info@cqam.org

Cette recherche a été initiée par le Conseil québécois des arts médiatiques du Québec et a bénéficié du soutien financier du Conseil des arts du Canada.

ISBN 978-2-89575-363-6
Dépôt légal : - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, novembre 2016
- Bibliothèque et Archives Canada

© Tous droits réservés

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION 1
Définition(s) 3
Éléments historiques et contextuels 5
Méthodologie 10
CHAPITRE 1 PORTRAIT STATISTIQUE DES ARTS MÉDIATIQUES AU QUÉBEC 13
Financement 15
Observatoire de la culture et des communications du Québec 15
Les conseils des arts 20
Conseil des arts de Montréal (CAM) 20
Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) 23
Conseil des arts du Canada (CAC) 29
Prix accordés 32
Centres d'artistes 35
CHAPITRE 2 ARTISTES 37
Définition(s) des arts médiatiques 39
Des définitions composites 39
Un double milieu 40
Un domaine en évolution 41
Conditions de vie et de création 44
Formation 44
Soutiens 45
Centres d'artistes et espaces d'exposition 47
Autres soutiens 47
Conditions de travail 48
Autres activités 49
Diffusion 51
Deux mondes 51
Publics 51
Enjeux de diffusion 52
CQAM 54
Présent 54
Avenir 54
CHAPITRE 3 ORGANISMES ET CONSEIL D'ADMINISTRATION DU CQAM 57
Organismes 59
Définitions des arts médiatiques 60
Des termes en évolution 60
La complexité du milieu 61
Un domaine en mouvement 62
Objectifs, fonctionnement et rôle des organismes 63
L'originalité du mandat 63
Une gestion parfois précaire 64
Rôle et reconnaissance 64
Perspectives concernant l'écosystème des arts médiatiques 65
Formation 65
Soutiens financiers 66

Défis et enjeux de la création 68
Diffusion 71
Publics 71
Enjeux 72
Rôle du CQAM 74
Présent 74
Avenir 75
CA du CQAM 76
Définitions des arts médiatiques 77
Des perspectives composites 77
Un double milieu 77
Un domaine en évolution 78
Conditions de vie et de création 79
Formation 79
Soutiens 79
Conditions de travail 80
Diffusion 81
Publics 81
Enjeux 81
Le CQAM 82
CONCLUSION 83
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 89
ANNEXE 93
Questionnaire - Artistes 94
Questionnaire - Organismes 99

TABLEAUX

Tableau 1 Dépenses de l'administration publique québécoise consacrées aux arts médiatiques, 2001-2014 ($)……..17

Tableau 2 Revenus des centres d'artistes en arts médiatiques soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec, provenance des revenus, 1994-2013 ($ et %) 19

Tableau 3 Subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal au secteur des arts médiatiques et numériques, 2004-2014 ($) 21

Tableau 4 Subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal pour les catégories « Cinéma » (2004-2008) et « Cinéma/Vidéo », 2004-2013 ($ et %) 22

Tableau 5 Subventions accordées par le Conseil des arts et des lettres du Québec au secteur des arts médiatiques, 2003-2014 ($) 24

Tableau 6 Évolution du financement (bourses et subventions) accordé par le Conseil des arts et des lettres du Québec à quatre disciplines artistiques, 2003-2014 (% et Dollars courants)..... 27

Tableau 7 Artistes soutenus et bourses octroyées dans le domaine des arts médiatiques par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2003-2014 (N)..... 28

Tableau 8 Subventions accordées par le Conseil des arts du Canada au secteur des arts médiatiques au Québec, 2000-2014 ($ et %) 30

Tableau 9 Exemples de centres d'artistes en arts médiatiques..... 35

FIGURES

Figure 1 Évolution des dépenses de l'administration publique québécoise consacrées aux arts médiatiques, 2001-2012 (Dollars courants)…….....16

Figure 2 Évolution comparative des dépenses de l'administration publique québécoise consacrées aux arts, 2001-2014 (% en dollars courants).....18

Figure 3 Évolution des subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal, selon le secteur, 2004-2013 (Dollars courants) 23

Figure 4 Évolution comparative des pourcentages des subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal, selon la discipline, 2004-2013 (Dollars courants) 23

Figure 5 Évolution du financement (bourses et subventions) accordé par le CALQ aux arts médiatiques, 2003-2014 (Dollars courants et %) 26

Figure 6 Évolution du financement (bourses et subventions) accordé par le Conseil des arts et des lettres du Québec à quatre disciplines artistiques, 2003-2014 (Dollars courants).....27

Figure 7 Artistes soutenus et bourses octroyées dans le domaine des arts médiatiques par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2003-2014 (N).....29

Figure 8 Financement du Conseil des arts du Canada aux arts médiatiques au Québec, 2000-2014 (Dollars courants).....31

INTRODUCTION

Cette étude propose un portrait des arts médiatiques au Québec. Comprenant notamment les arts numériques ainsi que le cinéma et la vidéo de nature indépendante et expérimentale, les arts médiatiques représentent un secteur culturel en expansion. La présente recherche, réalisée pour le Conseil québécois des arts médiatiques (CQAM), entend ainsi décrire et comprendre cet écosystème, ses enjeux, ses besoins, défis et propositions pour l'avenir. Une attention particulière est portée aux arts numériques dans la mesure où la discipline est jeune et que peu de données ont été publiées à son égard par comparaison avec le milieu cinématographique. Cette introduction se déploie en trois moments : la définition des arts médiatiques, les éléments historiques et contextuels, la méthodologie mise de l'avant, combinant recherche statistique et entretiens auprès d'artistes et d'organismes. La description du questionnaire utilisé pour ces entretiens permet de préciser les objectifs de l'étude.

Définition(s)

Les arts médiatiques peuvent être définis comme étant une forme d'art qui utilise les nouvelles technologies informatiques ou médiatiques à l'un ou l'autre des niveaux de création ou de diffusion (Candy, 2007 ; Conseil québécois des arts médiatiques, 2007, 2012a, 2012b ; Crowther 2008 ; Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Malina, 2002 ; Ville de Montréal, 2007). Suivant la distinction apportée par certains acteurs, la discipline des arts médiatiques correspond à deux catégories, soit les arts numériques et les arts cinématographiques (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a, 2012b). Si les arts numériques sont si difficilement définissables, c'est en partie en raison de leur caractère évolutif, suivant le mouvement constant des innovations technologiques. De plus, la spécificité de ces pratiques ne repose pas entièrement sur les aspects « physiques » des œuvres ou de leur création. En effet, l'appartenance à cette discipline est également en grande partie liée à une posture de l'artiste, à une revendication de son affiliation (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a).

Intimement liées à la technique, les œuvres d'arts numériques se définissent donc principalement par le fait qu'elles soient, en tout ou en partie, le produit de l'utilisation d'un ordinateur ou d'une technologie qui y est liée (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a ; Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Malina 2002). Certains auteurs spécifient également la place centrale qu'y occupent les technologies de l'information et de la communication (Crowther, 2008 ; Ville de Montréal, 2007). Ces pratiques incluent donc généralement des éléments robotiques, électroniques, électromécaniques, sonores, lumineux, informatiques ou cinétiques (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a).

L'avènement du numérique concernant différents milieux et disciplines, il n'est pas étonnant de constater une coopération grandissante entre les spécialistes de plusieurs domaines (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011). Ces créations collaboratives contribuent à la fusion des disciplines, à l'effacement des frontières entre les différentes pratiques, artistiques ou spécialisées (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Ville de Montréal, 2007).

En plus d'avoir une définition mouvante, les arts numériques redéfinissent les critères convenus de l'œuvre d'art. Questionnant à la fois les modes de production (avec des œuvres reproductibles et immatérielles, par exemple), les façons d'atteindre les spectateurs (diffusion hors les murs), et la manière même d'être spectateur (œuvres participatives, transformant le spectateur en participant), ces pratiques sont en recherche constante de légitimation (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b ; Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011).

Les arts cinématographiques correspondent quant à eux aux pratiques artistiques dans lesquelles l'utilisation de la vidéo est centrale (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b). Le cinéma expérimental, sur pellicule ou sous d'autres formats, et la vidéo d'art et d'essai en sont les principales formes.

Les œuvres produites dans un but commercial, et au sein de l'industrie du cinéma, doivent cependant être distinguées des œuvres d'art cinématographique puisque ces dernières sont réalisées selon un point de vue personnel, une approche propre à l'artiste, tandis que les premières sont réalisées dans un contexte commercial et selon une logique marchande (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b ; Hill Strategies, 2003).

Éléments historiques et contextuels

Certains événements et innovations structurants s'imposent et permettent de dresser une genèse des arts médiatiques[1].

1950-1960 : Premiers usages artistiques des nouvelles technologies, notamment à l'intérieur du mouvement Fluxus (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a ; Crowther, 2008).

Années 1960 : La Révolution tranquille, qui installera un vent contestataire et poussera les artistes à questionner leur rôle dans la société, crée un climat propice au développement de nouvelles formes de création. On cherche à abolir les frontières du monde de l'art et à rejoindre le public autrement, menant les créateurs vers la recherche d'une participation active du spectateur, très présente dans les arts numériques (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Ville de Montréal, 2007).

1966 : *9 Evenings: Theatre and Engineering*, 13-23 octobre 1966 (http://www.fondation-langlois.org/html/e/selection.php?Selection=9EVO) [Page Web consultée en avril 2016].

1967 : L'exposition universelle de 1967, sous le thème de Terre des Hommes, a agi comme catalyseur pour le développement de la discipline des arts numériques au Québec. Cet événement aura eu l'effet d'une vitrine, d'une démonstration des possibilités ouvertes par la collaboration entre le monde des arts et celui des technologies. Des environnements immersifs du labyrinthe de l'Office national du film du Canada au *Polytope* de Xénakis présenté au pavillon de la France, en passant par les paysages sonores des Gilles Tremblay (Québec), un grand nombre de pays a choisi d'être représenté par des œuvres d'arts médiatiques (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Ville de Montréal, 2007).

1970 : Les nouvelles technologies se développent, ce qui mènera, grâce à la commercialisation des ordinateurs personnels et de logiciels plus conviviaux, à une démocratisation de l'informatique (Ville

[1] L'historique de l'art cinématographique étant davantage connu et exposé dans différents documents (voir, par exemple, Conseil québécois des arts numériques (2012a)), celui-ci a été mis de côté dans le présent rapport, afin de développer celui des arts numériques.

de Montréal, 2007 ; Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011).

1970 : Le début des années 1970 coïncide avec l'apparition des centres d'artistes autogérés. Vidéographe, créé en 1971, est le premier centre de la sorte voué entièrement aux arts médiatiques au Canada (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a).

1980 : Les technologies numériques sont largement accessibles à la population, et le passage de l'analogique au numérique s'amorce graduellement (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a).

1986-1996 : *Images du futur*, exposition internationale présentant des œuvres d'art numérique d'artistes renommés prend place annuellement dans le Vieux-Port de Montréal (Ville de Montréal, 2007).

1990 : Les années 1990 sont le moment de la démocratisation de l'Internet et de l'apparition d'une culture des « arts électroniques » (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a).

1995 : Montréal est l'hôte du International Symposium on Electronic Art (ISEA), présentant une série de conférences, d'ateliers de formations et d'événements artistiques liés aux arts numériques. Suite à ce symposium, ISEA se basera à Montréal, où leur quartier général demeurera jusqu'en 2001 (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; ISEA International : http://www.isea-web.org/ [Page Web consultée en avril 2016] ; Ville de Montréal 2007).

1996 : Dans la foulée du symposium d'ISEA, la Société des arts technologiques est fondée à Montréal (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011).

Si on accepte que « l'art numérique est né du médium, de l'ordinateur » (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011), il devient évident que le développement de cette discipline est dépendante du progrès de l'industrie du numérique et des différentes innovations qui y éclosent. Ainsi, la diffusion de l'ordinateur personnel, de l'enregistreuse portative, de la caméra légère, d'Internet et plus globalement des technologies numériques a eu une influence considérable sur les pratiques artistiques (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a ; Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011).

Plusieurs recommandations ont été proposées au fil des années dans le but de développer le milieu des arts numériques au Québec.

Il s'avère primordial, selon un grand nombre d'organismes et d'auteurs, d'améliorer les échanges et le réseautage, tant internationalement que localement dans le milieu des arts numériques. Créer des échanges bilatéraux au niveau international permettrait de faciliter l'échange d'information et de connaissances entre les artistes et les professionnels de divers pays, mais également d'améliorer le réseau de diffusion des œuvres (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Ville de Montréal, 2007). Au niveau local, l'échange entre les différentes plateformes de création et de diffusion permettrait une compréhension mutuelle et favoriserait l'adoption d'un discours de médiation adapté aux spécificités de ce type de discipline (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a ; Ville de Montréal, 2007).

Le milieu des arts numériques est aussi constamment en mouvement, suivant les innovations technologiques et les avancées de l'industrie du numérique. Ces modifications du milieu et des pratiques entraînent pour les organismes la nécessité de renouveler leur formation et leur matériel, ce qui engendre des coûts qui sont rarement pris en compte dans le calcul des montants des subventions, souvent calqués sur les programmes de subvention provenant d'autres disciplines (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b ; Ville de Montréal, 2007).

Certains suggèrent également d'augmenter le nombre d'initiatives de collaborations et d'échanges qui ont lieu entre le milieu des arts numériques et les secteurs privé et industriel. Jumelés avec l'instauration d'incitatifs au mécénat, ces échanges permettraient, selon eux, de maximiser les bénéfices de chacun (Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal, 2011 ; Ville de Montréal, 2007). De telles ententes, qui peuvent prendre la forme d'un projet réalisé conjointement, d'échanges de services ou de partenariats, permettent tant aux artistes qu'aux entreprises concernées de créer des formes de partenariat. Une telle collaboration peut cependant poser certains problèmes, notamment au niveau de l'autonomie de l'artiste. En effet, il est difficile d'évaluer si l'industrie au sein de laquelle celui-ci crée exerce une forme de contrôle, aussi infime soit-elle, sur sa production. Il est important, à ce niveau, que l'artiste conserve un contrôle entier sur la création de ses œuvres, puisque cette indépendance est, en grande partie, ce qui permet de distinguer les productions d'art numériques de celles de l'industrie du numérique (Hill Strategies, 2003 ; Ville de Montréal, 2007).

Il serait aussi approprié d'accentuer les échanges entre les artistes établis et les artistes émergents, et de nouvelles façons d'attirer et d'intégrer ces derniers aux centres d'artistes autogérés (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b).

De nombreuses modifications sont également suggérées en ce qui a trait aux modes de financement du milieu. Les outils de financement sont perçus comme étant peu adaptés à la réalité des arts numériques et ne convenant pas aux besoins spécifiques de cet écosystème (Conseil québécois des arts médiatiques, 2007 ; Ville de Montréal, 2007). Ainsi, afin que les connaissances puissent évoluer au même rythme que les technologies, il importerait de bonifier les montants alloués aux diverses formations, et débloquer des montants permettant de renouveler les parcs technologiques (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b ; Ville de Montréal, 2007).

Afin d'aider aux échanges internationaux et à la diffusion, il est également recommandé que soient rendus disponibles des montants supplémentaires dédiés à la traduction d'informations, que ce soit pour du matériel de médiation, de promotion ou d'archives (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b).

Il est en outre essentiel d'améliorer la diffusion des œuvres, tant aux niveaux local qu'international (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012a). Afin de rendre cette amélioration possible, les fonds dédiés à la diffusion et à la promotion des œuvres et des artistes devraient être bonifiés (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b).

La diffusion virtuelle occupe une part importante de la distribution des œuvres numériques. Elles peuvent également être diffusées par les musées et les festivals ou par une chaîne de télévision. Si cette dernière méthode de distribution est la plus rentable au niveau financier pour les artistes, c'est également celle qui est la plus rare. Les festivals, qui rejoignent un grand nombre de spectateurs, atteignent à la fois un public jeune, attiré par la musique électronique, et un public plus spécialisé, habitué à fréquenter les institutions muséales. Si elle n'est pas toujours rémunérée et que ces pratiques diffèrent largement de celles des autres méthodes de transmission, la diffusion par Internet doit être prise en compte, en raison de son lien fort avec la discipline et des nouveaux publics qu'elle peut permettre de rejoindre (Ville de Montréal, 2007).

Ces nouveaux canaux de diffusion ne résolvent cependant pas les questions concernant la diffusion des œuvres. En effet, le monde des arts numériques au Québec, bien qu'il soit florissant et semble atteindre assez facilement les publics des scènes internationales, manque de visibilité aux niveaux local et national.

Les lieux de diffusion existants devraient également adapter leurs salles d'exposition et de diffusion afin qu'ils correspondent aux besoins de présentation des œuvres d'arts numériques, ce qui n'est pas toujours le cas (Conseil québécois des arts médiatiques, 2012b).

Méthodologie

Le cadre méthodologique mobilise deux outils de cueillette de l'information : recherche statistique et entretiens semi-dirigés. Le premier vise à rassembler les données statistiques disponibles concernant les arts médiatiques au Québec. Le cœur de la recherche est cependant de nature qualitative et porte sur le second volet, à savoir les entretiens auprès d'artistes, d'organismes et du conseil d'administration du CQAM. Il est en effet particulièrement important d'obtenir et d'analyser les perceptions que les acteurs de l'écosystème des arts médiatiques ont de leur propre secteur. Examinons et détaillons cet aspect sur le plan méthodologique.

16 entretiens individuels ont été réalisés (en personne, par téléphone et par Skype), à savoir sept (7) auprès d'artistes et neuf (9) auprès d'organismes. Certaines personnes ont été contactées mais ont décliné ou n'ont pas répondu. Les entretiens ont été réalisés entre le 21 juillet 2015 et le 22 octobre 2015. Cinq (5) membres du conseil d'administration du CQAM (2015-2016) ont été rencontrés (13 octobre 2015). Au total, 21 personnes ont participé à cette recherche, qui a obtenu l'approbation du Comité d'éthique en recherche avec des êtres humains de l'INRS le 16 juin 2015. Pour des raisons éthiques et de confidentialité tous les entretiens ont été anonymisés. Les artistes sont présentés selon la nomenclature a1, a2, etc., les organismes o1, o2, etc., et le CA ca1, ca2, etc.

L'échantillon des individus a été créé en utilisant les critères suivants : titre/affiliation, biographie, champ de création et de diffusion, prix, distinctions et bourses. Le rôle, l'historique, le mandat, les objectifs, le champ de création et de diffusion ont été retenus pour les organismes. Il était particulièrement important d'obtenir une bonne représentativité des champs de création et de diffusion ainsi que des rôles des organismes. La liste des individus et des organismes (membres et non-membres du CQAM) a été conçue par l'équipe de recherche en collaboration avec le CQAM. Une liste « prioritaire » a été créée ainsi que deux listes complémentaires. Les sept (7) artistes sont de la région de Montréal, de même que cinq (5) organismes. Quatre (4) organismes sont de la région de Québec.

L'objectif de la recherche ici ne vise pas l'exhaustivité statistique mais l'analyse en profondeur des expériences et représentations d'individus et organismes directement interpellés par les enjeux associés

aux arts cinématographiques et numériques. Dans un tel cadre, les critères de constitution de l'échantillon sont particulièrement importants[2].

Deux questionnaires ont été conçus, un pour les artistes et un pour les organismes et le CA du CQAM (voir l'Annexe). Les questionnaires sont divisés en cinq sections, certaines formulations différenciant légèrement celui utilisé auprès des organismes. Ces sections sont les suivantes :

- Parcours et profil
- Questions générales concernant les arts médiatiques
- Formation
- Création/production
- Diffusion, fréquentation et publics
- Conseil québécois des arts médiatiques

Chaque entretien a fait l'objet d'une écoute attentive visant à situer les éléments pertinents (extraits, synthèse) selon les thématiques abordées dans le questionnaire. Une analyse « verticale » a été effectuée, entretien par entretien, suivie d'une analyse « transversale », comparant les entretiens entre eux.

Trois chapitres structurent ce rapport. Le premier présente un portrait statistique général des arts médiatiques au Québec. Les deux suivants abordent de façon qualitative les catégories d'acteurs analysées, à savoir les artistes ainsi que les organismes et le conseil d'administration du CQAM. Une conclusion complète l'ensemble, synthétisant les principaux résultats et suggérant des pistes de recherche futures.

[2] Pour des exemples de recherches récentes de nature qualitative en culture, voir notamment Poirier *et al.* (2012) ; Poirier *et al.* (2015) ; Roberge *et al.* (2016). Voir également Small (2009).

CHAPITRE 1

PORTRAIT STATISTIQUE DES ARTS MÉDIATIQUES AU QUÉBEC

Ce chapitre présente et analyse les données statistiques disponibles concernant les arts médiatiques au Québec. Trois sections sont développées : le financement, les prix accordés aux arts médiatiques ainsi que les centres d'artistes.

Financement

Nous présentons dans cette section les données disponibles au sein de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (2015). Sont ensuite présentées les subventions attribuées au secteur des arts médiatiques par le Conseil des arts de Montréal (2015), le Conseil des arts et des lettres du Québec (2015) et le Conseil des arts du Canada (2015). Les tableaux ont été conçus à partir de renseignements provenant des listes des bourses et des subventions accordées et des rapports annuels fournis par ces organismes sur leurs sites Web respectifs[3].

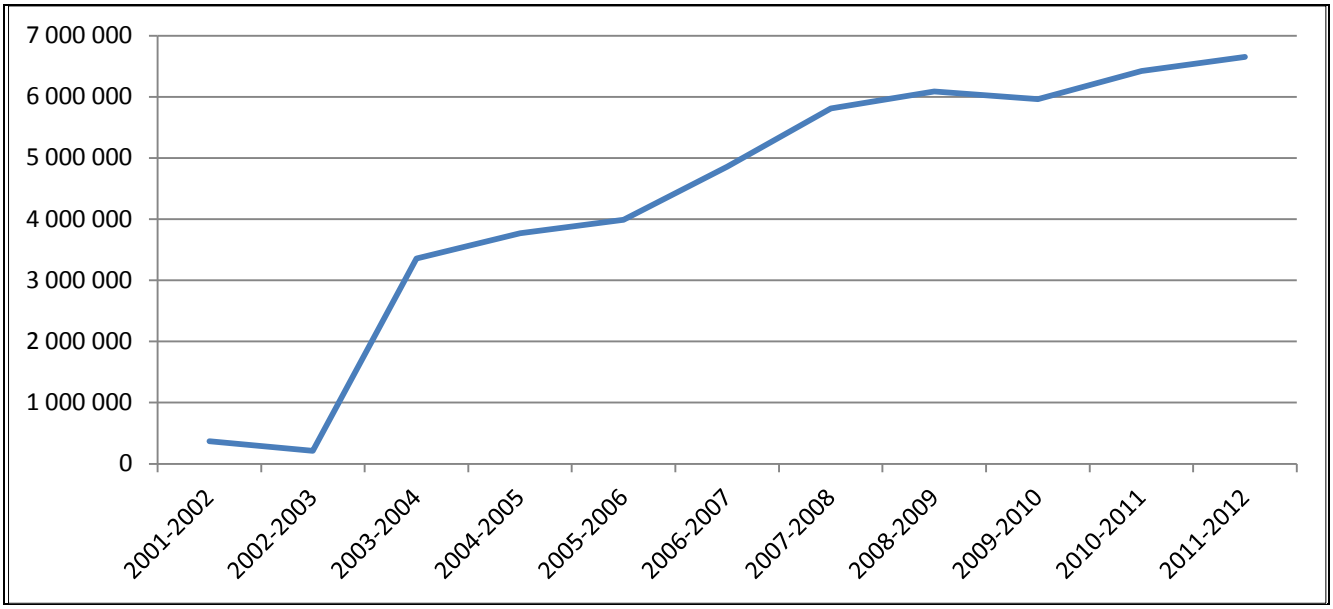
Observatoire de la culture et des communications du Québec

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) a pour mission de produire et diffuser des statistiques portant sur les activités de la culture et des communications au Québec (OCCQ, 2014). S'il a réalisé bon nombre d'études portant sur une variété de sujets concernant le milieu de la culture (performance financière de certaines industries culturelles, consommation de produits culturels, conditions de pratique des artistes, etc.), aucune n'a porté spécifiquement sur le secteur des arts médiatiques. L'Observatoire est cependant attentif aux arts médiatiques, qu'il définit de la sorte : « Par arts médiatiques, on entend la création d'œuvres d'expression, à caractère expérimental ou de recherche, impliquant l'utilisation du cinéma, de la vidéo, de l'enregistrement audio ou du multimédia » (OCCQ, 2013). Des statistiques sont ainsi disponibles concernant les dépenses culturelles de l'administration publique québécoise en matière d'arts médiatiques (Figure 1). Représentant initialement une part infime du budget culturel du gouvernement du Québec, les dépenses en arts médiatiques ont augmenté en 2003-2004, passant d'environ 200 000 $ à plus de trois millions de dollars. Par la suite, les dépenses en arts médiatiques ont connu une autre hausse en 2006-2007, pour ensuite demeurer relativement stables[4]. L'augmentation du budget accordé aux arts médiatiques s'est effectuée au même rythme que celle des dépenses culturelles.

[3] Ce portrait ne vise pas nécessairement l'exhaustivité statistique mais entend montrer les tendances générales. Il serait notamment intéressant de compléter l'étude par un examen des montants investis par les paliers de gouvernement au sein d'organismes et d'événements culturels qui ne sont pas spécifiquement dédiés aux arts médiatiques mais qui peuvent s'en approcher (festivals, Quartier des spectacles, etc.). La recherche ici effectuée n'a pas permis de récolter de données à ce sujet ; il faudrait vraisemblablement contacter spécifiquement chaque organisme/événement.

[4] Les données concernant les dépenses publiques provinciales pour les arts médiatiques ne faisaient pas l'objet d'une catégorie distincte avant 2001-2002. Toutefois, les deux premières années d'existence des données pour les arts médiatiques (2001-2002 et 2002-2003) présentent le portrait d'une activité minimale suivi d'une activité très forte qui demeure stable par la suite (dès 2003-2004). Une telle variation d'échelle de financement, de l'ordre de 20 fois, en un an (entre 2002-2003 et 2003-2004), est vraisemblablement due à une modification du système interne de classification des domaines culturels qui demande davantage de précisions.

Figure 1 Évolution des dépenses de l'administration publique québécoise consacrées aux arts médiatiques, 2001-2012 (Dollars courants)



Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec, http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/culture/depenses-culturelles/index.html [Page Web consultée en février 2015].

Le tableau 1 et la figure 2 présentent les dépenses consacrées aux arts médiatiques en fonction des dépenses totales en culture et en comparaison avec trois autres secteurs (théâtre, danse et arts visuels).

Tableau 1 Dépenses de l'administration publique québécoise consacrées aux arts médiatiques, 2001-2014 ($)[5]

Année	Montant (Dollars courants)	Montant (Dollars constants)[6]	Pourcentage par discipline par rapport aux dépenses totales en culture (%)				Dépenses totales en culture (Dollars courants)[7]
			Arts Médiatiques	Théâtre	Danse	Arts Visuels	
2001-02	369 600	353 514	0,05	4,84	1,78	2,99	697 535 200
2002-03	210 200	196 960	0,03	5,00	1,59	2,55	728 608 400
2003-04	3 355 800	3 078 803	0,45	4,84	1,73	2,54	747 960 000
2004-05	3 767 400	3 385 758	0,50	5,05	1,58	2,20	746 686 700
2005-06	3 987 800	3 524 865	0,50	4,86	1,60	2,10	793 969 800
2006-07	4 856 600	4 193 153	0,59	5,12	1,70	2,05	828 812 400
2007-08	5 811 400	4 959 950	0,63	4,80	1,59	1,89	927 614 100
2008-09	6 089 600	5 129 480	0,63	4,37	1,50	1,43	968 360 300
2009-10	5 964 000	4 908 245	0,59	4,10	1,65	1,39	1 007 588 600
2010-11	6 420 700	5 165 405	0,64	3,86	1,53	1,29	1 004 984 800
2011-12	6 654 800	5 309 564	0,64	3,84	1,59	1,24	1 037 214 200
2012-13	6 893 900	5 365 033	0,70	3,70	2,07	1,43	989 049 500
2013-14	7 902 600	6 022 825	0,79	4,38	2,09	1,39	995 203 800

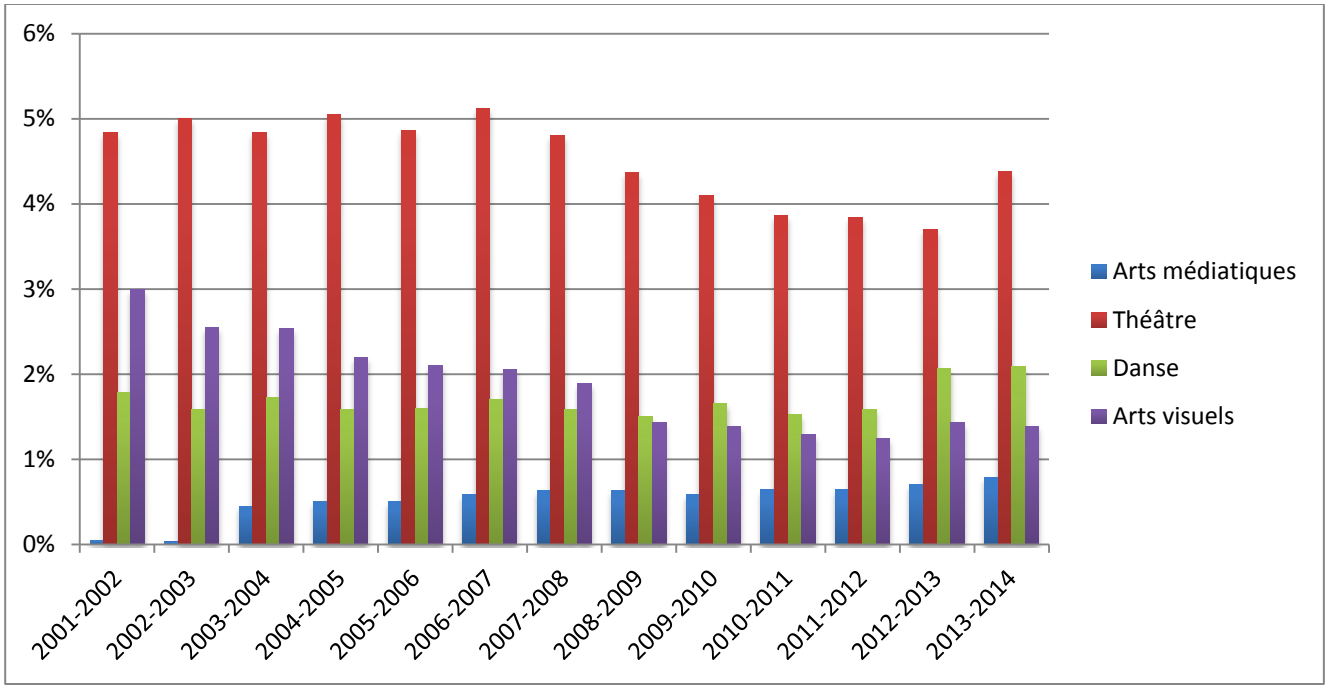
Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec, http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/culture/depenses-culturelles/index.html [Page Web consultée en février 2015].

[5] Avant 2000-2001, les données concernant les arts médiatiques ne sont pas disponibles.

[6] Ces montants ont été calculés à partir de la Feuille de calcul de l'inflation de la Banque du Canada (http://www.banqueducanada.ca/taux/renseignements-complementaires/feuille-de-calcul-de-linflation/ [Page Web consultée en avril 2016]). Pour ce tableau et pour les suivants, l'année 2000 a été utilisée comme année de référence. Comme l'année financière s'étale sur deux années civiles, il a été choisi de prendre la deuxième année civile aux fins du calcul. Ainsi, pour l'année financière 2001-2002, le montant en dollars constants a été calculé de la façon suivante : « 369 600$ en 2002 coûterait 353 514$ en 2000 ». Ces montants sont présentés à titre indicatif seulement.

[7] Les montants indiqués ici dépassent le budget annuel du ministère de la Culture et des Communications, qui était par exemple de 693 329 050 $ en 2011-2012 (Gouvernement du Québec, 2012). Plusieurs ministères et organismes ont déclaré avoir effectué des dépenses dans l'un ou l'autre des domaines culturels étudiés par l'Observatoire de la culture et des communications. Cependant, pour des raisons de confidentialité, l'Observatoire ne publie pas la liste de ces ministères et organismes et les montants dépensés par chacun.

Figure 2 Évolution comparative des dépenses de l'administration publique québécoise consacrées aux arts, 2001-2014 (% en dollars courants)



Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec, http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/culture/depenses-culturelles/index.html [Page Web consultée en février 2015].

L'Observatoire de la culture et des communications fournit également des données ventilées selon la région administrative. Cela permet notamment de constater que 4 966 300 $ ont été dépensés à Montréal en 2011-2012, ce qui représente 74,6 % des dépenses du gouvernement du Québec dans le domaine des arts médiatiques. La même année, la région de la Capitale-nationale a reçu 757 900 $, soit 11,4 % des fonds. Les activités du secteur des arts médiatiques sont donc fortement concentrées à Montréal.

Des informations sont aussi accessibles concernant les revenus et les dépenses des centres d'artistes en arts médiatiques. Le Tableau 2 présente les revenus des centres d'artistes au fil des années selon leur provenance.

Tableau 2 Revenus des centres d'artistes en arts médiatiques soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec, provenance des revenus, 1994-2013 ($ et %)

Année	Nombre de centres	Revenus d'exploitation	Aide publique (gouv. Québec)	Aide publique (gouv. Canada)	Aide publique (municipalités)	Aide publique (autres partenaires gouvernementaux)	Aide privée	Total
1994-95	9	696 625 (37,1)[8]	509 183 (27,1)	547 326 (29,1)	59 360 (3,2)	48 476 (2,6)	16 876 (0,9)	1 877 846
1995-96	11	756 887 (28,1)	784 167 (29,1)	953 443 (35,4)	121 798 (4,5)	52 615 (2,0)	22 330 (0,8)	2 691 240
1996-97	12	635 829 (31,2)	725 318 (35,6)	444 246 (21,8)	158 765 (7,8)	55 798 (2,7)	19 761(1,0)	2 039 717
1997-98	12	1 995 265 (54,6)	706 291 (19,3)	638 532 (17,5)	152 547 (4,2)	57 859 (1,6)	103 935 (2,8)	3 654 429
1998-99	14	831 937 (13,3)	3 141 930 (50,3)	1 076 459 (17,2)	653 281 (10,5)	275 283 (4,4)	271 866 (4,3)	6 250 756
1999-00	14	933 313 (27,0)	1 120 843 (32,4)	935 678 (27,0)	263 276 (7,6)	165 868 (4,8)	42 107 (1,2)	3 461 085
2000-01	15	1 875 614 (36,8)	1 525 109 (29,9)	1 175 904 (23,0)	252 674 (5,0)	130 929 (2,6)	141 540 (2,8)	5 101 770
2001-02	15	2 822 922 (42,1)	1 968 581 (29,4)	1 572 679 (23,5)	194 033 (2,9)	0 (0,0)	143 215 (2,1)	6 701 430
2002-03	15	2 058 278 (33,8)	2 079 240 (34,2)	1 691 283 (27,8)	186 850 (3,1)	-895 (0,0)	72 471 (1,2)	6 087 227
2003-04	18	2 411 965 (33,3)	1 988 442 (27,4)	2 265 753 (31,2)	394 355 (5,4)	0 (0,0)	192 700 (2,7)	7 253 215
2004-05	16	1 879 006 (29,6)	2 146 664 (33,8)	1 990 368 (31,4)	251 848 (4,0)	0	74 544 (1,2)	6 342 430
2005-06	19	2 419 146 (28,5)	2 533 547 (29,8)	2 236 182 (26,3)	339 306 (4,0)	3 506 (0,0)	967 182[9] (11,4)	8 498 869
2006-07	18	3 096 146 (33,6)	2 388 212 (25,9)	2 691 497 (29,2)	304 169 (3,3)	15 239 (0,2)	729 377 (7,9)	9 224 640
2007-08	18	2 593 273 (30,9)	2 356 864 (28,1)	2 938 198 (35,0)	261 986 (3,1)	4 976 (0,1)	243 443 (2,9)	8 398 740
2008-09	21	2 769 441 (27,0)	2 810 519 (27,4)	3 347 094 (32,6)	357 359 (3,5)	3 690 (0,0)	964 096 (9,4)	10 252 199
2009-10	22	2 861 020 (27,6)	3 323 650 (32,0)	3 130 907 (30,2)	501 108 (4,8)	8 763 (0,1)	556 708 (5,4)	10 382 156
2010-11	22	2 065 617 (20,1)	3 446 381 (33,6)	3 042 821 (29,7)	671 189 (6,5)	327 583 (3,2)	707 843 (6,9)	10 261 434
2011-12	24	3 191 215 (26,5)	4 409 919 (36,7)	2 822 241 (23,5)	826 285 (6,9)	21 592 (0,2)	755 114 (6,3)	12 026 366
2012-13	24	3 904 920 (28,7)	5 091 654 (37,4)	2 843 155 (20,9)	945 421 (7,1)	47 358 (0,3)	795 976 (5,8)	13 628 484

Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec, http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/culture/depenses-culturelles/index.html [Page Web consultée en février 2015].

[8] Le nombre entre parenthèses indique le pourcentage que représente le montant par rapport aux revenus totaux des centres d'artistes pour cette année. Ainsi, les revenus d'exploitation pour l'année 1994-1995 (696 625 $) représentent 37 % des revenus totaux de cette année (1 877 846 $). Les pourcentages ont été arrondis à la première décimale près. Il est donc possible que le total soit légèrement au-dessus ou en-deçà de 100 %.

[9] L'aide privée augmente substantiellement à partir de 2005-2006. Cela pourrait s'expliquer par la création, en 2005, du programme gouvernemental Mécénat Placements Culture, qui vise à « stimuler l'engagement des donateurs privés dans les secteurs des arts, de la culture et des communications » (Culture Mauricie, 2013). Il conviendrait d'effectuer des recherches plus approfondies auprès des centres d'artistes.

Les conseils des arts

Les conseils des arts exercent un rôle important, finançant aussi bien les organismes que les artistes en arts médiatiques.

Conseil des arts de Montréal (CAM)

Les subventions du Conseil des arts de Montréal (CAM) sont majoritairement accordées aux organismes et on peut observer une récurrence dans l'attribution des financements. En effet, sur les 12 organismes financés par le Conseil des arts de Montréal en 2013, neuf ont été appuyés par celui-ci, chaque année, depuis 2004[10].

Le Tableau 3 présente les montants accordés par le CAM aux arts médiatiques et numériques, et ce que représente ce montant par rapport à l'ensemble des subventions du CAM. En 2009, la catégorie auparavant intitulée « Arts médiatiques » a été renommée « Arts numériques ». Par le fait même, les subventions qui touchaient au domaine de la vidéo ont été transférées à la catégorie « Cinéma », laquelle est devenue « Cinéma/vidéo ». Dans le tableau, seules les données des catégories « Arts médiatiques » (2004-2008) et « Arts numériques » (2009-2013) sont compilées.

[10] Ces organismes sont les suivants : Agence Topo, Conseil québécois des arts médiatiques, ACREQ/Elektra, Groupe Molior, Mutek, Oboro, Perte de signal, Société des arts technologiques et Studio XX. Les données pour les années précédant 2004 ne sont pas disponibles sur le site Web du CAM.

Tableau 3 **Subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal au secteur des arts médiatiques et numériques, 2004-2014 ($)**

Année	Montant (Dollars courants)	Montant (Dollars constants)	Part accordée par discipline par rapport à l'ensemble des subventions du CAM (%)				Total des subventions accordées par le CAM (Dollars courants)
			Arts Médiatiques	Théâtre	Danse	Arts Visuels	
2004	250 000	229 364	3	30,2	15,8	16,2	8 248 350
2005	325 475	292 504	3,8	30,5	15,2	15,1	8 635 685
2006	250 400	221 331	2,9	28,7	16,9	15,7	8 615 378
2007	240 000	207 214	2,8	29,6	15,6	15,5	8 649 277
2008	296 628	253 167	3,2	28,1	16,2	14,8	9 130 157
2009	294 241	247 849	3,1	28,2	15,8	14,9	9 362 985
2010	329 635	271 282	3,4	27,5	15,6	14,4	9 646 296
2011	270 211	217 382	2,6	26,7	15,6	14	10 319 168
2012	339 481	270 856	3,2	26,6	16	13,7	10 777 074
2013	339 174	267 303	3	26,4	15,6	13,5	11 201 120
2014	321 410	244 957	2,8	26,6	15,8	13,7	11 437 283

Source : Conseil des arts de Montréal, *Rapports annuels*, http://www.artsmontreal.org/fr/conseil/publications [Page Web consultée en février 2015].

On peut remarquer que les subventions accordées aux arts médiatiques et numériques sont demeurées plutôt stables, représentant, chaque année, plus ou moins 3 % des subventions totales accordées par le CAM.

À titre complémentaire, les données concernant les catégories « Cinéma »[11] et « Cinéma/Vidéo » (2009-2013) sont présentées dans le tableau suivant.

[11] L'année 2004 fait figure d'exception. Les catégories du CAM sont alors « Arts médiatiques » et « Cinéma et vidéo ».

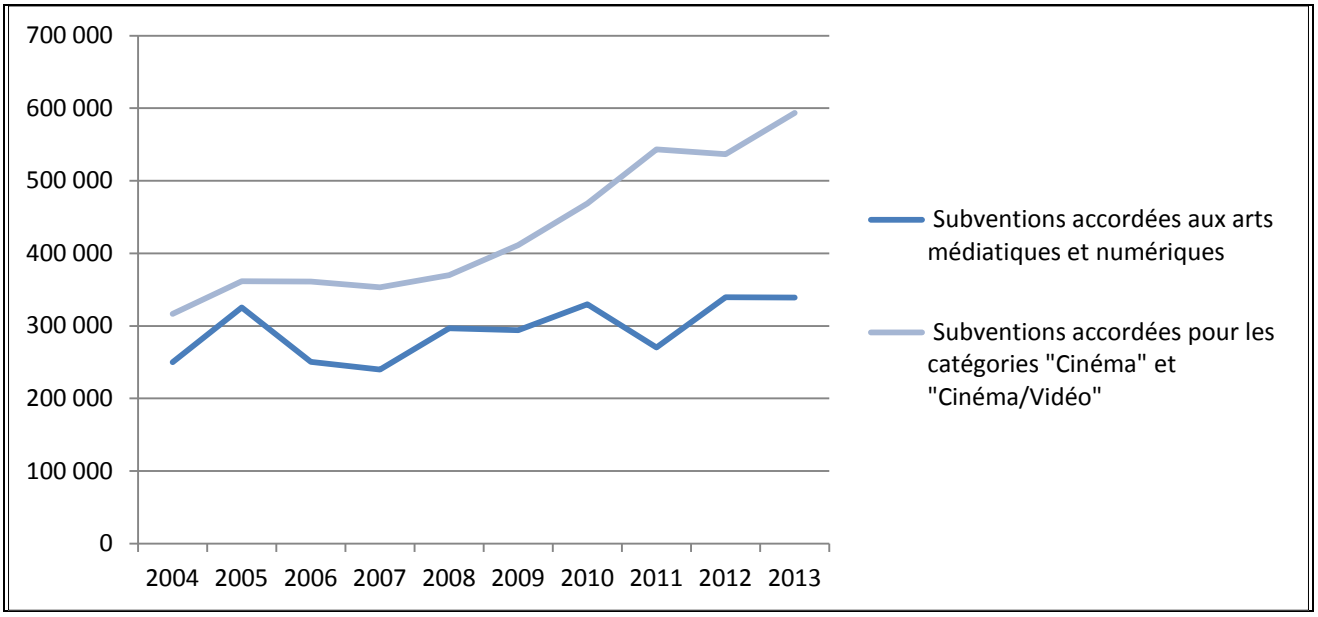
Tableau 4 Subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal pour les catégories « Cinéma » (2004-2008) et « Cinéma/Vidéo », 2004-2013 ($ et %)

Année	Montant (Dollars courants)	Montant (Dollars constants)	Part accordée pour les catégories « Cinéma » et « Cinéma/Vidéo » par rapport à l'ensemble des subventions du CAM (%)	Total des subventions accordées par le CAM (Dollars courants)
2004	316 495	290 370	3,8	8 248 350
2005	361 330	324 726	4,2	8 635 685
2006	361 100	319 180	4,2	8 615 378
2007	353 000	304 777	4,1	8 649 277
2008	369 828	315 643	4,1	9 130 157
2009	411 256	346 415	4,4	9 362 985
2010	468 720	385 746	4,9	9 646 296
2011	543 075	436 899	5,2	10 319 168
2012	536 582	428 114	5,0	10 777 074
2013	593 310	467 588	5,3	11 201 120

Source : Conseil des arts de Montréal, *Rapports annuels*, http://www.artsmontreal.org/fr/conseil/publications [Page Web consultée en février 2015].

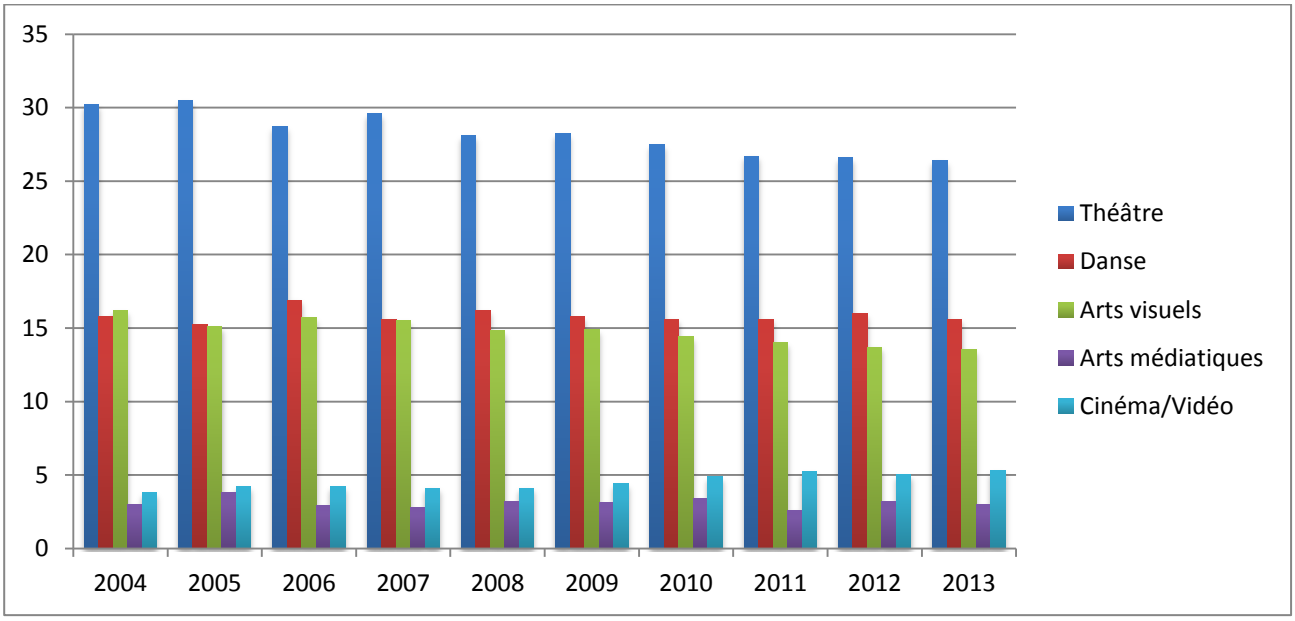
On peut constater que la part des subventions du CAM accordée au cinéma et à la vidéo s'est accrue à partir de 2009 et de 2010. La figure 3 permet de visualiser l'évolution du financement en dollars courants accordé aux arts médiatiques, au cinéma et à la vidéo. La figure 4 permet d'illustrer l'attribution des subventions accordées selon la discipline artistique.

Figure 3 Évolution des subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal, selon le secteur, 2004-2013 (Dollars courants)



Source : Conseil des arts de Montréal, *Rapports annuels*, http://www.artsmontreal.org/fr/conseil/publications [Page Web consultée en février 2015].

Figure 4 Évolution comparative des pourcentages des subventions accordées par le Conseil des arts de Montréal, selon la discipline, 2004-2013 (Dollars courants)[12]



Source : Conseil des arts de Montréal, *Rapports annuels*, http://www.artsmontreal.org/fr/conseil/publications [Page Web consultée en février 2015].

Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)

[12] En 2009, la catégorie « Arts médiatiques » du CAM devient « Arts numériques ».

Le Conseil des arts et des lettres du Québec soutient à la fois les organismes et les artistes. Ces deux volets du financement accordé par le CALQ sont présentés dans le Tableau 5.

Tableau 5 Subventions accordées par le Conseil des arts et des lettres du Québec au secteur des arts médiatiques, 2003-2014 ($)

Année	Soutien aux organismes (Dollars courants)	Soutien aux artistes (Dollars courants)	Total (Dollars courants)	Total (Dollars constants)	Total des subventions, programmes et bourses accordés par le CALQ (Dollars courants)[13]
2003-04	1 387134	1 830 899	3 218 033	2 936 072	66 807 309
2004-05	1 499 973	2 020 167	3 520 140	3 148 734	68 197 783
2005-06	1 501 965	2 418 042	3 920 007	3 426 429	66 836 831
2006-07	2 129 700	2 306 729	4 436 499	3 794 791	77 770 032
2007-08	2 180 993	3 001 038	5 182 031	4 287 034	83 461 673
2008-09	2 268 213	2 712 597	4 980 810	4 160 083	87 295 212
2009-10	2 704 269	2 762 551	5 466 820	4 483 916	91 782 249
2010-11	2 689 939	3 011 256	5 701 195	4 551 454	85 053 202
2011-12	2 854 068	3 167 068	6 021 189	4 747 571	85 386 362
2012-13	2 809 807	2 951 829	5 761 636	4 483 873	85 650 896
2013-14	3 097 207	2 924 245	6 021 452	4 589 142	85 308 820

Source : Conseil des arts et des lettres du Québec, *Rapports annuels*, http://www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion/ [Page Web consultée en février 2015].

De 2003-2004 à 2007-2008[14], les arts médiatiques sont inclus dans la catégorie « Architecture, arts médiatiques, arts visuels et métiers d'art », une sous-catégorie « Arts médiatiques » permettant de connaître les subventions attribuées spécifiquement à cette discipline. De 2008-2009 à 2011-2012, les arts médiatiques disposent de leur propre catégorie. Puis, en 2012-2013, celle-ci est mise de côté au profit de deux nouvelles catégories, à savoir « Arts numériques » et « Cinéma et vidéo ». Le CALQ (2014) définit la catégorie « Arts numériques » de la façon suivante : « Les arts numériques se définissent comme un ensemble d'explorations et de pratiques artistiques, dont les processus et les œuvres utilisent principalement les technologies numériques pour la création et la diffusion. Ils intègrent les pratiques basées sur l'utilisation des technologies de communication et de l'information,

[13] Plusieurs programmes de subvention (mécénat, ententes régionales, ateliers-résidences), représentant 10 % à 12 % du budget de l'institution, ne sont pas délimités par discipline artistique.

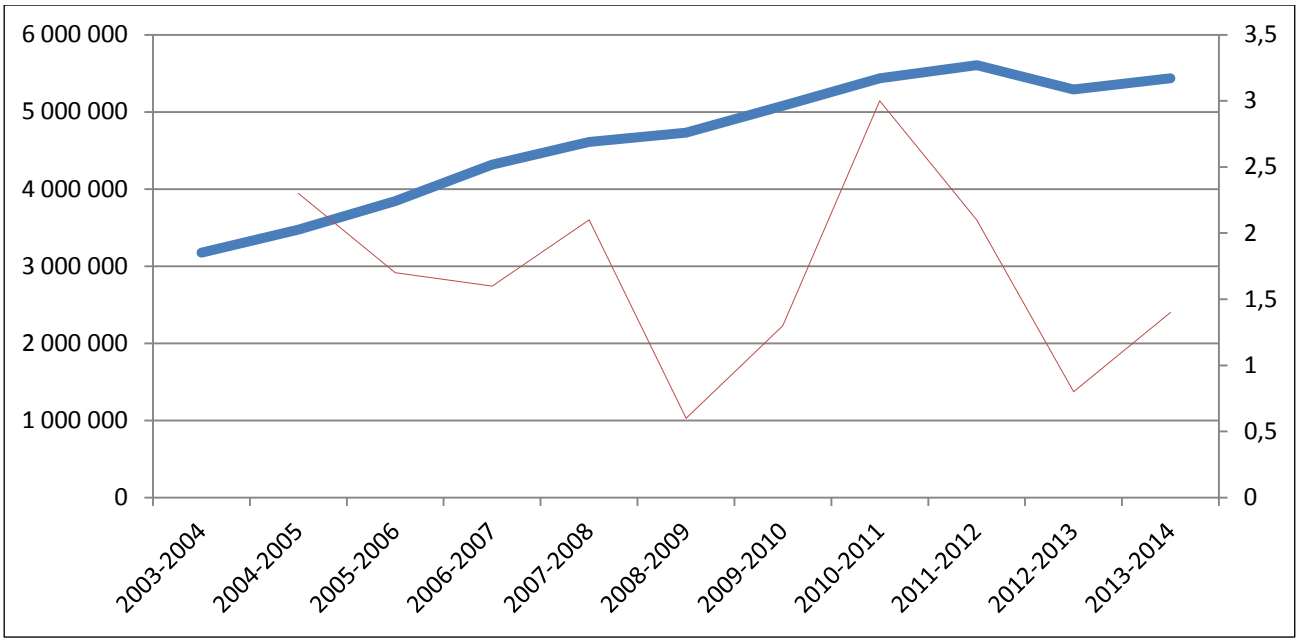
[14] Les données pour les années précédant 2003-2004 ne sont pas disponibles sur le site Web du CALQ.

qu'elles soient informatiques, électroniques, numériques, sonores, interactives ou Web et comprennent également l'art audio. » La catégorie « Cinéma et vidéo » est de son côté ainsi définie (CALQ, 2014) : « Le domaine du cinéma et la vidéo comprend les œuvres de fiction, le documentaire, les œuvres de nature expérimentale et l'installation vidéo relevant du domaine de la production indépendante. La production indépendante en cinéma et vidéo sous-entend que l'artiste-auteur doit avoir le plein contrôle sur le contenu et la réalisation de son œuvre de même que sur toutes les ententes de production et de diffusion. […] Cette pratique s'inscrit en parallèle à une production soumise aux lois du marché des industries culturelles. »

Nous avons fusionné les montants associés à ces deux nouvelles catégories, et ce afin de mieux présenter la continuité dans l'attribution des fonds. L'inclusion du cinéma au sein de la catégorie « Arts médiatiques » explique que la part des subventions accordées par le CALQ à cette catégorie soit substantiellement plus grande que la part accordée par le CAM.

Ce tableau permet en outre de constater qu'annuellement, environ la moitié des subventions du CALQ aux arts médiatiques sert au soutien direct aux artistes (par le biais de bourses), tandis que l'autre moitié est versée aux organisations du milieu. En dix ans, le secteur des arts numériques a connu une augmentation de financement de près de trois (3) millions de dollars, ce qui représente une hausse de 87 % (figure 5). Le trait rouge dans la figure correspond au taux d'inflation annuel, à lire en pourcentage sur l'échelle à la droite de la figure.

Figure 5 Évolution du financement (bourses et subventions) accordé par le CALQ aux arts médiatiques, 2003-2014 (Dollars courants et %)



Source : Conseil des arts et des lettres du Québec, *Rapports annuels*, http://www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion/ [Page Web consultée en février 2015].

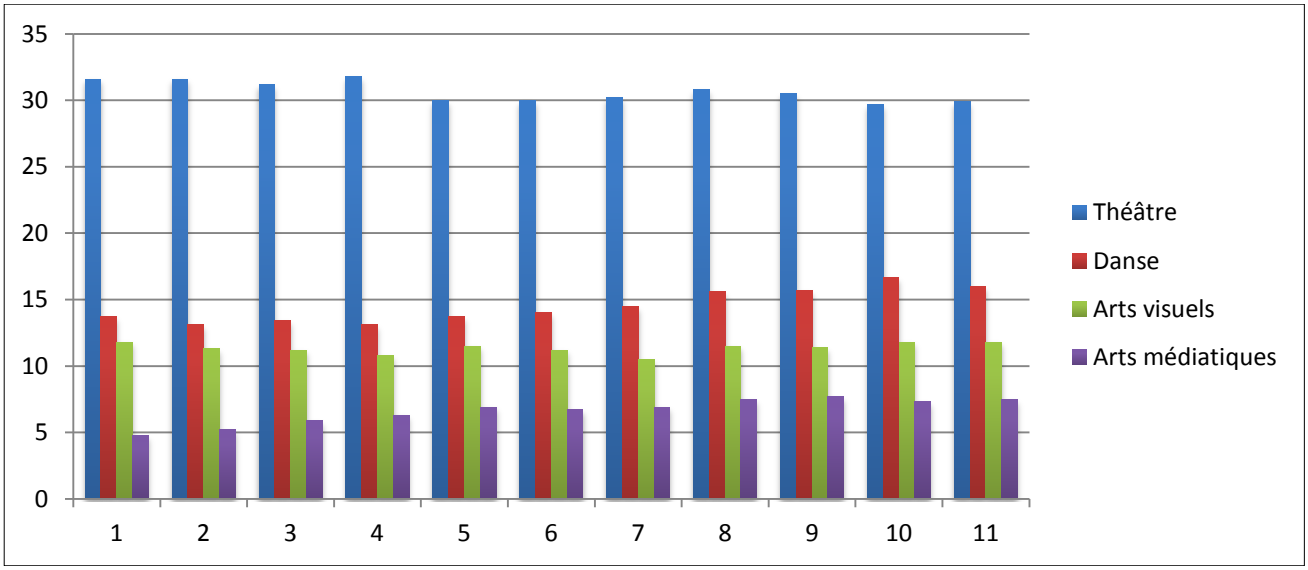
Le tableau 6 et la figure 6 permettent d'établir, de 2003 à 2014, des points de comparaison avec le financement octroyé à d'autres disciplines par le CALQ.

Tableau 6 **Évolution du financement (bourses et subventions) accordé par le Conseil des arts et des lettres du Québec à quatre disciplines artistiques, 2003-2014 (% et Dollars courants)**

Année	Part accordée au théâtre (%)	Part accordée à la danse (%)	Part accordée aux arts visuels (%)	Part accordée aux arts médiatiques (%)	Total des subventions et bourses accordées par le CALQ (Dollars courants)
2003-04	31,6	13,7	11,8	4,8	66 807 309
2004-05	31,6	13,1	11,3	5,2	68 197 783
2005-06	31,2	13,4	11,2	5,9	66 836 831
2006-07	31,8	13,1	10,8	6,3	70 967 782
2007-08	30	13,7	11,5	6,9	74 786 883
2008-09	30	14	11,2	6,7	74 932 320
2009-10	30,2	14,5	10,5	6,9	79 694 358
2010-11	30,8	15,6	11,5	7,5	75 768 452
2011-12	30,5	15,7	11,4	7,7	77 766 177
2012-13	29,7	16,7	11,8	7,3	78 583 415
2013-14	29,9	16	11,8	7,5	80 152 313

Source : Conseil des arts et des lettres du Québec, *Rapports annuels*, http://www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion/ [Page Web consultée en février 2015].

Figure 6 **Évolution du financement (bourses et subventions) accordé par le Conseil des arts et des lettres du Québec à quatre disciplines artistiques, 2003-2014 (Dollars courants)**



Source : Conseil des arts et des lettres du Québec, *Rapports annuels*, http://www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion/ [Page Web consultée en février 2015].

Le Tableau 7 et la Figure 7 présentent le nombre d'artistes soutenus et le nombre de bourses octroyées par l'organisme.

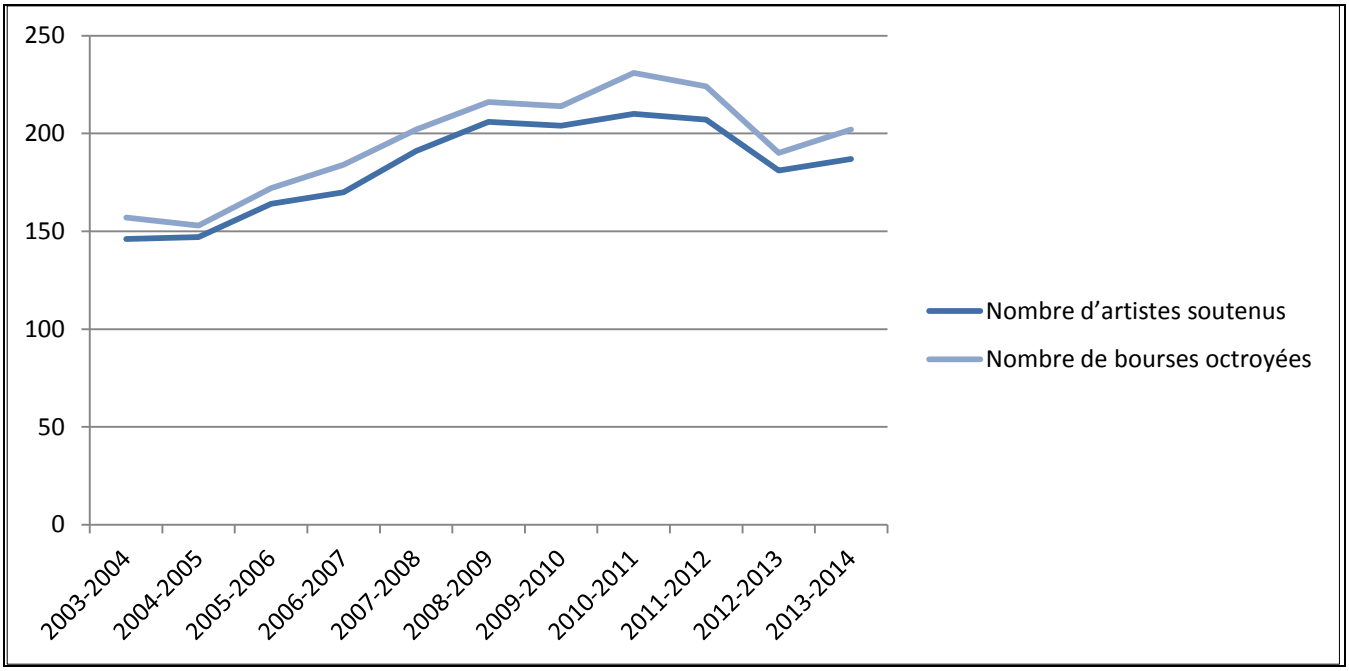
Tableau 7 Artistes soutenus et bourses octroyées dans le domaine des arts médiatiques par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2003-2014 (N)

Année	Artistes soutenus	Bourses octroyées
2003-04	146	157
2004-05	147	153
2005-06	164	172
2006-07	170	184
2007-08	191	202
2008-09	206	216
2009-10	204	214
2010-11	210	231
2011-12	207	224
2012-13[15]	181	190
2013-14	187	202

Source : Conseil des arts et des lettres du Québec, *Rapports annuels*, http://www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion/ [Page Web consultée en février 2015].

[15] La catégorie « Arts médiatiques » est mise de côté en 2012-2013 par le CALQ au profit de deux nouvelles catégories, soit « Arts numériques » et « Cinéma et vidéo ». Dans ce tableau, il a été choisi d'inclure les artistes associés à ces deux nouvelles catégories afin de mieux présenter la continuité dans l'attribution des bourses.

Figure 7 Artistes soutenus et bourses octroyées dans le domaine des arts médiatiques par le Conseil des arts et des lettres du Québec, 2003-2014 (N)



Source : Conseil des arts et des lettres du Québec, *Rapports annuels*, http://www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion/ [Page Web consultée en février 2015].

En ce qui concerne les artistes soutenus, les personnes en arts médiatiques ayant reçu une bourse du CALQ ont été dénombrées, quel que soit le type de bourse reçue ou le montant de celle-ci. Lorsqu'un artiste a reçu plus d'une bourse au cours de la même année, cet artiste a été compté une seule fois. Au cours d'une année, il arrive qu'un même artiste reçoive, par exemple, une bourse de création importante et une bourse de déplacement plus modeste. Le nombre de bourses octroyées comprend de son côté l'ensemble des bourses. L'écart (nombre) entre ces deux catégories s'explique par les cas d'artistes ayant reçu plus d'une bourse au cours de la même année. Comme on peut le constater, celui-ci est plutôt faible, la très vaste majorité des artistes ne recevant qu'une bourse par année.

Conseil des arts du Canada (CAC)

La catégorie « Arts médiatiques » utilisée par le Conseil des arts du Canada regroupe à la fois les arts numériques, le cinéma et la vidéo[16]. Le Tableau 8 présente l'évolution du financement accordé par le

[16] « [L]e Service des arts médiatiques offre une aide financière aux artistes professionnels, aux groupes, aux collectifs et aux organismes canadiens qui utilisent le cinéma, la vidéo, les nouveaux médias et l'audio comme modes d'expression artistique ou qui contribuent à mieux les faire connaître et apprécier des publics du Canada et de l'étranger. » (CAC, 2014a).

CAC aux arts médiatiques au Québec depuis 2000-2001[17], en nombres absolus et en parts du financement total.

Tableau 8 Subventions accordées par le Conseil des arts du Canada au secteur des arts médiatiques au Québec, 2000-2014 ($ et %)

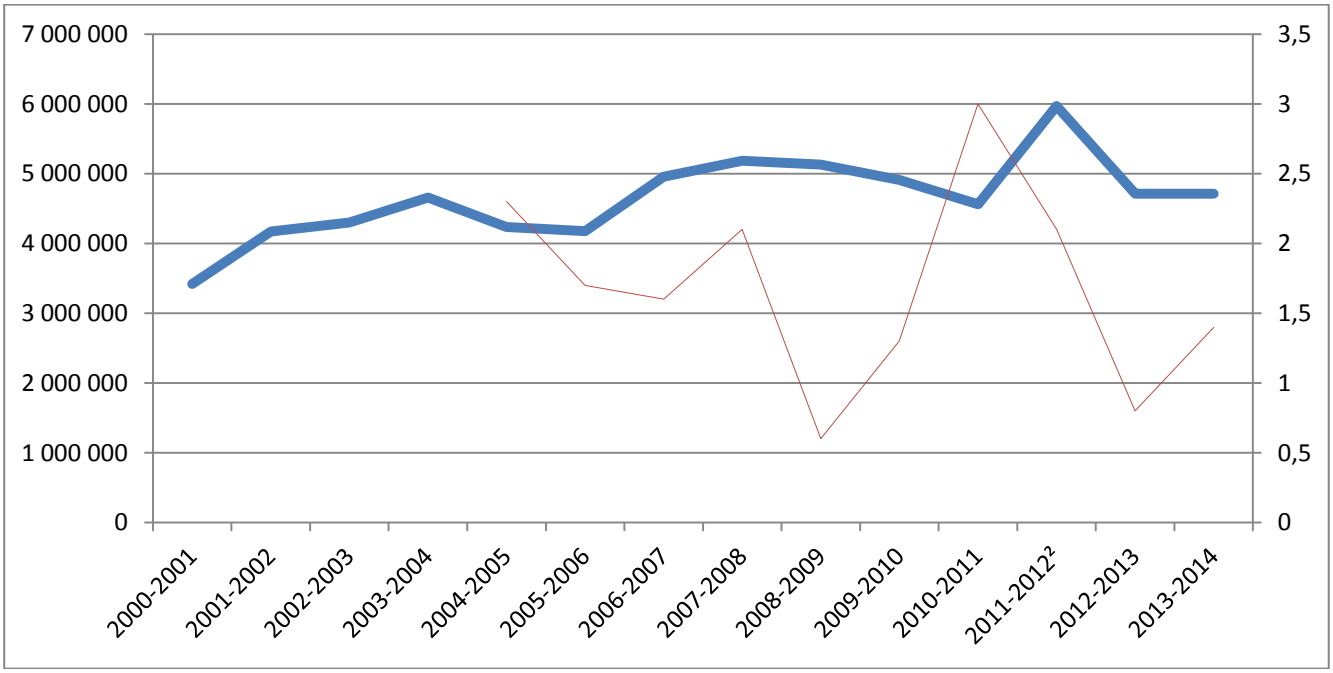
Année	Soutien aux artistes (Dollars courants)	Soutien aux organismes (Dollars courants)	Total (Dollars courants)	Total (Dollars constants)	Part accordée aux arts médiatiques par rapport à l'ensemble des subventions du CAC (%)	Total des subventions accordées par le CAC au Québec (Dollars courants)
2000-01	1 610 300	1 808 250	3 418 550	3 393 981	10,7	32 080 892
2001-02	1 982 050	2 190 700	4 172 750	3 991 146	11,0	37 879 513
2002-03	2 036 600	2 263 800	4 300 400	4 029 541	10,6	40 515 696
2003-04	2 235 500	2 422 600	4 658 100	4 273 607	11,9	39 004 464
2004-05	1 910 250	2 323 950	4 234 200	3 805 270	10,9	38 758 187
2005-06	1 857 500	2 317 370	4 174 870	3 690 218	11,1	37 751 013
2006-07	2 539 750	2 413 864	4 953 614	4 276 914	11,1	44 522 063
2007-08	2 313 300	2 869 200	5 182 500	4 423 192	10,8	47 820 618
2008-09	2 563 500	2 567 030	5 130 530	4 321 622	11,2	45 692 986
2009-10	2 251 619	2 655 850	4 907 469	4 038 742	10,6	46 256 455
2010-11	2 191 750	2 367 980	4 559 730	3 668 268	10,2	44 601 290
2011-12	2 447 890	3 521 738	5 969 628[18]	4 762 896	12,6	47 217 778
2012-13	1 957 950	2 754 409	4 712 359	3 713 815	10,5	44 900 000
2013-14	1 998 600	2 714 914	4 713 514	3 661 018	10,3	45 700 000

Source : Conseil des arts du Canada, *Rapports annuels*, http://conseildesarts.ca/conseil/information-sur-l-organisme/rapport-annuel [Page Web consultée en février 2015].

On peut constater qu'après avoir connu un financement de plus de cinq (5) millions de dollars en 2007 - 2008, 2008 - 2009 et 2011 - 2012, le secteur des arts médiatiques a reçu en 2012 - 2013 et en 2013 - 2014 des subventions équivalentes à celles qu'il a reçues en 2003 - 2004. Conséquemment, puisque le total des subventions accordées par le CAC au Québec, toutes disciplines confondues, a augmenté, la part accordée au secteur des arts médiatiques a légèrement diminué. La Figure 8 illustre l'évolution du total des subventions accordées par le CAC aux arts médiatiques.

[17] Les données pour les années précédant 2000-2001 ne sont pas disponibles sur le site Web du CAC.
[18] Le soutien aux organismes a connu durant cette année une augmentation significative.

Figure 8 Financement du Conseil des arts du Canada aux arts médiatiques au Québec, 2000-2014 (Dollars courants)



Source : Conseil des arts du Canada, *Rapports annuels*, http://conseildesarts.ca/conseil/information-sur-l-organisme/rapport-annuel [Page Web consultée en février 2015].

Le trait rouge correspond au taux d'inflation annuel, à lire en pourcentage sur l'échelle à la droite de la figure.

Prix accordés

Outre les subventions, les conseils des arts remettent des prix aux artistes et aux organismes dans leurs domaines respectifs ou en fonction de critères propres à un prix donné. Il s'agit de prix remis par les trois conseils, ainsi que de prix offerts par la Ville de Montréal. Le portrait présenté ici ne se veut pas exhaustif ; en effet, des artistes et organismes en arts médiatiques ont pu recevoir des prix d'autres sources, notamment des prix d'institutions liées au tourisme dans le cas de certains festivals ou des prix internationaux pour des artistes et organismes ayant eu un rayonnement au-delà des frontières du Québec.

Depuis 1985, le Grand Prix du Conseil des arts de Montréal récompense chaque année un organisme artistique montréalais pour ses réalisations. L'organisme récipiendaire obtient une bourse de 25 000 $, ainsi qu'une œuvre d'art commandée à un artiste montréalais. De plus, les finalistes reçoivent un prix de reconnaissance accompagné d'une bourse de 5 000 $. C'est en 2002 qu'un organisme associé aux arts médiatiques a pour la première fois remporté un prix de reconnaissance. En 2009, le Grand Prix a été remis « pour faire de Montréal la capitale nord-américaine des arts numériques » (CAM, 2014a)

En 2013, le CAM a créé les bourses *Jeunes mécènes pour les arts*. Les fonds associés à ces bourses proviennent de dons privés de personnes âgées de 40 ans et moins, majoritairement issues du milieu des affaires montréalais. Elles s'adressent aux artistes, collectifs et organismes de toutes les disciplines, l'accent étant mis sur l'innovation artistique de la relève, notamment par le biais de l'emploi de nouvelles technologies (CAM, 2014b). Les artistes qui ont des pratiques associées aux arts numériques et médiatiques sont donc bien positionnés.

Dans la même lignée, parmi les programmes de subventions du CAM (dont les montants sont intégrés aux tableaux présentés plus haut), certains sont adaptés aux réalités du monde des arts numériques et médiatiques. C'est le cas du programme associé aux pratiques émergentes, qui « soutient les approches artistiques nouvelles, technologiques, surprenantes, hybrides ou même jamais vues » (CAM, 2014c). Ouvert à toutes les disciplines, il concerne également des projets ponctuels qui expérimentent avec les nouvelles technologies (projection multimédia, art en réseau, art audio, installations immersives, environnements virtuels, dispositifs basés sur l'interactivité, robotique, cybernétique, etc.).

Le programme Atelier/Studio Saguenay-Montréal offre de son côté des bourses de séjour-production en arts numériques et nouveaux médias à un artiste de Montréal qui participe à une résidence dans la ville de Saguenay et à un artiste de Saguenay qui vient créer à Montréal. Ce programme est une collaboration entre le Conseil des arts de Montréal, le Conseil des arts de Saguenay et le Conseil des arts et des lettres du Québec.

Outre le Conseil des arts de Montréal, la Ville de Montréal soutient des prix artistiques liés à différentes thématiques. Des artistes en arts médiatiques peuvent notamment être éligibles au Prix Accès Culture, au Prix de l'Action culturelle (rencontre entre les créateurs et les citoyens), au Prix Louis-Comtois (art contemporain) et au Prix Pierre-Ayot (arts visuels). Plusieurs artistes ont remporté ces prix.

Le CALQ offre des « prix à la création artistique dans un secteur ou domaine particulier »[19]. Pour le secteur « Arts numériques, cinéma et vidéo », les prix remis depuis 2001 ont été le « Prix du CALQ - Meilleure œuvre d'art et d'expérimentation » décerné dans le cadre des Rendez-vous du cinéma québécois ainsi que le « Prix de l'écriture cinématographique du CALQ » destiné aux scénaristes et remis en collaboration avec la SODEC. Le cinéma est donc reconnu, mais aucun prix ne s'adresse spécifiquement aux artistes associés aux arts médiatiques.

Le Conseil remet également des « Prix à la création artistique en lien avec une organisation municipale ». Le « Prix du Conseil de la culture de Ville de Laval », accompagné d'un montant de 1 000 $, a été décerné aux deux ans de 2002 à 2008. À Trois-Rivières, la Gala des Grands Prix Culturels a eu lieu chaque année de 1999 à 2010.

Le CALQ soutient aussi les « Prix du CALQ en région » (chaque année), qui sont dédiés à un artiste dans chacune des régions, toutes disciplines confondues. Les autres prix régionaux du CALQ ont été attribués à des artistes issus d'autres disciplines (littérature, musique, danse, théâtre, etc.). Il est possible que certains artistes ayant été décrits comme artistes en arts visuels ou en cinéma et vidéo aient une démarche qui puisse aussi s'inscrire dans la sphère des arts médiatiques.

[19] Les renseignements contenus dans les paragraphes qui suivent proviennent des rapports annuels de gestion du CALQ. Voir https:// www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion [Page Web consultée en février 2015].

Afin de soutenir les artistes encore actifs ayant un minimum de 20 années de pratique et dont l'apport à leur discipline a encouragé le renouvellement artistique, le CALQ offre certaines bourses de carrière. Des 15 bourses attribuées depuis la création du programme des *Bourses de carrière* en 1998-1999, trois ont été accordées à des artistes en arts médiatiques.

Du côté du Conseil des arts du Canada, les « Prix du Gouverneur général en arts visuels et en arts médiatiques » sont remis annuellement à des artistes, bénévoles, professionnels, philanthropes, critiques, etc. Chacun des prix est associé à une bourse de 25 000 $ (CAC, 2014b).

Les Prix Victor-Martyn-Lynch-Staunton, de 15 000 $, sont décernés annuellement à des artistes canadiens à mi-carrière dont les réalisations ont été jugées exceptionnelles. Sept prix sont attribués dans autant de disciplines, un des prix étant destiné au secteur des arts médiatiques.

Centres d'artistes

Entre 1994 et 2013, le nombre de centres d'artistes en arts médiatiques est passé de 9 à 24 (voir le Tableau 2). Le tableau 9 présente des exemples de ces centres ainsi que leur localisation.

Tableau 9 Exemples de centres d'artistes en arts médiatiques

Centre d'artiste	Lieu
Paraloeil	Bas-Saint-Laurent (Rimouski)
Espace F	Bas-Saint-Laurent (Matane)
Antitube AVATAR La bande vidéo La chambre blanche Spira	Capitale-Nationale (Québec)
Sporobole	Estrie (Sherbrooke)
Travelling, les films qui voyagent	Mauricie (Trois-Rivières)
Projetto	Montérégie
Corporation Wapikoni Mobile Le Groupe Molior	Montréal (Outremont)
Agence Topo Centre Turbine Coop Vidéo de Montréal Groupe intervention vidéo de Montréal Main Film Oboro Goboro Perte de signal Studio XX Vidéographe	Montréal (Plateau-Mont-Royal)
Femmes du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias (FCTNM) Kino'00 Les films de l'Autre Les films du 3 mars Productions Réalisations Indépendantes de Montréal (P.R.I.M.) Société des arts technologiques	Montréal (Ville-Marie)
Eastern Bloc	Montréal (Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension)
Centre de production Daïmon Kaz Media Arts	Outaouais (Gatineau)
Bande Sonimage	Saguenay-Lac-Saint-Jean (Saguenay)

Quant aux revenus totaux de ces centres, ils ont été multipliés par sept. Le financement privé, infime en 1994-1995, représentait environ 6 % des revenus des centres d'artistes en 2012-2013 (voir le tableau 2).

En conclusion, ce chapitre visait à rassembler les données statistiques existantes portant sur les arts médiatiques. Le portrait ne peut qu'être partiel et temporaire. Il est cependant possible de retenir certains constats. Les dépenses de l'administration publique québécoise consacrées aux arts médiatiques ont connu une progression importante en 2003-2004, puis d'autres hausses substantielles durant les années suivantes. Elles sont par la suite demeurées relativement stables à partir de 2006-2007.

Alors que le financement accordé aux arts médiatiques par le Conseil des arts de Montréal et par le Conseil des arts du Canada est demeuré relativement stable au cours des dernières années, le financement accordé par le Conseil des arts et des lettres du Québec a augmenté sensiblement.

Le milieu des arts médiatiques a reçu son lot de reconnaissances au fil des années, la plus importante étant sans doute le Grand Prix du Conseil des arts de Montréal attribué ex aequo à Elektra et à Mutek en 2009. On constate aussi que, durant les cinq (5) dernières années, les artistes du secteur ont su tirer leur épingle du jeu dans des concours de la Ville de Montréal ne s'adressant pas exclusivement aux artistes en arts médiatiques (CAM, 2014c). Une recherche plus exhaustive serait cependant nécessaire afin de bien recenser les prix obtenus par les artistes et les organismes en arts médiatiques, notamment les prix liés au tourisme ainsi que les récompenses internationales.

On dispose de très peu de données publiques concernant la diffusion des œuvres et les publics (fréquentation, etc.) en arts médiatiques. Néanmoins, l'expansion de certains festivals, biennales, etc. indique à quel point les arts médiatiques ont pris de l'ampleur depuis le début des années 2000.

CHAPITRE 2

ARTISTES

Les sept entretiens réalisés auprès d'artistes ont permis de faire émerger quatre grands thèmes concernant les arts médiatiques au Québec. Nous abordons d'abord ce qui relève des définitions du milieu, détaillons les propos relatifs aux conditions de vie et de création, nous attardons sur la question de la diffusion des œuvres, pour enfin compléter avec un panorama de la vision exprimée par les artistes au sujet du CQAM.

Définition(s) des arts médiatiques

Des définitions composites

Le terme d'arts médiatiques apparaît à plusieurs reprises dans les réponses, parfois pour exprimer une faible couverture médiatique, une méconnaissance de la part du public ou pour questionner la « cohérence » de la communauté des arts médiatiques.

On peut repérer l'importance des mots « médiatique » et « numérique », très répandus socialement : « Quand tout est numérique, ça vaut pas la peine de le spécifier » (i2) ; « C'est problématique comme terme, tous les arts sont médiatiques » (i6). Ce répondant développe davantage : « Tout est devenu numérique, tout est devenu médiatique. Bientôt, ça ne voudra plus rien dire. Par exemple digital, maintenant, ça ne veut plus rien dire. Tout est digital. »

Pour i2, les arts numériques incluent des procédés numériques qui peuvent recouper le théâtre, les arts visuels, le design, la littérature et l'informatique. Les arts médiatiques sont encore plus larges à ses yeux, puisque la musique ou la photographie en relèvent également. i2 identifie par ailleurs le Quartier des spectacles comme « le meilleur et le pire exemple » puisque les spectateurs peuvent avoir de la difficulté à identifier les différents contenus culturels.

Trois répondants considèrent qu'il ne faut pas s'arrêter aux outils utilisés pour définir une forme artistique comme correspondant aux arts médiatiques. i1 souligne que ces derniers devraient être davantage considérés comme un sujet, un thème de recherche, plutôt qu'un lien « technique » entre les artistes des arts médiatiques, ce que partage i4.

L'affiliation aux arts médiatiques n'est pas revendiquée par tous les artistes rencontrés. i1 note ainsi qu'une part des créateurs en arts médiatiques, parfois estimés, ne s'affilient pas aux arts médiatiques même si leur pratique le permettrait : « La culture que tu trouves sur le Web, les gens qui font des vidéos, des vlogs, ce sont tous des pratiquants mais ils ne se revendiquent pas nécessairement comme artistes en arts visuels. » Il ajoute d'ailleurs ne pas utiliser ce terme : « Arts médiatiques, c'est ça que je fais, mais je n'ai jamais utilisé cette appellation. J'aime bien mais c'est réducteur. » i3 aussi ne s'identifie pas aux arts médiatiques, considérant avoir davantage d'affinités avec le théâtre et la littérature ; son affiliation avec le milieu s'est effectué par son utilisation de technologies numériques.

Si la classification du milieu est complexe, elle n'en demeure pas moins réelle, comme en témoignent les sentiments exprimés concernant l'art contemporain. Les artistes des arts médiatiques s'estiment en partie mis à l'écart de celui-ci parce que leur apport est novateur : « Ça apparaît comme quelque chose de nouveau comme pratique dans un milieu où les paramètres sont plus sévères et établis. » (i1). i2 considère que l'art contemporain « snobe » les arts numériques, à l'exception de la photographie et de la vidéo d'art. La dimension interactive de certaines créations médiatiques serait péjorative pour le monde de l'art contemporain car perçue comme un « gadget » plutôt qu'une innovation, selon i2 : « Je conseille à mes étudiants de ne pas dire qu'ils font des œuvres interactives. »

Les arts médiatiques apparaissent comme le parent pauvre de la part des médias. Trois répondants indiquent qu'il y a une présence dans certaines revues spécialisées, mais tous soulignent le faible écho au sein des médias traditionnels. Pour i4, les grands quotidiens ne sont pas assez curieux et trop « superficiels ». Ce constat s'applique, pour la plupart des répondants, aux arts en général. i5 ajoute qu'il existe une disproportion entre le contenu américain et le contenu local.

Un double milieu

Les réponses des artistes permettent d'identifier deux espaces au sein des arts médiatiques, que l'on peut organiser par la forme technique : d'un côté le film, de l'autre les arts numériques. i3, répondant qui affirme s'être autrefois impliqué davantage au CQAM, note qu'il y voyait un « clash » entre les « membres cinéma » et les autres membres. Selon i3, dans les arts médiatiques, « le cinéma prend toute la place. » Pour i1, qui se dit attaché dans sa pratique personnelle à ce terme, cette discipline est toutefois à sa place : « le cinéma a toujours été de l'art médiatique. »

Tous revendiquent une position particulière au sein des arts « traditionnels », parfois dans la multidisciplinarité (actifs dans plusieurs disciplines), parfois dans la transdisciplinarité (des pratiques mobilisant plusieurs disciplines). Certains mettent de l'avant un profil particulier, comme il qui se présente comme un documentariste. Pour i3, l'amalgame associé aux arts médiatiques serait une « création bureaucratique », peu naturelle : « C'est comme un Frankenstein, un bras cinéma, une tête… »

On retrouve ainsi chez presque tous les répondants une difficulté à se classer dans une catégorie homogène. Par exemple, i5 indique que la définition de son travail dépend souvent des demandes de financement au sein desquelles il faut que l'artiste s'inscrive formellement dans une discipline précise. i7 repère une nuance entre « numérique » et « médiatique » : « J'ai de la difficulté avec les catégories, j'ai toujours trouvé qu'arts visuels et médiatiques étaient plus inclusifs contrairement à art numérique qui me semble fermé, pour moi c'est des bits, des 0 et des 1, se concentre sur la programmation. »

i2 considère que la tendance à une spécialisation du milieu se développe : « [A]vant, tout ce qui était numérique était vu comme une discipline : jeux vidéo, cinéma interactif, installation. » Le public n'est pas toujours apte à bien définir les artistes : « les gens croient que je suis un designer [graphique], parce que je fais du numérique [et non un artiste]. »

Le Web constitue le référent principal des artistes qui mobilisent l'appellation « art numérique. » i1 utilise des vidéos repérées sur le Web comme principale matière première tout en faisant de la toile son espace premier de diffusion. i4 pointe une différence entre les personnes qui se définissent comme « artistes numériques » et ceux qui se qualifient comme « artistes utilisant des outils numériques. » i3 confesse ne pas avoir de connaissances conceptuelles approfondies concernant les arts médiatiques ; il y est plutôt rattaché par sa pratique des arts médiatiques et les outils associés.

Pour i6, les arts médiatiques sont « tous les arts qui font appel à certaines technologies. » La dimension technique est alors centrale dans cette définition. Selon i4, cette omniprésence des outils peut avoir un effet négatif : « on est en train de perdre la spécificité du terme arts médiatiques. » Pour i4, il y a une différence entre arts numériques et arts médiatiques : « ils focussent sur un travail lié à l'ordinateur, à la programmation […] ils n'ont pas la dimension analogique qui correspond aux arts médiatiques. » Cette différence a une répercussion à plusieurs niveaux : « [I]l y a un flou dans les textes, dans les programmes de subvention et dans le mandat de certains organismes. »

Un domaine en évolution

Les arts médiatiques apparaissent comme un espace en mouvement, à la fois dans ses relations avec les autres formes artistiques, avec la technologie, le monde de l'art et les industries culturelles.

Les opinions portant sur la reconnaissance des arts médiatiques au Québec sont complexes. On note, d'une part, que certaines carrières se développent davantage à l'étranger, en lien avec le peu d'espace de diffusion présent au Québec. i1 et i2 soulignent, d'autre part, une bonne reconnaissance locale : « depuis 2000, c'est un avantage d'être en art numérique au Québec » (i1). Cette reconnaissance s'exprime en partie pour i2 par des accès à des financements centrés vers la diffusion à l'extérieur. Selon i2, le milieu de l'art contemporain va graduellement intégrer l'art numérique, ce qui s'observe par la présence d'œuvres dans des espaces dits « généralistes ». i7 constate une accentuation, depuis les dix dernières années, du nombre d'artistes du domaine, la majorité d'entre eux étant des artistes dits émergents.

La question de la place de la critique en arts médiatiques (et dans l'art en général) semble importante dans cette dynamique de reconnaissance. Pour i1, il y a une nécessité de développer un « discours critique en arts médiatiques ». Il serait selon i7 nécessaire de voir davantage de critiques, notamment dans les médias, afin de mieux intégrer les arts médiatiques dans l'histoire de l'art. i5 indique également que la critique est absente, qu'il n'y a « presque plus d'analyse », constat partagé notamment par i6 pour qui les articles sont rares et souvent uniquement descriptifs.

L'aspect technologique est capital pour la majorité des artistes rencontrés et il rassemble tant l'utilisation concrète de ces technologies que leur place dans la société et dans l'art. Pour i1, « notre rapport à l'art aujourd'hui dépend du développement des technologies. » Les outils technologiques et numériques de création et de diffusion sont aujourd'hui davantage accessibles, élément particulièrement avancé par i1 et complété lorsque les artistes détaillent leur formation. i5 indique cependant qu'on « peut s'y perdre » et que la quête pour être à jour est continuelle, « c'est une course folle. » i5 note également avoir connu « sept à huit changements technologiques depuis le début de [sa] carrière. »

Plusieurs questions font apparaître une dynamique particulière concernant ce qui relève des industries culturelles et créatives et la pratique artistique en arts médiatiques. On voit ici poindre des réponses différentes selon les parcours et pratiques des artistes. i2 se sent à la fois inclus dans les industries culturelles et dans une perspective artistique. Pour i3, cela dépend des projets : « [I]l y a des films personnels et des films faits pour l'industrie » et ce, peu importe le budget du film. Pour ce répondant, le financement ne détermine pas nécessairement la teneur du film.

Chez i6, il importe de prendre des précautions afin de garantir l'indépendance de l'art par rapport à la portée commerciale : « Je pense que le principal est d'assurer la non-ingérence d'un éventuel soutien privé à une pratique artistique qui reste non-commerciale. » Les modalités de validation du monde de l'art sont liées, selon i6, à la communauté (reconnaissance par les pairs, non-ingérence dans l'éditorial artistique, instrumentalisation de la contribution monétaire). i6 ajoute que « si le secteur privé est prêt à fonctionner selon les mêmes modalités, j'ai pas de problèmes. »

i2 estime qu'il y a davantage d'argent investi du côté de la technologie créative, donc de l'industrie. Le désinvestissement de l'État en culture est décrié par i2, qui constate que de plus en plus d'experts et de gestionnaires de la culture apparaissent et se montrent redevables en priorité au milieu des affaires. Pour i6, les considérations éthiques des artistes sont capitales dans le choix ou le refus de « prendre de l'argent de n'importe qui. »

i3 « n'adhère pas au mythe de l'artiste-bohème » et considère qu'il est possible d'être un artiste gestionnaire sans arrêter d'être créatif, citant nommant Robert Lepage en exemple. i3 déplore, concernant le fonctionnement des demandes de bourses, qu'il existe « une vision un peu puriste de l'art : aussitôt qu'on fait de l'argent, on est exclu un peu. »

Conditions de vie et de création

Formation

La majorité des personnes rencontrées a une formation universitaire : les arts visuels et le cinéma dominent, suivi ou complété des sciences sociales et de la musique. La plupart des répondants insiste sur la grande place de l'autodidactie (« à la base, tout le monde est autodidacte », i6) ainsi que sur les formations alternatives, par exemple en centres d'artistes ou par l'expérimentation. i6 souligne que dans son cas, c'est une subvention d'un conseil des arts qui lui a permis de développer ses connaissances.

Le caractère « iconoclaste » des arts médiatiques transparaît dans les discours. i5 qualifie son parcours comme étant « atypique et autodidacte. » i1 note que sa démarche s'est construite en rupture : « j'ai inventé des machines », « j'ai réussi à faire mes films, contre la philosophie de l'école. »

La formation, pour i2, i7, i3 et i1, représente un mélange entre autodidactie et formation universitaire. Dans le cas d'i2, à un diplôme en arts visuels s'ajoute une pratique expérimentale de programmation intégrée à la démarche artistique. i3, très satisfait de sa formation, a commencé la réalisation en amateur, avant d'aller à l'université. i5, répondante dont la formation académique est la plus courte, souligne qu'à ses yeux « la vie est le meilleur apprentissage. »

Concernant les besoins actuels en matière de formation, on peut noter certaines différences. i3 indique que les jeunes créateurs ont besoin des programmes universitaires. Pour i1 et i4, ces derniers sont très associés à une université d'attache et à un domaine d'étude, ce qui est déploré par i1. Pour i2, l'enseignement n'intègre pas encore suffisamment l'importance du numérique. i1 et i3 estiment qu'on peut aujourd'hui « tout apprendre sur Internet » (i1) et qu'il n'y a donc pas une nécessité de formation académique : « [I]l y a moyen […] de se débrouiller » (i3). i5 verrait d'un bon œil le développement de formes de mentorat afin d'échanger des compétences techniques et des approches conceptuelles.

i2 estime que le numérique ne doit pas être envisagé uniquement pour les arts médiatiques et que l'université, plus qu'un espace de spécialisation technique, devrait permettre de développer une initiative éditoriale, une capacité à créer des discours, des images, à penser, à élaborer un point de vue individuel sur le monde. i2 considère qu'il ne faut pas penser l'enseignement en fonction de critères de

rendements, du développement d'une main d'œuvre et de l'industrie. i7 présente l'avis inverse, considérant qu'il importe que les universités s'ouvrent aux entreprises et à leurs besoins en termes de main-d'œuvre.

Les pratiques artistiques liées aux arts médiatiques confèrent, pour certains répondants, des compétences demandées par d'autres secteurs : « [T]u développes des compétences qui sont très convoitées dans l'industrie » (i1). i4 a développé des compétences de commissariat d'exposition « sur le terrain, en montant des événements », et note que ce parcours est assez typique dans le milieu. i7 utilise ses connaissances dans l'enseignement, objectif présent dès le début de sa formation.

Soutiens

En détaillant leurs conditions de vie et de pratique, les répondants ont permis de dresser un panorama des soutiens accessibles pour les artistes en arts médiatiques. Dans l'ensemble, on peut identifier deux tendances : certains considèrent les arts médiatiques comme étant bien encouragés au Québec, d'autres non. Ces constats se complètent de nombreuses nuances, détaillées ci-après.

Majoritairement, les répondants n'estiment pas que le type de financement formate leurs créations. i1 revendique le contrôle total sur ses productions tandis que i4 souligne que le financement est une forme de reconnaissance d'une pratique ou d'un objet.

Tous les répondants ont eu des ressources issues des conseils des arts (provincial, fédéral et parfois municipal) à des étapes différentes de leurs carrières. Trois personnes présentant un profil davantage « cinéma » ont accès à des ressources de financement pour leurs œuvres liées à la SODEC ou à Téléfilm Canada. i1 se considère « très chanceux », notant que le dynamisme local lié aux bourses est unique au monde. i3 affirme que cela permet « une grande liberté de création par rapport à d'autres pays. » Pour i7, il est impossible de créer sans le soutien du Conseil des arts et des lettres du Québec ou du Conseil des arts du Canada.

La majorité des répondants soutient que ce système institutionnel est nécessaire, la moitié qu'il est satisfaisant. i3 parle de son côté du « moins pire des systèmes ». i4 note qu'il faudrait bonifier les enveloppes car le milieu est insuffisamment financé, surtout pour les publications et le commissariat. Pour i5, cela n'est « pas suffisant », particulièrement pour les résidences, et selon i6 le soutien des

conseils des arts est « défaillant. » i3 considère que les artistes sont bien encouragés, « dans un environnement extraordinairement privilégié. » C'est au niveau de la diffusion et de la reconnaissance que « notre pays est déficient. »

Un problème, selon i5, viendrait d'un manque d'adaptation du niveau institutionnel, notamment des conseils des arts, et ce à la fois concernant le nombre de bourses accordées au regard des demandes à la hausse et dans les sommes reçues : « On est à la même place qu'il y a vingt ans, les mêmes montants, ça ne suit pas le cours de la vie. » Un constat similaire est exprimé par i6 qui estime que les crédits ne suivent pas l'essor des arts numériques. Pour i3, le système n'est pas forcément favorable « aux nouveaux visages, aux nouveaux venus », mais considère qu'à terme les institutions vont s'adapter aux changements. i1 affirme que le processus des demandes de bourses de déplacement est « trop lourd, pour trop peu d'argent. » Selon i7, il n'est pas irréaliste de vouloir davantage de crédits : « on peut toujours en avoir plus, sans être trop gourmand. »

La constitution et l'organisation des jurys ne fait pas consensus. i6 et i7 sont très satisfaits (« je ne peux pas imaginer mieux », i6), i2 et i3 considèrent que c'est acceptable (« relativement adéquat », i2) mais i5 est très critique. Selon ce dernier, le fonctionnement est mécanique, les temps de présentations trop limités et les commentaires après refus peu pertinents. i3 trouve dommage que les membres des jurys viennent d'un « bassin restreint », vision partagée par i2 pour qui les jurys ne sont pas toujours représentatifs. Cette critique est nuancée par i6 pour qui « aucun jury n'est parfaitement représentatif, surtout dans un contexte où les pratiques artistiques divergent de plus en plus. » i7 considère d'ailleurs les jurys bien équilibrés au sein des différents champs de pratique.

Pour i1, il serait pertinent de moduler les demandes de bourses ou de subventions selon le nombre de personnes impliquées dans le projet, les rendant plus souples. i1 souhaiterait que les deux conseils des arts (Québec et Canada) communiquent davantage entre eux.

Il serait de plus pertinent de garantir des accès à des voyages pour les artistes : « voyager, ça contribue à s'établir. » (il)

Centres d'artistes et espaces d'exposition

Les centres d'artistes sont des institutions citées par la plupart des répondants, soit dans leurs collaborations, soit dans leurs affiliations ou par le biais de résidences ou de commandes. La diversité des centres avec lesquels des activités sont créées est un élément vu positivement par les répondants.

Pour i2, le réseau des centres d'artistes autogérés est indispensable, assurant qualité et professionnalisme ; il y a nécessité de ne pas laisser ce réseau s'affaiblir. i4 note que les organismes qui reçoivent les artistes se chargent parfois des demandes de financement.

Le rôle joué par les centres d'artistes ne fait pas cependant l'unanimité : « Je questionne la pertinence de certains centres d'artistes. » (i1) i7 constate que les plages d'exposition disponibles sont plutôt rares.

Autres soutiens

La diversité des prix est en outre grande et semble liée aux parcours individuels des artistes. Pour i5, les prix permettent un décloisonnement des pratiques et des formes que l'on ne retrouve pas dans les demandes de subventions « où tu dois rentrer dans une case. » Cet avis n'est pas partagé par i2, qui considère que les prix sont difficiles à obtenir et prennent du temps puisqu'il faut remplir de nombreuses demandes. Selon i5, les prix, bien que « plaisants » à recevoir, n'ont toutefois « aucun impact sur le travail ensuite » puisqu'ils n'assurent pas le financement pour une prochaine production. Certains prix concernent davantage les artistes dont les œuvres peuvent rejoindre les événements associés au documentaire ou au cinéma.

Le soutien du secteur privé dépend des parcours individuels. Ainsi, i2 a pu multiplier les partenariats avec des entreprises commerciales, i5 répondant sur ce point en nommant des théâtres locaux et étrangers tandis qu'i4 a des contacts du côté d'ambassades ou de bureaux du Québec à l'étranger. Le mécénat n'est présent qu'à une reprise dans les financements reçus.

La représentation du soutien privé ne fait globalement pas consensus. i2 le critique d'emblée, considérant qu'il est le témoignage du désinvestissement de l'État pour la culture nationale. Pour i3, les entreprises qui aident les artistes représentent une opportunité qui n'existe pas suffisamment ici, mais qui est largement plus développée aux États-Unis. i3 pense que ces sources de financement

équilibreraient « la place des arts dans notre société. » Selon i5, ce système de financement privé « donne de l'argent à ceux qui ont de l'argent » et influence les projets créés. Pour i7 enfin, le soutien du milieu privé ne devrait passer que par l'achat d'œuvres d'art et des collections, et ce sans influencer la création.

Conditions de travail

La précarité des conditions de vie semble structurelle pour i1, i4, i2 et encore i5, qui souligne qu'il n'existe pas d'assurance chômage pour ses temps de moindre activité. Pour i2, il s'installe en plus de la pauvreté une compétition entre les artistes. i1 note qu'il existe « un flou total » concernant la protection sociale. i3 a trouvé de son côté « un peu de protection » en s'affiliant à plusieurs associations.

L'autonomie artistique est complexe selon les propos des répondants. Ainsi, en ce qui concerne les conditions de travail et de vie, celle-ci pourrait avoir des effets potentiellement négatifs : « On gère notre carrière, on gère notre visibilité, on gère des campagnes de financements, nos sites Web. On est devenu des gestionnaires de carrière. » (i5) Pour ce répondant, le temps de création pourrait en pâtir, ce qui est inquiétant car estimant que les formulaires de demande de subvention « vont dans ce sens là. » i1 considère que s'occuper de mettre son actualité à jour occupe beaucoup de temps.

La collaboration est une dimension importante ; celle-ci se repère au niveau individuel, revenant souvent dans la création (i4, i2, i4, i6, i7), mais aussi dans le travail avec des institutions et des organismes (i4, i3, i2). On retrouve généralement les deux dimensions à la fois. i4 travaille ainsi avec des collectifs, des musées, des galeries universitaires et se charge aussi de produire des événements dans lesquels d'autres artistes sont invités. La collaboration permet, chez i2, de voyager pour « voir ailleurs ce qui se fait. »

On perçoit des évolutions dans les carrières, i1 préférant actuellement la création en solo alors que le travail collectif était important au début de sa carrière.

L'équipement est un enjeu majeur concernant les conditions de travail. Pour i1, « sur le plan de l'équipement, nous sommes maintenant autonomes », et cela vaut aussi pour la formation avec les ressources disponibles sur le Web. On note toutefois que le coût de l'équipement, moindre que dans le passé, demeure problématique. i6 dispose d'un atelier, avec son collectif, bien équipé pour ses besoins

qui sont qualifiés à la fois d'ultra-spécifiques et de vastes. i6 note cependant que l'équipement spécialisé n'est pas toujours disponible, parce que parfois non-existant : « [I]l faut que tu inventes les outils en même temps que tu développes ton contenu. » i2 soulève une durée de vie courte pour l'équipement et un enjeu particulier concernant la conservation des œuvres. Cela rend à ses yeux les arts médiatiques plus difficiles à vendre. Pour i7, un des problèmes dans les conditions de travail réside dans le coût des ateliers qui peut diminuer les moyens de réaliser des projets.

Le statut de l'artiste est mis de l'avant. Selon i2, « si tu fais une œuvre qui est un service, ce que tu vends, c'est les droits de diffusion […] dans un contexte de service, les artistes devraient se faire payer par des redevances, au lieu de cachets fixes. » i2 souligne un paradoxe dans sa situation, liée à l'intérêt que représentent, pour des tiers, ses compétences techniques : « [T]u fais de l'argent quand ton nom disparaît. » i2 se pose la question suivante : « [E]st-ce qu'on est entrepreneurs ou employés ? ». Il répond ainsi : « Aujourd'hui, si tu veux vivre de l'art, il faut que ce soit transformé en entreprise. »

Pour i3 et i5, les artistes établis et les artistes de la relève n'ont pas les mêmes réalités : « [L]'artiste émergent veut exister, l'artiste établi veut se renouveler. » (i3)

i1 estime que la question des droits et de l'image à l'ère numérique et médiatique peut être parfois problématique, la connaissance des lois n'étant pas forcément acquise chez les artistes, ce qui peut les mettre dans des situations délicates. Dans sa pratique, ce répondant utilise des images produites par des individus mais appartenant, par leur mise en ligne, à des entreprises. Pour i3, le système de collecte des droits d'auteur fonctionnerait mieux à l'étranger qu'au Québec et au Canada.

Autres activités

Les autres activités professionnelles des répondants s'organisent en deux catégories : celles liées aux arts et les autres activités. Le milieu témoigne d'une grande cohérence dans les activités connexes.

L'enseignement concerne plus de la moitié des répondants. L'activité de production (et pour un cas, de distribution) rejoint les répondants au profil le plus « cinéma » de l'échantillon. Les tâches administratives dans des regroupements ou à l'université sont également présentes. Un répondant note qu'il a fait, dans le passé, du film corporatif « pour vivre » avant d'améliorer sa situation et de cesser ce type d'activité.

On retrouve un deuxième niveau en deux catégories : les activités intégrées à la pratique et les activités parallèles aux arts médiatiques. i1 a intégré ses pratiques artistiques précédentes (musique, performance, installation audio) dans son activité de documentariste. Pour i7 et i4, les différentes pratiques se recoupent, « tout est interrelié » (i4), situation similaire avec i3 actif en cinéma, et qui produit de la musique et publie des livres. Pour i6, sa pratique s'est peu à peu intégrée aux arts visuels, même si elle provient initialement de la musique. Indépendamment de sa carrière en arts médiatiques, i2 œuvre aussi dans la littérature et le théâtre, tout comme i5 qui y ajoute la photographie.

Diffusion

La question de la diffusion des œuvres, qu'il s'agisse des circuits de cinémas, vidéos ou des centres d'artistes, galeries et musées, est essentielle dans les propos des répondants. La distinction entre « deux mondes » transparaît sur ce thème.

Deux mondes

Il existe différentes tactiques de diffusion au sein de notre échantillon. Certaines sont très spécifiques, d'autres témoignent d'une volonté d'être présent dans plusieurs espaces. Par exemple, i1 estime qu'il ne cherche pas la surexposition, et c'est pourquoi si ses contenus sont en ligne, ils sont publiés sous pseudonymes et protégés par des codes d'accès. i3 et i5 utilisent les réseaux cinématographiques (salles, Internet, DVD, festivals), i7, i6 et i4 mobilisant d'autres réseaux artistiques tandis qu'i2 va cibler les musées, centres d'artistes, événements publics, festivals et milieux artistiques divers.

L'autodiffusion et l'autopromotion ont, pour i1 qui a pris en charge la diffusion de ses films, un effet sur la création : « [Ç]a affecte comment tu vois le monde. » Cette décision découlerait d'une absence de bonne expérience de diffusion au Québec : « [P]ersonne dans la diffusion n'est conscient des dynamiques internationales en termes de distribution. » La dimension internationale est capitale aussi pour i3 et i2 : « [P]our pouvoir en vivre, il faut viser un marché international. » Selon i3, les réseaux classiques du cinéma « ont tendance à se refermer » face au cinéma indépendant.

i4 témoigne de l'importance des réseaux et contacts internationaux afin de trouver des espaces de diffusion. Cette information recoupe plusieurs constats qui apparaissent dans l'analyse des réseaux personnels de diffusion.

Publics

Pour i6, il est important de se poser la question des publics : « Qui ça intéresse ? Quels sont les publics ? » Ce questionnement rejoint l'ensemble des répondants qui décrivent deux publics : celui visé de façon spécifique par leurs œuvres et celui qu'ils estiment être le public plus élargi des arts médiatiques.

i1 décrit son public comme étant constitué d'universitaires, de gens intéressés, notant qu'il s'agit d'un public avisé et que ses films se retrouvent dans des festivals, cinémathèques et musées. Il estime cependant que ses œuvres s'adressent à tous : « Je vais être le dernier à me marginaliser dans ma pratique en arts médiatiques. Moi je fais des films documentaires qui s'adressent à tout le monde. » Cette dynamique se retrouve chez d'autres répondants. i2 fait de l'art « pour n'importe qui », i4 veut toucher « le plus grand public possible », i7 considère que les galeries sont ouvertes à « tout le monde ». i2 estime que le public des arts médiatiques est scolarisé, consommateur de culture, ou encore constitué de « travailleurs de l'industrie des technologies créatives » puisque l'art de pointe peut nourrir l'industrie. Pour i3, si ses films sont accessibles à tous, son public est plutôt féminin et éduqué, ce qu'il relie à ses réseaux de communication, loin des médias de masse. De manière générale, i3 estime que le public des arts médiatiques est assez scolarisé et que tous les événements culturels n'ont pas les mêmes spectateurs. Pour i3, les arts médiatiques « ça reste une niche un peu secrète. »

i4 souligne parfois penser rejoindre un public pointu et toucher un public plus large : « le public est très difficile à cerner, très imprévisible. » Pour i6, il est « difficile de juger la vraie composition du public. »

Il y a globalement peu, chez les répondants, de pratiques de médiation culturelle. i4 regrette qu'il n'y ait pas suffisamment de travail de vulgarisation et de sensibilisation de la part des artistes (tout en notant que les universités et centres d'artistes en font). i1 intervient cependant souvent dans les universités, dans une formule qu'il trouve satisfaisante. i2 réalise des communications auprès de publics professionnels du milieu culturel ou du grand public, mais jamais dans des milieux scientifiques, avec lesquels son travail a moins d'impact. i3 parle de ses films dans des festivals ou des ciné-clubs. i7 entretient des liens directs avec le public, mais plutôt dans ses activités de commissariat. i5 note que la médiation culturelle connaît deux écueils : on cible fréquemment les groupes marginalisés, et certaines demandes de médiation dans les festivals (par exemple une discussion suite à une performance ou une projection) ne sont pas rémunérées pour l'artiste.

Enjeux de diffusion

Pour i1 et i3, les arts médiatiques sont concernés par la chute de la fréquentation des salles de cinéma. i3 considère que ses œuvres se retrouvent en concurrence avec des films commerciaux mieux promus en salles. i3 estime qu'il faut développer d'autres voies de diffusion, notamment sur le Web, et

effectuer la promotion en conséquence. Pour i3, le Québec devrait être préoccupé par les lieux de diffusion des films locaux.

i2 souligne que l'environnement numérique aurait un problème d'intégration au marché de l'art traditionnel car l'objet ici n'est pas unique et les matériaux ne sont pas « somptueux. » Le numérique est moins tangible et davantage spectaculaire. Or, le marché de l'art est contrôlé, selon i2 toujours, par des entreprises qui ne peuvent spéculer sur les œuvres numériques. i6 note également que l'établissement d'une valeur monétaire pour une œuvre ou une pratique conditionne leur circulation via l'achat et les présentations. i7 constate que les musées achètent peu d'œuvres en arts médiatiques en raison de questions de conservation et d'installation.

Selon i2, l'art numérique devrait trouver un autre modèle économique, par exemple basé sur l'œuvre de commande. Pour i6, la solution passerait par une meilleure reconnaissance de la part de l'histoire de l'art et une intégration complète à l'art contemporain. i7 va dans ce sens, estimant que davantage de commissaires et de galeries spécialisés en arts médiatiques permettrait d'améliorer la diffusion des œuvres.

Les grandes entreprises technologiques ont une importance dans la question de la diffusion pour certains répondants. Selon i1, « les arts technologiques dépendent des compagnies comme Sony, Toshiba et LG et du rythme auquel elles développent de nouveaux outils. » i1 considère Youtube comme son espace de diffusion mais aussi son matériel artistique. Pour i2 et i6, les fournisseurs d'accès à Internet devraient être mis à contribution par le biais de redevances pour la production des contenus.

Selon i3, la reconnaissance vient surtout de l'extérieur du Québec, car il n'y aurait pas beaucoup d'occasions de voir les œuvres au Québec. i3 souligne se déplacer avec ses films à l'étranger. Pour i2, il faut encourager les artistes à se déplacer et à créer un réseau au niveau international.

Afin d'améliorer la diffusion, i1 considère qu'il importe d'encourager les structures déjà existantes, par exemple les initiatives en ligne des centres d'artistes. i3 pense qu'il faudrait que les centres d'artistes remplissent des mandats plus globaux, moins ciblés, afin de développer les échanges entre les milieux « cinéma » et « arts numériques. »

CQAM

Présent

Le CQAM a d'abord une image de rassembleur de la communauté des créateurs en arts médiatiques, un espace de rencontres. À ce titre, i2 le décrit comme « une communauté de recherche et de création très dynamique » et i4 insiste sur la « petite équipe très dynamique » et le caractère très rassembleur. Pour i6, « tout le monde se sent comme s'il appartenait à une seule communauté. » i6 souligne l'importance de la présence d'artistes et d'organismes qui créent une grande richesse.

Sans faire l'objet de beaucoup de critiques, le CQAM apparaît comme imprécis pour i1 qui n'y a pas renouvelé son affiliation : « [C]'est flou, pour moi, leur mandat. » i5 note qu'il existe beaucoup d'associations et ne pas avoir le temps de s'informer sur ce que le CQAM peut faire. i3 affirme ne pas connaître suffisamment leur offre de services tandis qu'i6 et i7 considèrent n'avoir jamais fait appel à leurs services.

Le CQAM est reconnu comme un outil de représentation des intérêts du milieu. Ainsi, i3 note que son collectif a « utilisé le CQAM parce qu'il était un porte-voix vers des organismes qui donnent des subventions. » Le CQAM défend les artistes, informe et soutient, selon i4. L'information est, pour ce répondant, bien présente sur leur plateforme. i5 dit plutôt de son côté que « c'est la dernière chose que je consulte », soulignant ainsi que tous ne cherchent pas les mêmes éléments au CQAM.

i1, i3, i6 et i5 estiment que de nombreux autres organismes existent pour certains services spécifiques, par exemple les négociations avec les distributeurs. Pour i6, il serait pertinent que les artistes partagent davantage les ressources qu'ils utilisent avec leurs confrères.

Avenir

i6 et i3 considèrent que le CQAM est sur la bonne voie pour le futur. Selon i6, il faut à la fois favoriser les échanges internationaux et l'accès aux équipements et aux ressources pour les artistes émergents. La question des relations à l'international intéresse également i1 et i3. Pour i1, il faudrait que le CQAM soit davantage actif sur les réseaux sociaux.

Selon i7, le CQAM peut faire du lobbying auprès des gouvernements, ajoutant également qu'« on fait notre propre lobbying […] » Pour i2, le CQAM doit également défendre le rôle social et culturel des artistes au sein de la société.

i1 et i3 pensent que le CQAM pourrait se positionner concernant l'information aux membres, et ce, sur de grands enjeux. Pour i1, un travail en collaboration avec les universités, notamment en lien avec la question des droits d'auteur à l'ère du numérique, serait pertinent. Selon i2, l'intégration de chargés de cours au réseau du CQAM serait une avenue intéressante. Il faut cependant, chez i7, conserver des objectifs modestes (« il ne faut pas rêver en couleur »), car l'organisme n'a pas assez de personnel pour se diriger dans plusieurs directions à la fois.

CHAPITRE 3

ORGANISMES ET CONSEIL D'ADMINISTRATION DU CQAM

Ce chapitre présente et analyse les résultats associés aux discussions engagées avec les organismes et le conseil d'administration du CQAM.

Organismes

Cette section aborde cinq éléments résultant des rencontres réalisées avec les neuf organismes constituant notre échantillon : les multiples définitions des arts médiatiques et numériques, les objectifs, le fonctionnement et les rôles des organismes rencontrés, les constats concernant le regard porté sur l'écosystème, la diffusion, et les représentations concernant le CQAM.

Définitions des arts médiatiques

Les définitions des arts médiatiques permettent de constater que le milieu est en évolution, à la fois en raison des changements de pratique mais aussi par l'existence, en son sein, de plusieurs dynamiques artistiques.

Des termes en évolution

o8 considère que les arts médiatiques incluent le cinéma depuis les années 1990. Son organisme est par ailleurs ouvert à ce qui est nommé « les descendances du cinéma. » o4 indique que les conseils des arts ont séparé à nouveau le cinéma des arts médiatiques, ce qui est « une bonne chose. » L'évolution des termes s'explique selon o5 comme une « question d'époque, de terminologie », ajoutant que certains termes seront peut-être délaissés à l'avenir.

o4 affirme mobiliser l'expression « arts médiatiques » très rarement. Dans une volonté d'inclusion, l'organisme d'o9 est passé de « centre d'arts médiatiques » à « centre pour l'image en mouvement. » Pour o6, les arts médiatiques c'est « tellement large », regroupant des pratiques du cinéma, des arts de la scène, de l'art sonore… o2 trouve pour sa part le terme trop ouvert et pas suffisamment pointu. Selon o8, tout art électronique ou d'image peut être considéré comme médiatique, « même la radio lorsque faite de manière créative. »

L'expression d'arts numériques ne fait pas l'unanimité au sein des organismes rencontrés : « [C]'est bidon de parler d'arts numériques, ça réfère à un ordinateur, il y a beaucoup de gens qui utilisent un ordinateur dans leur travail » (o9). o4 trouve qu'il y a une difficulté à décrire ce que serait ce milieu, o6 le considère flou tandis qu'o5 estime que le terme existe pour un certain bassin d'organismes au Québec. L'organisme d'o9 ne se considère pas comme un centre d'arts numériques car il ne fait « pas de son, pas de programmation. » Pour la personne rencontrée, « art numérique, c'est un grand terme qui veut dire bien des choses. » o3 utilise l'expression d'arts médiatiques car art numérique serait trop axé sur l'électronique, ce qui ne correspond pas à l'ensemble de leurs projets. Selon o7, « les technologies servent à la production d'œuvres », ce qui lui fait dire que dans sa structure « on ne pratique pas les arts numériques. » Dans la même lignée, o1 considère le terme d'arts numériques comme étant trop limitatif puisque l'art audio ou certaines pratiques électroniques non numériques seraient exclues. Pour o8, « tout ça, c'est un peu n'importe quoi. Les arts numériques ça veut presque plus rien dire, ça voulait

dire quelque chose il y a 10 ans ou 20 ans mais plus maintenant. » Selon o9, il y aurait un certain « lobby » recherchant la reconnaissance des arts numériques. Au contraire, pour o2, il faut aller vers la création d'une véritable catégorie d'arts numériques dans les demandes de bourses. o7, par « choix philosophique », préfère parler d'art électronique que de numérique. o1 ajoute que le terme d'art électronique est utilisé dans le monde anglo-saxon et en Allemagne pour désigner ce qui est rassemblé en France et au Québec sous le terme d'art numérique.

o5 déplore le manque de reconnaissance des arts médiatiques dans le milieu de l'art contemporain et souhaiterait une meilleure intégration. Pour o3, un des enjeux du milieu est la reconnaissance comme « pratique en soi », argument qui est poursuivi par o2 qui espère une réflexion aux niveaux gouvernemental et universitaire afin de mieux reconnaître ce champ et contribuer à son institutionnalisation. Un répondant (o1) souligne en outre avoir milité pour inscrire l'art audio au sein des arts médiatiques.

La complexité du milieu

On peut relever, dans les propos de certaines personnes, l'existence d'une séparation du milieu en deux espaces, à savoir le cinéma et les arts médiatiques. Ainsi, o4 situe le travail de sa structure davantage « en cinéma qu'en art médiatique, même s'ils soutiennent des projets installatifs » et que « certains membres font des projets expérimentaux. » Pour o3, on retrouve les deux « familles » dans les sources de financement, notant que les « gens du cinéma » ont besoin d'explications afin de bien saisir ce que sont les arts médiatiques. o2 considère que les arts numériques et le cinéma/vidéo n'ont pas les mêmes besoins et enjeux.

o1, o8 et o9 constatent un processus d'hybridation dans les catégories et les genres. Pour o9, « les distinctions deviennent de moins en moins appropriées. » Selon o1, ce mouvement concernant les termes utilisés est « accentuée par l'apparition de l'expression transmédia. » Chez o2, « l'importance de la transversalité est plus vraie que jamais » dans la création contemporaine. Il y a, pour o7, une « dimension d'incertitude » dans ce qui est présenté au public, les arts médiatiques étant très innovateurs au sein des diverses expressions artistiques.

o8 estime que la conservation des œuvres des arts médiatiques n'est pas systématiquement réalisée car les institutions qui se chargent de celle-ci en cinéma n'ont pas un tel mandat et les musées ne peuvent pas tout répertorier.

Un domaine en mouvement

Les arts médiatiques ont connu des changements. o1 souligne ainsi que les arts médiatiques « étaient principalement cinéma et vidéo » et surtout leur dimension expérimentale. Pour o2, les arts médiatiques sont nés dans le cadre d'un questionnement artistique concernant les technologies : « les artistes ont beaucoup bidouillé au début. »

o1 considère que le changement de nom « de nouveaux médias à arts numériques » est lié à « un effet de mode ». Ainsi, selon o1, des artistes qui autrefois se seraient réclamés des arts visuels se déclarent maintenant appartenir aux arts numériques. Pour o1, la forte présence dans l'espace public de l'art numérique est liée à un certain intérêt : « Les politiciens en veulent, c'est la forme d'art la plus excitante. »

o1 et o3 notent que les nouveaux médias ne sont pas présents uniquement dans les arts médiatiques et numériques, ce qui les amène à s'interroger : « Un spectacle de danse qui intègre une projection vidéo. Est-ce que c'est une pratique en arts médiatiques/numériques ? » (o3)

D'autres thématiques rejoignent les arts numériques. Pour o2, « les arts technologiques sont des outils de transformation sociale », par exemple en environnement ou en santé. Les innovations du milieu culturel peuvent ainsi, pour ce répondant, trouver des applications dans d'autres secteurs de la société.

Selon o9, il faudrait « arrêter de confondre l'entreprise créative et les artistes. » Il note un phénomène qu'il nomme « l'enflure du gadget », à savoir une attention trop portée sur la « machine » et non sur le contenu. o1 apporte une critique assez similaire, témoignant d'une « crainte » de voir se développer des « projets numériques qui n'ont pas vraiment de démarche artistique (*entertainment*, projection sur architecture sans innovation artistique, etc.). L'innovation technologique peut aussi être abordée comme un moyen et non une fin artistique en soi. Ainsi, pour o6, la notion d'interactivité peut être mise de l'avant tout en conservant le mandat de son organisme, ce dernier ayant une conception plutôt « classique » du cinéma.

Objectifs, fonctionnement et rôle des organismes

Cette recherche a permis de laisser les répondants définir selon leurs propres termes les mandats et rôles de leurs organismes. Cette section, sans être une synthèse exhaustive de l'ensemble des nuances apportées, permet d'identifier des traits régulièrement présents dans les structures du milieu des arts médiatiques au Québec.

L'originalité du mandat

Les organismes rencontrés ont des mandats et des espaces d'action très divers. Par exemple, selon o8, son organisme possède « une vision beaucoup plus large et éclatée et inclusive » que des structures équivalentes au niveau international. On retrouve par ailleurs des organismes au mandat très ciblé, qu'il s'agisse par exemple de l'art audio ou du cinéma (o1, o4, o6), ainsi que des structures par essence trans et multidisciplinaires (o2, o3, o7). L'organisme d'o3 « s'est toujours positionné comme un centre en arts médiatiques et en arts visuels » et équilibre sa programmation entre ces deux secteurs tandis que celui d'o6 cherche à « préserver une conception du cinéma plus classique. »

La majorité des structures sont actives à la fois dans le soutien à la production et dans la diffusion (o1, o2, o3, o4, o9), trois travaillent en diffusion et/ou en distribution (o5, o6, o8) et une en aide à la production (o7). À ces mandats s'en ajoutent d'autres, plus spécifiques. Par exemple, o8 a un mandat principal de conservation, o3 offre des résidences, o4 et o7 rendent accessibles des soutiens financiers à leurs membres.

L'organisme d'o2 mise beaucoup sur la formation « pour les jeunes ou pour les professeurs d'arts plastiques qui veulent passer au numérique, par exemple. » Sa structure prévoit développer un nouvel espace dédié principalement à des fonctions éducatives. o2 vise à offrir un soutien équitable aux artistes de la relève, de mi-carrière et établis.

Le lien entre les lieux et le mandat apparaît clairement dans l'historique de la majorité des associations. La plupart des organismes possèdent des espaces pour la production, la conservation ou encore la diffusion (à l'exception d'o5). o4, en lien avec son mandat, a de l'équipement destiné à la location pour ses membres. o2 et o9 envisagent développer de nouveaux espaces afin d'accentuer leurs activités, o2 vers l'éducatif, o9 vers la diffusion.

o1, o5, o6, o9, o7 et o4, plutôt du côté création, diffusent en collaboration avec d'autres organismes au sein d'espaces variés selon les occasions. o3, o2 et o8 diffusent aussi dans leurs propres lieux. o4, o3 et o9 diffusent également en ligne.

Une gestion parfois précaire

L'organisme d'o6 est dans une période de transition suite à une gestion de l'équipe précédente, l'enjeu étant de parvenir à retrouver des ressources financières stables avec la nouvelle équipe pour assurer le développement de la structure. Une restructuration touche aussi l'organisme d'o9 après une crise financière et administrative il y a quelques années. Pour eux, l'enjeu est de retrouver une place dans le secteur, « regagner une visibilité. » o8 note que le sous-financement de sa structure par rapport à ses objectifs était présent dès l'apparition de son organisme, il y a plus de cinquante ans. Pour o8, il y a un besoin d'embauche afin de combler son mandat, ainsi qu'un besoin d'investissement matériel.

Rôle et reconnaissance

o8 soutient que sa structure est souvent perçue, à tort, comme un organisme gouvernemental alors qu'il s'agit d'un organisme sans but lucratif. o8 indique qu'une grande partie de ses activités ne sont pas reconnues à leur juste valeur, principalement ce qui relève de la conservation.

o8 estime que sa structure est à la fois proche des centres d'artistes, d'instances internationales en conservation et diffusion du cinéma, du monde universitaire et, via la location d'espaces, d'organismes locaux œuvrant dans le secteur cinématographique. Cependant, ce répondant estime sa notoriété encore en développement.

o1 considère problématique la notion de médiation culturelle, affirmant qu'il ne faudrait pas demander à des centres de création de fonctionner comme des musées ou des galeries. o4 et o2 travaillent sur des projets avec certaines populations ciblées : personnes à mobilité réduite, personnes âgées, jeunes, habitants d'HLM. Une initiative de pression auprès du palier municipal pour autoriser des *skaters* dans leur environnement proche participe aussi, selon o2, à leur impact social. Pour o3, le travail de médiation qu'ils ont effectué avec une école et visant enfants, parents et grands-parents, a permis d'aller vers une diversification des publics ; cela n'est toutefois pas soutenu par des subventions. La médiation est parfois intégrée à des événements comme chez o4 ou o5 avec une biennale ou les journées de la culture.

Perspectives concernant l'écosystème des arts médiatiques

Les répondants rencontrés ont eu l'opportunité d'identifier différentes dynamiques présentes dans le milieu des arts médiatiques québécois. Nous abordons d'abord la question de la formation, puis celle des soutiens financiers avant de s'intéresser aux défis et enjeux associés à la création.

Formation

o1 estime que les arts médiatiques sont quasiment inexistants au sein des cégeps, où la notion d'arts plastiques est préférée, ne permettant pas de suffisamment intégrer les arts médiatiques. Cet avis n'est pas partagé par o4 et o7 qui notent cependant que les formations existantes sont surtout techniques et liées au marché du travail.

La formation universitaire se développe « tranquillement » selon o1. o2 estime que la place des arts médiatiques au sein des institutions universitaires dépendait jusqu'à récemment de l'engagement de professeurs spécifiques. Pour o4, il existe de très bons programmes, notamment à l'Université Concordia et à l'Université de Montréal, o1 plébiscitant Concordia tandis qu'o8 a une préférence pour Concordia et l'UQAM. o4, o7 et o6 notent l'absence d'un programme universitaire complet à Québec, o4 soulignant travailler pour en développer un. Pour o9, il faudrait davantage d'échanges entre universités et centres d'artistes.

Les centres d'artistes jouent un rôle de formation particulièrement pour l'équipement, rôle spécifiquement reconnu par o1, o9 et 03. Il existe un besoin, pour o1, de soutenir les centres et les organismes dans leurs offres de formation pratique. Chez o3, les centres d'artistes suppléent aux lacunes des grandes institutions. Selon ce répondant, des artistes qui ne viennent pas du numérique font de la formation continue ou du réseautage par le biais de ces ressources. Selon o1, il faut être conscient de l'existence de techniciens au sein du milieu. Ceux-ci ont par ailleurs souvent des formations en cinéma et vidéo mais peu en arts numériques. Les employés de son centre d'artistes sont autodidactes. o4 estime que davantage de personnes se lancent en cinéma sans avoir nécessairement de formation.

o9 aimerait des budgets de formation, qui pourraient aussi toucher au domaine des ressources humaines. Pour o1, il faudrait travailler sur la formation des artistes. o8 considère qu'il faut enseigner davantage l'histoire du cinéma et des arts médiatiques et combler un manque au niveau des arts

électroniques, trop souvent perçus comme une industrie. Puisque l'art médiatique « déborde » dans d'autres disciplines (architecture, danse…) selon o8, la question de la formation en arts médiatiques est d'autant plus complexe.

Chez o3, une formation devrait apparaître dès les niveaux primaire ou secondaire. Il y a, selon ce répondant, une nécessité de « faire de la pression sur les élus pour que les pratiques numériques ne soient pas réservées aux spécialistes, qu'il y ait une démocratisation. » o6 estime de son côté que la formation en cinéma représente une opportunité de développement des publics.

Soutiens financiers

Les soutiens financiers institutionnels sont présents dans tous les organismes rencontrés, à des degrés variés, tant pour des subventions de fonctionnement que pour des projets particuliers. Dans l'ensemble des répondants, les niveaux municipal, provincial et fédéral sont mentionnés. Pour o1, « le système qu'on a, malgré ses défauts, est le meilleur système qui existe au monde. » o2 considère que sa structure n'est pas correctement évaluée par les jurys car elle a un budget élevé, ce qui laisse penser à certains qu'ils sont « riches ».

Le système des jurys de pairs fonctionne très bien selon o3, o5 et o9. Pour o1, la combinaison entre jurys de pairs, conseils des arts et centres d'artistes est une équation idéale. o1 n'a pas d'objections quant à la discipline des artistes membres des jurys, d'autant plus que les arts sont interdisciplinaires.

o3 affirme qu'il n'y a pas suffisamment de fonds réservés pour le secteur des arts médiatiques, ce qui pourrait être lié à un problème de libellé, à une confusion entre arts médiatiques et autres disciplines faisant appel aux outils numériques. Il existe, pour o1, un flou dans la définition du secteur en termes de soutiens financiers. Il y a une ambiguïté dans le soutien de la SODEC et du CALQ, avec selon ce répondant des zones ambivalentes entre ce qui relève de l'industrie et ce qui est en lien avec la recherche artistique. o8 retrouve sa structure en compétition avec d'autres centres d'artistes même si son mandat n'en est pas un de centre de création. Le soutien financier étant limité, la structure d'o8 doit identifier des priorités dans son mandat de conservation en se centrant sur les œuvres les plus menacées par le temps.

Les conseils des arts ont, selon o3, créé des secteurs qui les poussent à proposer leurs demandes en double. o3 défend l'utilité de ces secteurs pour la reconnaissance des arts médiatiques et la nécessité de les abolir pour simplifier les demandes. La difficulté d'obtenir du financement est une réponse récurrente : o4 mentionne qu'il est « difficile d'aller chercher sa part du gâteau », tandis qu'o9 considère que « ça nous prend plus d'argent, pour donner plus au monde. » o2 relève une certaine timidité des institutions par rapport au financement : « [I]l y a un manque de courage en ce qui concerne le soutien. » Pour o9, les ressources sont inadéquates afin de développer tous leurs projets et augmenter les salaires. o5 et o7 pensent que les ressources actuelles peuvent être bonifiées. Seul o1 considère que ce soutien est bon, « considérant le contexte économique », tout en supposant que « tout le monde va dire que ce n'est pas assez. » o7 indique que le budget des programmes de bourses est le même depuis 10 ans.

Selon o1, le programme d'art numérique de la SODEC va surtout, à l'avenir, aider les projets « transmédia ». o2 estime qu'une mise à niveau est nécessaire au niveau du financement. Le fond numérique ne concernera pas, pour ce répondant, les artistes et les artisans mais plutôt les infrastructures.

Chez o1, le financement au projet serait mal utilisé, ce qui demande davantage de travail pour les équipes et empêche une certaine continuité puisque de nouveaux projets doivent continuellement apparaître. o4 considère que l'accès aux subventions est plus simple à Montréal, lieu où réside l'industrie.

Les revenus générés par les organismes varient seront la nature de l'activité. Ainsi, o2 estime que 93 % des revenus proviennent de ce qu'ils produisent. L'organisme d'o3 tire une part de ses revenus des locations effectuées. o1 note que les revenus provenant des services rendus aux membres sont moins compétitifs que dans le privé et « usants » pour l'équipe. o1 considère qu'il faut développer cette activité en vendant mieux la créativité.

Le soutien du secteur privé concerne directement deux répondants, o8 notant qu'il est difficile d'avoir des mécènes. Deux personnes voient leurs structures recevoir des dons d'individus et de fondations privées. Pour o1 cependant, « le mécénat privé, c'est une joke » ; il ne pense pas que les organismes vont chercher du financement privé et considère que le gouvernement se désengage en promettant de compléter les sommes recueillies dans le domaine privé. o2 estime que les financements privés relèvent

davantage « de shows de boucane » que « d'effets levier. » o5 et o6 ne pensent pas que leurs structures soient assez visibles pour attirer le secteur privé. o7 affirme que le privé s'intéresse moins à la recherche et au développement. Si o4 n'a pas réussi à trouver du financement du côté du privé, ce répondant estime que la liberté de création n'a pas à être perturbée par le type de financement. Pour o9, enthousiaste à l'idée de voir des connaissances nouvelles naître de ce type de soutien, le défi réside dans l'intégration de ces fonds à la pratique. o3 indique qu'il existe des programmes de certaines grande sociétés pour soutenir la création et o5 mentionne un projet rassemblant une entreprise d'informatique, un média ainsi que des artistes comme étant une formule intéressante.

Défis et enjeux de la création

La collaboration est une dimension capitale dans la vie des organismes : « [L]e milieu des arts médiatiques appelle à la collaboration » (o1). o2 estime que la collaboration fait partie de sa mission. Pour o3, « presque tous les projets se font en collaboration », constat partagé par o4. o1 considère sa structure comme étant toujours en collaboration avec des artistes. Il y a beaucoup, selon o9, de relations avec les festivals et d'autres centres d'artistes mais la structure s'est tout de même refermée sur elle-même durant les dernières années, ce que la nouvelle équipe entend modifier. Du côté d'o4, la collaboration permet entre autres d'avoir davantage de rayonnement. o4 et o8 soulignent l'existence de travaux réalisés en collectifs artistiques. Les artistes ont « surtout besoin de se réunir, de se rencontrer. » (o3) o5, o6, o7 et o8 ont parfois des collaborations, tout autant que des événements indépendants. Pour o6, la collaboration est nécessaire afin de répondre à leur mandat : « [C]omme nous n'avons pas de salle de cinéma, nous sommes obligés de collaborer avec des lieux de diffusion. » Les liens se font aussi avec des entreprises privées (o3).

Abordant la mise en commun du matériel au sein de son conseil de la culture, o6 considère qu'il serait bénéfique de regrouper les acquis des organismes pour en faire profiter au plus grand nombre. Pour o9, un réseau de personnes acceptant de collaborer régulièrement serait positif pour la diffusion, créant ainsi une base récurrente. Les organismes de diffusion doivent s'allier entre eux (o8). o8 note également que les organismes de production font de plus en plus de diffusion puisque personne ne mobilise leur catalogue.

o1 constate un changement dans la gestion et l'organisation des centres d'artistes : la « notion d'appartenance à un centre d'artistes n'existe plus vraiment. On est membre de plusieurs centres. Il n'y

a plus de bénévolat dans les centres d'artistes […] Le modèle original ne fonctionne plus, même s'il y a encore des succès. » Selon o3, les artistes émergents possèdent beaucoup de connaissances techniques mais s'intègrent moins bien au milieu existant et à ses ressources : « [I]ls ont plus de difficultés à percevoir qu'ils peuvent construire une communauté avec les centres d'artistes qui sont là pour eux. » o4 considère que les artistes émergents ont déjà accès à suffisamment de ressources à leur disposition par le biais des organismes déjà en place.

Le premier défi pour les artistes est, pour o1, lié à l'équipement : les achats ne sont pas subventionnés, alors que la durée de vie des équipements est de plus en plus réduite. Ce répondant souligne par exemple qu'il n'existe aucun soutien pour l'achat de logiciels. Au-delà de l'appui financier, subventionner l'achat d'équipements relève pour celui-ci de la reconnaissance de la pratique, puisque « l'ordi est le matériau pour l'artiste du numérique. » La mise à niveau des outils de travail et des lieux de production est essentielle (o7), o9 notant que « l'outil change continuellement. » Pour o1, il est essentiel d'avoir un équipement à jour au sein des centres d'artistes : « [O]n ne peut pas se contenter de l'équipement dépassé, on veut suivre le reste de la planète ou même *leader*. » Or, il n'y a pas assez, selon lui, de soutiens financiers à cet effet.

o7 estime que les artistes émergents ont besoin d'avoir davantage accès à des infrastructures de diffusion, notant que la production se fait bien « à partir de chez soi. » o3 considère qu'il est difficile de trouver des ateliers abordables et que l'acquisition d'édifices dédiés aux artistes serait très utile pour les soutenir. Pour o3, les résidences permettent aux artistes de progresser dans leurs projets. o2 affirme qu'il y a trop peu de fonds pour les tournées alors que des artistes font du bon travail afin de diffuser leurs œuvres. La diffusion sur le plan international est capitale afin de faire connaître les œuvres (o3 et o2) ; pour o2, l'artiste « paie souvent de sa poche » pour l'assurer.

Les répondants ne font pas tous une priorité de la question des droits d'auteur. o6 note cependant que toutes les plateformes ne respectent pas toujours ceux-ci et o1, que le numérique bouscule les pratiques existantes. D'après o1, « personne n'a de solution intelligente » en ce moment et les créateurs ne sont pas correctement rémunérés. Il estime que les droits d'auteur servent davantage le volet industriel que l'auteur. Il y aurait beaucoup de confusion sur ce thème dans le milieu des arts médiatiques (o5), particulièrement pour les artistes qui travaillent au sein d'entreprises du numérique.

o3 estime qu'on pourrait espérer davantage de soutien des fournisseurs d'accès à Internet mais qu'il importe au préalable de clarifier les questions et enjeux de propriété intellectuelle. Selon o4, une contribution des fournisseurs d'accès au financement de l'écosystème culturel est intéressante mais plutôt utopique. Pour o1, l'idée de faire payer les fournisseurs d'accès n'est pas si bonne car elle reviendrait à faire payer davantage le consommateur.

Enfin, très peu d'artistes vendent des œuvres (o1). o3 relève que peu d'artistes de la relève membres de sa structure se rendent au statut d'artiste établi. o9 désirerait un système d'assurances afin de diminuer la précarité des artistes.

Diffusion

Publics

Pour o5, les artistes québécois sont diffusés et médiatiquement couverts sur le plan international. Il faut cependant, selon o4, effectuer un travail pédagogique : « [T]out le volet d'éducation du grand public est important : si les jeunes ne sont pas éduqués au cinéma indépendant dès le plus jeune âge ». Pour ce répondant, il est nécessaire de ne pas s'adresser à un « cercle fermé » de connaisseurs mais aussi au grand public pour rendre la discipline « accessible et reconnue. » Chez o5 également, il y a une méconnaissance de la part du public liée, pour o1, o7 ou encore o9, à une couverture médiatique jugée déficiente.

On repère, du côté d'o4, o9 et o7, une différence entre ce qui relève du cinéma et des arts médiatiques : pour ces répondants, le cinéma est bien connu par le grand public mais non les arts médiatiques. Ce manque de connaissance n'est toutefois pas « nécessairement un manque de reconnaissance. » (o4)

La visibilité médiatique est bonne pour o7 mais doit être améliorée selon la majorité des répondants : « [P]as grand journaliste au Québec ne comprend le milieu. » (o1) Ce répondant considère que seuls les événements « importants » sont couverts, et qu'à l'exception d'un quotidien, il y a peu de « gens compétents » dans ces domaines. Pour o3, il y a « peu de présence de l'art en général dans les médias. » Qui plus est, l'information en ligne se retrouve surtout sur des « sites spécialisés internationaux en anglais » s'adressant plutôt à un public très ciblé (o1). o5 estime cependant que les arts médiatiques sont davantage visibles en ligne que dans les médias traditionnels où ils sont traités « en notes de bas de pages. »

La description du public qui s'intéresse aux arts médiatiques peut être relevée dans les propos des répondants. D'après o1, son public est celui de l'art en général. Il le qualifie comme « relativement jeune (mais pas que). » o2 note que leurs activités touchent surtout les 20 à 35 ans, o5 les 25 à 35 ans, o4 les 20 à 50 ans et o9 les 20 à 60 ans. o3 considère que le développement des jeunes publics constitue une bonne part de leur travail, particulièrement auprès d'enfants du quartier. o7 estime s'adresser à tous les publics. Certaines activités d'o6 se dirigent vers un public plus élargi, notamment les projections publiques, d'autres vers un public plus âgé, notamment grâce à certains partenariats. Les ressources à

mobiliser pour tenter de rejoindre le grand public ne donnent toutefois pas toujours leurs fruits (o8). La programmation de l'organisme d'o8 est pointue et rassemble plutôt un public de cinéphiles.

o2 mentionne l'arrivée plus importante d'une clientèle féminine chez les plus jeunes. Le niveau d'éducation n'est pas un critère de sélection du public selon o2, contrairement à o5 et o4, ce dernier qualifiant son public de « gens assez éduqués. » o6 a un public étudiant et un public plus âgé avec une « bonne scolarité. » Pour o1, son public est « informé, impliqué », tandis qu'o9 et o8 soulignent l'intérêt des publics qui fréquentent leurs organismes.

Enjeux

o4 constate qu'il y a « de plus en plus de production », parlant d'une « explosion ». La difficulté pour les festivals, qui recevraient selon ce répondant de nombreuses propositions, est alors de « faire le tri entre les artistes qui pourront faire leur carrière en cinéma versus ceux qui sont des amateurs. » o9 offre un avis très critique concernant la profusion d'arts médiatiques au sein de l'espace public : « [D]es arts médiatiques il y en a partout, on n'arrête pas de jouer avec notre image, mais c'est pas mal de la décoration, à Montréal du moins. » Selon cet intervenant, des firmes de communication et de design reçoivent des mandats et des outils qui devraient revenir à des artistes proposant un discours ou une pratique.

o6 estime qu'en tant que diffuseur, sa structure « préfère se concentrer sur la projection en salle, l'expérience en salle. » Le parcours de diffusion des œuvres n'est plus le même, selon o4. Aujourd'hui l'enjeu, pour ce répondant, est de savoir « quelle plateforme de diffusion utiliser » et, par voie de conséquence, « s'adapter pour ne pas être en retard. » o6 affirme qu'il y a trop de plateformes de diffusion en ligne, ce qui ne serait pas le plus bénéfique pour les œuvres. Pour ce répondant, cela « manque de centralisation », l'offre est abondante et il est difficile pour les « gens de s'y retrouver. » o6 est curieux de connaître l'effet des nouvelles plateformes de diffusion sur le développement de la cinéphilie ainsi que la réception des œuvres.

Un des problèmes des arts médiatiques indépendants, selon o8, est lié au dépôt légal, qui n'est obligatoire que depuis peu. Il estime que des entreprises non subventionnées produisent des films « qui échappent au décompte. » Dès lors, pour o8, il faut poser la question de la conservation : « [T]out conserver ou cibler les œuvres d'art ? » La conservation est un enjeu chez o9 et o3, ce dernier précisant

qu'il s'agit d'un défi en raison de la « désuétude rapide des outils. » o3 se demande si l'œuvre est la même si elle est projetée sur un « écran à cristaux liquides alors qu'elle était à l'origine sur un écran à tubes. »

Selon o5, la collaboration entre les organismes bénéficie au public. Pour o9, il y a toutefois trop de compétition entre les organismes et il y a un « besoin de ralliement. » Il manque, du côté d'o5, un réseau de diffusion au Québec, ce qui pénalise notamment les artistes émergents, en besoin de visibilité. o6 souligne également que tous les artistes recherchent des plateformes de diffusion. Chez o8, il faut un véritable lieu d'exposition afin de bien montrer l'étendue des collections tenues par sa structure, ce qui peut passer par un modèle associant salles commerciales et cinémathèques.

o6 souligne qu'il n'y a pas suffisamment d'événements et entend amener son organisation à accentuer le rythme de leur programmation et la stabilisation au sein d'un lieu. Pour o5, davantage d'événements internationaux représentent un apport monétaire, de nouvelles occasions de partenariat et de communication. o3 pointe la qualité du positionnement au niveau international de Montréal grâce à ses festivals.

o1 soutient que créer de nouvelles plateformes revient à « jeter de l'argent par les fenêtres. » Il faudrait plutôt être présent sur ce qui existe déjà, même s'il note que le numérique peut favoriser certains développements. Il estime qu'il faut que les médias déjà existants relaient les créations et qu'il importe d'investir dans des créations de qualité afin d'améliorer la diffusion. o4 considère pour sa part qu'il serait préférable d'avoir une plateforme culturelle unique.

Rôle du CQAM

Présent

La défense des intérêts du milieu des arts médiatiques constitue le rôle principal du CQAM pour o4, o3 et o8. Selon o7, le CQAM défend les intérêts des artistes en cinéma/vidéo et, moindrement, ceux des arts numériques. Chez o3, o8 et o9, l'organisme réalise des représentations afin de garantir du financement pour le milieu. o3, sans d'abord nommer le CQAM, souligne l'importance d'avoir des organismes faisant pression auprès des gouvernements afin que « l'argent continue à affluer vers les conseils des arts. » Par contre, selon o7, on assiste à une multiplication d'associations qui pourrait être problématique. Cet avis est partagé par o9 qui estime que « plus on dilue nos associations, plus on dilue le message et la représentation. » o9 mentionne également l'existence de barèmes de droits d'auteur et de recommandations différents entre une association canadienne et le CQAM.

Pour o9, o4 et o3, le CQAM participe au rayonnement du milieu, incluant à l'étranger. o1 estime que le CQAM fait du bon travail pour faire connaître les arts médiatiques et o4 souligne la fonction de l'organisation dans la circulation de renseignements utiles pour le milieu. o9 et o3 mentionnent son rôle dans le développement de connaissances concernant l'écosystème des arts médiatiques. o3 ajoute que le CQAM fait aussi de la formation en gestion et en administration pour les membres. Selon o2, le CQAM « joue un très bon rôle de consultation et de concertation. »

o1 mentionne que les « préoccupations du CQAM ne laissent pas beaucoup de place au cinéma/vidéo. » o4 partage ce point de vue, évoquant une surreprésentation de l'art numérique. Pour o4, il est problématique qu'il y ait des activités de diffusion du CQAM très concentrées à Montréal. o8 partage cet avis, considérant que lorsque le CQAM joue le rôle de diffuseur, il peut dépasser son mandat : l'organisme devrait être présent ailleurs au Québec ou se retirer de la diffusion. Il considère d'ailleurs qu'il revient aux centres d'artistes de réaliser ce travail de diffusion. Selon o1, certains services assurés par le CQAM, tout en étant bien effectués, « débordent » du mandat et peuvent entrer en conflit avec les activités des membres. Il faudrait à cet égard que le CQAM se concentre sur les activités de représentation et de diffusion de l'information. De l'avis d'o4, les artistes localisés à l'extérieur de Montréal n'ont pas un sentiment d'appartenance fort envers l'organisme.

o2 ne souhaite pas que son organisme soit représenté par le CQAM, considérant qu'il revient à lui-même de représenter ses intérêts. o2 estime que les artistes ont besoin de représentation, mais pas forcément les organismes. o3 souligne que son organisme est historiquement indépendant en ce qui a trait à la défense de ses droits.

Les répondants, en majorité, soulignent la qualité du travail réalisé actuellement par le CQAM. o8 note que la création du CQAM a été nécessaire pour que les différents acteurs discutent entre eux.

o4 et o5 se disent satisfaits par les outils pratiques fournis par le CQAM, par exemple des contrats-type ou des outils juridico-légaux. o4 trouve cependant le site Web peu pratique et les renseignements peu à jour.

Avenir

La représentation est le mandat prioritaire à développer selon la majorité des répondants. o1 estime que le CQAM devrait être uniquement un outil de lobbying pour représenter les intérêts de ses membres au niveau politique et sur toutes les plateformes publiques. Pour o2, le CQAM se donne un mandat trop large qui gagnerait à être resserré. o2 considère qu'il faudrait effectuer, avec les membres, une mise à jour des objectifs. Il serait peut-être pertinent, selon o3, de fusionner certaines fonctions de représentation de plusieurs regroupements, notamment entre le CQAM et les arts visuels.

Le CQAM (o8) pourrait fournir des ressources pour les artistes, par exemple avec l'embauche ponctuelle d'experts, notamment pour de l'aide administrative aux artistes, des soutiens à la diffusion, des apports techniques (pour un site Web…).

Le CQAM devrait exercer, selon o2, une fonction de table de concertation, un « terrain neutre » comme cela a été réalisé dans le cadre du Printemps numérique. o1 estime que le CQAM doit participer à une coalition de défense de la culture. o4 est intéressé par le rôle de recherche du CQAM qui lui permet de « voir ce qu'il se fait ailleurs. » Selon o8, le CQAM devrait prendre le relai au niveau des archives car il n'existe pas de structure de référence en arts médiatiques. o3, o2 et o1 insistent cependant sur la nécessité que les activités du CQAM ne dédoublent pas ce que font les centres d'artistes.

Le CQAM manquerait de ressources (o5) afin de maintenir une offre de services plus accrue. Pour o8, qui souhaite que le CQAM offre davantage de services, il faut assurer un financement régulier, ce qui permettrait également de ne pas venir concurrencer ou enlever des ressources aux centres d'artistes.

Le CQAM pourrait travailler à différencier ce qui relève des arts médiatiques et ce qui a trait à la « décoration » de l'espace public via des installations ou des vidéos (o9). Pour o2, il faut également préciser les similitudes et différences entre le cinéma/vidéo et les arts numériques.

CA du CQAM

La rencontre avec les membres du conseil d'administration rassemble cinq individus. Nous tenons compte ici de la variété des propos exprimés. Ceux-ci concernent les définitions des arts médiatiques, les conditions de vie et de création, la diffusion, et le CQAM.

Définitions des arts médiatiques

Des perspectives composites

L'ensemble du conseil d'administration relève un certain flou dans les appellations concernant les arts médiatiques que ca1 résume ainsi : « [I]l y a beaucoup d'écoles de pensée, c'est ça, en plus, je pense que tout dépend de quelle formation, de quel background t'as et de quelle génération tu viens. Je pense que les mentalités peuvent se croiser et qu'il peut y avoir des petites distinctions et nuances en Europe et en Amérique du Nord. »

ca5 estime que la définition ne constitue pas un préalable pour la pratique : « [M]oi qui viens des arts médiatiques, je ne connais pas les arts médiatiques, je ne saurais pas bien définir ça […] bien des gens, que je côtoie même dans mon travail, auraient du mal à définir ce qu'est l'art médiatique. »

ca3 considère que les arts numériques, « c'est en train de se définir. » Pour ca4, il est aujourd'hui important de travailler sur les origines de l'art numérique : « [Ç]a vient d'où ? […] où sont nos bases ? » ca4 dit avoir « toujours trouvé les définitions problématiques » mais apprécie de les voir évoluer, ce qui « garde la discussion ouverte. »

Le flou est aussi présent pour le public (ca3) : « Pour le grand public, arts numériques ça englobe tellement de choses, puis c'est tellement abstrait […] »

Un double milieu

Les répondants du conseil d'administration donnent sensiblement deux définitions, une pour les arts médiatiques et une pour les arts numériques. ca1 indique aussi qu'il y a un cloisonnement entre cinéma et arts numériques, « deux mondes complètement différents. » Selon ca3, l'art numérique est majoritairement constitué « d'indépendants » et minoritairement de « commerciaux » et la situation serait inversée dans la pratique traditionnelle du cinéma. Pour ca2, « il n'y a pas énormément de ponts entre les communautés […] le défi se pose de créer plus de liens. »

ca2 et ca3 associent les arts médiatiques avec l'image d'abord, en reconnaissant toutefois l'ouverture progressive du milieu sur le plan historique : « Arts médiatiques, ma vieille définition, c'était vraiment

tout ce qui incluait l'image en mouvement […] la vidéo, le cinéma, je sais qu'il y en a aussi qui intègrent ça là-dedans, et ensuite ça s'étend avec les arts sonores, l'électronique et la robotique […] » (ca2) ca4 qualifie ainsi la notion d'arts médiatiques : « [J]'ai l'impression que les arts médiatiques au début c'était un peu pour se définir autrement que les arts traditionnels […] »

Les arts médiatiques apparaissent également comme plus englobants, par exemple chez ca1 : « [L]es arts médiatiques, c'est la grande famille qui intègre tous les arts technologiques, y compris les arts numériques, que ce soit la robotique, l'art cinétique, le up-art, le Web-art, le net-art, même les technologies analogiques, l'art vidéo, low-tech, high-tech, pour moi, c'est dans les arts médiatiques. »

Les arts numériques regrouperaient ce qui fait de l'ordinateur ou de la programmation le centre de la pratique, comme l'explicite ca2 : « [L]es arts numériques, ça fait beaucoup plus appel à de la programmation, computer based projects, des projets qui intègrent l'ordinateur comme source centrale. »

Un domaine en évolution

Au-delà de ces distinctions, des membres du CA notent que les évolutions technologiques bousculent les lignes classiques, comme ca3 par exemple : « Il ne reste presque plus rien, je veux dire, il en reste des arts médiatiques au sens originel du terme, mais presque tout est numérique maintenant. » Pour ca3, les deux milieux se « regroupent » et ca1 indique que « c'est de plus en plus hybride, c'est pas une pensée en silo. »

Les membres du CA notent que les arts médiatiques au Québec sont en évolution considérable (ca3), ca2 qualifiant le développement du milieu d'exponentiel. Ces changements sont notamment liés à la technologie : « [V]u que les technologies se développent […] très rapidement, bien l'art numérique suit cette même tendance. » (ca1) Il y a alors selon ca3 un enjeu important, soit de « faire évoluer les technologies traditionnelles [pour] suivre le rythme de la technologie. »

Conditions de vie et de création

Formation

L'ensemble du conseil d'administration identifie la formation au sein des centres d'artistes comme étant capitale pour le milieu : « J'ai trouvé que les cours de perfectionnement dans les centres d'artistes permettaient de créer des liens avec le centre et les membres, le réseautage est aussi important que l'info technique. » (ca5) Cette formation rejoint, selon ca3, plusieurs personnes autodidactes et des travailleurs autonomes.

ca3 souligne la diversification dans l'offre universitaire existante et ca2 salue l'adaptation réalisée par certaines universités et facultés. Pour ca3, cela est en lien avec les demandes provenant des industries créatives : « [A]vec l'industrie des jeux vidéo en croissance à Montréal, les cégeps et universités ont dû s'adapter afin de créer une main-d'œuvre spécialisée, surtout avec des connaissances d'arts numériques. » ca3 considère que les formations professionnelle et universitaire sont complémentaires mais ne partagent pas suffisamment leurs ressources.

ca3 indique qu'il existe un défi dans la communication de l'offre de services aux artistes qui pourraient être intéressés. Pour ca1, la priorité réside dans le renouvellement constant de la formation.

Soutiens

Le financement est la préoccupation principale des membres du conseil d'administration, principalement en lien avec le soutien apporté aux artistes. ca3 parle également de « sous-financement de la culture en général », et ca5 estime que « l'argent manque cruellement. »

Selon ca3, la situation est « très difficile pour les jeunes centres d'artistes », tout en laissant les centres plus établis en position de fragilité et n'ayant « pas le droit à l'erreur. » ca2 note que les besoins des artistes en termes de services et d'expertises évoluent constamment et qu'il faut donc que les centres d'artistes et les supports institutionnels soutiennent en conséquence.

ca3 soulève un certain problème ayant trait aux artistes dans leurs soutiens possibles : « [L]a notion d'indépendance devrait être redéfinie selon de nouveaux critères. » Selon ce répondant, et aussi du côté

de ca1, la notion d'art indépendant « empêche d'aller chercher de l'argent au privé. Il y a un gros paradoxe » puisque dans le même temps les soutiens institutionnels encouragent les financements alternatifs. « On nous demande de financer les arts autrement et en même temps on ne nous le permet pas. » (ca3) Pour ca4, la collaboration avec le secteur privé est bénéfique pour les industries créatives.

Conditions de travail

Selon ca3, beaucoup d'artistes travaillent « sous le seuil de la pauvreté ». ca1 indique que les salaires sont les mêmes depuis vingt ans. « On fait beaucoup, beaucoup, tous, avec pas grand-chose. » (ca3) ca4 constate de son côté que la demande de travail pour le milieu est très sollicitée, « tout le monde est poussé, les gens sont fatigués. » ca5 souligne que les réalisateurs ont aussi une très grande charge de travail. Pour ca3, le modèle de financement de certains conseils des arts serait « désuet », encourageant à être à la fois producteur et réalisateur.

La question des droits d'auteur n'entraîne pas de position claire au sein du conseil d'administration, ca1 notant que cela dépend de la pratique, tandis que ca4 pointe la complexité du sujet et l'impossibilité d'effectuer de généralisations. ca3 affirme cependant que le milieu étant sous-financé, les droits d'auteur sont difficilement respectés.

Diffusion

Publics

Pour ca1, le public des arts médiatiques est constitué de « gens qui aiment la culture, la technologie, qui sont curieux. » La question de la jeunesse du public est aussi centrale au sein du conseil d'administration. Selon ca4, qui note que le public varie selon le contexte, il y aurait un certain mythe qui ferait des arts numériques la voie d'intérêt des jeunes pour les arts en général, ce qui ne serait pas le cas selon lui. ca2 souligne que les stratégies d'intégration de la musique électronique afin de rejoindre les personnes de 17-35 ans fonctionnent bien, ce qui permet de faire découvrir des œuvres et des activités. ca3 et ca4 soutiennent que l'enjeu est d'abord de « les sortir du salon. »

Du côté de ca2, le public serait peu habitué à « voir des projets en arts médiatique/numérique », et ce notamment en région. Des efforts pourraient être faits dans ce sens, incluant également la région montréalaise.

Enjeux

Pour ca4, un défi important concerne la « commercialisation » : « [C]'est difficile de vendre ce que l'on fait […] c'est difficile de représenter les artistes du numérique, donc comment on fait face à ça ? » ca1 relève également ce problème de la mise en marché.

Selon ca5, certains centres d'artistes parviennent difficilement à accomplir une mission visant à assurer la visibilité des artistes ; la solution se trouverait, pour ce répondant, dans une plus grande communication entre les centres. ca1 souligne que les centres n'ont « pas le réflexe à partager entre eux ». Cela pourrait se comprendre selon celui-ci par le fait que chacun a un mandat et un historique particuliers.

La question de la conservation est centrale pour ca1. D'après ce répondant, « le Québec a encore besoin de beaucoup d'éducation sur la notion de collectionneur » et il importe de développer des outils pédagogiques, « des manuels d'entretien, pour la préservation. »

Le CQAM

Le CQAM est identifié comme important pour le réseautage rassemblant artistes et centres, mais aussi pour les rencontres entre les différentes pratiques, pour la réflexion concernant les publics, la représentation politique de la communauté ainsi que la défense des artistes. Les outils pratiques et les aides pour le financement sont également nommés.

CONCLUSION

Cette étude a eu pour principaux objectifs de dresser un portrait de l'écosystème des arts médiatiques et numériques au Québec et d'en effectuer l'analyse. Pour ce faire, nous avons rassemblé et présenté les statistiques disponibles et réalisé des entretiens avec des acteurs appartenant à trois catégories : artistes, organismes et conseil d'administration du Conseil québécois des arts médiatiques.

Les définitions des arts médiatiques sont complexes et diversifiées, reflétant la nature même du secteur. La majorité relève une difficulté à comprendre et, faire comprendre, ce que sont les arts médiatiques. Il n'existe toutefois pas de propositions alternatives largement partagées ou de volonté claire et majoritaire de se désolidariser de cette catégorie.

Le terme d'arts numériques correspond à des perceptions ambivalentes. Il peut être considéré comme peu pertinent par certains en raison de son lien important avec la technologie (au regard de la dimension artistique), alors également ramené à un « mot-gadget ». D'autres personnes le mettent plutôt de l'avant, intégrant précisément, avec la technologie, les dimensions artistique et créative.

On peut relever l'existence, au sein des arts médiatiques, de deux réalités. D'une part les arts électroniques et numériques, d'autre part le cinéma (indépendant et expérimental), auquel s'adjoint la vidéo. Ces deux univers n'existent pas nécessairement en opposition, mais que ce soit en abordant l'action du CQAM ou celle des conseils des arts, les répondants expriment une forme de concurrence entre ces deux sous-domaines. La réflexion devrait être poussée à ce sujet.

Le milieu est traversé par plusieurs changements qui semblent aussi bien conjoncturels que structurels. Une tendance est relevée chez les répondants, soit celle de l'hybridation entre les pratiques artistiques, certains parlant d'œuvres transmédia, d'autres de milieu multidisciplinaire. On relève par ailleurs l'évolution des technologies, qui vient transformer les pratiques et les catégories de classement de ces formes artistiques. D'un autre côté, l'aspect technologique ne semble pas, bien que très important (voir plus loin), devoir représenter l'élément majeur de différenciation des arts médiatiques face aux autres expressions artistiques ; les arts médiatiques doivent ainsi être considérés comme étant aussi « artistiques » que les autres.

Le soutien financier est central pour la majorité. Tant les organismes que les artistes rencontrés ont bénéficié de soutiens des divers conseils des arts et instances subventionnaires du milieu culturel. Le modèle québécois est ici largement plébiscité. Les jurys sont reconnus comme étant fiables. Le sous-

financement des arts et de la culture est déploré, sans toutefois qu'il apparaisse comme étant spécifique au milieu des arts médiatiques.

Il n'existe pas de consensus concernant les sources privées de financement. Certains saluent l'apparition de nouveaux revenus, d'autres considèrent que l'encouragement au secteur privé peut correspondre à un désengagement des pouvoirs publics. Les répondants le pratiquant ou y étant favorables estiment que la provenance des fonds n'a pas d'impacts sur la forme artistique créée.

L'équipement (technologie, etc.) apparaît comme une question capitale pour les artistes en arts médiatiques. Une minorité souligne que la démocratisation matérielle se manifeste « naturellement » dans les pratiques, une autre part considère cependant avoir besoin d'un soutien technique extérieur, notamment par le biais des centres d'artistes ou d'autres acteurs. La majorité des répondants indique que la mise à jour des outils de création et de diffusion (Web, entre autres) représente un poste financier majeur et une préoccupation constante. Certains intervenants notent par ailleurs que l'équipement n'est pas suffisamment bien intégré aux demandes de subventions et de bourses de création.

Les personnes rencontrées notent que l'offre de formations spécifiques pour les arts médiatiques n'est pas complètement satisfaisante au Québec. Pour certains, cela est lié à l'évolution des pratiques, pour d'autres à une absence d'engagement de l'État et/ou des institutions d'enseignement. La majorité des répondants reconnaît un rôle majeur concernant la formation au sein des centres d'artistes, qui assurent la mise à niveau ainsi que le développement des connaissances. Le milieu des arts médiatiques semble globalement largement constitué d'autodidactes, certains ayant également des formations universitaires connexes dans différentes disciplines artistiques.

La précarité des conditions de travail est régulièrement mise de l'avant. Les droits d'auteur et les enjeux associés aux arts médiatiques sont soulignés mais semblent être peu connus de façon précise par la plupart des artistes. Il existe toutefois des demandes pour davantage de protection des conditions de création des artistes en général.

Les activités en collaboration et en collectif sont fréquentes dans le secteur, que ce soit chez les artistes ou au sein des organismes. Cette collaboration peut concerner aussi bien l'aspect créatif qu'organisationnel et se retrouve tant en production qu'en diffusion.

Les publics semblent assez diversifiés ; on note toutefois une légère représentation accrue des 20-40 ans, notamment dans les estimations des organismes. Le niveau d'éducation est majoritairement envisagé comme un élément clé pour décrire les publics des arts médiatiques. Il est intéressant de relever que les artistes estiment s'adresser à des publics plus larges que le public « spécialisé » dans les arts médiatiques.

L'existence des arts médiatiques dans les médias est jugée très faible en quantité et en qualité. La plupart des répondants note que c'est également le cas pour l'ensemble de l'art contemporain.

Du côté du cinéma et de la vidéo, les enjeux de diffusion sont assez rapprochés des « classiques » de ce milieu : baisse de la fréquentation des salles, multiplication des plateformes, enjeux de découvrabilité des contenus…

L'intégration des œuvres numériques au marché de l'art pose de nouveaux défis, notamment dans les modalités d'acquisition, de conservation et de diffusion à moyen et long terme.

Les mélanges et zones « fluctuantes » existant entre expression artistique et commande pour des entreprises privées semblent cristalliser des positions opposées, et ce notamment concernant la diffusion au sein de l'espace public.

Certains estiment qu'on mêle design urbain et arts médiatiques, d'autres se félicitant de la présence des arts médiatiques dans la cité. Une réflexion plus développée touchant les relations entre pratique artistique et industrie serait potentiellement pertinente. Cela rejoint d'ailleurs des dynamiques plus globales entre culture et économie (Bellavance et Poirer, 2013) ainsi que le développement des industries créatives (Poirier et Roy-Valex, 2010).

On met de l'avant le rôle particulièrement actif du CQAM dans la défense et la promotion du milieu des arts médiatiques auprès des pouvoirs publics. L'organisme permet également aux arts médiatiques d'avoir une présence au sein du paysage culturel québécois.

Une part des répondants, plus nombreuse chez les organismes, soutient que le CQAM dépasse parfois son mandat en agissant comme un diffuseur, un centre d'artistes ou encore un organisme

subventionnaire. D'autres personnes indiquent que le CQAM se donne des mandats trop importants par rapport à ses ressources.

La représentation du milieu est l'activité la plus valorisée par les individus rencontrés. La mobilisation du secteur et la mise à disposition de ressources (juridiques, administratives, logistiques…) sont régulièrement évoquées.

Cette recherche ouvre également des perspectives qui pourraient être pertinentes à explorer. Cinq éléments peuvent être évoqués.

Une analyse statistique plus poussée pourrait être développée. Nous avons essentiellement présenté ici les statistiques disponibles mais une étude quantitative de plus grande ampleur pourrait être déployée, notamment en relation avec l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (Institut de la statistique du Québec) ou d'autres institutions. Cela devrait inclure une analyse fine des flux financiers associés à l'écosystème des arts médiatiques au Québec, en tenant compte de l'ensemble de la filière culturelle : création, production, diffusion-circulation, fréquentation-consommation.

Les relations entre les arts médiatiques et les autres secteurs culturels gagneraient à être examinées de façon très attentive. Les arts médiatiques étant fondamentalement interdisciplinaires, il y aurait lieu de poursuivre la réflexion dans ce sens et de mieux comprendre les convergences et distinctions entre les différents domaines.

La question des publics pourrait aussi être explorée, incluant un portrait des publics, de leurs caractéristiques et de leurs perceptions. Plusieurs stratégies méthodologiques, aussi bien qualitatives que quantitatives, peuvent à cet égard être déployées. Les enjeux associés à la médiation culturelle ainsi qu'aux « non-publics » sont également convoqués.

Une analyse des lieux au sein desquels se déploient les arts médiatiques, tant en termes de création que de diffusion, serait également pertinente, que ceux-ci soient physiques ou virtuels.

Enfin, une recherche concernant plus globalement l'évolution, aussi bien passée qu'actuelle, des arts médiatiques à l'échelle canadienne et internationale serait particulièrement instructive, permettant de situer l'écosystème québécois dans un contexte plus élargi.

Cette étude a montré que l'écosystème des arts médiatiques au Québec est riche, diversifié, et qu'il est devenu un secteur important du champ culturel québécois. Sa présence et son développement apparaissent extrêmement porteurs, notamment dans le cadre des différentes stratégies et plans d'action associés aux nouveaux médias et au numérique formulés récemment par différents paliers de gouvernement. Il sera particulièrement important de suivre son évolution durant les prochaines années.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Bellavance, Guy et Christian Poirier. 2013. « Culture et économie. De quelques récits structurants depuis le 19e siècle », dans Geneviève Sicotte *et al.* (dir.), *Fiction et économie. Représentations de l'économie dans la littérature et les arts du spectacle, XIXe-XXIe siècles*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, Coll. Monde culturel, p. 21-44.

Candy, Linda. 2007. « Constraints and Creativity in the Digital Arts », *Leonardo*, 40, 4, p. 366-367.

Conseil des arts de Montréal. 2015. *Rapports annuels*. http://www.artsmontreal.org/fr/conseil/publicationss [Page Web consultée en février 2015].

Conseil des arts de Montréal. 2014a. *Liste des lauréats du Grand Prix*. http://www.artsmontreal.org/fr/prix/grand-prix-du-conseil-des-arts/laureats [Page Web consultée le 25 novembre 2014].

Conseil des arts de Montréal. 2014b. *Bourse* Jeunes mécènes pour les arts, *2e édition. Critères et normes 2014-2015*. http://www.artsmontreal.org/media/ArtsAffaires/14-15%20Jeunes_Mecenes_CriteresEtNormes_FR.pdf [Page Web consultée le 25 novembre 2014].

Conseil des arts de Montréal. 2014c. Programme Soutien des pratiques émergentes (SPE). http://www.artsmontreal.org/fr/programmes/soutien-des-pratiques-emergentes [Page Web consultée le 9 novembre 2014].

Conseil des arts de Montréal et Espace pour la vie. 2014. *Concours* l'Esprit des lieux. *Règlements du concours.* http://www.artsmontreal.org/media/espace/reglement%20concours%20Esprit%20des%20lieux_Espace%20pour%20la%20vie%20vf.pdf [Page Web consultée le 9 novembre 2014].

Conseil des arts du Canada. 2015. *Rapports annuels*. http://conseildesarts.ca/conseil/information-sur-l-organisme/rapport-annuel [Page Web consultée en février 2015].

Conseil des arts du Canada. 2014a. *À propos du Service des arts médiatiques*. http://conseildesarts.ca/arts-mediatiques/a-propos-du-service-des-arts-mediatiques [Page Web consultée le 21 novembre 2014].

Conseil des arts du Canada. 2014b. *Gagnantes et gagnants de 2014, Prix du Gouverneur général en arts visuels et en arts médiatiques*. http://pggavam.conseildesarts.ca/archive/2014/winners [Page Web consultée le 28 novembre 2014].

Conseil des arts du Canada. 2014c. *Sept artistes à mi-carrière reçoivent chacun 15 000 $ du Conseil des arts du Canada*. http://conseildesarts.ca/conseil/salle-des-nouvelles/nouvelles/2014/victor-martyn-lynch-staunton#MartinMessier [Page Web consultée le 28 novembre 2014].

Conseil des arts du Canada. 2013. *Sept artistes exceptionnels reçoivent les prix Victor-Martyn-Lynch-Staunton du Conseil des arts du Canada*. http://conseildesarts.ca/conseil/salle-des-nouvelles/nouvelles/2013/sept-artistes-exceptionnels-recoivent-les-prix-victor-martyn-lynch-staunton-du-conseil-des-arts-du-canada [Page Web consultée le 28 novembre 2014].

Conseil des arts du Canada. 2012. *Les Prix Victor-Martyn-Lynch-Staunton : un hommage à l'innovation dans le domaine des arts*. http://conseildesarts.ca/conseil/salle-des-nouvelles/nouvelles/2012/victor-martyn-lynch-staunton-awards-(2012) [Page Web consultée le 28 novembre 2014].

Conseil des arts et des lettres du Québec. 2015. *Rapports annuels*. http://www.calq.gouv.qc.ca/actualites-publications/rapport-annuel-de-gestion/ [Page Web consultée en février 2015].

Conseil québécois des arts médiatiques. 2012a. Petit manuel des arts médiatiques. Guide de diffusion.

Conseil québécois des arts médiatiques. 2012b. Rapport final. Forum sur la spécificité des arts médiatiques.

Conseil québécois des arts médiatiques. 2009. Rapport final. États généraux des arts médiatiques.

Conseil québécois des arts médiatiques. 2007. Répertoire des subventions et des services dédiés au secteur des arts numériques de Montréal.

Crowther, Paul. 2008. « Ontology and Aesthetics of Digital Art », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 66, 2, p. 161-170.

Culture Mauricie. 2013. Entrée en vigueur du nouveau programme Mécénat Placements Culture. http://www.culturemauricie.ca/show.php?id=7824/entree_en_vigueur_du_nouveau_programme_mecenat_placements_culture_ [Page Web consultée le 9 février 2015].

Dubé, Gaétane. Observatoire de la culture et des communications du Québec. 2015. *Dépenses totales en culture*. Courriel reçu par Guillaume Tremblay-Boily (assistant de recherche).

Gouvernement du Québec. 2012. *Budget de dépenses 2011-2012, Volume II : Crédits des ministères et organismes*. http://www.tresor.gouv.qc.ca/fileadmin/PDF/budget_depenses/11-12/Volume_II_FR.pdf [Page Web consultée le 9 février 2015].

Groupe de Recherche en Sociologie des Oeuvres et Conseil des arts de Montréal. 2011. *Les arts numériques à Montréal : Création / Innovation / Diffusion*.

Hill Strategies. 2003. Profil des arts médiatiques.

ISEA International. http://www.isea-web.org/ [Page Web consultée le 8 avril 2016].

Malina, Roger F. 2002. « The Stone Age of the Digital Arts », *Leonardo*, 35, 5, p. 463-465.

Observatoire de la culture et des communications du Québec. 2015. http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/culture/depenses-culturelles/index.html [Page Web consultée en février 2015].

Observatoire de la culture et des communications du Québec. 2014. *Culture et communications*. http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/culture/index.html [Page Web consultée le 13 novembre 2014].

Observatoire de la culture et des communications du Québec. 2013. *Enquête sur les dépenses de l'administration publique québécoise au titre de la culture. Concepts et définitions*. http://www.bdso.gouv.qc.ca/docs-ken/multimedia/Dep_cul_adm_pub_prov.pdf [Page Web consultée le 13 novembre 2014].

Poirier, Christian et *al.* 2015. *Chantier sur l'adaptation des droits d'auteur à l'ère numérique. État des lieux du secteur Audiovisuel et multimédia*, Rapport de recherche réalisé pour le ministère de la Culture et des Communications.

Poirier, Christian. 2012. *La participation culturelle des jeunes à Montréal. Des jeunes culturellement actifs*, Rapport de recherche réalisé pour Culture Montréal.

Poirier, Christian et Myrtille Roy-Valex. 2010. *L'économie créative : Bilan scientifique et analyse des indicateurs de la créativité*, Rapport de recherche présenté à Patrimoine canadien – Groupe de recherche sur les politiques/Politique, gestion stratégique et secrétariat francophone.

Roberge, Jonathan *et al.*, 2016. *Chantier sur l'adaptation des droits d'auteur à l'ère numérique. Synthèse de la validation*, Rapport de recherche réalisé pour le ministère de la Culture et des Communications.

Small, Mario Luis. 2009. « 'How Many Cases Do I Need?' On Science and the Logic of Case Selection in Field-based Research », *Ethnography*, 10, 1, p. 5-38.

Ville de Montréal. 2007. Les arts numériques à Montréal. Le capital de l'avenir.

ANNEXE

LES ARTS MÉDIATIQUES AU QUÉBEC
PORTRAIT ET ANALYSE DE L'ÉCOSYSTÈME ET DE SES ACTEURS

QUESTIONNAIRE - ARTISTES

I. Parcours et profil actuel

1. Pourriez-vous me décrire votre parcours professionnel en tant qu'artiste en arts médiatiques/personne travaillant dans le milieu des arts médiatiques [ou « arts numériques », selon l'expression employée par la personne interviewée] ? Quels sont vos projets de carrière actuels et futurs ?

   - Est-ce que votre occupation dans le domaine des arts médiatiques est votre activité principale ? Avez-vous un autre emploi en même temps ? Si oui, est-il lié au domaine des arts médiatiques ou des arts en général, ou d'un tout autre domaine ?

   - Travaillez-vous aussi dans un domaine connexe de nature plus « commerciale » (ex. agence de publicité en tant que « codeur créatif ») ?

   - Pratiquez-vous d'autres formes d'art ? Si oui, quelle place occupe les arts médiatiques par rapport aux autres formes d'art que vous pratiquez (autant en termes de temps consacré qu'en termes de perception des liens entre les disciplines) ?

II. Questions générales concernant les arts médiatiques

2. Comment décririez-vous l'évolution du domaine des arts médiatiques durant les dernières années au Québec ? Comment décririez-vous l'état actuel des arts médiatiques au Québec ? Les arts médiatiques sont-ils bien « reconnus » au Québec ?

3. Quels sont selon vous les principaux enjeux, besoins et défis auxquels font face les arts médiatiques au Québec ?

4. Comment qualifieriez-vous la présence des arts médiatiques au sein des médias ?

5. Selon vous, quelle est la situation des artistes en arts médiatiques émergents ? Ont-ils des besoins spécifiques ? Comment pourrait-on améliorer leur situation ?

6. Selon vous, quelle est la situation des artistes en arts médiatiques établis ? Ont-ils des besoins spécifiques ? Comment pourrait-on améliorer leur situation ?

7. Les arts médiatiques ne sont actuellement pas reconnus par la loi sur le statut de l'artiste. Qu'en pensez-vous ?

8. Le système de protection sociale des artistes en arts médiatiques est-il adéquat ? Que proposez-vous (ex. assurances collectives, etc.) ?

9. Comment définissez-vous les arts médiatiques et numériques ? Est-ce que vous croyez qu'ils sont définis de la bonne façon par les organismes subventionnaires (conseils des arts, notamment) ? Le terme « Arts médiatiques » est-il pertinent, adéquat ?

10. Quels sont selon vous les enjeux économiques associés aux arts médiatiques ? Quels sont les flux financiers à l'œuvre ?

III. Formation

11. Avez-vous une formation liée aux arts médiatiques ? Si oui, de quelle institution et dans quel programme ? Est-ce que cette formation vous a apporté ce que vous recherchiez ?

12. Comment jugez-vous l'offre de formation professionnelle en lien avec les arts médiatiques ? Quels seraient les besoins en ce sens ?

- Selon vous, quels rôles peuvent jouer les cégeps, les universités, autres écoles, voire le système d'éducation en général, dans le développement des arts médiatiques ?

IV. Création/Production

13. Les projets artistiques que vous avez menés jusqu'à présent étaient-ils réalisés de manière indépendante, en collaboration avec d'autres artistes/dans un collectif, en collaboration avec des entreprises du secteur culturel ? [Questionner sur chaque projet réalisé]

14. Est-ce que votre démarche artistique et vos projets ont été soutenus (financièrement, logistique, prêt de matériel, accès à un local ou à d'autres ressources : outils technologiques, aide à la diffusion, à la production, à la rédaction de demandes de bourses, etc.) par :

- Des bourses/subventions des conseils des arts (CAM, CALQ, CAC) ? Si oui, quelles bourses ? En vertu de quels programmes ?
- Un centre d'artistes ? Si oui, lequel ?
- Du mécénat privé ? Si oui, de qui ou de quelle organisation ?
- D'une entreprise du secteur culturel ?
- D'autres sources ?

- Qu'avez-vous pensé de ce soutien ? Était-il suffisant ? Correspondait-il à vos besoins et attentes ? Comment serait-il possible de l'améliorer ?

- De manière générale, que pensez-vous du soutien (sous toutes ses formes) offert aux artistes en arts médiatiques, tant par les conseils des arts que par les centres d'artistes ? Est-il satisfaisant ? Comment serait-il possible de l'améliorer ?

- Y a-t-il des formes de soutien qu'il faudrait développer davantage (ex. soutien technique, ateliers d'artistes, etc.) ?

15. Avez-vous reçu des prix pour votre démarche artistique et pour vos réalisations ? Si oui, de quels prix s'agit-il ? Par quelles institutions les prix étaient-ils offerts [même liste que la question portant sur le soutien] ?

- Est-ce que le type de financement obtenu/offert influence votre création (adaptation/formatage – forme et discours – selon le type de financement) ? Et dans le milieu des arts médiatiques en général ?

16. Certains considèrent que, dans le domaine des arts médiatiques, la frontière entre le volet « industrie culturelle » (grands groupes, entreprises, grands événements, médias…) et « perspective artistique » (isolée ou en très petite équipe, recherche artistique…) peut être poreuse, certains se situant dans l'une ou dans l'autre, d'autres conjuguant les deux. Qu'en pensez-vous ? Comment vous situez-vous ?

17. En ce qui concerne le financement, comment percevez-vous une plus grande collaboration avec le secteur privé ? Quels sont les risques/opportunités/défis associés à un plus grand apport du secteur privé dans votre pratique artistique/dans le milieu ? Comment pourrait-on développer davantage le mécénat ?

- Que pensez-vous du positionnement des différents conseils des arts concernant le maillage Arts-Affaires ?

18. Que pensez-vous du fonctionnement (composition, critères, représentativité, etc.) des jurys des conseils des arts ?

V. Diffusion, fréquentation et publics

19. Où diffusez-vous votre travail ? Dans quels lieux ? Dans quels réseaux ? À Montréal/au Québec/ailleurs dans le monde ?

20. Vos œuvres touchent quels types de public ? (âge, provenance, milieu, scolarité, etc.). Quel rayonnement ont eu vos œuvres ? Combien de personnes les ont vues/ont assisté à vos performances ?

21. De façon générale, comment décririez-vous le public qui s'intéresse aux arts médiatiques ? (âge, provenance, milieu, scolarité, etc.)

22. À votre avis, quels genres de structures, de plateformes ou d'initiatives permettraient aux œuvres en arts médiatiques de mieux circuler, d'avoir une diffusion plus large, à Montréal, ailleurs au Québec (régions), hors-Québec ?

- Comment accompagner les artistes, organismes, entreprises, etc. dans le processus de diffusion de leur travail ? Que pourrait-on faire pour rejoindre davantage le public ?

23. Faites-vous de la médiation culturelle/du rapprochement ? Si oui, comment ? Pourquoi? Vers quels publics ? Si non, pourquoi ?

- Est-ce que vous considérez que le milieu des arts médiatiques est « accessible » ?

24. En arts médiatiques, comment décririez-vous la situation des droits d'auteur ? Quels sont les besoins des artistes en arts médiatiques à ce sujet ? Comment faire pour y répondre ?

25. Selon vous, quels rôles jouent les fournisseurs d'accès à Internet et les plateformes web (Google, etc.) en relation avec les arts médiatiques ? Quel pourrait être leur rôle/leur contribution ?

VI. Le Conseil québécois des arts médiatiques

26. Selon vous, quel rôle joue le CQAM dans le milieu des arts médiatiques ?

27. Quelles sont vos attentes à l'égard du CQAM concernant :

Activités de représentation des intérêts

a) Représenter, défendre et promouvoir les droits et intérêts des artistes professionnels auprès des autorités gouvernementales et des organismes culturels publics ;
b) Représenter, défendre et promouvoir les droits et intérêts des membres auprès des diffuseurs publics et privés (musées, galeries, revues, etc.) ;
c) Représenter, défendre et promouvoir les droits et intérêts des membres dans les médias (spécifier les supports : presse, radio, télé, réseaux sociaux, autres) ;
d) Évaluation générale du rôle et de l'efficience du CQAM en matière de représentation collective des artistes des arts médiatiques auprès :

- Des autorités des différents paliers gouvernementaux : institutions, titulaires d'une charge publique (élu, fonctionnaire, etc.), partis politiques, parlements, rassemblements d'élus, etc. ;
- Des organismes culturels publics nationaux et régionaux ;
- Des médias électroniques et des grands quotidiens nationaux et régionaux ;
- Autres (spécifier).

Services

e) Développer et orienter le développement du système de formation professionnelle (vs système régulier d'enseignement des arts) ;
f) Organiser des activités de perfectionnement ;
g) Diffuser régulièrement aux membres les informations pertinentes en matière professionnelle (droits d'auteurs, fiscalité, bourses aux artistes, subventions, législations diverses, etc.) ;
h) Organiser des campagnes d'information spécifiques auprès des membres sur de grands enjeux : organisation et financement du milieu des arts médiatiques, formation professionnelle, diffusion internationale, etc. ;
i) Initier des recherches et études sur le développement de marchés ou sur tout autre aspect susceptible d'affecter les conditions économiques et sociales des artistes professionnels (droits d'auteurs, formations pertinentes, etc.) ;
j) Organiser des services de soutien spécifiques à la pratique professionnelle : répertoires, services de documentation concernant les matériaux et la sécurité au travail, formations sur mesure (gestion de carrière, développement de projets, etc.) ;
k) Représenter les membres aux fins de la négociation et exécution des contrats avec les diffuseurs ;

l) Percevoir, à la demande d'un artiste qu'il représente, les sommes qui lui sont dues et lui en faire la remise ;
m) Établir et administrer des caisses spéciales de retraites ;
n) Dispenser des services d'assistance technique aux artistes professionnels ;
o) Élaborer des contrats types de diffusion des œuvres des artistes professionnels et en proposer l'utilisation aux diffuseurs ;
p) Perception par rapport au site Internet actuel du CQAM ;
q) Évaluation générale de l'organisme en matière de services.

Activités de communication et de mobilisation

r) Développer des relations de communication et de collaboration avec les autres acteurs professionnels du milieu des arts médiatiques au Québec et au Canada (musées, galeries, conservateurs indépendants, milieux de l'enseignement des arts, revues d'arts, etc.) ;
s) Développer des relations de communication et de collaboration avec les autres acteurs du milieu culturel au Québec et au Canada (associations d'artistes professionnels, coalitions culturelles, etc.) ;
t) Développer des relations de communication et de collaboration avec les autres acteurs du milieu professionnel des arts médiatiques et de la culture à l'étranger ;
u) Attentes spécifiques face aux nouvelles technologies (réseaux sociaux) ;
v) Autres réponses (à spécifier) ;
w) Évaluation générale de l'organisme en matière de communication et de mobilisation.

28. Sur quel(s) aspect(s) de sa mission le CQAM devrait-il se concentrer : représentation VS service VS mobilisation/communication (pondération entre les trois) ?

VII. Clôture

29. Y a-t-il des éléments que nous n'avons pas abordés et qui vous paraissent importants ?

Merci de votre précieuse collaboration.

LES ARTS MÉDIATIQUES AU QUÉBEC
PORTRAIT ET ANALYSE DE L'ÉCOSYSTÈME ET DE SES ACTEURS

QUESTIONNAIRE - ORGANISMES

I. Parcours et profil actuel

1. Pourriez-vous me décrire le parcours de votre organisme en arts médiatiques [ou « arts numériques », selon l'expression employée par la personne interviewée] ? Quels sont vos projets actuels et futurs ?

II. Questions générales concernant les arts médiatiques

2. Comment décririez-vous l'évolution du domaine des arts médiatiques durant les dernières années au Québec ? Comment décririez-vous l'état actuel des arts médiatiques au Québec ? Les arts médiatiques sont-ils bien « reconnus » au Québec ?

3. Quels sont selon vous les principaux enjeux, besoins et défis auxquels font face les arts médiatiques au Québec ?

4. Comment qualifieriez-vous la présence des arts médiatiques au sein des médias ?

5. Selon vous, quelle est la situation des artistes en arts médiatiques émergents ? Ont-ils des besoins spécifiques ? Comment pourrait-on améliorer leur situation ?

6. Selon vous, quelle est la situation des artistes en arts médiatiques établis ? Ont-ils des besoins spécifiques ? Comment pourrait-on améliorer leur situation ?

7. Les arts médiatiques ne sont actuellement pas reconnus par la loi sur le statut de l'artiste. Qu'en pensez-vous ?

8. Le système de protection sociale des artistes en arts médiatiques est-il adéquat ? Que proposez-vous (ex. assurances collectives, etc.) ?

9. Comment définissez-vous les arts médiatiques et numériques ? Est-ce que vous croyez qu'ils sont définis de la bonne façon par les organismes subventionnaires (conseils des arts, notamment) ? Le terme « Arts médiatiques » est-il pertinent, adéquat ?

10. Quels sont selon vous les enjeux économiques associés aux arts médiatiques ? Quels sont les flux financiers à l'œuvre ?

III. Formation

11. Comment jugez-vous l'offre de formation professionnelle en lien avec les arts médiatiques ? Quels seraient les besoins en ce sens ?

- Selon vous, quels rôles peuvent jouer les cégeps, les universités, autres écoles, voire le système d'éducation en général, dans le développement des arts médiatiques ?

IV. Création/Production

12. Les projets artistiques que vous avez menés jusqu'à présent étaient-ils réalisés de manière indépendante, en collaboration avec d'autres artistes/dans un collectif, en collaboration avec des entreprises du secteur culturel ? [Questionner sur chaque projet réalisé]

13. Est-ce que votre démarche artistique et vos projets ont été soutenus (financièrement, logistique, prêt de matériel, accès à un local ou à d'autres ressources : outils technologiques, aide à la diffusion, à la production, à la rédaction de demandes de bourses, etc.) par :

    - Des bourses/subventions des conseils des arts (CAM, CALQ, CAC) ? Si oui, quelles bourses ? En vertu de quels programmes ?
    - Un centre d'artistes ? Si oui, lequel ?
    - Du mécénat privé ? Si oui, de qui ou de quelle organisation ?
    - D'une entreprise du secteur culturel ?
    - D'autres sources ?

    - Qu'avez-vous pensé de ce soutien ? Était-il suffisant ? Correspondait-il à vos besoins et attentes ? Comment serait-il possible de l'améliorer ?

    - De manière générale, que pensez-vous du soutien (sous toutes ses formes) offert aux artistes en arts médiatiques, tant par les conseils des arts que par les centres d'artistes ? Est-il satisfaisant ? Comment serait-il possible de l'améliorer ?

    - Y a-t-il des formes de soutien qu'il faudrait développer davantage (ex. soutien technique, ateliers d'artistes, etc.) ?

14. Avez-vous reçu des prix pour votre démarche artistique et pour vos réalisations ? Si oui, de quels prix s'agit-il ? Par quelles institutions les prix étaient-ils offerts [même liste que la question portant sur le soutien] ?

    - Est-ce que le type de financement obtenu/offert influence vos réalisations (adaptation/formatage – forme et discours – selon le type de financement) ? Et dans le milieu des arts médiatiques en général ?

15. Certains considèrent que, dans le domaine des arts médiatiques, la frontière entre le volet « industrie culturelle » (grands groupes, entreprises, grands événements, médias…) et « perspective artistique » (isolée ou en très petite équipe, recherche artistique…) peut être poreuse, certains se situant dans l'une ou dans l'autre, d'autres conjuguant les deux. Qu'en pensez-vous ? Comment vous situez-vous ?

16. En ce qui concerne le financement, comment percevez-vous une plus grande collaboration avec le secteur privé ? Quels sont les risques/opportunités/défis associés à un plus grand apport du secteur privé dans votre pratique artistique/dans le milieu ? Comment pourrait-on développer davantage le mécénat ?

- Que pensez-vous du positionnement des différents conseils des arts concernant le maillage Arts-Affaires ?

17. Que pensez-vous du fonctionnement (composition, critères, représentativité, etc.) des jurys des conseils des arts ?

V. Diffusion, fréquentation et publics

18. Où diffusez-vous votre travail ? Dans quels lieux ? Dans quels réseaux ? À Montréal/au Québec/ailleurs dans le monde ?

19. Vos réalisations touchent quels types de public ? (âge, provenance, milieu, scolarité, etc.). Quel rayonnement ont eu vos réalisations ? Combien de personnes les ont vues/ont assisté à vos activités ?

20. De façon générale, comment décririez-vous le public qui s'intéresse aux arts médiatiques ? [âge, provenance, milieu, scolarité, etc.]

21. À votre avis, quels genres de structures, de plateformes ou d'initiatives permettraient aux œuvres et activités en arts médiatiques de mieux circuler, d'avoir une diffusion plus large, à Montréal, ailleurs au Québec (régions), hors-Québec ?

- Comment accompagner les artistes, organismes, entreprises, etc. dans le processus de diffusion de leur travail ? Que pourrait-on faire pour rejoindre davantage le public ?

22. Faites-vous de la médiation culturelle/du rapprochement ? Si oui, comment ? Pourquoi? Vers quels publics ? Si non, pourquoi ?

- Est-ce que vous considérez que le milieu des arts médiatiques est « accessible » ?

23. En arts médiatiques, comment décririez-vous la situation des droits d'auteur ? Quels sont les besoins des artistes et des organismes en arts médiatiques à ce sujet ? Comment faire pour y répondre ?

24. Selon vous, quels rôles jouent les fournisseurs d'accès à Internet et les plateformes web (Google, etc.) en relation avec les arts médiatiques ? Quel pourrait être leur rôle/leur contribution ?

VI. Le Conseil québécois des arts médiatiques

25. Selon vous, quel rôle joue le CQAM dans le milieu des arts médiatiques ?

26. Quelles sont vos attentes à l'égard du CQAM concernant :

<u>Activités de représentation des intérêts</u>

d) Représenter, défendre et promouvoir les droits et intérêts des artistes professionnels et organismes auprès des autorités gouvernementales et des organismes culturels publics ;
e) Représenter, défendre et promouvoir les droits et intérêts des membres auprès des diffuseurs

publics et privés (musées, galeries, revues, etc.) ;

f) Représenter, défendre et promouvoir les droits et intérêts des membres dans les médias (spécifier les supports : presse, radio, télé, réseaux sociaux, autres) ;

d) Évaluation générale du rôle et de l'efficience du CQAM en matière de représentation collective des artistes et des organismes des arts médiatiques auprès :
   - Des autorités des différents paliers gouvernementaux : institutions, titulaires d'une charge publique (élu, fonctionnaire, etc.), partis politiques, parlements, rassemblements d'élus, etc. ;
   - Des organismes culturels publics nationaux et régionaux ;
   - Des médias électroniques et des grands quotidiens nationaux et régionaux ;
   - Autres (spécifier).

Services

e) Développer et orienter le développement du système de formation professionnelle (vs système régulier d'enseignement des arts) ;

f) Organiser des activités de perfectionnement ;

g) Diffuser régulièrement aux membres les informations pertinentes en matière professionnelle (droits d'auteurs, fiscalité, bourses aux artistes, subventions, législations diverses, etc.) ;

h) Organiser des campagnes d'information spécifiques auprès des membres sur de grands enjeux : organisation et financement du milieu des arts médiatiques, formation professionnelle, diffusion internationale, etc. ;

i) Initier des recherches et études sur le développement de marchés ou sur tout autre aspect susceptible d'affecter les conditions économiques et sociales des artistes professionnels (droits d'auteurs, formations pertinentes, etc.) et des organismes ;

j) Organiser des services de soutien spécifiques à la pratique professionnelle : répertoires, services de documentation concernant les matériaux et la sécurité au travail, formations sur mesure (gestion de carrière, développement de projets, etc.) ;

k) Représenter les membres aux fins de la négociation et exécution des contrats avec les diffuseurs ;

l) Percevoir, à la demande d'un artiste ou d'un organisme qu'il représente, les sommes qui lui sont dues et lui en faire la remise ;

m) Établir et administrer des caisses spéciales de retraites ;

n) Dispenser des services d'assistance technique aux artistes professionnels et aux organismes ;

o) Élaborer des contrats types de diffusion des œuvres des artistes professionnels et en proposer l'utilisation aux diffuseurs ;

p) Perception par rapport au site Internet actuel du CQAM ;

q) Évaluation générale de l'organisme en matière de services.

Activités de communication et de mobilisation

r) Développer des relations de communication et de collaboration avec les autres acteurs professionnels du milieu des arts médiatiques au Québec et au Canada (musées, galeries, conservateurs indépendants, milieux de l'enseignement des arts, revues d'arts, etc.) ;

s) Développer des relations de communication et de collaboration avec les autres acteurs du milieu culturel au Québec et au Canada (associations d'artistes professionnels, coalitions culturelles, etc.) ;
t) Développer des relations de communication et de collaboration avec les autres acteurs du milieu professionnel des arts médiatiques et de la culture à l'étranger ;
u) Attentes spécifiques face aux nouvelles technologies (réseaux sociaux) ;
v) Autres réponses (à spécifier) ;
w) Évaluation générale de l'organisme en matière de communication et de mobilisation.

27. Sur quel(s) aspect(s) de sa mission le CQAM devrait-il se concentrer : représentation VS service VS mobilisation/communication (pondération entre les trois) ?

VII.Clôture

28. Y a-t-il des éléments que nous n'avons pas abordés et qui vous paraissent importants ?

Merci de votre précieuse collaboration.