

Université de Montréal

La communauté à l'épreuve de la technologie.

**Les groupes et centres autogérés de cinéastes au Québec et en Ontario
à l'heure de la *digitalisation*.**

par
Clément Lafite

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des arts et des sciences
en vue de l'obtention du grade de M.A.
en étude cinématographiques

25 Juin 2014

© Clément Lafite

Résumé

Ce mémoire propose d'étudier les conditions et les perspectives des regroupements d'artistes autogérés face aux changements provoqués par la *digitalisation* des facteurs de production et de diffusion. L'analyse portée sur l'évolution de ces structures est illustrée par quatre cas spécifiques : le *Vidéographe* et la *Coop Vidéo* à Montréal et le *Liaison of Independent Filmmakers of Toronto* et *V-Tape* à Toronto. D'un historique de ces organismes, au contexte social et à la pratique artistique liés à leur émergence dans les années 70, cette étude tente de mettre en lumière les transformations de ces structures par l'apparition du médium numérique et d'Internet au tournant du siècle. La recherche s'appuie ici sur une étude approfondie des archives de ces groupes, d'entretiens avec les principaux acteurs concernés et des rapports gouvernementaux permettant de faire ressortir les problématiques actuelles de ces structures autogérées et d'amorcer des réflexions autour de leur pérennité.

Mots-clés : Coopérative de films, Autogestion, Cinématographie indépendante, Centres d'artistes, Art médiatique, Numérique, Culture québécoise, Culture ontarienne

Abstract

This thesis proposes to study the conditions and the perspectives of the artist-run centers faced with the changes caused by the digitalization of the factors of production and distribution. The analysis about the evolution of these organizations is illustrated by four specific cases: *le Vidéographe* and *la Coop Vidéo* in Montreal, and the *Liaison of Independent Filmmakers of Toronto* and *V-Tape* in Toronto. From a history of these groups, the social context and the artistic practices binding their emergence in the 70's, this study highlights their transformations brought about by the arrival of the new medium and the Internet at the turn of XXIst century. The research is based on a detailed archival work of these groups and the governmental reports. Several interviews with the mains stakeholders bring out the currents issues and initiate some thought about the longevity of the artist-run centers.

Key-words : Film cooperative, Self-management, Independent cinematography, Artist-run centers, Media arts, Digital, Québec culture, Ontarian culture

Table des matières

Résumé	i
Abstract	ii
Table des matières	iii
Liste des figures	v
Remerciements	vi
Introduction	1
CHAPITRE I. Les fondements de la création des groupes d'artistes autogérés	8
1.1 Un contexte idéologique et politique favorable : les années 60.....	8
1.1.1 Etat de la situation politicosociale au Québec et en Ontario	8
1.1.1.1 L'état de l'industrie cinématographique canadienne	10
1.1.1.2 La Commission Massey.....	12
1.1.1.3 La <i>Conseil des Arts du Canada</i>	13
1.1.2 Les choses que nous pouvons changer.....	15
1.1.2.1 Le Groupe de Recherches Sociales de l'ONF.....	15
1.1.2.2 L'expérience de <i>Challenge for Change / Société Nouvelle</i>	17
1.1.3 Renouveau et démocratisation du médium : la vidéo.....	21
1.1.3.1 Le <i>Vidéographe</i>	23
1.1.3.2 La <i>Coop Vidéo</i>	31
1.2 Une pluralité des expériences sociales autour des centres d'artistes autogérés.....	36
1.2.1 L'autogestion artistique à travers le Canada	37
1.2.1.1 En Ontario.....	37
1.2.1.2 Les centres comme créateurs de changements culturels dans les provinces éloignées	40
1.2.1.3 Indépendance et subventionneurs	42
1.2.2 Organismes instigateurs de « lien social ».....	45
1.2.2.1 La communauté « réelle ».....	45
1.2.2.2 Rôle de médiateur et de formateur.....	48
1.2.3 La Crise des années 1980.....	50
1.2.3.1 Mise en perspective historique.....	51
1.2.3.2 Les Clubs vidéo.....	54
1.2.3.3 Rôle de médiateur et de formateur.....	57
CHAPITRE II. La Digitalisation.....	60
2.1 La fin de l'analogique	62
2.1.1 Apparition du nouveau médium au Canada.....	64
2.1.1.1 Une continuelle adaptation	65

2.1.1.2 Remise en question de la « Révolution »	67
2.1.2 Impact sur la gestion des groupes et centres d'artistes	69
2.1.2.1 La gestion des ressources modifiées : le financement autonome	70
2.1.2.2 Problématique de financement public.....	71
2.2 Internet.....	72
2.2.1 Distributions des films sur le web.....	75
2.2.1.1 Internet comme espace de production/diffusion	77
2.2.1.2 Problématique des catalogues en ligne : l'exemple de Vithèque.....	80
2.2.2 De la communauté réelle à la communauté virtuelle.....	83
2.2.2.1 L'importance du réseau social	85
2.2.2.2 L'expérience du <i>crowdfunding</i>	86
2.2.2.3 Le déplacement de la communauté et continuité de la communauté réelle.....	89
2.2.3 Vers une globalisation de la production et de la diffusion.....	91
2.2.3.1 ...et une diversité accrue des structures autogérées.....	93
2.2.3.2 Les tentatives de fédération	95
Conclusion	99
Bibliographie	107

Liste des Figures

Figure 1. Évolution de l'aide au cinéma et à la vidéo (Mailhot 1982 p. 171)

Figure 2. Image tirée du film *VTR St-Jacques*, Bonnie Sherr Klein, 1969

Figure 3. Image tirée du film *L'Amertube*, Jean-Pierre Boyer, 1972

Figure 4. Calendrier des festivals, extrait de l'infolettre du *L.I.F.T* de février 1987
http://lift.ca/sites/lift.ca/files/LIFTNewsletter_1987Februaryweb.pdf

Figure 5. Interface du site journal.duncooperant.com

Figure 6. Page d'accueil du site web Vithèque <http://www.vitheque.com/>

Remerciements

Je tiens à saluer la patience et la confiance des personnes ayant participé de près ou de loin à ce projet. Les discussions, les réflexions, les questionnements, les craintes et les espoirs véhiculés au cours des diverses rencontres ont su éclairer ce sujet.

Merci à Denis Vaillancourt du *Vidéographe*, Virginie Dubois de la *Coop Vidéo*, Chris Kennedy du *Liaison Independent Filmmakers of Toronto*, Wanda vanderStoop de *V-Tape*, Isabelle L'italien du *Conseil Québécois des Arts Médiatiques*.

Merci à Germain pour son attention et ses précieux conseils.

Merci aux artistes et travailleurs culturels qui font ce milieu.

Merci à tous ces passionnés engagés ou préoccupés par la survie du cinéma indépendant.

Merci à Caroline de m'avoir offert la chance de découvrir ce pays, sa culture et son histoire.

Merci à mes parents, Fabienne et Robert, de m'avoir épaulé durant cette épreuve.

Merci à Bérénice.

Introduction

« Tous les empires ne durent qu'un temps, heureusement ! Et comment douter que l'apparition du cinéma numérique – non pas seulement sa production et sa postproduction, mais aussi et surtout sa distribution – ébranle déjà ce vaste empire, en réalité aussi fragile qu'arrogant. Le numérique va redonner toutes ses chances au cinéma ! Le numérique sera le cheval de Troie de la forteresse Hollywoodienne. »

(Fischer 2004 p. 12-13)

De cette affirmation teintée d'optimisme, Hervé Fischer mettait un point d'honneur à défendre la théorie selon laquelle l'arrivée de la technologie numérique dans le 7^e Art allait en changer la donne économique. Le faible coût de production des copies digitales des films relancerait une concurrence des « petits » distributeurs. Le matériel numérique étant plus accessible à tout un chacun, les producteurs indépendants se verraient aussi remonter dans la balance du cinéma mondial sur laquelle Hollywood appuyait lourdement son monopole depuis près d'un siècle. Cet argument, pierre angulaire de la théorie de Fischer, est néanmoins à considérer avec prudence. Car aujourd'hui, soit en 2014, Hollywood ne s'est pas effondré - et n'est pas en passe de -, et les indépendants se heurtent désormais à de nouvelles problématiques, liées notamment à cette technologie. Technologie qui par ailleurs, se trouve dans un flou terminologique : le *numérique*, un mot « valise »¹ qui nécessite ici d'être précisé

¹ Pour reprendre l'expression de Frank Beau « *Le numérique, les nouvelles images, les nouvelles technologies, le cyber, le virtuel*, sont des termes génériques (des mots « valise ») vraisemblablement issus d'un même substrat, mais visant à embrasser des objets et des pratiques diverses tout en donnant une impression de cohérence, tout en produisant un effet de champ, voire de culture. » (Beau 1998 p. 54)

dans l'utilisation qui en sera faite au cours de notre recherche. Regroupant une longue liste de significations sous cette appellation générique, il convient d'orienter notre objet d'étude avec précision. Sous le terme *numérique*, il sera question de l'apparition du médium de production (le support numérique remplaçant l'analogique), et de l'arrivée d'Internet comme nouvelle instance de diffusion². Nous préférons donc le terme de « digitalisation » qui nous paraît plus approprié que « numérisation » comme le définissent Gaudreault et Marion (2013 p. 60) « La numérisation est un geste, c'est une action que l'on mène ; c'est un procédé plutôt qu'un processus, alors que la digitalisation connote l'idée d'un procès, d'une opération en train de se faire. ».

Il n'est pas question ici de développer une critique de la thèse de Fischer (car fondamentalement nos intérêts idéologiques se rejoignent ; à savoir que la diversité cinématographique créative et indépendante doit primer sur le monopole culturel hollywoodien), mais plutôt de partir de son constat, pour démontrer que, concrètement, le digital a certes modifié le fonctionnement de l'industrie³ indépendante autant que commerciale, mais il n'a pas été le virus infiltrant le système tentaculaire californien escompté par l'auteur. Nous tenterons de nous extraire des théories *prophétiques* ou *apocalyptiques* (Beau 1998 p. 10) qui font légions dans les textes abordant le progrès technologique, pour nous concentrer sur l'impact concret de tels changements au sein d'un exemple sociétal ; les

² Nous mettons volontairement de côté la *projection numérique* (le Digital Cinema Package), car cet objet n'interviendra pas directement dans notre recherche

³ Par *industrie* nous entendons le regroupement des termes de *distribution* et de *production*. Concernant l'*exploitation*, même si elle est à prendre en considération nous n'en ferons pas mention dans ce texte car il nous semble avoir été traité avec justesse dans le mémoire d'Ariane Parayre (2011) « *L'utopie numérique : discours et réalités sur la numérisation des salles de cinéma illustrés par le cas de l'entreprise DigiScreen* » 2011.

centres de diffusion et de création autogérés au Canada. À plusieurs niveaux, ce cas géographique offre un cadre pertinent pour étudier l'impact de ce changement : le territoire canadien est soumis à l'écrasante ombre hollywoodienne, et ce, depuis les débuts de l'industrie du septième art. Les problématiques politiques et sociales, notamment la montée du nationalisme québécois et du féminisme, ont contribué à favoriser l'émergence d'une véritable culture indépendante, mais les changements technologiques dont résulte le bouleversement de la communauté au sens large peuvent-ils avoir raison de cette culture ? De par l'étendue du pays et la multiplicité des structures, nous nous concentrerons en particulier sur quatre organismes se situant au Québec et en Ontario, à savoir la *Coop Vidéo* et le *Vidéographe* à Montréal, et le *Liaison of Independent Filmmakers of Toronto* et *V-Tape* à Toronto. Il existe un grand nombre de centres de diffusion et de création aux différents coins du Canada, notre travail ne sera donc pas exhaustif et se veut être une amorce réflexive sur l'avenir de ces organismes qui méritera d'être élargie par la suite. Les quatre objets d'études choisis ont en commun une longévité et une importance dans le paysage culturel canadien qu'il nous semble important de considérer pour analyser les changements subis par ce type de structure.

Nous tenterons donc d'éclaircir, au cours de notre travail, les modalités de production et les enjeux communautaires des centres de diffusion et de création lors de la transformation du médium, de l'analogique vers le digital. Quel système organisationnel a été favorable à la création de ces centres ? La communauté, au sens large, a été le moteur de ce système structurant, mais en quoi se trouve-t-il aujourd'hui compromis, ou du moins altéré par la digitalisation de plusieurs éléments, dont l'informatisation de la pratique et du déplacement d'une partie de l'activité sur Internet ? Nous pensons, au vu du nombre de conférences et table

ronde récentes portant sur cette question⁴, qu'il est pertinent de s'attarder sur les conditions de survie de ces associations et de démontrer par quels moyens elles tentent de franchir le cap de la digitalisation. Nous choisissons donc de mettre en parallèle le travail de différents groupes situés à divers points géographiques, afin de dépasser ce qui pourrait être une analyse exclusive d'une région particulière. En élargissant de cette manière, nous ne souhaitons pas faire apparaître une culture « générale » canadienne, mais plutôt rendre compte d'un état des organisations indépendantes soumises aux mêmes lois nationales, mais dépendant des choix politiques provinciaux. Il serait judicieux d'analyser, dans un futur travail, le rayonnement et l'impact des centres autogérés situés dans les provinces de l'Ouest canadien et des Maritimes ou des zones plus reculées, dans le Grand Nord québécois ou à Terre-Neuve.

Afin de bien poser les conditions historico-sociales des centres de diffusion et de production, nous allons, dans un premier temps, étudier les facteurs politiques et culturels ayant mené à la création de ces organismes associatifs. Des réflexions de Vincent Massey dans le « Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada » en 1951 sur l'état de la culture nationale canadienne, dont découlera, à travers la

⁴ A titre d'exemple, en 2013, trois conférences portant sur l'avenir de l'industrie indépendante et du média ont eu lieu au Canada :

« *Le financement du cinéma documentaire, un luxe ?* » *Mutations technologiques, attrition des fonds destinés au documentaire, baisse des budgets, accroissement du nombre de demandes aux institutions... comment les documentaristes indépendants arrivent-ils à tirer leur épingle du jeu ?* À Montréal, le 07/02/13, en présence de directeurs de centres d'artistes (*Vidéographe*, PRIM) et de réalisateurs de films documentaires à la Cinémathèque Québécoise.

« *Evolve or Perish : Media Arts Symposium* » *The events will provide up-to-date information regarding the current state of funding, identify systemic problems that impact the media arts community, and create a space to imagine new models of collaboration.* À Ottawa, le 14-15-16-17/11/13, organisée par Mano/Ramo, en présence de différents centres d'artistes Ontariens et de coopératives à la Galerie Saw.

« *Regards sur l'économie sociale et l'autofinancement : Diversité et Consolidation* » A Gatineau, le 6-7/06/13, organisé par le Regroupement des Centres d'Artistes Autogérés du Québec, à La Filature.

création du *Conseil des Arts du Canada*, l'engagement des artistes vers le système coopératif et communautaire afin de mieux répartir les ressources et les financements mis à leur disposition. Du programme *Challenge for Change / Société Nouvelle* de l'*Office national du film* à la démocratisation du Portapak⁵ ; ces différents événements historiques interviendront dans l'établissement des centres autogérés comme instance majeure de la cinématographie indépendante, et instauratrices de *lien social* dans les communautés (géographiques ou professionnelles). Cette notion, développée dans un second temps, permettra de comprendre que les termes de centre autogéré et de communauté sont indissociables, ou du moins, que la première est indubitablement liée à la seconde dans son ontologie. Par la suite, nous tenterons de retracer et d'analyser l'arrivée de la digitalisation dans la cinématographie indépendante canadienne et, plus précisément, comment le nouveau médium a transformé le fonctionnement de ces regroupements. Fonctionnement qui se voit aussi modifié par la venue d'Internet comme nouvel espace public et d'existence communautaire. Durant cette recherche, nous appuierons nos réflexions sur l'analyse d'œuvres et de production des centres se situant à la frontière sensible du numérique et exploitant les nouvelles possibilités offertes par les « dernières technologies » que nous étudierons.

Si les ouvrages se rapportant aux technologies récentes, en particulier de la digitalisation, foisonnent depuis les dernières années, il nous fut important d'en extraire quelques-uns qui paraissent pertinents. Les théories énoncées en amorce de Frank Beau (1998) sur « les dernières technologies », les réflexions de Stéphane Vial (2013) qualifiant le

⁵ « (...) the Portapak is a portable or mobile video system that is completely self-contained, battery powered and can be carried and controlled by one (strong) person » http://videopreservation.conservations.org/vid_guide/12/12.html (page consultée le 05/11/13)

numérique comme phénomène « ontophanique », l'analyse de John Belton (2010) sur le terme de « false revolution » pour nommer la période de transition que traverse l'art présentement ; nous argumenterons notre hypothèse en ayant recours à ces divers auteurs en plus des écrits majeurs auxquels il nous semble important de recourir, à l'instar de Michael Rush (2005) et Gilles Lipovetsky (2007). Dans le but d'établir un historique des centres autogérés et de leur fonctionnement, nous nous sommes penchés sur les écrits des années 1970 dans de nombreux journaux spécialisés, ainsi que les travaux de recherches de Scott MacKenzie (2004), Thomas Waugh (2010) et le groupe d'étude mené par Louise Lamarre (1992).

Nous nous questionnerons donc si la communauté, fondatrice de ces organisations dans les années 70, s'est vue transformée avec l'arrivée des technologies récentes. Nous proposerons l'hypothèse que la communauté, dans le cas des centres autogérés, s'est déplacée vers de nouvelles sphères publiques, s'est mue dans la globalisation des réseaux sociaux et s'est adaptée aux nouveaux médiums. Après le *cinéma à l'épreuve de la communauté*⁶, il se posera désormais la question de la communauté à l'épreuve de la technologie. Afin de développer notre thèse, il nous est apparu évident qu'elle ne pouvait se réaliser sans la parole des principaux intéressés. Une grande partie des réflexions émises dans le présent ouvrage est le fruit de discussions et d'entretiens avec des acteurs majeurs du milieu cinématographique indépendant canadien. Nous avons rencontré les représentants des quatre organismes à but non lucratif auxquels nous nous intéressons, nous avons participé à des symposiums autour de ce

⁶ Pour reprendre le titre de l'ouvrage de Marion Froger « Le cinéma à l'épreuve de la communauté : la production francophone à l'Office national du film du Canada », 2010, ed. Les Presses de l'Université de Montréal, coll. Socius, Montréal

sujet à Montréal et Ottawa, dans le but de prendre part à l'actualité et de rendre compte de la réalité que les centres de diffusion et de production traversent présentement.

CHAPITRE I

Les fondements de la création des groupes d'artistes autogérés

« Si on regarde notre situation québécoise, c'est une question d'image collective, de pouvoir collectif, de pouvoir économique collectif, de pouvoir politique collectif et de prise de conscience collective. »

Propos de Pierre Lafleur dans le *Bobo-Z-Arts : Pierre Lafleur* de Charles Binamé, distr. Vidéographe

1.1 - Un contexte idéologique et politique favorable : les années 1960

1.1.1 État de la situation politicosociale au Québec et en Ontario

Comprendre les enjeux et les raisons de la création des centres d'artistes autogérés, c'est tout d'abord mettre en lumière le contexte politicosocial de la Province de Québec et de la Province de l'Ontario, quelques années avant l'apparition de ces structures. La période des années 1960 est un moment de changement radical dans la société canadienne, particulièrement au Québec. Dans un premier temps, nous décrirons brièvement le contexte historique de cette époque, afin de mieux en faire ressortir l'idéologie propice à la création des programmes de l'*Office national du film* permettant aux citoyens de prendre en main leur condition sociale grâce au cinéma. En parallèle des changements, l'industrie cinématographique nord-américaine voit arriver une nouvelle venue sur le marché du matériel de capture d'image, qui prévoit de changer les aspirations des certains groupes d'apprentis cinéastes. Depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, l'Ontario connaît une période de croissance due au fort taux d'immigration d'origine européenne, asiatique et canadienne (en

particulier des Maritimes, qui se trouvent à la marge de l'économie nationale en cette période). Toronto voit sa population doubler en moins de vingt ans à cette période, le brassage ethnique modifie complètement le visage britannique de la ville ontarienne. Au Québec, le temps est au crépuscule de la Grande Noirceur et de l'ère Duplessis. En 1959, Paul Sauvé amorcera la pente de la Révolution Tranquille pendant les quelques mois de son mandat, qui seront amplifiés par les actions de Jean Lesage, premier ministre de la Province jusqu'en 1966. L'heure est au changement dans la société québécoise, on voit l'apparition de groupes communautaires qui luttent pour leurs droits et décident de faire entendre leurs voix auprès du gouvernement. En 1964, le gouvernement provincial entamera timidement la concrétisation de l'idéal féministe québécois, autorisant les femmes à exercer un autre travail que leur mari, et en 1969, rendra l'accès au divorce plus facile (Lamoureux 2001 p. 140). La libéralisation des mœurs s'effectue à différentes strates de la société, du nationalisme à l'identité sexuelle, les revendications sociales se multiplient et l'autogestion est mise de l'avant par les groupes communautaires pour insister sur leur volonté de décider et d'agir sur leurs conditions. Pourtant de telles prédispositions sont à mettre en corrélation avec des choix politiques culturels canadiens, qui à cette époque, inciteront les artistes à se rassembler autour d'entités, telles que les centres, les collectifs ou les coopératives. Nous nous concentrerons à savoir quels ont été les apports gouvernementaux envers la création indépendante avant cette période de remise en question de la société ? En réalité, si l'*Office National du Film* était le pivot d'une création cinématographique canadienne dépendant d'un organisme fédéral, l'indépendance des artistes n'était pas au goût du jour⁷.

⁷ Il nous paraît important de définir clairement le terme « d'indépendance », car il sera récurrent dans cette étude.

1.1.1.1 L'état de l'industrie cinématographique canadienne

L'histoire de l'industrie cinématographique canadienne est à recouper avec celle des investissements américains sur leur territoire domestique. Avant les années 1950, les offices de diffusion sont rares sur l'ensemble du territoire, et par manque de moyens locaux et nationaux, ils sont soutenus par des fonds américains du côté anglophone. En 1935, il existe la société bénévole de l'*Extension Department* de l'Université d'Alberta ; à cet endroit y est fondée la Société Nationale du Film pour distribuer des œuvres hors des circuits commerciaux ; les institutions gouvernementales, les écoles et universités et autres groupes techniques. Elle mettra aussi en place la Cinémathèque Coopérative. Mais ces premières tentatives au soutien à la production et à la diffusion nationale sont toujours sous le joug des financements privés accordés par les Américains. De même, en 1938, à la suite d'une réunion organisée pour l'institution d'une commission nationale du film, la *British Imperial Trust* s'engagea à verser une somme de 8000\$ pour l'achat de films britanniques pour le territoire canadien, ce qui n'eut pas pour effet d'encourager la création nationale, mais plutôt d'y maintenir la domination anglaise. La première étude portant sur les besoins du Canada en matière de films fut financée par la *Carnegie Corporation* qui entraîna la *Dotation Rockefeller* à subventionner annuellement, de 1937 à 1946, la mise en place d'un système de distribution et de production national (Massey 1951 p. 62). Grâce aux aides financières des fondations américaines, le premier Centre National d'Information et de Distribution de Documentaires au Canada vit le jour à cette même période. La diffusion des œuvres est contrôlée depuis 1920

Nous choisirons donc la définition suivante, établie par l'Alliance des Arts Médiatiques Indépendants : «*Indépendant veut dire que l'artiste initie et est la force motrice derrière l'œuvre, il maintient un contrôle créatif complet sur son travail.*». Page consultée le 20/01/2014
http://www.imaa.ca/fr/index.php/about_us/

par la société américaine *Paramount* qui, à travers l'acquisition de la quasi-totalité des actions de la *Famous Players Corporation* (l'ancien Cineplex), met la main sur plus de la moitié des écrans canadiens aux côtés des cinémas Odéon (Bastien et Brassard 1996 p. 49). Le gouvernement Canadien tente un rapprochement culturel avec les États-Unis en créant le *Canadian Cooperation Project* (1947-1958), projet réunissant diverses mesures sur le tourisme entre les deux pays, et encourageant la mise en place d'un réseau de distribution de films américains plus large sur le territoire canadien, ainsi que de proposer aux majors américaines de diffuser plus de films provenant du Canada (Bastien et Brassard 1996 p. 50). Cette mesure s'inscrivait directement dans la considération du territoire canadien comme partie intégrante du marché domestique américain ; l'industrie culturelle canadienne a donc constamment évolué sous l'égide de la Couronne britannique en tant que son dominion d'une part, et de l'autre, sous l'œil intéressé des financeurs et mécènes américains (Massey 1951 p. 61). Au Québec, le cas précurseur du Service de cinéphotographie, initié par Joseph Morin en 1941, qui devint l'Office du film de Québec en 1963, a joué un rôle important dans la cinématographie provinciale. Cette structure, dépendante successivement de différents ministères, eût pour mission de proposer un service de production et de distribution de films gouvernementaux jusqu'en 1983, et vît, parmi ses réalisateurs, des figures importantes telles que Gilles Carle, Claude Jutra et Fernand Dansereau (Pelletier 1994 p. 44-47). Malgré ces expériences au but de créer et stimuler une production nationale et la création de l'*Office national du film* en 1939, dont le mandat était de « produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films »⁸, l'émergence de la cinématographie indépendante

⁸ Tiré du mandat de l'ONF : <http://onf-nfb.gc.ca/fr/a-propos-de-lonf/organisation/mandat/> (page consultée le

canadienne peine à se développer dans le contexte social et politique préRévolution Tranquille.

1.1.1.2 La Commission Massey

Pour répondre à la question de la culture nationale, le Bureau du Conseil privé commanda le 8 avril 1949, une commission menée sous l'autorité de Vincent Massey. Cette enquête eut pour but de faire un état de la situation culturelle, médiatique et artistique au Canada pour laquelle les chercheurs furent amenés à « s'intéresser, pendant tout le cours de cette étude, aux besoins et aux aspirations du citoyen en ce qui concerne les sciences, la littérature, les arts, la musique, le théâtre, le cinéma et la radiodiffusion. » (Massey 1951 p. 3). Dans une première partie, ils examinent formellement l'état de la culture canadienne, auquel ils tentent d'apporter un total de 146 recommandations dans la seconde partie. Ayant organisé 114 consultations publiques avec plus de 1200 témoins, ayant reçu 462 soumissions formelles de mémoires et autant de lettres de citoyens canadiens, la Commission analyse, dans l'un de ses chapitres titré « Le Cinéma », les conditions de distribution des films canadiens :

Le mode actuel de distribution de films au Canada nous apparaît même s'il est quelque peu compliqué, comme un admirable ensemble d'improvisation et d'utilisation de ressources limitées. [...]L'initiative bénévole et locale joue maintenant un rôle de plus en plus important dans la distribution des films (Massey 1951 p. 66)

Rendant compte de la précarité de la création artistique, au même titre que cette dernière contribue à encourager l'imaginaire organisationnel des artistes, ce fut là l'un des éléments

générateurs de l'une des recommandations de la Commission Massey lors de son dépôt en 1951 ; la création d'un *Conseil pour les Arts, Lettres, Humanités et Sciences Sociales*. Cette institution encouragerait et subventionnerait la création canadienne, notamment dans le secteur cinématographique, afin d'employer le « film comme moyen de favoriser l'unité nationale et l'éducation de masse. » (Massey 1951 p. 61).

1.1.1.3 Le *Conseil des Arts du Canada*

À la suite de l'étude publiée par Vincent Massey, le *Conseil des Arts du Canada* sera créé le 12 novembre 1956 par la *Loi sur le Conseil des Arts du Canada* promulguée par le Parlement fédéral dans le but de « favoriser et promouvoir l'étude et la diffusion des arts, ainsi que la production d'œuvres d'art. »⁹. Accusant tout d'abord un retard entre la fin de l'étude et sa création, le projet d'une nouvelle institution gouvernementale consacrée à l'art a attiré la méfiance quant à une possible « étatisation de l'art » et un mandat considéré proche du communisme à l'heure d'un Maccarthysme ambiant.

Dans les premières années, les objectifs du *Conseil des Arts* sont variés et se multiplient dans différentes catégories de l'art et de la culture. Les débuts sont pleins d'optimismes, affichant une véritable volonté d'encourager les artistes, l'éducation, la culture canadienne, malgré des fonds tout d'abord restreints. À partir de 1969, le *Conseil des Arts* s'intéresse à subventionner à courte durée des artistes audiovisuels et des institutions de soutien au film expérimental et non-commercial¹⁰, comme des festivals, des centres de

⁹ <http://conseildesarts.ca/fr/conseil/information-sur-l-organisme> Page consultée le 15/01/14

¹⁰ Les longs métrages commerciaux sont pris en charge et financés majoritairement par la Société de Développement de l'Industrie Cinématographique Canadienne

distributions ou de productions, des colloques universitaires et des rétrospectives. L'année 1972-73 marque l'arrivée de la magnétoscopie au sein de la perspective du *Conseil des Arts*. Dans ce cadre-là, l'institution finance des centres spécialisés dans la vidéo tels que Le *Vidéographe* à Montréal, qui obtient une subvention de 40 000 \$ cette même année.

Dans le tableau ci-dessous apparaît distinctement l'augmentation des subventions accordées aux artistes, centres et structures de production ou de diffusion. De 1969 à 1982, le total de base a été multiplié par 13. La volonté d'encourager la création est donc très claire à cette période.

Exercice financier	Subventions totales (en \$ canadiens)
1969 – 70	186 000
1970 – 71	223 000
1971 – 72	394 000
1972 – 73	496 000
1973 – 74	882 000
1974 – 75	1 278 000
1975 – 76	1 332 000
1976 – 77	1 531 000
1977 – 78	1 660 000
1978 – 79	1 721 000
1979 – 80	1 877 000
1980 – 81	1 949 000
1981 – 82	2 493 000

Figure 1. Évolution de l'aide au cinéma et à la vidéo (Mailhot 1982 p. 171)

Le désir affiché du *Conseil des Arts du Canada* à subventionner les organismes soutenant la création et la diffusion a contribué à inciter les artistes à se rassembler autour de structures afin de pouvoir bénéficier de plus de financements, tout en partageant une vision et un idéal favorable au changement de la société. De ce fait, à l'orée des années 1970 apparaissent les premiers rassemblements d'artistes en cinématographie, et peu de temps

après, en vidéographie, stimulés par les décisions politiques de l'institution fédérale. Néanmoins, en 1975, le *Conseil des Arts du Canada* décide de réduire ses subventions aux organismes incorporés, afin de diminuer le nombre croissant de centres et de coopératives émergeant à ce moment-ci.

L'autre facteur ayant conduit à la création des centres autogérés est le programme *Challenge for Change / Société Nouvelle* de l'*Office national du Film*, qui a contribué à sensibiliser les citoyens et les groupes communautaires à prendre en main leurs revendications et leur quotidien grâce aux outils nouvellement arrivés en territoire canadien.

1.1.2 – Les choses que nous pouvons changer

1.1.2.1 - Le Groupe de Recherches Sociales de l'ONF

« We don't make documentaries about people, we make media projects with people »

Interview de Katerina Cizek par Liz Miller
(Waugh 2010 p. 429)

Bien que l'impact de *Challenge for Change/Société Nouvelle* soit un facteur central dans la problématique de redéfinition de l'usage du médium comme instrument de revendication sociale, il nous faut remonter quelque temps avant la mise en place de ce programme pour y déceler l'élan propice à un tel développement. S'inspirant d'un précédent

plan d'intervention sociale à l'aide du médium cinématographique¹¹, le Groupe de Recherches Sociales (G.R.S), apparaît en 1966 par l'entremise de plusieurs cinéastes, producteurs et distributeurs ; Fernand Dansereau, Robert Forget, Maurice Bulbulian, Michel Régnier et Hortense Roy. Bien que les mandats de *Challenge for Change / Société Nouvelle* et du Groupe de Recherches Sociales soient similaires, il est important de noter que le groupe de production francophone est indépendant de l'ONF, qui, nous le verrons plus loin, chapeaute de son côté le programme bilingue. D'abord chargé d'une commandite par le Ministère fédéral du Travail, Dansereau eut la tâche de filmer la ville de Saint-Jérôme, pour « observer comment se comportent les hommes et les institutions en période de changements socio-économiques accélérés » (Bégin 1969 p. 15). Liant une relation étroite avec la population locale quant à l'identification des problèmes inhérents aux bouleversements, il se détache peu à peu de la commande de base pour se consacrer à l'immersion dans la cause dont il tente de rendre compte. Le film *Saint-Jérôme* (1967), additionné de ses 27 films-satellites offrant un panorama brut et subjectif de la situation locale, fut montré dans la ville où eut lieu le tournage ainsi qu'à travers la province de Québec pour alimenter des débats autour du développement de la société délaissant certaines villes ou catégories sociales. Le Groupe de Recherches Sociales produira quatre autres films dans la même veine que *Saint-Jérôme* ; *L'école des autres* de Michel Régnier, *La p'tite Bourgogne* de Maurice Bulbulian, *Tout l'temps, tout l'temps, tout l'temps ... ?* de Fernand Dansereau et *82,000* de Michel Régnier et du Comité de

¹¹ L'Aménagement Rural et Développement Agricole (ARDA) et le Bureau d'Aménagement de l'Est du Québec (B.A.E.Q) proposent, de 1963 à 1966, sous l'impulsion de Fernand Dansereau et de Raymond Garceau, un programme permettant de tourner des films avec la population afin les faire participer à l'aménagement régional. Les films sont ensuite distribués au sein de la population afin d'alimenter des discussions et autres débats autour des thèmes soulevés.

citoyens du quartier Hochelaga de Montréal. Tous ces films ont en commun une même matière « brute » (un métrage long, parfois de plusieurs heures pour contenir un maximum de témoignages et tenter d’englober le problème dans son entièreté), et une distribution hors des sentiers commerciaux. Non destiné aux lieux standards de diffusion, le G.R.S, sous l’impulsion d’Hortense Roy, véhiculait ses productions auprès de publics concernés par la situation, sous le modèle des animateurs de l’ONF, dans la perspective d’appuyer la médiation culturelle autour des films. En 1969, le Groupe cesse son activité, mais continuera son mandat à travers le programme français de *Challenge for Change* : Société Nouvelle.

1.1.2.2 L’expérience de *Challenge for Change* / Société Nouvelle

« *What could happen if the people had the technology of communication in their own hands?* »

Extrait de *VTR St-Jacques*, 1969, Bonnie Sherr Klein

En 1967, Tanya Ballantyne réalise *The Things I Cannot Change*, un documentaire social produit par l’*Office national du film*. Ce film est généralement perçu comme précurseur au programme *Challenge for Change*¹². Néanmoins, nous poursuivrons l’idée, comme le soulignait déjà Scott MacKenzie, que l’impact de cette œuvre est à qualifier de « déclencheur » plutôt que « précurseur » du programme. En effet, lors des premières diffusions de ce film, sur les ondes de CBC, l’audience eut des réactions railleuses envers la famille désœuvrée présente dans l’œuvre : les Baileys furent la cible des moqueries de la part de la communauté de Pointe Saint-Charles (où fut tourné le film). Une des principales causes à ces réactions est le manque de communication entre Ballantyne et ses protagonistes ; la famille

¹² Comme mentionné sur le site web de l’ONF : http://www.nfb.ca/film/things_i_cannot_change (page consultée le 24/01/14) « This film is considered to be the forerunner of the NFB’s Challenge for Change Program. »

n'eut pas le mot final sur le montage et de ce qu'il serait réellement montré dans le film. La position paradoxale du réalisateur documentaire dans cette production est décrite par Gilles Marsolais :

(...) les cinéastes ont senti les limites de leur action, partagés entre le désir de sensibiliser le public à une certaine réalité et la nécessité de suggérer des moyens pratiques de changement à cette misère, sinon de s'impliquer : ils se sont sentis coincés entre leur statut de cinéastes et de citoyens. (Marsolais 1997 p. 123)

Cette attitude a eu pour résultat la remise en question de la posture traditionnelle du documentariste, et la création de l'expérience de *Challenge for Change*. Le réalisateur documentaire a toujours été partagé entre sa liberté d'expression – puisqu'il possède la technologie pour communiquer – et le fait de pouvoir parler au nom des autres. Dès 1967, ce programme est mis en route grâce aux efforts de plusieurs cinéastes et producteurs, dont Colin Low, John Kemeny (le producteur de *The Things I Cannot Change*), Fernand Dansereau et Robert Forget pour la partie francophone Société Nouvelle en 1969, et sous l'initiative du programme de la lutte contre la pauvreté du secrétariat des Plans Spéciaux, les films produits par le programme proposent une implication de la caméra comme outil de revendication sociale. Il s'agit de donner un moyen aux communautés de s'exprimer sur leurs problèmes quotidiens, le droit de parole passe ici par la caméra.

This programme was an attempt to allow the working classes and disenfranchised to create images of themselves for themselves. Yet, the mandate of Challenge for Change/Société Nouvelle went beyond the desire to make accurate representations of the working classes; instead the programme strived to redefine radically the way in which communities and audiences were built around films and videos. (MacKenzie 2004 p. 149)

Représentatif de ce mandat, les films de Colin Low sont restés emblématiques d'une véritable politique de rendre audibles et visibles les populations marginalisées à différents niveaux de la société. *The Fogo Island Project* est un projet commun à *Challenge for Change* et à la *Memorial University of Newfoundland*, qui eut pour mandat de faire ressortir les problèmes rencontrés par les habitants des îles Fogo en une série de 27 courts-métrages, regroupant diverses situations de discussions ou d'actions. Ces films étaient destinés « d'abord aux gens qu'ils mettent en scène, pour qu'ils comprennent la dimension de leurs problèmes » (Office National du Film 1968 p. 6). Les enfants sont filmés dans leur quotidien, en train de se divertir de différentes manières sur les plages des îles, tout comme les discussions de la *United Maritimes Fisheries Co-op* sur leurs perspectives de survie face aux décisions gouvernementales freinant leur développement. Colin Low dresse un panorama de la situation sociale sur les Îles Fogo, à la fois pour stimuler la population concernée à travailler sur ses propres problèmes, ainsi que pour leur offrir une visibilité à l'échelle nationale. De ce point de vue, et comme nous le montrerons par la suite, *Challenge for Change* fut exemplaire quant à la compréhension par les citoyens de leurs propres difficultés, et des outils capables de les guérir.

En marge de la reprise en main du Québec par son peuple lors de la Révolution Tranquille, il apparut nécessaire que les laissés pour compte de cette période de changement aient leur mot à dire. L'expérience de *VTR St-Jacques* est symptomatique de cette volonté de

changement. En 1969, le Comité des Citoyens de St-Jacques se dote d'un VTR ¹³ afin de répondre aux problèmes de différentes franges de la communauté du quartier.

Cette tentative de réappropriation des citoyens de leurs problèmes, grâce aux outils de communications récents, cristallise le lien social intracommunautaire et lui donne une voix pour se faire entendre. Rappelons ici que « le lien social est consubstantiel au fait humain. Il donne à voir les relations qui naissent des interactions entre les individus et qui fondent les sociétés » (Bouvier 2005 p. 30). Les membres du comité de quartier testent leur caméra, puis partent à la rencontre de ceux qui nourrissent un ressenti face à la gestion des dirigeants. Leur parole est prise en compte, aussi bien celle d'un ancien prisonnier que celles de jeunes enfants. Chacun, s'il le souhaite, possède le droit de s'exprimer comme il l'entend, et surtout de figurer dans le métrage final, qui sera diffusé à des petits groupes de riverains.



Figure 2. Image tirée du film *VTR St-Jacques*, Bonnie Sherr Klein, 1969

¹³ Video Tape Recorder : connu sous le nom de « Portapak », qui fut le premier enregistreur à bande magnétique portable (http://www.labguysworld.com/Sony_DV-2400.htm page consultée le 26/01/2014)

Le processus de création du film fait partie intégrante de l'expérience de Société Nouvelle. Les « acteurs » de la communauté du quartier Saint-Jacques sont à la fois actifs, puisqu'ils contribuent à la résolution de leurs problèmes par le biais de la vidéo, et passifs, puisqu'ils sont à l'écoute des autres, décortiquant le discours populaire qui tend à se faire entendre et visionnent ensemble le résultat de leur recherche. Nous pouvons parler dès lors de *spectacteur*, au sens où Paul Ardenne le décrit :

Autant de pratiques contextuelles dont la caractéristique est de s'investir dans une action comme envisageant le spectacteur comme un citoyen et un être "politique". Caractéristique qui modifie d'office la notion de public et révoque en particulier le principe de passivité admis comme fondateur du rapport avec les œuvres conventionnelles. (Ardenne 2002 p. 179)

La notion de spectacteur est récurrente dans les œuvres d'intervention sociale du programme *Challenge for Change* / Société Nouvelle. Mais si la mise en place d'expérience de cet acabit est d'abord le fruit de la volonté d'une poignée d'artistes animés par l'idéal d'une nouvelle société, au sein d'une institution gouvernementale et œuvrant dans un système favorisant la coopération, il nous faut maintenant rappeler qu'un quatrième facteur a été déterminant dans l'apparition des centres autogérés audiovisuels : la bande magnétique.

1.1.3 - Renouveau et démocratisation du médium : la vidéo

En 1965, la compagnie japonaise Sony commercialise la première caméra vidéo noir et blanc portable demi-pouce, permettant l'enregistrement sonore en simultané, appelé le Portapak. L'arrivée de cet appareil sur le marché américain en 1967 se conjugue avec l'émergence de pratiques artistiques s'appropriant l'outil télévisuel, à l'instar de Nam June

Paik qui, deux années auparavant, se jouait de l'essence même des téléviseurs dans *Demagnetizer*, en altérant le magnétisme d'un moniteur grâce à un circuit électromagnétique (Hanhardt 1982 p. 35). On comprend vite les possibilités nouvelles qu'offrent les caméras portables, autorisant l'enregistrement d'un son synchrone, et le faible coût de la bande magnétique. En 1970, à New York, la première revue spécialisée dans la vidéo *Radical Software* voit le jour, dans laquelle se trouve un « bottin », le Video International, que les artistes sont invités à remplir pour dès lors créer les prémices d'une communauté autour du médium vidéographique. La bande magnétique apparaît alors comme l'alternative essentielle pour pallier au coût élevé de production de pellicules, et permet une globalisation rapide des différents réseaux d'artistes praticiens¹⁴. On utilise la captation instantanée de ce nouveau médium à des fins documentaires d'archives ou engagés, ou à l'enregistrement des performances artistiques et happenings en émergence à cette période (Bourdon 2013 p. 10).

Video equipment does not create dynamism where none is latent. It does not create action or ideas; these depend on the people who use it. Used responsibly and creatively, it can accelerate perception and understanding and therefore accelerate action. (Henaut et coll. 1970 p. 12)

Il nous est important de comprendre que la bande magnétique n'est pas seule instigatrice des phénomènes de revendications, mais qu'elle trouve dans le climat social québécois un véritable public d'utilisateurs et de consommateurs¹⁵. C'est la volonté de

¹⁴ À l'été 1971, dans le numéro 4 de « Radical Software », des dossiers sont consacrés aux pratiques canadiennes en matière de vidéographie et aux ponts existants entre les deux pays nord-américains.

¹⁵ La thèse d'André Michel Couture « Elements for a social history of television : Radio-Canada and Quebec history 1952 – 1960 » (1989) soutient la théorie que la télévision a été l'un des facteurs majeurs de la Révolution

changement des groupes communautaires qui voient en ce nouvel outil un moyen d'accéder au média de masse, facilement diffusable et à moindre coût, l'arme idéale de la résolution et de la compréhension de leurs problèmes. La vidéo arrive au Québec en 1969 par l'intermédiaire de Robert Forget, producteur de l'ONF et collaborateur du Groupe de Recherches Sociales. L'institution fédérale se montrant réticente à l'idée d'acquérir ce nouveau médium, il fait ramener de New York deux exemplaires du Portapak cette année-là. Forget découvre l'étendue des possibilités de la vidéo. Très rapidement, il apparaît qu'elle semble être l'outil idéal pour offrir une visibilité aux populations en mal du droit de parole, et de poursuivre le mandat de *Challenge for Change* qui s'avère coûteux en terme de production. Lors de l'apparition de la seconde génération des caméras vidéos éditées par Sony, l'ONF décide de débloquer un budget afin d'en faire acquisition. En 1970, alors que les expérimentations vidéo se multiplient sur le territoire, Québec et Ottawa se divisent politiquement à la suite des événements d'Octobre et ne subventionnent plus les groupes de vidéastes et les télévisions communautaires. Cette même année, le producteur du G.R.S soumet à l'administration de l'ONF l'idée de donner aux jeunes les moyens de réaliser des vidéogrammes. Le projet « *Vidéographe* » est accepté cette même année.

1.1.3.1 Le *Vidéographe*

Le projet pilote *Vidéographe* a remporté un grand succès. Des locaux loués dans le centre de Montréal sont utilisés comme centre de production et salle de visionnement. Il s'agissait de permettre à des jeunes, qui n'auraient pas eu normalement accès aux techniques du cinéma, de s'exprimer à l'aide du ruban magnétoscopique. Vingt-six

Tranquille au Québec, due en partie à la prolifération à partir des années 1950 des téléviseurs dans les foyers de la province.

œuvres ont ainsi été réalisées et présentées. (Office National du Film 1972 p. 10)

Le 27 novembre 1971, ouvre au 1604 de la rue Saint-Denis à Montréal, l'un des premiers centres de productions vidéographiques. Bénéficiant d'un budget initial de 200 000\$, la petite société compte 8 employés engagés par le directeur du programme français de l'ONF. S'inscrivant d'abord dans la même veine d'action sociale que *Challenge for Change*, le projet obtient des financements de la part de l'institution fédérale pour lancer ses premières productions aux nombres de 32 en 1971, 50 en 1972 et 109 en 1973. Les débuts de l'expérience sont prometteurs, la demande pour réaliser des vidéos et accéder au médium est réelle. Les jeunes forment le public principal de ce centre de production ouvert 24 heures sur 24 tous les jours de la semaine. Le document *Entrée en scène*¹⁶ illustre l'effervescence qui règne alors au sein des locaux du *Vidéographe*. On y expérimente de nombreux concepts et projets ; en 1972, le centre est à l'avant-garde technologique de la bande magnétique. Les vidéastes travaillant au *Vidéographe* mettent au point un appareil permettant d'améliorer la synchronisation des bandes images, appelé l'éditomètre¹⁷. On relie les deux magnétoscopes à l'éditomètre et, par une technique de manipulation appelée le « piquage », il est possible de modifier et d'insérer des plans dans une séquence sans perturber la synchronisation fragile de la vidéo. On incite les visiteurs à visionner les vidéogrammes de leurs choix en mettant à leur disposition une vidéothèque où se trouve archivée une bonne partie des œuvres produites par

¹⁶ Documentaire réalisé par Robert Forget en 1972 ; consultable sur le site <http://www.vitheque.com/Fichetitre/tabid/190/language/en-US/Default.aspx?id=2149> (page consultée le 08/02/14)

¹⁷ « L'éditomètre » Documentaire réalisé par le *Vidéographe* en 1972 ; consultable sur le site <http://www.vitheque.com/Fichetitre/tabid/190/language/fr-CA/Default.aspx> (page consultée le 08/02/14)

l'organisme. Lorsqu'un artiste voit son projet accepté par le comité de sélection, le *Vidéographe* offre les services de prêt de matériel et de montage, mais en contrepartie, l'artiste se doit de réaliser un accompagnement de sa vidéo et prendre part à la médiation autour de sa création en diffusant son œuvre au Vidéothéâtre¹⁸. Après l'étape de production, il est possible de diffuser son vidéogramme au sein de la vidéothèque du centre, de déposer une pièce maîtresse au service d'archive qui permet au public de demander la copie de n'importe quelle bande magnétique, et enfin, l'une des expérimentations en terme de distribution les plus importantes du centre est le programme de Sélectovision. Afin de mieux appréhender cette tentative, il nous faut retourner à un élément clé de l'exploitation télévisuelle au Québec.

Depuis quelques années, en parallèle des mouvements et regroupements sociaux émergeant du contexte politique de la Province, apparut une innovation technologique importante ; la télévision communautaire (Bégin 1973 p. 24). La première expérience de cette teneur eut lieu au Lac Saint-Jean¹⁹, à travers un projet appelé *Normandin*. Jean-Yves Bégin, un des chargés de projet de Société Nouvelle, relate l'expérience :

On eut tôt fait de noliser l'attention de l'ONF et de mettre à contribution les conseillers et l'équipement offerts. Après une initiation sommaire, des citoyens ordinaires produisirent et diffusèrent durant cinq jours trois heures d'émissions de télévision par soir avec la collaboration du câble local. Contenu : échanges communautaires et

¹⁸ Une salle de visionnement publique installée chez *Vidéographe*. De forme circulaire et composée de 115 sièges orientés vers 6 moniteurs vidéo, cette pièce permettait au tout un chacun de diffuser ses vidéogrammes à un certain nombre de personnes, et d'alimenter des débats ou des discussions à propos de sujets précis.

¹⁹ Il est important de noter que d'autres expériences de ce type s'effectuent alors dans d'autres provinces canadiennes, subventionnées par le Conseil des Arts ; Winnipeg Community TV est un projet mené par l'Institute of Urban Studies, qui tend à faciliter l'accès aux citoyens à la télévision communautaire, et Vancouver Metro-Média, projet dans lequel le CAC aide à la création d'une association ayant pour but d'initier la communauté à l'utilisation des médias de communications.

expression individuelle, sous la forme d'informations, reportages, discussion de problèmes sociaux, etc. (Bégin 1973 p. 24)

La télévision communautaire s'inscrit donc dans la ligne politique de *Challenge for Change / Société Nouvelle*. Si ce programme offrit les moyens de production aux communautés pour mettre en exergue leur droit de parole, l'expérience de diffusion réalisée dans le Saguenay illustre la volonté d'accorder en plus les moyens de diffusion des productions réalisées par la communauté concernée. L'arrivée de la caméra portative provoquera une véritable hausse des bandes créées et la télévision communautaire sera une expérience couronnée de succès et pleine d'espoir, malgré la qualité inférieure de la vidéo amateur vis-à-vis des standards professionnels. La différence majeure entre la télévision dite communautaire et la télévision locale est que cette dernière diffuse des émissions et de reportages produits par des employés, alors que les productions télédiffusées par la première sont réalisées par les membres de la communauté à laquelle elles sont destinées (Marsolais 1974 p. 55). Cette prise en main du groupe des moyens de communication engendre un intérêt important de la population locale qui voit dans cette application la possibilité de se doter d'un véritable droit de parole. D'autres expériences de ce type furent réalisées, à l'exemple des émissions du Bloc, conçues par Société Nouvelle, qui diffusaient des programmes créés par des membres de la communauté des travailleurs en Abitibi-Témiscamingue (bien que la diffusion télévisuelle fut abrégée par décision gouvernementale) (Office National du Film 1974 p. 13). Le *Vidéographe*, intégrant son système Sélectovision sur le terreau de la télévision communautaire, va tenter d'offrir un nouvel espace de diffusion aux productions vidéographiques du centre.

Durant le mois de septembre 1972, Pierre Chagnon, le fondateur de l'entreprise Vidéotron, fait appel au *Vidéographe* pour tester une expérience de câblodiffusion²⁰. À Beloeil, sur la rive sud de Montréal, on propose aux abonnés du câble BHMO un choix de 81 vidéogrammes sélectionnés par le *Vidéographe*, dont 60 sont issus directement de la collection du centre et les 21 autres sont des productions locales. Le projet dure 10 jours, pendant lesquels les abonnés peuvent téléphoner à un standard afin de voter pour le vidéogramme de leur choix. Un animateur prendra en charge l'appel et aiguillera les téléspectateurs dans leurs choix ; la plupart étant profanes à ce genre de pratique participative. Au bout du temps imparti, la vidéo la plus populaire sera diffusée sur les ondes hertziennes du câble (Lamarre, Lamarre, Bourdon et Liberovskaya 1992 p. 15). En moyenne, pour l'expérience de Beloeil, le standard reçut 360 appels par jours pour des demandes de vidéos, ce qui fut, aux yeux du *Vidéographe*, un succès de diffusion. Mais si ce programme s'avère en effet être une réussite quant à la distribution de productions collectives aux communautés, il faut néanmoins noter que la Sélectovision ne répond pas aux premiers mandats des télévisions communautaires. Comme le précise Gilles Marsolais :

En effet, l'idée-force de la TVC c'est de démocratiser radicalement l'accès aux moyens audiovisuels de communication, c'est de faire en sorte que la collectivité se sente concernée par les problèmes qui sont les siens. Or, par la câblodiffusion on rejette sans appel ceux précisément qui ont le plus besoin d'être rejoints: les populations éloignées des centres peuplés où le marché restreint ne justifie pas l'investissement que nécessite le câblage. (Marsolais 1974 p. 55)

²⁰ « Sélectovision » Documentaire réalisé par le *Vidéographe* en 1972 ; consultable sur le site <http://www.vittheque.com/Fichetitre/tabid/190/language/fr-CA/Default.aspx> (page consultée le 09/02/14)

À travers l'expérience de la Sélectovision, se dresse une des limites du mandat premier de *Vidéographe*. Les villes câblées où eurent lieu les tentatives de câblodiffusion se situaient autour de grands pôles urbains ; Beloeil et Mont Laurier se trouvant dans la région de Montréal et Gatineau à proximité d'Ottawa. De ce fait, les populations en marge des grandes villes, par exemple au Lac Saint-Jean, qui ne se voient pas dotées du système de câblodiffusion, sont mises à la marge de l'expérience qui pourtant s'inscrit dans la ligne de développement des télévisions communautaires. Le langage hermétique de certaines productions a été aussi l'un des freins à cette tentative : le public s'intéressait aux vidéogrammes dont les sujets les concernaient. Aussi, en 1975, *Vidéographe* se rend compte que le mandat initial de démocratisation du médium n'a finalement pas eu l'effet escompté auprès de la population. Certes le centre offre un service continu d'aide à la production et à la diffusion à une population principalement composée de jeunes, avides de créations comme le souligne Froger :

On y croyait parce qu'on le faisait. Mais on le faisait encore entre-soi, au grand dam de la direction du *Vidéographe* elle-même, qui déplore, dans son bilan de 1975, que sa principale clientèle soit composée d'étudiants issus de la petite et moyenne bourgeoisie. Le projet de démocratisation échoue et, avec lui, le projet communautaire. Une page se tourne alors dans le milieu artistique. L'intérêt communautaire n'est pas si essentiel à la création. On n'y croit plus parce qu'on ne le fait plus. (Froger 2010 p. 403)

Divers sujets sont abordés, du local à l'international, chacun y a ici un droit à la parole. Mais on se rend compte que la jeunesse, principale cliente du centre de production, est composée essentiellement d'étudiants, d'un milieu assez éduqué ; on se retrouve éloigné du public de l'expérience de *VTR Saint Jacques*.

Dans la foulée des événements d'Octobre 70, *Vidéographe* produit de plus en plus de bandes magnétiques au caractère engagé. Classé à gauche de l'*Office national du film*, et à la suite de quelques polémiques autour de certaines œuvres²¹, le centre s'incorpore en 1973 et devient un organisme à but non lucratif, s'extrayant du mandat de l'institution fédérale. Cette décision permettra la pérennisation du centre, car en 1975, le *Conseil des Arts du Canada* gèle le financement des centres d'artistes aux organismes incorporés, afin d'assurer un avenir à ceux nés au début des années 1970 et d'éviter une trop grande division des aides accordées aux structures culturelles autogérées.

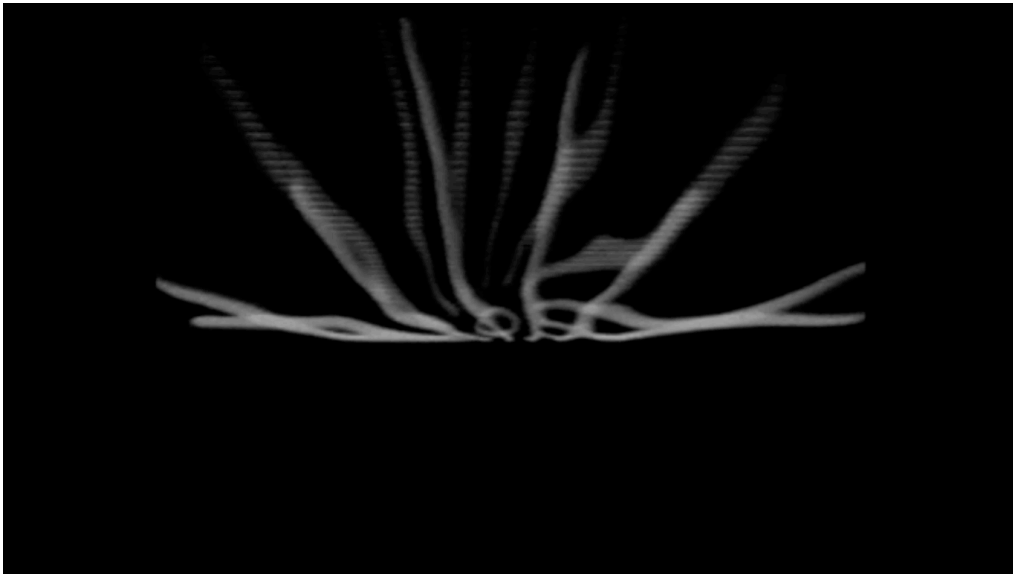


Figure 3. Image tirée du film *L'Amertube*, Jean-Pierre Boyer, 1972

À cette période, le *Vidéographe* se trouve tiraillé entre ses deux ailes : les partisans du documentaire social engagé, dans l'héritage du Groupe de Recherches Sociales et de

²¹ En particulier autour du film d'Yves Chaput « Mais qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu pour que ça arrive rien qu'à nous autres des affaires de même ? » (1971), témoignages amers et cyniques de plusieurs protagonistes arrêtés lors de l'application de la Loi des Mesures de Guerre par le Gouvernement Fédéral à Montréal.

Challenge for Change, et ceux, adeptes de l'expérimentation qu'offre le médium vidéographique²², à l'instar des œuvres de Jean-Pierre Boyer (voir Figure 3.). Si, pendant plusieurs années, le centre draine une population active et productrice en son sein, il sera dans l'obligation de fermer temporairement ses portes en mai 1976, jusqu'en janvier 1977²³, à la suite d'une crise financière majeure²⁴. À partir de cette date, *Vidéographe* ne peut plus assurer une même gratuité de ses services à sa clientèle. Il faut repenser le système entier de fonctionnement et les voies d'autofinancement ; jusqu'en 1992, il restera seulement le service de prêt de la vidéothèque qui demeurera gratuit aux membres. Le bateau se redresse en partie grâce à un coup de chance : en 1982, le nom du *Vidéographe* est choisi par une société caritative Ozanam qui remet la cagnotte de 200 000 \$ au centre, dans le cadre d'un bingo organisé pour les commerçants (Carrière 1991 p. 16). La période libertaire du *Vidéographe* accessible à toutes les heures de la journée est terminée, le modèle de financement des centres autogérés implique des changements importants dans leur structure même et ne permet plus un accès total et gratuit à l'équipement. Nous y reviendrons par la suite, dans notre seconde partie.

Le *Vidéographe* s'est inscrit, à l'orée des années 1970, comme la matérialisation d'un idéal : le tout un chacun avait accès au médium vidéographique, et prenait part à une effervescence créatrice et collective. Cependant, et très rapidement, les crises successives ont

²² Il est mentionné, dans le rapport « Le prix de la liberté : rapport sur la production indépendante vidéo », cité précédemment, que lors de la Journée des Voisins, festival de vidéo organisé par le *Vidéographe*, que les divisions entre les deux camps y sont perceptibles.

²³ Afin de soutenir la réouverture du centre, un spectacle bénéfique est organisé à l'Université de Montréal intitulé « Les Loges de la Folie ».

²⁴ Après en avoir essuyé une première en décembre 1973

eu raison de l'utopie des membres du centre autogéré. Si, progressivement le *Vidéographe* s'est éloigné quelque peu de son mandat initial, il restera une expérience symptomatique des mouvements sociaux et culturels que connaissait le Québec à cette période-là. Les nouveautés et expérimentations qui auront été tentées au sein du centre le placent comme un modèle de l'autogestion des années 1970. Mais le *Vidéographe* ne détient pas le monopole de la création indépendante au Québec. À la même période, on observe l'arrivée d'autres centres autogérés dans la province.

1.1.3.2 La Coop Vidéo

En 1974, alors que les groupes de vidéastes ne bénéficient plus des subventions accordées au niveau provincial et fédéral depuis 1970, ils tentent de se tourner vers les chaînes privées pour pouvoir entretenir leurs activités. Mais les standards de productions des diffuseurs privés requièrent majoritairement la couleur, et le coût financier engendré pour d'éventuels changements sont trop élevés pour les groupes indépendants. Dans la difficulté d'obtenir des subventions gouvernementales et privées, les groupes de vidéastes ont trouvé dans ce manque la possibilité d'une indépendance artistique, terrain propice aux revendications sociales diverses ; féminisme, transgenre, nationalisme, etc. C'est aussi dans ce contexte qu'une bouture du *Vidéographe* se détache du centre et va former un nouveau regroupement de vidéastes à Montréal.

La Coopérative de Production Vidéoscopique de Montréal voit le jour à l'été 1977, sous l'impulsion de plusieurs cinéastes et vidéastes, parmi lesquels certains sont issus du *Vidéographe* : Yves Chaput, Jean-Pierre Saint-Louis, Gilbert Lachapelle, Normand Forest, James Gray, Marc Girard, Suzanne Girard, Robert Morin et Lorraine Dufour. En mars de cette

même année, ce groupe obtient une accréditation du Ministère des Consommations, Coopératives et Institutions Financières. Plus couramment nommé sous le nom de la *Coop Vidéo*, ce groupement d'artistes va avoir un mandat différent du *Vidéographe*. Se dissociant en partie de ce dernier pour des raisons techniques, les supports de production du *Vidéographe* étant de la vidéo ½ pouces en noir et blanc contrairement au ¾ pouces en couleur utilisé par la *Coop Vidéo*, le groupe décide de réaliser des films et des bandes de commandes pour les entreprises, les groupes scolaires et la télévision. De cette manière, ils peuvent payer la production de certaines de leurs créations. De plus, ils centralisent leur équipement, de façon certes très modeste au début, à une hauteur de 1500 \$ chacun déposés dans un pot commun. Ce qui leur permet cependant de tourner leurs films les uns après les autres, tout en minimisant les coûts pour l'emprunt éventuel de matériel de prises de vues.

Le fonctionnement de la coopérative est simple ; lorsque l'un des membres de l'association a un projet de film, il le soumet à un comité formé par d'autres membres. Si le projet est accepté, la *Coop Vidéo* s'investit entièrement dans la production de celui-ci. La démarche est ici bien différente de celle du *Vidéographe* : le centre encourageait le grand public à venir utiliser le matériel et les installations du lieu afin d'enrichir la communauté gravitant autour. N'importe quel quidam, pour peu que son projet retienne l'attention du comité de sélection du centre, pouvait se voir accorder le droit d'emprunter des caméras vidéo afin de produire son œuvre. Pour la coopérative, il fut, dès le début, question davantage d'encourager les membres de celle-ci dans leurs projets respectifs ; depuis sa création, la *Coop Vidéo* accepte peu de membres, et ceux arrivés après le lancement de l'association ont dû

démontrer un véritable intérêt à être produit par celle-ci et être porteur d'un projet jugé prometteur.

Les productions de la Coopérative, même s'il nous est impossible d'en relever une impression globale tant ses membres ont des personnalités et des aspirations différentes, ont en commun certaines caractéristiques esthétiques et formelles. Tout d'abord, elles sont le fruit d'une communauté d'artistes, qui, autofinancée grâce aux films réalisés dans le cadre institutionnel (en particulier avec la collaboration de la Direction Générale des moyens d'enseignement), permet une grande liberté dans le contenu des œuvres. À cette période, la vidéo est encore perçue comme un médium mineur, peu concurrentiel de la pellicule cinématographique. Les praticiens du 7^e Art ne voient pas d'un très bon œil l'usage de la vidéo qui semble être réservé à une catégorie « d'amateurs ». Bien que dans les premiers temps, les membres de la *Coop Vidéo* souhaitent produire leurs œuvres à destination de la télévision, ils se sont rapidement rendu compte que les chaînes n'étaient que peu intéressées à diffuser leurs productions comme le souligne ce commentaire de Robert Morin :

« Vidéographe n'était pas plus intéressé que ça à diffuser ses trucs à la télévision, dans la mesure où la télé les boycottait soi-disant parce qu'ils produisaient en noir et blanc... Et nous, on a découvert que la télé n'était pas plus intéressée que ça par nos productions, et que ce n'était pas une question de standard, puisqu'on tournait en couleur et avec le même équipement qu'eux. » (Bourdon 2013 p 17)

Morin, un des auteurs les plus prolifiques de la *Coop Vidéo*, concentre la plupart de ses premières « tapes »²⁵ à réaliser des objets à la limite de la fiction et du documentaire. À l'aide de son associée Lorraine Dufour, ils produisent une série de courts-métrages mélangeant les

²⁵ « Tape » est le terme utilisé par le réalisateur pour qualifier les bandes vidéo.

caractéristiques des deux genres, s'intéressant à des personnages marginaux dans des situations rocambolesques ; à l'image de *Ma vie c'est pour le restant de mes jours* (1980), mettant en scène Mario, un cascadeur décidant d'effectuer une série de numéros en plein milieu d'un bar, alimentant l'euphorie et la dégénérescence des clients y régnant alors. Si l'aspect formel de cette œuvre relève du documentaire (la deuxième partie de la vidéo prend la forme d'un entretien entre le personnage principal et sa compagne, tout en intégrant la caméra comme un troisième protagoniste), elle n'en reste pas moins une fiction écrite par l'auteur de la *Coop*. De nombreuses de leurs productions suivent ce modèle, ce qui explique la difficulté de ce collectif à trouver des diffuseurs pour leurs œuvres.

Malgré que ce regroupement adhère à une partie du bagage idéologique et historique du cinéma direct, lorsqu'il lui redouble certains dispositifs techniques dont le son synchrone et le fonctionnement d'une équipe légère en cours de tournage, une première distance avec ce dernier est ainsi consacrée par la fonction langagière qui traverse le rendu médiatique. La seconde distance prise avec l'objet audiovisuel apparaît beaucoup plus tard, lorsque la TV, après l'échec de son rêve communautaire, deviendra l'icône par excellence de notre culture. (Tourangeau 1991 p. 17)

La *Coop Vidéo* avait donc en premier lieu l'idée de se servir du médium et de la possibilité offerte par les ondes télévisuelles pour diffuser leurs œuvres à un public spécifique ; mais devant la vaine tentative de son appropriation, principalement à cause des contenus mêmes des vidéogrammes réalisés par les membres, il a fallu trouver de nouveaux modes de distribution, sur lesquels nous reviendrons dans notre seconde partie.

Les années 1970 ont donc été propices, politiquement et techniquement, d'après les exemples que nous avons vus précédemment, à l'émergence et à la structuration de ces groupes de vidéastes et cinéastes en centres autogérés. Bien sûr, s'il est à noter l'importance de l'apport du *Conseil des Arts* dans ce phénomène, il nous faut néanmoins mettre en lumière, dans notre seconde partie, l'institutionnalisation de ces groupes autogérés afin de répondre à des critères étroits pour obtenir les subventions accordées par le Conseil. De plus, aux vues de la multiplicité des instances subventionnaires apparues dans les années suivantes, les programmes de financements se sont précisés, obligeant une adaptation de ces regroupements et marquant une nouvelle fois la fin de l'effervescence culturelle régnant à ce moment au Québec. Les luttes et revendications sociales de *Challenge for Change* se réduiront et feront place, après les années 1980, à une ligne éditoriale plus floue notamment chez le *Vidéographe*. Si nous nous sommes intéressés particulièrement au cas québécois, nous verrons que les coopératives d'artistes et les centres autogérés sont apparus simultanément au même moment dans les autres provinces canadiennes. Il nous paraîtra important de s'arrêter sur l'impact de ces structures sur la vie culturelle et les communautés concernées, en particulier dans les provinces et territoires éloignés. Enfin nous nous intéresserons aux cas précis du *Liaison of Independent Filmmakers of Toronto* et à *V-Tape*, deux organismes distincts en Ontario, qui apparurent à l'aube des années 1980, qui sont aujourd'hui encore des structures qui ont su emprunter le virage de la digitalisation. L'étude de la communauté, entamée dans cette première partie, se poursuivra avec notamment le rôle précis joué par les centres autogérés sur la médiation culturelle et la formation des artistes comme partie importante de leur programme.

1.2 Une pluralité des expériences sociales autour des centres d'artistes autogérés

Si nous sommes certes en mesure de mettre en lien les centres de productions ou de diffusion, vidéographique ou cinématographique, il nous est cependant important d'insister sur les différences dans les problématiques auxquelles se heurte chaque type d'organisme. La production vidéo trouve donc un terreau fertile au Québec dans les années 1970 et au début des années 1980. Le médium prend une place importante dans la technique de nombreux praticiens qui voient en cet outil un moyen de matérialiser le fruit de leurs revendications idéologiques ou artistiques. Certes la vidéo a apporté un nouveau moyen de communication que le tout un chacun peut s'approprier, mais elle est aussi apparue au Québec dans une période où les idéologies étaient en adéquation avec ces nouvelles praxis. Les centres de diffusion et de création se sont fondés sur un modèle autogestionnaire, car il répondait à leurs attentes idéologiques ; que « l'autogestion permet de créer une communauté de sens d'où pourront émerger des "possibles" et se développer une "culture-praxis" » (Lamoureux 2005 p. 4). Le bouillonnement idéaliste vecteur de changement au Québec, dont sont issus nos objets d'étude, trouve ses racines à la fois dans l'idéologie indépendantiste, mais aussi dans un contexte mondial de changement des sociétés :

La période entre la Révolution tranquille et le premier référendum de 1980 a été traversée de mouvements radicaux ancrés dans un besoin de changement et inspirés à la fois du mouvement américain des droits civils, des mouvements étudiants européen et américain, des mouvements de libération nationale africains et latino-américains ainsi que dans la théologie de la libération. Cette radicalité sociale a été imbriquée dans l'utopie nationaliste québécoise ; elle constitue aussi une des bases de l'élan fondateur de cet « État Québécois » et de sa construction symbolique comme axe intégrateur et instrument privilégié des Québécois francophones. Des espaces de parole et

d'action sociale et politique ont été défrichés et occupés par ces mouvements populaires, syndicaux et étudiants radicaux dès 1968. (Côté et Simard 2010 p. 3)

Au Québec, l'influence des différents mouvements de contestations mondiaux concrétise l'espoir d'une alternative de société, portée par le milieu culturel, en tête des revendications progressistes (féminisme, défense des droits sociaux, représentation des minorités et des genres, etc.). Mais tous ces facteurs se retrouvent aussi présents dans les autres provinces subissant elles aussi des changements à cette période, auxquelles nous nous intéresserons maintenant.

1.2.1 L'autogestion artistique à travers le Canada

1.2.1.1 En Ontario

Nous nous sommes concentrés jusqu'ici, à travers les exemples du *Vidéographe* et de la *Coop Vidéo*, aux groupements de productions vidéographiques autogérés au Québec. Il nous paraît judicieux maintenant d'étudier la formation d'autres collectifs en Ontario. Bien que le contexte politicosocial de cette province diffère légèrement de sa voisine, il a été tout aussi favorable à l'établissement de centres d'artistes autogérés. L'un des exemples les plus pertinents de centres d'artistes autogérés est celui du *Liaison of Independent Filmmakers of Toronto (L.I.F.T)*. Spécialisé dans le médium cinématographique, le *L.I.F.T* est né en 1981 à Toronto, issu du manque laissé par la Toronto Film Coop autour d'un collectif de réalisateurs désirant se mettre au service de la communauté des créateurs de films en leur fournissant divers services. Le mandat premier du *L.I.F.T* est de permettre aux artistes de disposer d'un centre de ressources encourageant les échanges d'idées, d'informations et de conseils, et de

rapprocher la communauté cinématographique indépendante et l'industrie²⁶. Le centre propose un tarif d'adhésion de 15\$ par personne à l'année, permettant de louer du matériel de prise de vue à des sommes avantageuses. En plus d'une aide technique à la production, le *L.I.F.T* encourage la diffusion des œuvres soutenues par le centre en organisant des soirées où sont invités les membres de la communauté artistique, ainsi qu'en promouvant des événements tels que des festivals, des conférences et des possibilités d'expositions. Le maître mot ici, est de se placer au service de la communauté : celle des créateurs, des artistes, tout comme celle du public et de l'industrie. Le centre, formé par des artistes, devient un rouage important de la production ontarienne. Si Froger note ici la configuration des équipes de réalisateurs de l'*Office national du film*, nous retrouvons un même schéma dans les centres autogérés, dont les cinéastes officiants au *L.I.F.T* :

Ce monde de l'art se caractérise, de plus, par un contexte de production et de création unique en son genre : nous n'avons pas affaire à des individualités artistes qui doivent faire leur chemin dans un monde de l'art préexistant ou qui doivent le bousculer pour imposer un nouveau système de référence. Nous avons affaire à des équipes qui fonctionnent d'emblée collectivement, dans une structure de production collégiale qui laisse l'initiative aux créateurs plutôt qu'aux commanditaires. (Froger 2010 p. 107)

Les artistes-administrateurs du centre ont certes un objectif de promouvoir les créateurs émergents autant que les auteurs confirmés, mais réalisent de plus un travail de médiation culturelle envers des populations habituellement peu sensibilisées aux pratiques artistiques

²⁶ « *L.I.F.T* is a non-profit association of independent filmmakers who have organized together to create a resource centre for the exchange of ideas, information and expertise and to act as a much needed link between the independent film community and the industry at large » de la page 2 de l'infolettre du *L.I.F.T* d'octobre 1985 (http://lift.ca/sites/lift.ca/files/LIFTNewsletter_1985Octoberweb.pdf page consultée le 04/03/14)

indépendantes. Nous appuierons plus en détail ce point en fin de notre premier chapitre. Le *L.I.F.T* se concentrant essentiellement à la production et à la postproduction de films, il nous apparaît judicieux, dans le prolongement de notre réflexion, de s'intéresser à un centre de ressources et de diffusion apparu à cette même période.

En 1980, une structure émerge d'un rapprochement d'artistes vidéastes ontariens : *V-Tape*. Créée par Lisa Steele, Susan Britton, Rodney Werden, Clive Robertson et Colin Campbell, ce centre a pour ambition de distribuer à travers le Canada et à l'international, un important catalogue de vidéos d'art produites par des indépendants. Deux ans auparavant, lors de la conférence *Fifth Network / Cinquième Réseau*, à propos de laquelle nous reviendrons plus en détail, la future fondatrice de *V-Tape*, Lisa Steele, tient ces propos :

As independent producers, it is not up to us to make this content palatable or acceptable for broadcast tv as it exists today. We must face the fact that not only are we *not* tv, but that tv doesn't want us; and that has nothing to do with technical quality. It has to do with content. We are dangerous. Because we work alone or in small groups, traditional social censorship (meaning the consumers push for product) does not affect us. We aren't after ratings; nor are the ratings after us. (Duchaine 1978 p. 7)

Le discours de Steele s'attarde essentiellement sur la distribution des oeuvres. Les problématiques relevant de la production de vidéo, lors de cet événement, ont été soulevées et il a été conclu que le principal obstacle auquel se heurte le médium est sa diffusion et non plus sa production (en particulier grâce au faible coût et à l'accessibilité des appareils). *V-Tape* est donc créé pour pallier ce manque de diffusion et offrir à la vidéo un distributeur à l'échelle nationale, afin de lutter contre le repli régional des structures de ce type :

The huge expanse and scattered population of Canada, combined with a commercial distribution system that is largely foreign (i.e U.S.) owned and dominated, has isolated most Canadian distributors and encouraged regional interests (Mason 1986 p. 8)

Il est essentiellement visé, dans ce mandat, de pouvoir donner accès aux programmeurs, aux commissaires d'expositions, aux institutions scolaires et culturelles à la collection sans cesse grandissante des œuvres vidéographiques canadiennes. À l'instar de *Vidéographe*, *V-Tape* s'incorpore très rapidement (1983), et multiplie les services offerts à la communauté artistique.

V-Tape et le *L.I.F.T* sont des cas représentatifs des différents courants de coopératives ou de centres de ressources créés pour et par les artistes, afin de servir la communauté à laquelle chacun estime s'identifier. Ce type d'organisation n'est pas exclusif à l'Ontario et au Québec, mais une étude plus approfondie sur ce sujet pourrait espérer recouvrir la totalité des expériences menées sur l'entièreté du territoire canadien. Néanmoins, même si nous divergeons quelque peu de notre cadre géographique initial, nous nous arrêterons quelques instants sur les expériences de regroupement autogéré tentées dans les provinces canadiennes éloignées, car elles se positionnent comme facteur important de développement culturel dans ces lieux.

1.2.1.2 Les centres comme créateurs de changements culturels dans les provinces éloignées

In some ways, the vitality and stability of regional co-ops is a testament to their necessity outside the major cities (Toronto, Montréal, Vancouver). Throughout the century, experimental film has flourished mainly in large urban centres in Europe and North America, making it an urban cultural product. In Toronto, Montréal, and Vancouver, there is little problem in finding and defining experimental cinema because there is a sufficiently large film-exhibition culture that one can differentiate mainstream venues

(...) from art or underground venues. (Zryd 2002 p. 396)

Comme le démontre Zryd, les centres d'artistes trouvent, dans les métropoles culturelles, un espace propice pour proliférer, car ils s'inscrivent dans un contexte où ces villes possèdent déjà des ressources de diffusion et des publics généralement plus sensibilisés aux problématiques de la culture indépendante. Mais quels rôles jouent précisément ces structures dans les provinces où la culture est moins institutionnalisée et centralisée ? À titre d'exemple, notons le cas de l'*Atlantic Filmmakers Cooperative (AFSCOOP)*, coopérative fondée en 1973 à Halifax en Nouvelle-Ecosse, plus vieille institution de ce genre au Canada anglais, incorporée une année plus tard, par un groupe de cinéastes désireux de créer une organisation capable de fournir, tout comme de nombreux autres centres autogérés à travers le pays, bon nombre de services à la communauté des réalisateurs de films. En plus de jouer le rôle d'un centre disposant de ressources matérielles importantes pour tout artiste désireux de pratiquer, l'équipe de l'*AFSCOOP* met en place un service d'accompagnement à la création, *Film5*, qui tend à encourager la communauté artistique de Halifax. Dans ce programme, l'auteur soumet un projet qui sera choisi par un comité de sélection, afin d'attribuer une bourse et de superviser la production du film en allouant le matériel nécessaire à sa conception. De ces différentes manières, l'*AFSCOOP* s'inscrit dans une démarche semblable à celle du *L.I.F.T* bien qu'elle soit quelque peu plus radicale que cette dernière, comme le démontrent les propos de Chris Spencer-Lowe, l'un des fondateurs de la coopérative :

“Personally, I’m \$40,000-plus in debt to learn to make films, to quiet the dirty voices that would otherwise drive me crazy,” says Production Coordinator Chris Spencer-Lowe from Halifax. “So I’d feel pretty ridiculous if I didn’t do all I can to promote [the medium]”. [...] While video enthusiasts may patronize Halifax’s other co-op, the Centre for

Art Tapes, AFSCOOP is “Capital F”, according to Chris. “Film is still incredibly strong. People won’t accept going to a theatre and seeing a video.” (Culp 2001 p. 18)

L’*AFSCOOP* s’est fondée dans le clivage de la vidéo et du film. En 1973, alors que la vidéographie fait son apparition sur le marché du cinéma, un certain nombre de réalisateurs de film voient ce nouvel arrivant comme un potentiel concurrent capable de dénaturer l’expérience cinéma par la télévision. Le film reste au cinéma, et la vidéo à la télévision ; ce ne sont donc que de lointains cousins qui se côtoient certes, mais demandent un mode d’utilisation bien distinct dont découle une spécialisation des centres de production, à l’instar de l’*AFSCOOP*. Bien sûr, cette perspective des médias n’est pas majoritaire dans les centres (comme nous le verrons par exemple dans l’approche du *L.I.F.T.* et de l’organisation de l’événement *Past & Present*). L’*AFSCOOP* officie donc comme centre de ressources et de production aux réalisateurs de Nouvelle-Ecosse qui se trouve loin des habituels pôles de créations, et contribue à favoriser l’émergence d’un cinéma de « région » autour d’une communauté d’artistes évitant ainsi un exode des créateurs vers des cités plus attractives.

1.2.1.3 Indépendance et subventionneurs

Si nous avons vu en introduction que la notion d’indépendance était centrale dans la politique et l’idéologie des centres autogérés, il nous faut néanmoins pondérer l’utilisation de ce terme, car elle est au centre d’un important paradoxe relatif à la quasi-totalité de ces structures. Le terme d’indépendance dans l’art renvoie à la situation dans laquelle l’artiste est le seul maître de son œuvre, sans qu’aucune entité n’interagisse dans la conception. Qualifier les centres d’artistes autogérés d’indépendants, c’est donc admettre qu’aucune instance

gouvernementale ou privée ne se trouve engagée dans le fonctionnement de ces structures. Or, tous ces organismes sont des Organismes à But Non Lucratif, c'est-à-dire qu'ils ne cherchent pas à générer du profit à travers leurs activités. Les sources de financement dans ce cas-là sont restreintes, et les centres ne pouvant pourvoir seuls à leurs besoins sont subventionnés par des entités gouvernementales, comme nous l'avons vu dans la première partie, telles que le *Conseil des Arts du Canada*. Ce dernier étant une initiative étatique et dont les ressources en sont directement issues, il devient primordial dans la survie des centres, puisque sans les financements attribués par le Conseil, les organismes n'auraient pas les moyens de subsister par eux-mêmes. Cette importance prise par une institution comme le CAC, dans les perspectives et les choix des centres autogérés, crée donc le paradoxe de l'indépendance souligné dans les propos de Patricia Gruben, une artiste cinéaste :

« Nobody can afford to say “screw you” in this country because there’s always the question of government money. We’re always trying to figure out what the government wants us to do, and that’s no way to make films. You spend your whole life going to meetings. On the other hand, film is time and time is money. I don’t want to say anything derogatory towards the Canada Council or Telefilm because I grew up in a country [USA] that doesn’t have anything like it, and that’s much worse. » (Zryd 2002 p. 398)

Il résulte donc de cet état de dépendance envers les institutions subventionnaires, un sentiment d'injustice de la part des administrateurs des centres autogérés. Lors du symposium *Evolve or Perish* organisé par *Media Arts Network of Ontario* à la Galerie Saw à Ottawa en 2013, l'un des panels de présentation était axé sur les conditions et les possibilités de financements pour les centres ontariens, et sur les nouvelles dispositions des organismes

financeurs ; le *Conseil des Arts du Canada*, le *Conseil des Arts de l'Ontario* et la *Fondation Trilium de l'Ontario*. Initialement prévu comme une présentation des programmes à venir, le panel a finalement suscité un important émoi dans le public, essentiellement composé d'artistes ou d'administrateurs de l'art. Le profond fossé séparant les organismes subventionnaires et les structures subventionnées ne cesse de s'agrandir, le malaise des centres autogérés était parfaitement illustré dans l'instabilité due à la dépendance financière des programmes de subventions du *Conseil des Arts* et, d'un autre côté, par la reconnaissance de l'existence de telles structures permettant de mettre sur place les centres autogérés. Si nous devons donc parler d'indépendance des centres d'artistes, il nous faut donc faire attention au contexte dans lequel se situe ce terme. Les centres autogérés ne sont pas indépendants financièrement, mais à travers les subventions qu'ils reçoivent, et à travers les choix de productions ou de diffusions en découlant, ils tentent de faire exister l'indépendance des artistes dans leur création. Cette notion peut être discutée sous de nombreux axes, mais même si les regroupements n'ont pas les moyens de s'autofinancer en totalité, les organismes subventionnaires n'exercent pas directement de pression dans la ligne éditoriale de chaque structure, à moins de stopper les montants habituellement accordés. Nous sommes donc ici en présence d'une question sensible, concernant tous les acteurs culturels de ce type au Canada. Les institutions ont su créer, dans ces mesures, une forme de dépendance des centres envers l'État, tout en leur proposant des opportunités grâce auxquelles ces structures sont viables financièrement. Bien sûr, cette question n'est pas centrale dans notre problématique, mais il nous semble qu'elle mérite d'être soulevée, dans un contexte où ces centres s'inscrivent comme générateurs et agents stimulants le lien social auprès de la communauté artistique et de la population.

1.2.2 Organismes instigateurs de « lien social »

Le Canada des quarante dernières décennies est marqué par la dualité de son type d'organisation sociale. La dimension verticale du lien social, sur laquelle reposent les institutions étatiques, est concurrencée par une socialité horizontale qui privilégie les solidarités locales. (Froger 2010 p. 9)

Dans son ouvrage, Froger met en lumière les dynamiques collectives qui ont été majeures dans le cinéma documentaire de l'ONF. Ces dynamiques se retrouvent dans notre situation, car si les centres autogérés ne sont pas des institutions gouvernementales, elles dépendent financièrement des organismes subventionnaires comme nous l'avons vu dans notre précédent point. Les groupes autogérés prennent une place dans la communauté et jouent un rôle de formateur, de médiateur et de diffuseur auprès des différents publics qui la composent. Comme l'analyse Froger sur les modes de création des productions *onéfiennes*, les centres autogérés forment une socialité horizontale, qui, dans l'héritage des coopératives de travail et le choix de donner le pouvoir exécutif aux membres composant les organismes, travaillent à encourager les formes de solidarités locales. Avant de poursuivre notre étude sur l'impact de ces structures, il nous faut définir clairement l'objet central de notre réflexion.

1.2.2.1 La communauté « réelle »

La notion de « communauté réelle », dont nous étudierons plus loin le cas appliqué à la « communauté virtuelle », est un terme auquel nous pouvons apporter une définition qu'il nous faudra éclaircir quant à notre sujet :

Une communauté suppose une identité collective, qui s'appuie sur une mémoire collective et définit, plus ou moins explicitement, un projet collectif. Cette identité collective nourrit une socialité sinon une

sociabilité, c'est-à-dire des rencontres, et diverses formes d'échanges et d'entraide, bref des réseaux. (Saillant et Gagnon 2005 p. 98)

Les centres autogérés, dans leurs mandats respectifs, disposent des services et des biens à la communauté. Même si celle-ci prend un sens large dans le cas de chaque structure, nous pouvons dégager quelques pistes de réflexion autour des différents organismes qui nous intéressent. Le *Vidéographe*, dans son objectif premier, avait comme idéal d'offrir les moyens à tous de disposer de matériel nécessaire à la réalisation de vidéogrammes. La population gravitant autour du centre fut finalement essentiellement composée de jeunes et d'étudiants et, si nous pouvons dégager un goût certain pour la réalisation de vidéos, il nous paraît difficile de situer une identité collective unique dans le public du *Vidéographe*. L'idéologie dominante de l'organisme était inspirée de l'utopie libertaire des mouvements culturels québécois et d'une forme de *Do it Yourself* appliqué à la production vidéographique. Mais il faut rappeler qu'au courant des années 1970, deux perceptions de l'utilisation de la vidéo se font face : les praticiens concentrés sur les revendications sociales et ceux attirés par l'expérimentation artistique. Bien que ces deux visions du médium divergent, la volonté d'un changement matérialisée dans les différentes pratiques vidéographiques est un élément commun aux deux courants. « L'espace est le support de l'identité individuelle et collective en même temps que son produit. » (Saillant et Gagnon 2005 p. 96) ; l'espace est ici généré par un rassemblement de cinéastes et de producteurs dans le but de servir de centre de ressources à la population, *Vidéographe* est le fruit du travail d'une communauté, tout en créant par lui-même un sentiment de communauté dans l'idéal créatif du centre. On retrouve ce même schéma dans bon nombre de centres autogérés au Canada ; le *L.I.F.T* ou *V-Tape* sont des structures créées par des groupes d'intérêts artistiques ayant toujours une même ambition d'offrir un certain

nombre de services ou de biens à une communauté plus large, et c'est cette collectivité précisément qui va définir l'identité du centre de production ou de diffusion. La *Coop Vidéo* de son côté a été fondée par une communauté d'artistes pour servir des intérêts collectifs plus limités. Il a tout d'abord été question de centraliser et de financer des ressources pour permettre à ces mêmes artistes-fondateurs de réaliser leurs productions, moins de proposer du matériel ou des services à un ensemble plus vaste de la population, tout en visant un public précis dans leur production.

Il semble aussi que les producteurs sont hautement intéressés par la manière dont le récepteur aborde ces bandes, par le profil du public idéal. Morin a déclaré que ces productions sont destinées au prolétariat, autrement dit, qu'elles se situent en dehors de l'espace privilégié de l'art. Tant au Québec qu'au Canada, le prolétariat visé par Morin n'est pas le public des grands centres urbains [...]. Au contraire, le public idéal au Canada est composé des groupes dépossédés, privés de leurs droits politiques, sociaux et économiques. [...] La proposition d'atteindre ce public spécifique, et le public en général, doit mener à la télédiffusion de ces productions, afin que la conversation entre Morin et Dufour et leurs sujets se poursuive de façon centrifuge, en dehors des galeries d'art. (Cotter 1991 p. 9)

L'auteur met ici l'accent sur la volonté de Morin et Dufour de cibler un public précis pour leurs productions. De cette manière, Morin voit en la télévision, et en sa capacité de diffusion, l'outil parfait pour la réussite d'une telle entreprise. Il s'agit dans ce cas d'aller chercher directement la communauté là où elle se trouve, et non de l'amener en un lieu (comme le cinéma l'exige). Cependant, nous verrons que la télédiffusion n'a pas su répondre à hauteur de ces attentes en partie à cause de la sélection s'opérant en amont du processus de diffusion des vidéogrammes.

1.2.2.2 Rôle de médiateur et de formateur

Il y a, bien sûr, la collectivité des artistes présente au sein des centres, mais un aspect important de leurs différents mandats est la manière dont ils dispensent des services à une communauté plus large, parfois non initiée à la condition artistique. Les initiatives prennent diverses formes ; *V-Tape*, à titre d'exemple, propose à un large public la possibilité de consulter l'éventail de la collection à travers sa base de données informatique pour un coût de 10 \$. De cette manière, l'organisme de diffusion se place comme un intermédiaire entre le public, amateur ou non (le public ciblé va du particulier au commissaire d'exposition), et permet donc la diffusion des œuvres à une population plus large et à l'échelle internationale. Cette banque d'informations des créations vidéographiques indépendantes sera un élément inspirant des expériences de catalogage en ligne tel que Vithèque, à propos duquel nous reviendrons dans notre second chapitre. En plus de cette initiative, *V-Tape* propose une formation continue auprès des artistes émergents en vidéo pour assister leur démarche afin d'accroître l'efficacité de leur distribution, en particulier à propos de la question des droits intellectuels et des diverses possibilités de diffusions (Steele et Tomczak [s.d]). Le *L.I.F.T.*, dès ses débuts propose à la communauté de ses membres une grande diversité d'informations relatives à la diffusion des œuvres, en particulier un calendrier, tenu à jour à chaque nouvelle *newsletter*, indiquant les dates de soumissions des festivals potentiellement intéressants pour l'ensemble des artistes membres.

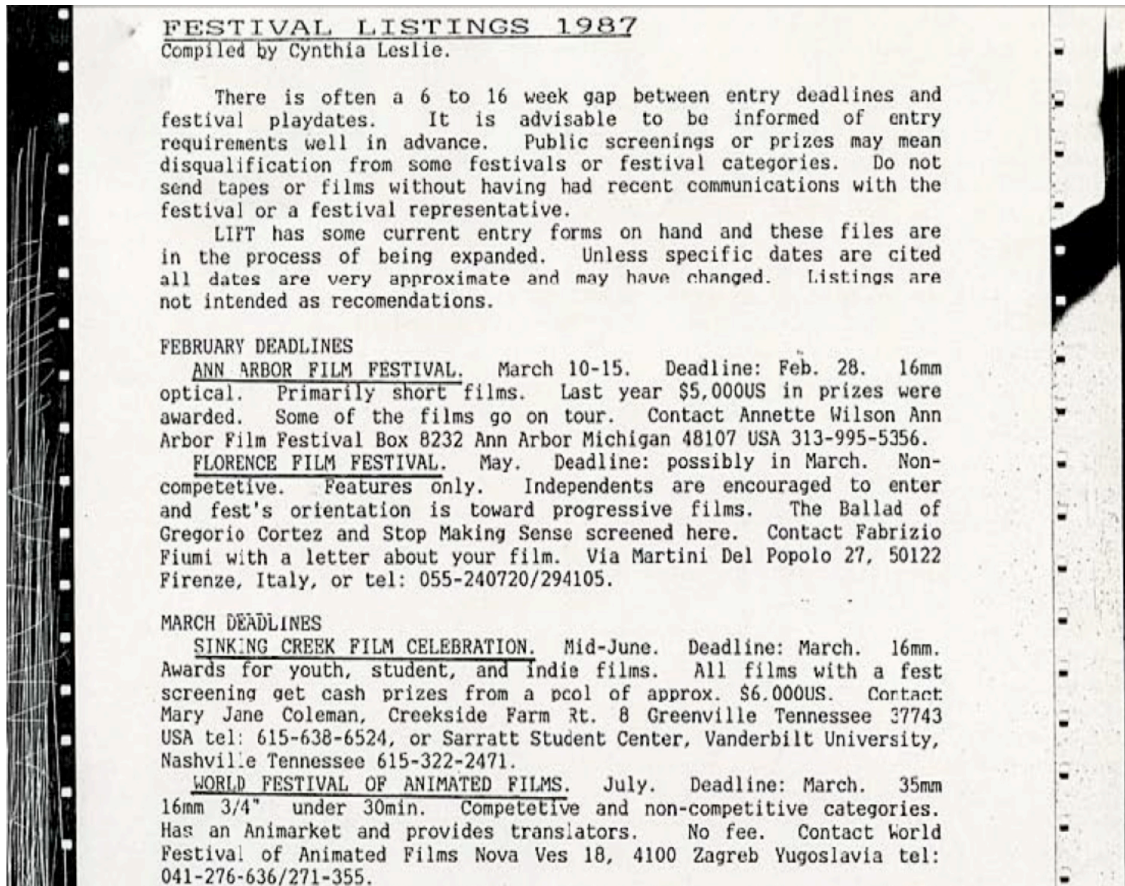


Figure 4. Calendrier des festivals, extrait de l'infolettre du *L.I.F.T* de février 1987
http://lift.ca/sites/lift.ca/files/LIFTNewsletter_1987Februaryweb.pdf

En plus de cette aide à la diffusion, le *L.I.F.T* va mettre en place chaque année une série de *workshop* pour les jeunes artistes, sur les étapes relatives à la création d'un film, de la préproduction à la recherche de financement, en passant par les considérations techniques et humaines sur un tournage, jusqu'à l'exploitation et la diffusion de son œuvre. Quant au *Vidéographe*, il dispense plusieurs formations aux artistes émergents, telles que le tutorat par des artistes déjà confirmés, ou bien des formations techniques de prise de son, de montage, de captation afin de professionnaliser les jeunes créateurs. On cherche, dans ces regroupements, à créer un lieu, des espaces géographiquement existants où peuvent se retrouver différents groupes d'intérêts, mais qui, de fait, sont unis par une même pratique artistique. Ces différents

rôles qu'endossent les centres autogérés sont l'une des façons de diversifier leur mandat et d'innover pour conserver une autonomie durement acquise et remise en question en profondeur dans les années 1980.

1.2.3 La Crise des années 1980

Lors de la conférence sur l'art vidéo *Fifth Network* / Cinquième Réseau organisée à Toronto en septembre 1978, sous l'initiative de Terry McGlade et Marshalore, deux artistes vidéastes, le malaise de la fin de l'idéal utopique qui avait fait naître les centres autogérés est palpable. Différents acteurs pancanadiens s'y rencontrent et discutent des diverses problématiques observées dans la production des œuvres vidéographiques et dans leur diffusion. On y ressent le même clivage entre praticiens dans le modèle du *Vidéographe* :

Les producteurs sociaux défendaient leur thèse en expliquant que le problème de la vidéo comme art ne se pose pas pour eux, leurs préoccupations se situant plutôt au niveau du fond en tant qu'intervention sociale dans un milieu spécifique. Cependant, les artistes eux aussi se servent du médium pour intervenir dans leur milieu, avec un souci de la forme tel que la recherche esthétique au niveau de l'image électronique, utilisant des concepts, des symboles, des références. (Duchaine 1978 p. 5)

La conférence s'avèrera en définitive peu concluante quant à la réponse à son objet initial, qui était l'établissement d'un réseau global de la vidéo à travers le Canada en proposant un échange et des discussions entre les acteurs principaux de ce secteur. La multiplication des sujets abordés dans les différents panels et le trop peu de temps accordé au droit de parole de l'auditoire sont responsables de la déception envers cet événement. *Fifth Network* / Cinquième Réseau est symptomatique de l'entrée de la vidéo dans les années 1980 et 1990. Les standards

évoluent rapidement, et les centres et groupements sont très vite obligés de s'adapter dans des conditions difficiles à ces normes, en y délaissant une certaine idéologie qui avait été le ciment de l'autogestion de ces structures.

1.2.3.1 Mise en perspective historique

Les années 1970 au Québec ont véhiculé les espoirs idéalistes, principalement à travers le souverainisme et la promesse portée par le Parti Québécois de René Levesque. Avec l'échec péquiste du référendum de 1980, les utopies et les attentes d'une partie du peuple québécois se sont vues stoppées par la voie démocratique. Cet événement marque la fin d'un certain utopisme idéologique dans la Province. Le sociologue Marcel Rioux, à travers cet état de fait, souligne l'importance du système d'autogestion et son apport d'espérance pour l'avenir de la société québécoise :

Il reste, malgré tout, que les Québécois ont marqué bien des points et que se sont développés un dynamisme et une créativité qui ont fait avancer « la question du Québec ». C'est au niveau de la société civile, quelquefois avec la complicité de l'État, qu'il me semble qu'aujourd'hui les choses se passent. Dans plusieurs secteurs d'activité, coopération, PME, activités artistiques et culturelles, entre autres, les Québécois et les Québécoises ont imaginé et réalisé des solutions et des œuvres qui dénotent innovation et création. Si les Québécois ont rétrogradé au plan politique, leur gouvernement s'étant livré pieds et poings liés aux fédéraux, il reste que dans bien des domaines, ils ont réussi à rejoindre et même à dépasser leurs voisins. (Rioux 1987 p. 12-13)

Rioux insiste sur la perte de croyance du peuple envers les politiques après l'échec référendaire du début de la décennie. Si l'espoir d'un bouleversement radical a été désamorcé par la tentative souverainiste, il persiste au sein de la société québécoise un modèle

autogestionnaire apparu dans la décennie précédente, qui se retrouve dans différentes strates de la société. Les centres artistiques autogérés et les coopératives ont été de ces modèles inspirés par les utopies de changement possible des années antérieures. Mais cette conception de la société se heurte à d'autres facteurs historiques, qui obligent à leur transformation. L'*hybridité* du modèle québécois, de par son mélange culturel structurant sa société, ouvre la porte à de puissantes influences comme le décrit Coupet :

(...) le libéralisme américain des années 1980, surtout incarné par le gouvernement Reagan, a largement débordé les frontières des États-Unis. La remise en cause de l'intervention de l'État, les règles du libre marché, la globalisation des marchés, etc., ont aussi imprégné le développement des arts et de la culture au Québec. C'est ainsi que pendant cette période, le discours des politiciens, mais aussi celui des artistes et des organismes, a été beaucoup plus teinté de considérations économiques (création d'emplois, retombées économiques, effets structurants, etc.) que de considérations simplement artistiques et culturelles. (Coupet 1990 p. 151)

Le mode de fonctionnement des centres autogérés change avec les nouvelles conceptions sociétales naissantes et la plus grande banalisation du libéralisme dans le courant de la nouvelle décennie. Chaque structure se voit obligée d'adapter son cadre d'action et son essence même, forçant les employés de ces centres à s'orienter de plus en plus vers des rôles administrateurs comme le souligne le commentaire de Gilles Arteau, lors d'une entrevue datant de 1991 : « J'ai l'impression que la plupart des gens qui travaillent dans des milieux comme les nôtres sont tous en train de devenir comptables » (Lamarre et coll. 1992 p. 91). En effet, les centres autogérés ont dû, à partir de la moitié des années 1970, adapter leurs structures aux conditions imposées par les institutions de subventions. Pour être reconnu en

tant qu'organisme à but non lucratif, il faut que ces organisations disposent d'un conseil d'administration composé de pairs (de personnes issues et reconnues dans le milieu artistique) qui prennent les directives de la structure, et qui doivent être soumis à l'assemblée générale des membres composant l'organisme. Dans le cas des coopératives, c'est la totalité des membres investis dans la cause qui a le pouvoir décisionnel sur les règlements. Fondamentalement, ce qui bouleverse ces centres, c'est le fait que la majorité des administrateurs soit aussi des artistes, et on peut noter l'augmentation croissante du temps alloué à la gestion des organismes plutôt qu'à leur pratique artistique. Parallèlement, c'est à cette période que la loi 109 sur le cinéma, publiée en 1983, reconnaît et distingue la vidéo du film à des fins de subventions de l'Institut québécois du Cinéma (Lamarre et coll. 1992 p. 67). Bien que grâce à cette mesure le mandat et l'intérêt des centres spécialisés en vidéo soient publiquement reconnus, il en résulte un changement dans leur fonction même et de nouveaux problèmes liés aux nombres importants de centres, en particulier à Montréal. Selon Jean Gagnon, ancien agent de la vidéo du secteur des arts médiatiques du *Conseil des Arts*, pour l'année 91 et sur la totalité des demandes de subventions reçues par le *Conseil des Arts*, 10 des 23 centres canadiens ayant postulé se trouvent dans la métropole québécoise (Lamarre et coll. 1992 p. 61). De ce fait, une compétition se crée entre les organismes montréalais puisqu'ils ne peuvent fonctionner sans ces financements, et cela dilate le lien qui unissait les différents travailleurs culturels et praticiens dans l'intérêt commun de la création artistique au profit d'une approche plus mercantile. La multiplication des organismes subventionnaires spécialise de plus en plus les programmes auxquels les centres peuvent postuler, et les oblige à préciser leur mandat (Bastien et Brassard 1996 p. 63) ainsi qu'à trouver des fonds dits « autonomes », c'est-à-dire provenant de sources privées. C'est à cette période, notamment, que le

Vidéographe se tournera principalement vers la distribution, génératrice de plus de revenus pour l'organisme, et bien moins vers la production.

These changes had a dramatic impact on the independent video community. The centers and associations had to adapt and restructure their operations to protect their hard-won autonomy while responding to the needs of a whole new generation of video artistes. This new generation, in its turn, started organizations that transformed the independent video landscape. (Bourdon, Liberovskaya, Henricks et Dion 1994 p. 6)

Bourdon insiste sur les modifications sociétales qui influent sur le comportement des acteurs composant les organismes spécialisés dans la vidéographie. Le *L.I.F.T* quant à lui, se verra doté d'une équipe fixe et rémunérée à partir de 1986, lorsque l'ONF et le *Federal Job Development* apporteront leur contribution au développement de l'organisme, afin de répondre aux attentes d'un public grandissant (Fan 2001 p. 13). Malgré la dissociation du *Vidéographe* de l'ONF, les rapports entre les groupes autogérés et l'institution cinématographique fédérale ont très souvent été empreint de respect, et de nombreuses collaborations ont encouragé cette relation au cours de leurs histoires. Comme nous le verrons dans notre second chapitre, le changement des technologies de captations et de communications aura, à son tour, un impact sur la production et la diffusion. Mais avant cela, d'autres facteurs influent sur les choix des centres, en particulier concernant la distribution des œuvres.

1.2.3.2 Les Clubs vidéo

La diffusion des œuvres vidéographiques indépendantes a toujours été un problème pour les centres, et ce, depuis l'arrivée de la bande magnétique au Canada. Comme nous

l'avons vu auparavant, la télévision, ainsi que son rêve communautaire, n'a pas concrétisé les espoirs de diffusion de masse attendus par les indépendants, en partie à cause du langage clos des œuvres restreignant le public ciblé. Nous pouvons noter néanmoins certaines tentatives télévisuelles de distribution des œuvres du *Vidéographe*. Initialement proposé par Robert Morin de la *Coop Vidéo*, le projet Kaléidoscope est un programme conçu par différents distributeurs québécois indépendants, présentant une série de vidéogrammes issus de leur collection, sur la chaîne TV5 le samedi en soirée. Mais les standards exigés par la télévision ont éliminé de nombreux vidéogrammes que souhaitait présenter le *Vidéographe* (Carrière 1991b p. B-3). La diffusion via les ondes n'a pas été l'outil idéal de propagation des œuvres vidéographiques comme le note Jean-Claude Marineau :

Il ne suffit peut-être plus d'espérer simplement que les réseaux de télévision acceptent de diffuser un peu plus de production indépendante. Il faut peut-être aussi essayer dans le même temps de penser des formes inédites d'interaction avec les publics multiples qui se cachent dans l'enchevêtrement des nouvelles technologies. (Marineau 1994 p. 41)

Dans les années 1980, un nouvel espace fit son apparition et proposa alors un moyen plus adéquat pour le visionnement des œuvres produites ou distribuées par les centres autogérés : les clubs vidéo. En émergence durant cette décennie, les clubs vidéo proliférèrent rapidement à partir de 1990 pour atteindre le nombre de 500 au Québec et au Canada, avec l'imposition de la VHS comme standard d'enregistrement vidéographique international, préféré au Betacam²⁷. Ces établissements proposaient une vaste collection de vidéocassettes,

²⁷ Ce choix résulta d'un conflit pour le contrôle du marché de la vidéo nommé le *Videotape Format War*, opposant les firmes japonaises Sony (Betacam) et JVC (VHS). Bien que la Betacam proposait une meilleure qualité d'enregistrement magnétique, ce fut néanmoins la VHS qui fut préférée des consommateurs pour un temps d'enregistrement plus long (environ 3h pour 60 minutes en Betacam). (Owen 2005)

et se positionnaient parfois comme seule option dans des lieux où l'accès aux salles d'exploitations était difficile voir inexistant (Cloutier 1995 p. 16). Très vite, les centres autogérés et les coopératives ont vu dans ces espaces le potentiel de diffusion à grande échelle, et la possibilité de rallier des populations dont l'accès était limité avant cela. En 1985, le *L.I.F.T* a créé un partenariat avec *The Queen of Video*, un club vidéo indépendant de Toronto, proposant aux membres de la coop cinématographique des rabais sur le coût de transfert de film en VHS, et au final, proposer une collection des films produits par le *L.I.F.T* aux clients du club vidéo. On démontre la même expérience menée avec le *Vidéographe* au Québec et la Boîte Noire, un club vidéo ayant pris le pari, dès les années 1990, d'encourager les œuvres du centre, comme le soutient le propos du fondateur François Poitras : « L'art vidéo, l'art kamikaze par excellence, sur le marché domestique ? C'est possible, s'il ne s'agit pas de n'importe quelle vidéo, ni de clientèle. » (Carrière 1992 p. B2).

Certains clubs vidéos profitaient de l'affluence de la clientèle pour la sortie des productions hollywoodiennes afin, dans le même temps, de lui offrir une série de vidéocassettes produites et réalisées par les indépendants. De cette manière, le cinéma commercial assurait la survie de ces magasins, tout en encourageant indirectement la diffusion du cinéma d'auteur et indépendant. Mais tout comme le problème soulevé par l'expérience du Kaléidoscope, à nouveau une sélection s'opère dans la collection des distributeurs. Le client est mis au premier plan, c'est lui qui détermine la présence des œuvres indépendantes dans les rayons. Bien que les clubs vidéo aient été une source importante pour la distribution des films et des vidéos, l'impact des technologies et la mainmise des majors américaines sur la sortie des productions commerciales ont retardé l'accroissement de ces structures, et désormais, les

mettent en péril (Fournier 2012). Depuis les années 1990 néanmoins, la collaboration entre les centres de diffusion et de production et les clubs vidéos est toujours existante, et les deux organes tentant de soutenir mutuellement leur survie respective. Aujourd'hui, en effet, bon nombre de clubs vidéos mettent la clé sous la porte, car il s'agit de la seule étape de production des films qui ne bénéficie pas de subventions publiques. De nouvelles plateformes web, à l'instar de *Netflix*, opèrent la transition vers la distribution à domicile, non sans soulever de nouvelles problématiques, qui doivent faire l'objet d'une recherche plus approfondie (Lalonde 2012).

1.2.3.3 De la diversité des groupes d'artistes autogérés dans les années 1990 et 2000

Si les centres autogérés ont émergé dans les années 1970 grâce à des mouvements idéologiques associés aux politiques culturelles, ils ont subi des changements importants à partir de 1980 dans leur fonctionnement et dans la diversité de leur tâche. À partir de 1990, de plus en plus de centres viennent ponctuer le visage culturel canadien, il est donc nécessaire pour les structures qui forment l'objet de notre étude, de continuer à se diversifier afin de répondre au mieux aux besoins de la communauté artistique. Le *Vidéographe* relance un service de coproduction afin d'accompagner les artistes vidéastes dans leur processus de création. De plus, il ouvre une antenne de programmation pour promouvoir les œuvres de sa collection, l'Espace *Vidéographe*, en permettant diverses méthodes d'expositions ; soirées « carte blanche », expositions collectives, etc. En parallèle, la distribution prend un essor important au sein du *Vidéographe* notamment grâce à la multiplication à l'international des festivals de films et de vidéos où, au vu de sa collection, le centre peut espérer diffuser plus

largement ses œuvres (Uzel 2002). De même en Ontario, où le *L.I.F.T* et *V-Tape* investissent de nouveaux espaces et de nouvelles manières de diffuser les œuvres des artistes qu'ils soutiennent. En 2002, *V-Tape* lance sa première exposition *Video Ground Zero* à Toronto ; le centre a choisi plusieurs commissaires canadiens de l'art vidéo afin de présenter des œuvres internationales dans différents lieux culturels de la ville. Dépassant le mandat premier que *V-Tape* s'était fixé, il s'établit désormais comme une instance de diffusion directe grâce aux événements stimulant la communauté artistique torontoise, et accroît de même coup la visibilité des artistes pancanadiens (Thorne, Steele, Tisch, Peters, Kwan, St-Laurent, Rigsby et Lickers 2002). Dans une veine similaire, le *L.I.F.T*, lors de l'organisation de l'exposition *Past & Present* en 2001, s'intéresse à créer des ponts entre les praticiens de la pellicule et les adeptes de la vidéo, en insistant subtilement sur la notion d'*ancien* et de *nouveau* médium :

It's already old hat to dichotomize film and video in terms of tradition vs. progress, but habits die hard, and the "film=old, video=new" contrast is a useful shorthand-not to mention a historical fact. So we can apply it with care, remaining open to instances where a particular work turns it inside out and reveals its oversimplification. (Cockburn 2001 p. 5)

Cette exposition, mélangeant des films tournés en 16mm et des vidéos produits par l'organisme, a pour but d'associer les aspirations des artistes des différents médiums pour en dépasser les oppositions formelles. À l'aube de la digitalisation, les centres de diffusion et de production possèdent une structure fondée pour et par la communauté. Tous sont issus d'une volonté de changement plus large de la société, en profitant des moyens que les technologies de l'information moderne leur ont offerts. Mais à partir de la fin des années 1990, l'arrivée sur le marché d'Internet a redéfini les espaces de diffusion, obligeant les regroupements autogérés à s'adapter drastiquement pour certains, et naturellement pour d'autres, à une nouvelle norme

de la communication. En parallèle de ce phénomène d'envergure internationale, la banalisation et la grande offre de matériel de captation haute définition a amené une perspective nouvelle, autant pour les adeptes de la vidéo que du film. Le *bit*²⁸ a remplacé le celluloïd et la bande magnétique, certes. Mais la lutte continue pour la survie de la culture indépendante n'a pas pour autant cessé, et tente de trouver, dans la digitalisation, les ressources pour, au-delà de sa survie, son expansion.

²⁸ « Binary digit », unité de mesure informatique.

CHAPITRE II

La Digitalisation

Au fond, l'avenir leur appartient peut-être [aux vidéastes]. Nous savons que la vidéo numérique verra le jour sous peu, que les écrans de télévision haute définition deviendront chose courante, que l'âge d'or de la vidéo s'en vient. Pourquoi ne pas leur donner les moyens d'y participer ? (Lamarre et coll. 1991 p. 86)

À l'heure où nous écrivons ce mémoire, des changements technologiques importants ont modifié le paysage global de l'information et la communication. À de multiples strates de la société, la digitalisation s'est imposée, et a transformé le rapport de l'homme à la machine, à la technologie, et à l'information. Ce phénomène, bien qu'il ait une résonance internationale et affecte la totalité des secteurs économiques et sociaux, nous intéresse en premier lieu quant à notre sujet d'étude puisqu'il a modifié en profondeur l'ontologie même des centres de productions cinématographiques et vidéographiques. Au-delà de cette conséquence, l'accès à ces technologies propose un paradoxe pour les organismes de notre corpus ; Internet a certes ouvert la porte à une diffusion élargie, à une échelle mondiale et moins soumise à des contraintes financières, mais ce faisant, un courant d'air démocratique s'est engouffré via la toile, et les ressources, autrefois difficile d'accès aux artistes, sont désormais à la portée du tout un chacun. Internet, et sa croissance exponentielle des dernières années, s'est imposé comme le nouvel espace public de diffusion, que les centres ont dû apprivoiser.

Mais dans le phénomène global qu'est la digitalisation, il est important de distinguer les ressorts précis qui concernent notre réflexion. Nous avons choisi d'employer le terme de digitalisation, puisqu'il fait référence au processus technologique général décrit par Gaudreault et Marion (2013). À cela, nous souhaitons proposer l'immatérialité du phénomène, que Vial qualifie de *noumène* :

Certains phénomènes du monde ne sont pas à proprement parler des phénomènes, au sens où ils n'apparaissent pas, ils ne se manifestent pas à nous dans l'expérience sensible. Situés dans un au-delà perceptif, ils sont invisibles et nous feraient presque croire qu'ils n'existent pas. [...] Car c'est là ce qui définit depuis Kant le noumène : sa capacité à se situer hors du champ de l'expérience sensible. (Vial 2013 p. 188)

Sans entrer dans des considérations d'ordre philosophique concernant la digitalisation, il nous paraît tout de même nécessaire de préciser quelques réflexions qui serviront notre propos. Vial qualifie le numérique comme un noumène affectant la perception de l'homme. L'*ontophanie*, selon lui, est donc le processus par lequel les humains définissent leur manière d'apparaître, donc leur rapport aux technologies de l'information. C'est précisément en cela que la digitalisation - ou le numérique pour reprendre ses termes - peut être considérée comme un bouleversement majeur. Bien que le changement technique demeure important dans notre cas, nous ne le percevons pas comme la raison ultime d'un événement révolutionnaire global que nous ne pouvons que subir. « L'histoire du cinéma n'est pas celle de l'évolution des techniques (...). Mais celle du rapport de l'homme à la technique » (Giraud 2001 p. 59-60), notre intérêt dans cette recherche est donc de comprendre les modalités d'appropriation des nouveaux outils de communications et de production. Dans un premier temps, nous mettrons en lumière l'arrivée des nouvelles technologies dans la pratique artistique des vidéastes et des

cinéastes au Québec et en Ontario, afin de dégager des pistes de réflexion autour de l'adaptation dont ont dû du faire preuve les centres d'artistes. Il nous paraîtra important de nous interroger sur les problématiques liées au financement et à la redéfinition des organismes de diffusion et de production. Enfin, dans notre seconde partie, nous nous arrêterons particulièrement sur le cas d'Internet, et de son influence comme principal réseau de diffusion à l'heure actuelle. Nous verrons que bien que les espérances liées au « réseau des réseaux », à la démocratisation totale de l'information ainsi que la diffusion à grande échelle des œuvres, véhiculent des possibles remarquables pour les artistes autant que pour les groupements, Internet draine à ses côtés des problèmes relatifs à la sauvegarde du droit des créateurs et du droit artistique. Mais avant de nous pencher sur ces différentes réflexions, il nous paraît judicieux de reprendre le fil de notre histoire de la cinématographie et de la vidéographie indépendante au Canada.

2.1 La fin de l'analogique

Jusqu'au milieu des années 1990, la pellicule et la bande magnétique sont les supports d'usage de la captation audiovisuelle. Mais en 1995, ces deux technologies vont voir apparaître une troisième concurrente sur le marché : la DV, ou *Digital Video*, un format d'enregistrement sur cassette numérique lancé par différentes firmes japonaises à cette même période, Matsushita, Philips, Sony et Thomson (Thiry et Mergier 2004 p. 27). Bien que désignant un nouveau support d'enregistrement, le terme DV est utilisé de manière générique pour regrouper plusieurs sous-formats, allant de l'utilisation amateur à la professionnelle. À l'instar de l'apparition du Portapack à la fin des années 1960, la DV, dès son entrée sur le marché, insuffle un vent de liberté aux créateurs en allégeant les coûts de production relatifs

au tournage d'un film (Loiselle 2000 p. 3). L'avantage de cette nouvelle caméra est de simplifier grandement le processus de postproduction et de montage d'une œuvre, en demandant désormais davantage de compétence informatique et de maîtrise de logiciel que de manipulation physique, comme le nécessitait le montage de bande vidéo ou de pellicule. Avec une équipe réduite à son strict minimum, allant jusqu'à la seule présence du réalisateur-caméraman, la DV permet une liberté de mouvement et un allègement du matériel de prise de vue. De cette façon, la caméra numérique s'inscrit dans l'héritage de la bande magnétique, puisqu'il est désormais possible pour l'utilisateur d'avoir accès à un matériel au prix abordable, mais de meilleure qualité. Le changement majeur dans le rapport de l'analogique au numérique se qualifie par une modification dans le processus de captation ; l'analogique décrit « tout signal variant de façon continue (le signal électrique véhicule en lui-même les informations), s'opposant à un signal numérique, qui contient des niveaux discrets (une suite de 0 et de 1, un niveau bas et un niveau haut). » (Fouché et Rollin 2009 p. 415). Il faut donc voir dans cette technologie non pas un bouleversement radical dans le marché de la vidéo, mais plutôt une transition logique vers une informatisation de la production, en marche depuis le milieu des années 1980. Les entreprises ont orienté leur champ d'action vers la démocratisation des outils de productions, tout en forçant un rapprochement entre l'informatique et l'audiovisuel. Les capacités de l'ordinateur étant en constante amélioration, celui-ci devint un outil central dans la production cinématographique.

(...) it had become clearer to me over the years that we cannot look to the path taken by one technology to explain or understand that of another. That is because the conditions within which technological change takes place are continually changing. (Belton 2010 p. 282)

Comme le souligne Belton, les changements technologiques relatifs à la captation et à l'enregistrement numérique, sont en constante évolution à l'instar de l'informatique, qui du fait des progrès scientifiques rapides à ce niveau, rend obsolète dès le lendemain toute version nouvellement proposée sur le marché. À partir de ce postulat, quelles sont les perspectives des centres de productions, qui basèrent, pour certains, l'essentiel de leur activité sur la location d'équipement et la formation aux diverses étapes de réalisation d'un film ? Nous verrons que le renouvellement du médium, avec l'apparition de la DV, puis, quelque temps plus tard, l'établissement de la Haute Résolution (HD), a poussé les centres à s'adapter aux normes technologiques et aux standards de diffusion.

2.1.1 Apparition du nouveau médium au Canada

À partir des années 1980, les centres de distributions ont principalement diffusé les œuvres de leurs collections à la télévision, ce qui a impliqué une capacité de s'accorder aux standards nécessaires pour cette transmission. Lorsque la vidéo est passée du ½ pouce noir et blanc au ¾ pouce couleur, il a fallu que les centres ayant des activités dans les branches de production et de distribution, comme le *Vidéographe*, réajustent leur équipement. De même, à l'arrivée de la DV, puis de la télévision requérant la haute définition au début des années 2000 (Fouché 2007 p. 15), les films proposés en distribution ont dû être en cohérence avec ces standards. Cette suprématie de la technologie, indirectement imposée par des firmes commerciales aux petites structures artistiques forcent constamment les groupes autogérés à se tenir à l'affût des innovations et à renouveler leur matériel et les services proposés à la communauté. En cela, nous pouvons nous questionner, aujourd'hui, si les centres qui autrefois proposaient des outils peu présents sur le marché domestique à des fins de réalisation ont

désormais encore leur place dans l'écosystème artistique canadien, ou du moins, avec la forme structurante qui est la leur.

2.1.1.1 Une continuelle adaptation

L'une des principales problématiques associées à ces nouvelles technologies est la question de l'adaptation. Au début des années 1970, lorsque le *Vidéographe* se situait à l'avant-garde de l'expérimentation de la bande magnétique avec la création de l'éditomètre, le centre s'était institué comme précurseur dans la technologie vidéo. Seulement, aujourd'hui, un phénomène global de concurrence entre les firmes commerciales a accéléré le processus de développement des technologies audiovisuelles, et a, du même coup, entraîné des changements dans les activités des regroupements. La démocratisation des médiums s'est généralisée au point que les équipements nécessaires à la réalisation des films sont désormais accessibles à une grande partie de la population. La large gamme de matériel de prise de vue disponible sur le marché et l'informatisation du montage sur des ordinateurs a grandement modifié le rapport de l'artiste, à la fois à la machine et aux lieux de productions. La chaîne de création d'une œuvre audiovisuelle s'est vue faciliter par la concentration des différents maillons dans un seul lieu : l'ordinateur. Les logiciels de montage et de postproduction, devenus accessibles à tous, se trouvent centralisés dans l'outil dont la majorité des canadiens disposent au domicile. L'intérêt de fournir des services de production est donc remis en cause aujourd'hui. Néanmoins, si la popularisation de la HD, des logiciels de montage et de postproduction, a largement secoué le mandat des regroupements, ces derniers continuent de dispenser des services de location de caméra 16mm. L'exemple du *L.I.F.T.*, choisissant de maintenir la pellicule comme médium de prédilection, fournit à ses membres à la fois des

caméras professionnelles numériques²⁹ et des Bolex, proposant ainsi un choix important de matériel. La pellicule, malgré son coût important en vue de la réduction de la production des bandes, reste toujours un objet utilisé par une certaine frange de la communauté gravitant autour du centre. Symbolique d'une époque que les nouvelles générations de cinéastes n'ont que peu, ou pas connue, la caméra 16 mm permet un retour à un cinéma concret, où la captation et le montage sont des affaires de manipulations physiques et non de compréhension d'un langage informatique qui semble, aux yeux de certains praticiens, dévaloriser l'ontologie de l'art. Mais la vidéo, ne bénéficiant pas de l'aura entourant le mythe de la pellicule de film, et d'une qualité d'image et de son rapidement égalée et dépassée, ne peut jouir du même renouveau dans son statut. Les caméras numériques ont littéralement supplanté la distribution des caméras analogiques sur le marché de l'audiovisuel, poursuivant le mandat démocratique que promettait la bande magnétique. Pour ces raisons, les regroupements doivent désormais se mettre à jour constamment pour proposer du matériel et des outils adéquats à la demande des artistes. Le *L.I.F.T* peut certes toujours compter sur la pratique hybride des artistes à la fois intéressés à la pellicule et au numérique, mais pour le *Vidéographe*, dont la production, le mandat et la philosophie étaient essentiellement basés sur la vidéo, la transition paraît alors plus complexe. L'organisme montréalais a renouvelé entièrement son catalogue d'équipement, pour s'adapter à la logique du marché et des standards de diffusion, comme de nombreux autres centres de production (*PRIM* ou *La Bande Vidéo* à titre d'exemple). Ce faisant, l'idéologie démocratique première qui animait le *Vidéographe* des années 1970 a laissé place à une normalisation forcée des appareils mis à la disposition de la communauté artistique,

²⁹ À l'instar de la RED, une caméra numérique professionnelle de plus en plus utilisée dans des productions commerciales autant qu'indépendantes.

instaurant une forme compétitive entre les différentes structures. Désormais, les artistes expriment davantage leurs besoins en termes d'expertise que d'équipements (Hill Strategies 2003 p. 25). En effet la démocratisation des outils informatiques a certes rendu accessible un grand nombre de logiciels de montages et de postproduction, mais la complexification de ces derniers a entraîné un besoin de connaissances dans les centres de productions. Aujourd'hui, le soutien de la part d'une structure autogérée en art cinématographique se qualifie davantage par le degré de professionnalisation de ses techniciens, pouvant apporter un soutien technique à un artiste dans son processus de production. Cela se traduit dès 1999 ; un an après l'acquisition des premiers appareils numériques par le *Vidéographe* et de l'installation des tables de montages non linéaires³⁰, le centre a dispensé une formation afin d'initier les artistes aux nouveaux standards de productions. Très vite, la majorité des créations réalisées par le pôle Production du *Vidéographe* sont tournées avec des caméras numériques (Parent St-Gelais 2002 p. 69). La question de la disponibilité de l'équipement a donc évolué au profit d'une plus grande spécialisation technique des employés des centres en conséquence des progrès technologiques et de la démocratisation des outils de production.

2.1.1.2 Remise en question de la « Révolution »

Le cinéma a institué un relais entre le monde et nous, et on a l'impression qu'avec le numérique il n'y a plus de lien, que celui-ci s'est dissous parce que devenu inutile : le numérique absorbe, avale, engouffre, la tête ne sert plus (...), on voit, mais on ne regarde pas. (Roy 2006 p. 15)

³⁰ Il s'agit des tables de montages numériques permettant de monter des parties d'un document audiovisuel sans ordre chronologique.

La digitalisation, ou cette masse floue et tentaculaire que l'on appelle le "numérique" aujourd'hui, a forcé les regroupements d'artistiques à répondre à des critères économiques pour poursuivre leur mission. Au moment de la prolifération de l'informatisation d'une partie de la pratique artistique, de nombreux créateurs, critiques, travailleurs culturels et exploitants ont perçu dans l'assourdissante évolution technologique un potentiel dangereux pour l'avenir de l'art. Il est vrai qu'il existe, au cœur de la palette d'outils disponibles pour les arts cinématographiques, un nombre important de logiciels permettant désormais le traitement informatisé de la matière filmique, il en résulte une uniformité dans les possibles qui en émanent. Pourtant, si l'on attribue souvent le vocable de « révolution » pour qualifier le processus de digitalisation, il faudrait revoir le bon usage de ce terme et se dégager de ce qui est une mainmise médiatique sur la qualification de ce noumène. Coïncidant avec le passage au nouveau millénaire et une forme d'uniformisation globale résultant de la mondialisation, il a été assez facile pour les utopistes de voir dans la digitalisation, le changement radical dans les us et coutumes de l'homme moderne (Belton 2010 p. 285). Le concept de révolution nous paraît donc dangereux, car il fait apparaître la digitalisation comme un fait précis, un événement brutal qui aurait renversé toute l'économie du marché, alors qu'il s'agit davantage d'un long processus, fruit de recherches et d'expérimentations, qui a pris son essor dans d'autres sphères que celle de l'art, poursuivant une logique économique et sociale apparue au milieu du XXe siècle.

Néanmoins, la vitesse à laquelle s'est développée la technologie digitale ces dernières années a, en effet, forcé les différentes structures de l'industrie globale à s'adapter à ce nouveau système. Dans le champ de la pratique audiovisuelle, qui depuis ses débuts, couple

l'approche artistique et technique, cette vélocité dans l'évolution a été particulièrement ressentie, car elle a modifié les métiers la composant. Les regroupements autogérés, qui s'étaient réunis autour d'une pratique, d'un médium, d'un idéal commun, voient actuellement leurs frontières changer constamment de place au gré des décisions des organismes subventionnaires.

2.1.2 Impact sur la gestion des groupes et centres d'artistes

Jusque dans les années 1990, la vidéo et le cinéma étaient les principaux axes des centres autogérés de production et de diffusion. Mais avec l'arrivée des nouveaux équipements de prises de vues numériques, les centres ont été obligés d'adapter leurs matériels en fonction de la demande. Le médium qui faisait l'essence même des centres vidéographiques s'est vu supplanté par ces nouvelles caméras offrant une meilleure qualité et adaptées aux standards télévisuels et dont le fonctionnement était facilité par une interface simplifiée. La question de la vidéo venait de franchir un cap ; celui de la fin des bandes magnétiques, pour laisser la place à une version améliorée des capacités déjà offertes par les caméras vidéo, tout en s'inscrivant dans une avancée technologique, celle de la postproduction et du montage informatique. L'appellation générique des centres d'arts audiovisuels et des « nouveaux médias », a été proposée par le *Conseil des Arts du Canada* : à partir de 1984, on considère ces structures comme des Centres d'Art Médiatique (Conseil des Arts du Canada 1984 p. 12), regroupant deux sous catégories d'art ; l'art cinématographique et l'art numérique quelques années plus tard³¹. Ce changement, bien qu'il soit avant tout destiné à des fins de précisions

³¹ Bien que cette distinction ne soit pas effective auprès du Conseil des Arts et Lettres du Québec ; ce dernier différencie directement « Cinéma et Vidéo » et « Art Numérique ».

pour les organismes financeurs, redéfinit les conditions demandées aux centres afin de pouvoir être en droit de demander une subvention. Aujourd'hui, les programmes de financement du *Conseil des Arts du Canada* ne s'accordent plus aux centres d'art médiatique, car les besoins et les aspirations de chacun ne sont plus adaptés aux réalités de notre époque. La technologie a évolué, et avec elle, l'éclatement de la pratique artistique. La frontière entre les arts devient de moins en moins claire ; il nous faut donc définir les champs actuels d'actions des centres et les nouvelles problématiques liées au financement public ou autonome.

2.1.2.1 La gestion des ressources modifiées : le financement autonome

Avec l'apparition des nouvelles technologies et des espaces de diffusions, les centres d'art médiatique ont été encouragés, par le *Conseil des Arts*, à multiplier les sources de financement autonome. Bien que la principale source financière des organismes vienne des fonds accordés par les institutions étatiques, l'autofinancement est devenu une problématique importante. Pour cela, les centres et regroupements privilégient la location d'équipements de prise de vue ou de salle de montage, d'expertise des connaissances technologiques des logiciels, d'organisation de soirée de collecte de fonds, d'organisation de soirée d'événements spéciaux permettant une recette sur les entrées, ou d'alliance avec le secteur privé. Pourtant, l'autofinancement des centres reste un objectif difficile à atteindre et consommateur en temps, la latitude accordée pour répondre au mandat premier des centres qui est d'apporter un soutien de production ou de distribution aux artistes doit rester prioritaire devant la recherche de financement. C'est donc pour cette raison que beaucoup de centres se sentent délaissés par les prises de position du *Conseil des Arts*, et désirent voir leurs subventions augmentées en conséquence.

2.1.2.2 Problématique de financement public

Le financement des centres dépend donc en grande partie des programmes de subventions des différents conseils, municipaux, provinciaux et nationaux. Dans nos quatre cas d'étude, *V-Tape* et le *L.I.F.T* obtiennent principalement leur financement par le *Toronto Arts Council*, le *Conseil des Arts de l'Ontario* et le *Conseil des Arts du Canada*. Au Québec, la *Coop Vidéo* et le *Vidéographe* bénéficient des programmes de soutien du *Conseil des Arts de Montréal*, du *Conseil des Arts et Lettres du Québec* et du *Conseil des Arts du Canada*. À la suite du flou de la pratique des arts médiatiques engendré par les dernières technologies de l'information et de la production, les rapports entre les organismes et regroupements en art médiatique et les institutions subventionnaires ont été détériorés en 2003, conséquence d'une publication du *C.A.C* intitulée « Aperçu des sujets et préoccupations relatifs au fonctionnement des centres de production en arts médiatiques » (Conseil Québécois des Arts Médiatiques 2005 p. 4). Les demandes du Conseil prévoyaient alors que les centres autogérés doivent répondre de certains critères d'excellence artistique et d'un potentiel marché visé pour les œuvres produites, ce qui allait dangereusement amener ces structures vers un rôle de producteur plus « classique », devant prendre en compte dans son jugement le rapport à l'argent, et non plus celui de la vision artistique, primant jusqu'alors dans la philosophie de ces groupes. De plus, il a été question, dans les différents rapports du *Conseil des Arts du Canada* depuis le début des années 2000, de multiplier les champs d'action des centres, de la médiation culturelle au soutien des artistes émergents, afin d'offrir un même montant des subventions accordées chaque année aux différents centres artistiques. Ces mêmes montants, considérés trop faibles pour la bonne tenue des activités et l'avancement des groupes pour

rester en phase avec l'évolution du milieu culturel canadien, demandent un investissement important de la part de ces structures et des travailleurs culturels qui les composent.

La conjugaison des changements économiques des années 1980 et des changements technologiques des années 1990 ont été brutaux pour le maintien de l'autogestion de ces structures fragiles. Le système sur lequel était basée leur fondation était représentatif d'un idéal issu de la période de la Révolution Tranquille, où la pratique de l'autogestion était un moyen d'autoréguler les aspirations des artistes en leur offrant les clés de la gestion de leur propre pratique (Bonin 2013). Les centres et les regroupements d'artistes sont aujourd'hui des modèles qui ne correspondent plus aux demandes des instances subventionnaires. Il n'est pas question dans notre recherche de remettre en cause l'existence de ces centres, mais peut être plutôt de questionner la pertinence de leur champ d'action, et de se rendre compte que certains domaines d'applications ne nécessitent plus aujourd'hui nécessairement la présence de ces regroupements, bien qu'ils aient auparavant, été un élément important dans l'accessibilité de la distribution ou de la production. Toute cette problématique, bien qu'elle ait pris un essor important avec la digitalisation des médiums cinématographiques, a littéralement explosé avec la démocratisation des outils de l'information. Internet a redéfini l'espace public et le champ d'action de ces centres, et cette fois encore, il a fallu faire preuve d'adaptation et d'esprit innovant pour faire face à ces règles issues, à nouveau, d'un autre champ que celui de l'art.

2.2 Internet

Le second changement majeur dans les perspectives des groupes autogérés est l'apparition et la démocratisation d'Internet. Bien que ce réseau ait modifié l'usage de la communication au XXI^e siècle, l'idée d'un bouleversement soudain et mondial n'est pas,

selon nous, la perspective théorique dans laquelle nous nous inscrirons. Il nous paraît plus judicieux de considérer Internet comme un objet conçu pour répondre à un besoin global, qui avait fait défaut à l'Homme au lendemain de la Seconde Guerre mondiale. Placer brièvement en contexte la création du web nous permettra de mettre en lumière la logique de « réseau » et la portée de cet outil dans le cadre de notre sujet.

Pierre angulaire de la communication postmoderne, Internet est né d'une combinaison d'événements scientifiques et politiques, afin de répondre à « des préoccupations stratégiques et militaires » (Compiègne 2007 p. 37). L'ordinateur, conçu sous le modèle de base « définitif »³² en 1945, s'est très rapidement avéré être un outil important pour l'armée américaine durant la Guerre Froide. Mais en parallèle, il est vite apparu que le potentiel de ces machines pouvait être grandement amélioré, en instaurant un partage des ressources et des données entre les différents appareils. On a tout d'abord commencé à regrouper ces ordinateurs au sein d'un réseau fermé ; le *DARPA*³³ lança, à partir de 1966, le projet *ARPANET*, dans l'objectif de connecter les ressources de quatre universités américaines (Compiègne 2007 p. 39). La perspective de pousser plus loin le réseau en le connectant à d'autres a posé les bases de ce que l'on connaît aujourd'hui de l'Internet : l'ensemble des réseaux informatiques interconnectés. Si les considérations militaires ont quelque peu accéléré la création de cette « toile d'araignée », elle a tout d'abord été réservée à une certaine catégorie professionnelle et sa démocratisation, telle que nous la connaissons aujourd'hui, n'a

³² John Von Neumann a conçu un modèle informatique qui reste, encore aujourd'hui, utilisé pour la création des ordinateurs. (Compiègne 2007 : 37)

³³ *Defense Advanced Research Projects Agency*, bureau ministériel américain dont la mission était de « développer des recherches de pointe dans le domaine des technologies militaires » (Compiègne 2007 : 37)

vraiment pris son essor qu'à partir du milieu des années 1990, où l'espace public du web a été reconsidéré afin de le rendre accessible à tous³⁴. Ce que l'on appelle désormais le web 2.0, dont les fonctionnalités sont accessibles aux utilisateurs non initiés au langage informatique, a ouvert la voie, au courant des années 2000, à une nouvelle catégorie de réseau, en essor constant jusqu'à aujourd'hui, les « réseaux sociaux ».

Devenu le moyen de communication privilégié, Internet véhicule aujourd'hui autant d'espoirs que de craintes, car il nous est difficile de saisir ce phénomène dans sa globalité, ainsi que de percevoir le développement des innovations qui lui sont relatives. S'inscrivant dans le processus de la digitalisation, notamment en offrant le partage des données sur le réseau, ainsi qu'en ouvrant de nouvelles perspectives de lien social entre les communautés, Internet a obligé les centres autogérés à reconsidérer leurs champs d'applications, en particulier concernant la distribution des œuvres audiovisuelles, puisque de nouvelles problématiques apparaissent quant à la diffusion *online*.

La spécificité du réseau, c'est de n'en avoir aucune. Son attrait : d'être à la fois l'usine qui fabrique les outils et la vitrine où ils sont mis en vente. D'être l'une portée à la puissance de l'autre. (Burdeau et Lounas 2001 p. 6-7)

Cette vitrine, mentionnée par Burdeau et Lounas, a cependant de nombreuses failles qui nuisent à la bonne diffusion des œuvres. Dans cette partie, nous étudierons la relation entre les regroupements autogérés et Internet. Comment ont-ils fait preuve d'innovations pour, au-delà d'une simple adaptation technique, tenter de tirer profit des possibilités du web, tout en

³⁴ Notamment grâce à l'invention des « navigateurs », logiciels permettant de circuler entre les différents réseaux, apparus en 1993 (Compiègne 2007 : 43)

conservant les grandes lignes de leur mandat initial. La place de la communauté, qui était centrale dans les considérations des travailleurs culturels de ces structures, a été déplacée, et retrouve désormais une grande partie de son activité sur le réseau. Mais à travers ces changements, de nouveaux questionnements font leur apparition ; comment sauvegarder l'intégrité des œuvres à l'heure où le piratage offre une concurrence quasi imbattable ? Les centres, basés sur un modèle idéologique et structurel des années 1970, correspondent-ils encore à la réalité économique et artistique des années 2010 ?

2.2.1 Distributions des films sur le web

Les possibilités offertes par la diffusion sur Internet ont été envisagées assez tôt chez les distributeurs. Pourtant, bien qu'il y ait eu un effort dans cette tentative d'adaptation, la distribution s'est vite heurtée à la rapidité avec laquelle la diffusion de documents audiovisuels s'est propagée sur le web. Les sites de partage en ligne de vidéo ont très rapidement pris de l'ampleur et sont devenus aujourd'hui de réels outils de promotion de films (comme exemple le site de partage *YouTube* ou, plus professionnel, *Vimeo*). Ces sites utilisent le *streaming* comme moyen de diffusion, dont voici une définition :

Le streaming définit la technologie de diffusion en continu et en temps réel de fichiers multimédias (audio et vidéo) sur Internet. Il repose sur un traitement immédiat des données reçues par ordinateurs avant même qu'elles ne soient téléchargées. (Marino et Puech 2001)

Permettant une aisance d'utilisation et une réduction des téléchargements et du stockage de fichiers sur un ordinateur, le streaming s'est imposé comme mode de lecture des vidéos *online*. En contrepartie, il est devenu plus aisé, pour les auteurs de passer directement par le web pour

faire la promotion de leurs œuvres. À titre d'exemple, la soumission des films pour des festivals tend à se développer vers l'utilisation de site comme *Withoutabox*, permettant aux cinéastes de déposer directement leurs productions sur une plateforme web, mettant en lien les festivals et les créateurs. De cette manière, l'intermédiaire qui était le service de distribution voit son activité concurrencée sérieusement par une simplification des rapports entre les exploitants et les producteurs. Une autre problématique qui s'est développée avec la prolifération d'Internet est celle du piratage et du libre accès via des logiciels ou des sites spécialisés. Il est toutefois difficile de quantifier et de contrôler l'éparpillement de la diffusion des œuvres par ces moyens illégaux, en particulier pour les indépendants. D'autres initiatives, cette fois-ci institutionnelles, posent désormais la question de la disponibilité des œuvres *online*. En 2014, *Télé-Québec* lance le projet de la Fabrique Culturelle, un site de diffusion regroupant de nombreux domaines artistiques. Le *Conseil Québécois des Arts Médiatiques* souligne la possible dangerosité d'une telle entreprise :

En mettant en ligne une offre culturelle abondante, sans balises, les contenus les plus riches au plan artistique se trouvent noyés dans une mer de propositions. Qui plus est, proposer du contenu culturel en ligne ne règle en rien les problèmes de fond que vivent les artistes et ne contribue que faiblement à la diffusion de leurs œuvres auprès de leurs concitoyens. Par ailleurs, la position de la Fabrique culturelle comme diffuseur de références résultera en une concentration de l'offre et risque de mener à une ghettoïsation de la culture québécoise. (L'Italian 2014 [s.p])

Afin d'éviter un monopole de la diffusion sur Internet, il est nécessaire que les instances gouvernementales ne sabordent pas les efforts des indépendants en terme de distribution. Le *Vidéographe* ou *V-Tape*, qui concentrent leur activité sur ce pôle précis, ne peuvent faire face à ce type de concurrence. Comme nous le verrons plus spécifiquement dans

le point concernant l'expérience de Vithèque, un coût est nécessaire pour pouvoir visionner l'ensemble de leur catalogue respectif, afin de pouvoir générer une source de revenus autonomes. Si d'autres plateformes publiques permettent une diffusion des œuvres sans paiements de la part de l'utilisateur, cela va à contresens de la nécessité de rémunérer le travail web des centres et des regroupements, ainsi que de préserver les droits de diffusions des artistes. Les indépendants et les instances publiques ont encore du chemin à parcourir pour arriver à mettre en œuvre des initiatives sans que leurs actions se chevauchent ainsi. Mais Internet étant une sphère publique, ces confrontations sont courantes, car l'espace web n'est pas balisé et chacun peut y porter ses projets. Pourtant certains artistes ont su s'approprier la toile pour redéfinir le contexte de création d'une œuvre, en insistant sur la notion d'interactivité permise par l'interface online.

2.2.1.1 Internet comme espace de production/diffusion

Ces innovations technologiques (art numérique, réalité virtuelle, multimédia, réseaux de communications numériques) ont permis d'explorer d'une nouvelle manière les ressources de l'interactivité numérique afin que le public ne soit plus seulement témoin, mais « coauteur » de l'œuvre. (Lipovestky et Serroy 2007 p. 319)

Comme le notent Lipovetsky et Serroy, Internet a su offrir un élément de réponse à un des questionnements des arts médiatiques les plus importants : la notion d'interactivité. Au-delà même d'une interaction linéaire entre l'artiste et le public, c'est le mélange des rôles qui peut prendre toute son ampleur avec la toile. Internet permet à ses utilisateurs de bénéficier d'un droit de parole à travers son interface. Cette notion est exploitée dans de très nombreux domaines, en particulier dans les arts. Robert Morin, qui s'inscrit à nouveau comme précurseur

de l'utilisation de ces technologies, a proposé, en 2009, le concept de création d'un film interactif, où les internautes sont invités à devenir « coauteurs » de l'œuvre en participant à la création du film. Le principe, alliant simplicité et innovation, visait à développer une plus grande implication du spectateur dans le processus de conception, grâce aux ressources offertes par le web : sur le site Internet³⁵, une série de capsules vidéo postées au fur et à mesure de la réalisation, offrait l'histoire fragmentée, jour après jour. Le récit est celui de Jean-Marc Phaneuf, un électronicien canadien travaillant pour Radio-Monde, une ONG installée au Burundi. On y suit son parcours dans ce pays qu'il apprend à connaître, bien qu'il se heurte à la réalité sociale africaine, et aux limites de la coopération internationale. Si cette œuvre propose un contenu lourd de sens, en abordant des sujets controversés tels que la pédophilie, nous nous intéresserons peu aux thèmes représentés dans ce film qui ont été le sujet de nombreuses critiques et analyses lors de sa sortie en salle en 2010³⁶. Nous nous intéresserons plus au contexte de sa production et à l'expérience menée sur le web.

³⁵ <http://www.journalduncooperant.com/>

³⁶ Le film a en effet beaucoup touché la communauté médiatique et le public, notamment avec le malaise créé par le sujet épineux (Lussier 2011 ; Séguin-Tétreault 2010 : 42).



Figure 5. Interface du site journalducoopérant.com

L'auteur de la *Coop Vidéo*, sur le blogue du coopérant, poste de courtes vidéos introduisant une action ou une réflexion précise permettant de faire avancer l'histoire, et de susciter des commentaires. Car c'est bien là la genèse du projet ; la volonté du réalisateur était d'impliquer le spectateur plus activement en lui offrant la possibilité d'interagir à l'aide des commentaires en dessous de chaque vidéo (Barrette 2010 p. 8). De cette manière, il était possible pour n'importe quel internaute de poster à son tour une vidéo répondant à celle de Morin ou bien plus simplement de laisser un commentaire proposant une nouvelle orientation pour les actions de Phaneuf. La liberté d'action finale étant tout de même contrôlée par le réalisateur, puisqu'il lui est encore possible d'accepter ou non les propositions formulées dans les commentaires. Cette initiative de coproduction collective a permis de générer un *buzz* médiatique pour lequel la communauté participante au processus de création a elle-même joué un rôle de promotion. L'innovation majeure de l'expérience de Morin est d'avoir su conjuguer

les possibles communautaires et promotionnels offerts par Internet ainsi que de rester fidèle à une certaine idée du cinéma de salle, là où la version finalisée de l'œuvre trouvera définitivement sa place. Cependant, bien que ce projet soit le fruit d'un auteur, soutenu par la *Coop Vidéo*, il nous est certes impossible de généraliser sur l'ensemble des organismes de productions indépendants ; il était là question de mettre en lumière un exemple innovant de réappropriation des outils web. C'est la première condition aujourd'hui des centres pour se permettre une activité pérenne. Tous les acteurs de la cinématographie indépendante doivent désormais, afin de conserver et d'agrandir leur communauté, démontrer des concepts et des idées renouvelant le système de production, ainsi que de distribution. Pour cette dernière, le *Vidéographe* a été un précurseur dans l'établissement des catalogues en ligne.

2.2.1.2 Problématiques des catalogues en ligne : l'exemple de Vithèque

Si Internet a bel et bien modifié en profondeur les modalités de la distribution cinématographique, il nous faut noter les expérimentations récentes et les prises de position des centres vis-à-vis de la mise en ligne de leur contenu artistique. L'un des exemples les plus prégnants de cette volonté d'adaptation est le cas de Vithèque. Projet phare du *Vidéographe* dans les années 2000, Vithèque est une plateforme web permettant, non seulement au centre de diffusion initiateur du projet de proposer un lieu virtuel d'hébergement des vidéos en ligne, mais aussi à d'autres structures de ce type (Wapikoni Mobile, la revue cinématographique spécialisée *24 images...*).

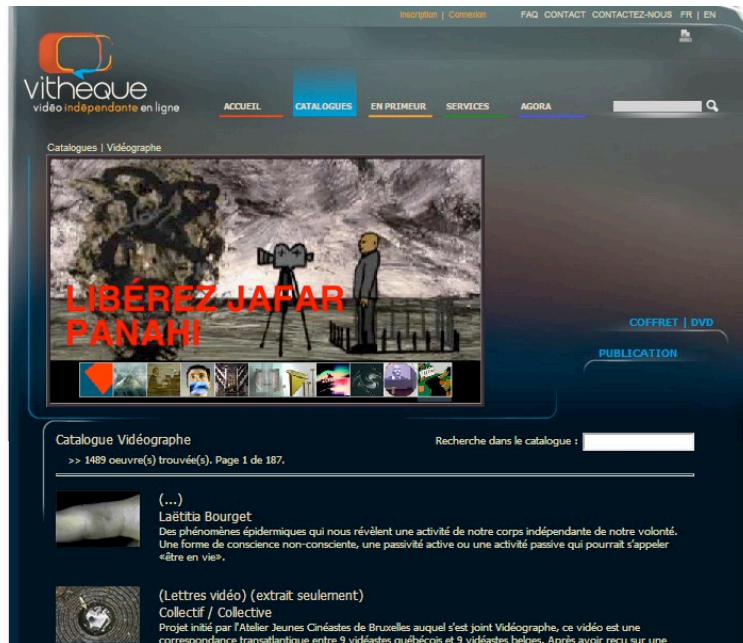


Figure 6. Page d'accueil du site web Vitheque : <http://www.vitheque.com/>

Si Vitheque s'avère être une innovation proposant une alternative à la distribution conventionnelle d'œuvre cinématographique, il nous faut signaler que ce projet ne fut pas, au tournant des années 2000, approuvé par tous au sein même du centre de diffusion. Lorsqu'Internet s'est imposé comme l'avenir direct et inévitable en terme de communication, la direction de *Vidéographe* s'est questionnée à savoir de quelle manière il serait judicieux d'utiliser ce nouvel outil pour pouvoir au mieux servir les intérêts des artistes et des œuvres représentées par le centre. S'est alors posé la question de la création d'une plateforme *online*, qui permettrait, selon le statut des visiteurs (les institutions ou les particuliers), de visionner la collection de la vidéothèque numérisée contre un abonnement annuel. Au moment de décider de l'adoption de ce projet, le Conseil d'Administration du centre s'est vu divisé sur cette question. Certains voyaient, dans la volonté de numériser la totalité des œuvres du centre, comme une matérialisation de l'échec du mandat original de *Vidéographe*. Les autres, plus

optimistes, y percevaient la manière la plus adéquate de permettre au centre d'appréhender les technologies numériques. Malgré de houleux débats, le projet fut adopté et commença à prendre forme à partir de 2007. Bénéficiant d'une aide inespérée de Patrimoine Canada de 497 700 \$, *Vidéographe* engage Tinality, une société de conception web montréalaise pour la construction de la plateforme. Coup du sort, cette collaboration s'avère infructueuse et se transforme en escroquerie quand le matériel conçu par Tinality fut déclaré inutilisable et la société répondit aux abonnés absents. Près de 200 000\$ avaient déjà été investis dans la conception, et, après des efforts importants et une révision du budget initial, le site web est terminé en 2010, finalement conçu par la société Coginov

S'inspirant une nouvelle fois de *l'Office National du Film* et de la mise en ligne de son site web en 2009 à des fins archivistiques³⁷, le mandat de Vithèque est multiple : la plateforme a pour objectif de valoriser les archives de *Vidéographe* à travers la numérisation et la sauvegarde de celles-ci, d'amener les différents distributeurs à prendre part à l'espace virtuel en y apportant leurs œuvres dans le catalogue, proposer aux institutions la quasi-totalité des œuvres produites par le *Vidéographe* afin d'en faciliter la consultation et l'administration en découlant, et enfin protéger les droits d'auteurs des œuvres grâce au système d'abonnement annuel. Cependant, le projet de fédérer les différents distributeurs sur une seule et même plateforme web s'est avéré peu concluant. La dépendance de l'organe Vithèque à la structure *Vidéographe* a probablement été le frein majeur des autres distributeurs pour prendre part à l'expérience. Afin de réussir une entreprise telle que celle-ci, il aurait été nécessaire et plus judicieux que le concept et la mise en application aient été portés par un regroupement des

³⁷ Voir le site web <https://www.onf.ca/> (page consultée le 16/02/14)

agents de la distribution, dans le but de réduire la méfiance des potentiels utilisateurs de la plateforme. En 2013, c'est d'ailleurs le projet du *Regroupement des Distributeurs Indépendants de Films du Québec* : concevoir une plateforme de vidéo à la demande dans le but de proposer les catalogues des distributeurs en ligne s'inspirant directement de Vithèque³⁸. De son côté, *V-Tape* propose aujourd'hui l'accès à sa collection via son site Internet, à l'instar de *Vidéographe*, mais concentre toujours uniquement son mandat sur le pôle de diffusion. Tout comme le centre montréalais, il est possible de commander directement via un système de catalogage en ligne. Ayant toujours été en avance des technologies informatiques (l'organisme avait, dès les années 1980, offert la possibilité de consulter l'étendue du catalogue via des ordinateurs), Internet s'impose maintenant comme l'outil logique pour poursuivre leur mandat initial. Seulement, comme nous l'avons démontré auparavant, une concurrence peut se créer entre les distributeurs *online* afin de contrôler un réseau, et au-delà, une communauté. Cette communauté « virtuelle », que l'on oppose souvent dans le langage commun aujourd'hui à la communauté « réelle », mérite ici d'être définie, car elle engendre un certain nombre de questionnements sur son essence, et sa capacité d'être considérée comme « communauté » au sens où nous l'avons démontré précédemment.

2.2.2 De la communauté réelle à la communauté virtuelle

Saillant et Gagnon s'interrogent sur la possibilité de construire un lien social dans un espace non ancré géographiquement, car c'est bien l'espace qui est le support et le produit de l'identité individuelle et collective (2005 p. 98 ; 96). Les regroupements, coopératives ou

³⁸ Voir le Projet de Financement des distributeurs indépendants de films du Québec, présenté à la SODEC : http://www.ctvm.info/IMG/pdf/proposition_SODEC_finale_10_01_2013.pdf page consultée le 16/02/14

organismes à but non lucratif, sont certes le résultat d'affaires et d'intérêts entre femmes et hommes, mais cristallisent en un lieu géographique l'étendue de leur action, et définissent par ce lieu, la communauté à laquelle ils s'associent. Le *Vidéographe* en 1971 et le *L.I.F.T* une décennie plus tard ont avant tout été des lieux où les jeunes créateurs venaient produire, pouvaient se renseigner, trouvaient bon nombre de ressources, de biens ou de services, dans ces espaces consacrés d'abord et avant tout à leurs fins, et à celle de l'art. La *Coop Vidéo* est une entité collective, regroupant ses membres et les ressources mises en commun, mais c'est aussi un lieu, où se développent les projets en cours, où se croisent les différents réalisateurs, monteurs et producteurs qui la composent. *V-Tape*, bien que plus spécialisé dans la distribution, était un lieu d'archive, où l'on stockait les multiples bandes magnétiques composant une bonne part de la production vidéographique canadienne. Seulement aujourd'hui, Internet a bel et bien bousculé la matérialisation de l'espace géographique et de la communauté y gravitant. Les lieux existent toujours, bien qu'ils aient été souvent déplacés, mais à l'espace réel inhérent à la matérialité des centres, s'ajoute l'espace web, développant une nouvelle dimension de lien social entre les membres d'une communauté plus étendue et moins définie. Il nous apparaît donc que la communauté, plutôt que de disparaître, a opéré un déplacement d'une partie de son champ d'action via les nouvelles technologies dans les espaces publics en ligne. À travers l'utilisation massive des réseaux sociaux et des sites web, des expériences telles que le *crowdfunding* et autres possibilités offertes par l'outil Internet, s'est propagée une nouvelle matérialisation de la communauté que l'on qualifie couramment de « virtuelle », car elle suppose des échanges indirects entre ses membres (grâce à des outils numériques) :

Le lien d'appartenance qui se constitue parmi les membres d'un ensemble donné d'utilisateurs d'un espace de *clavardage*, d'une e-liste ou d'un forum de discussion, ces participants partagent des goûts, des valeurs, des intérêts ou des objectifs communs, voir dans le meilleur des cas, un authentique projet collectif. (Proulx 2006 p. 17)

2.2.2.1 L'importance du réseau social

Le « réseau », concept si cher à la communauté artistique puisque sans lui opportunités et initiatives se trouveraient en terreau stérile, s'est vu transcender par sa mise en ligne sur ce que l'on appelle plus communément les « réseaux sociaux ». Ces objets permettent une mise en contact entre différents acteurs, professionnels ou amateurs, sur des sites de partage d'informations, de textes, de photographies, de vidéos, employés par un nombre croissant d'individus sur l'ensemble de la planète³⁹. Ces réseaux sociaux, bien qu'ils posent aujourd'hui de nouvelles problématiques pour la vie virtuelle des individus les utilisant, s'avèrent être un outil important pour les organismes, puisque désormais, une grande partie des informations concernant divers sujets (événements, acquisitions, productions, diffusion, etc.) y sont publiées afin de toucher directement le public, et en particulier les jeunes qui composent la majeure partie des utilisateurs de ces réseaux. À travers les fonctions offertes par ces sites (*Facebook* en particulier, puisqu'il réunit le plus grand nombre d'utilisateurs), le centre et les regroupements peuvent générer une communauté autour de leur profil en promouvant des activités, des actualités et des événements que les utilisateurs intéressés par le mandat de la structure pourront partager à leur tour. De cette manière, ils ont la possibilité d'élargir considérablement leur public à des sphères dépassant la communauté artistique et peuvent

³⁹ En 2012, le nombre d'utilisateurs du site *Facebook* était évalué à 750 millions selon son créateur, Mark Zuckerberg. <http://searchengineland.com/facebook-hits-750-million-users-84439> (consulté le 24/04/2014)

toucher des populations plus diverses. L'utilisation d'un site Internet comme vitrine de l'activité du centre ou du groupement est devenue un élément majeur, car c'est là la porte principale d'entrée avant même le lieu géographique. Grâce à ces outils, les centres ont su s'adapter aux nouvelles règles de communication imposées par les dernières technologies et développer des formes communautaires en accord avec les standards informatiques.

2.2.2.2 L'expérience du *crowdfunding*

Le problème de ce cinéma collectif fut de parvenir à solidariser des personnes qui ne participent pas au réseau. [...] C'est un problème qui prend une tout autre ampleur aujourd'hui à travers l'obligation de réseautage qu'ont amenée les récents outils informatiques communautaristes du web 2.0 : si le spectateur n'est pas un producteur de films, il se présente du moins comme l'agent d'une réception active, ouverte au partage, grâce à la publication de ses préférences ou à sa contribution, sous formes diverses, à la culture expressive qui circule sur le web. (Froger 2010 p. 114)

Au-delà d'une « réception active » du spectateur, la contribution que ce dernier apporte peut se retrouver dans des sphères participatives au processus de production, voire en tant que financeur d'un projet. Depuis quelques années, le financement participatif - ou *crowdfunding* - se pose comme une alternative envisageable pour les créateurs afin de terminer, ou de payer en totalité les coûts de production inhérents à la conception d'un film. Il serait bon de rappeler le cas emblématique d'*Iron Sky* (2012), pour lequel le réalisateur finlandais Timo Vuorensola lançait un appel à participation financière auprès d'une communauté à l'échelle mondiale⁴⁰. Le film ayant trouvé un terreau auprès de nombreux internautes, adeptes d'un humour cru et

⁴⁰ Une carte mise en ligne sur le site web du film permet de se rendre compte de l'impact « mondialisant » de la demande de financement participatif : <http://www.ironsky.net/site/support/how-to-support/> (consultée le 04/12/13)

décalé⁴¹, la demande de collaboration auprès des particuliers s'est vue relayée par un *buzz* sur les réseaux sociaux et groupes communautaires virtuels. Face à cette nouvelle utilisation de l'outil web, nous pouvons nous questionner quant au rôle que joue désormais Internet sur les questions de financements artistiques. Ce mode de financement joue-t-il aussi contre l'industrie culturelle, ou peut-il être perçu comme un outil alternatif par les institutions de productions dans les circuits de créations conventionnels ?

Plus proche de nous, temporellement et géographiquement, il y a les *3 Histoires d'Indiens* de Robert Morin. Membre influent et fondateur de la *Coop Vidéo* de Montréal, Morin s'est toujours distingué par ses réalisations expérimentales, interrogeant le médium utilisé. Mais cette fois, ce n'est pas tant le film en lui-même, mais davantage la manière dont la *Coop Vidéo* a décidé d'investir le terrain du web pour compléter la postproduction et libérer les droits musicaux de cette œuvre qui va nous paraître pertinente. À l'automne 2013, la coopérative lance sur le site de financement participatif Kapipal, la campagne pour le film de Morin⁴² afin de récolter les 15 000 \$ nécessaires pour le terminer. Au total, il aura fallu la contribution de plus de 200 internautes pour venir à bout de ce montant permettant de finaliser *3 Histoires d'Indiens*. Le site web Kapipal propose une participation simple (et à l'image de nombreuses autres plateformes de crowdfunding) : en fonction du montant alloué pour la réalisation d'un projet, l'internaute se voit offrir un cadeau. À titre d'exemple, si, pour le film de Morin, nous choisissons de donner la somme de 10\$, notre nom se verrait inscrit au

⁴¹ L'intrigue se situe sur la face cachée de la Lune, où les nazis s'installèrent durant la Seconde Guerre mondiale et continuèrent de prospérer après la chute du IIIe Reich.

⁴² Voir le site <http://www.kapipal.com/3histoires> (page consultée le 04/12/13) - à l'heure de l'écriture de ce texte, les fonds alloués pour la création du film ont dépassé le seuil attendu : 15 775 \$ -

générique final. Si l'utilisateur donne 5000\$ ou plus, il se verrait offrir un certain nombre de cadeaux ; photos, DVD, panache d'original sérigraphié ainsi que, non sans humour, une partie de chasse avec Robert Morin. Il est pourtant nécessaire de rappeler que si le terme de « donner » est utilisé sur ces plateformes, il serait plus juste de parler d'« échange », car « la différence entre les deux notions (don et échange) vient de l'existence ou non de la nécessité de la contrepartie : celle-ci peut-être présente dans le don ; toutefois, à la différence de l'échange, elle ne peut pas être exigée. » (Lécrivain 2007 p. 267). Cette méthode de financement participatif est une alternative sérieusement envisageable pour porter des projets qui ne peuvent amasser des fonds monétaires suffisants. Lors de la conférence sur les perspectives de financement du cinéma documentaire québécois, il a été soulevé, au moment de la prise de parole du public, la question du *crowdfunding*, et de sa possible utilisation par des centres de productions. Le panel était alors peu convaincu du potentiel financier de ces initiatives. Pourtant, il s'avère que si le projet est bien présenté et stimule un certain engouement autour de sa création (comme l'avait fait brillamment *Iron Sky*), il peut récolter directement les fonds nécessaires à son processus de production. Néanmoins, il apparaît que ce mode de financement peut provoquer un essoufflement des utilisateurs (la frustration de voir le projet ne pas aboutir à ses fins faute d'une récolte suffisante), et nécessite une savante maîtrise de la communication autour de son idée. Là encore, le relai de l'information via les réseaux sociaux devient prédominant, et si le film de Morin a certes récolté un financement pour sa postproduction, il est certain que le passé filmographique et la personnalité du réalisateur ont été des facteurs majeurs dans la réussite de cette entreprise. Le *crowdfunding* est donc un mode de financement alternatif offrant un potentiel intéressant pour les regroupements, en particulier dans le contexte actuel de coupe budgétaire du gouvernement, se

répercutant dans les subventions accordées aux structures culturelles⁴³. Mais au-delà de l'aspect financier certes intéressant pour les artistes et les organismes, c'est aussi la socialité se dégageant de ce type d'interface et la réminiscence d'une communauté « réelle » autour d'un même dessein.

2.2.2.3 Le déplacement de la communauté et continuité de la communauté réelle

Si le sentiment d'appartenance à une communauté autour des regroupements autogérés d'artistes a certes été affecté par la digitalisation, il résulte plutôt d'un déplacement que d'une disparition. Grâce à l'entremise des réseaux sociaux, des sites Internet et des diverses initiatives proposées sur des contenus *online* comme nous l'avons vu précédemment, la communauté pour laquelle ces organismes ont été constitués s'est développée sur ces nouvelles sphères, sans pour autant voir la communauté dite réelle disparaître. Le *L.I.F.T.*, développe aujourd'hui, grâce à Internet, des projets dans l'héritage direct de *Challenge for Change / Société Nouvelle*, en proposant un soutien à des communautés désirant utiliser les moyens de tournages dans l'optique de soulever des problématiques sociales, en particulier en axant son programme sur le développement de la représentation des communautés autochtones. De cette manière, le centre torontois propose un retour à l'appropriation du médium par des groupes d'intérêts, favorisant le renouvellement du lien social, à la fois au sein de la communauté visée, mais aussi autour du lieu géographique, puisqu'il offre des services en équipement et en aide à la production (des membres spécialisés dans des domaines

⁴³ À ce propos, en avril 2014, le Conseil des Arts du Canada a revu ses subventions à la baisse pour certains organismes, à l'instar du *Vidéographe* qui s'est vu retiré 20% des fonds alloués chaque année, mettant en péril son activité et la situation des travailleurs culturels du centre.

liés à la postproduction peuvent dispenser leurs services aux bénéficiaires de ces programmes). Au Québec, le *Vidéographe* offre des ateliers de résidences de créations plusieurs fois par année afin de toujours nourrir et stimuler un bassin artistique autour du centre. En parallèle, il est apparu nécessaire, pour faire face à la désertisation du lieu liée à la digitalisation, d'organiser des événements régulièrement sous forme conviviale, le plus souvent en utilisant la formule *potluck*, ceci dans l'objectif de contribuer à l'établissement d'une action collective autour de la diffusion d'œuvres du *Vidéographe*. Il est donc important aujourd'hui pour les centres d'innover quant aux différentes perspectives que peuvent offrir les réseaux sociaux pour promouvoir ces événements, ainsi que de s'orienter de plus en plus vers des conceptions artistiques web, en proposant des programmes de créations de séries *online*. En exploitant les ressources à grande échelle offertes par Internet, le *Vidéographe* a pu retrouver une forme d'espace communautaire à conquérir ; en 2014, il s'associe avec *Bell* et la *Télévision Communautaire de Montréal* (TCF), afin de lancer le projet *Vidéographe.tv*, retraçant l'histoire de l'utilisation de la bande magnétique dans des thématiques spécifiques, à la fois de revendications sociales et d'expérimentations artistiques. Sous forme de capsules vidéo, ces émissions courtes sont proposées via le site web de la *TCF* et sur le service de vidéo à la demande de *Bell*. Renouant ainsi avec l'idéal de la Sélectovision des années 1970, l'expérience *Vidéographe.tv* montre que les possibilités de diffusion communautaire par Internet sont certes existantes, mais elles demeurent pourtant restreintes à un public cible initié aux questionnements de la culture vidéographique hors des circuits commerciaux. La *Coop Vidéo* quant à elle, se positionne aujourd'hui grâce à ses productions dans un schéma participatif de ses créations. Avec l'expérience du *crowdfunding* ou les appels à participation via les réseaux sociaux de la coopérative, la communauté d'intérêts se voit souvent proposer

de prendre part aux projets menés par les artistes du regroupement. *V-Tape*, en tant qu'organisme de diffusion, développe des formations à l'intention des artistes et des centres d'artistes pour contribuer à la conservation des vidéogrammes et bobines de film. De plus, le centre dispense des ateliers pour des classes de secondaires, afin de les introduire à la collection d'œuvres accumulée depuis plus de trente ans. Enfin, ils offrent désormais des équipements de diffusion afin de promouvoir et d'encourager la distribution des vidéogrammes, ainsi que des services de numérisation des bandes magnétiques, pour sauvegarder la richesse d'un médium en perte de support. Globalement, il est intéressant de constater que tous doivent innover et multiplier les projets pour la pérennité de leur centre, à la fois dans le but de servir leur communauté, de répondre aux critères spécifiques des subventionneurs, d'acquérir des sources de revenus autonomes et de s'adapter aux nouvelles normes de la digitalisation. Mais cette dernière va aussi de pair avec la globalisation des différents marchés, et des opportunités de diffusions à l'international pour les centres et regroupements. C'est là aujourd'hui que se situe une grande part du public et de la communauté internationalisée de nos objets d'études.

2.2.3 Vers une globalisation de la production et de la diffusion...

Classiquement, sociologues et anthropologues ont défini la communauté par deux éléments : des relations sociales dans un territoire géographique. Ce faisant, ils assimilaient implicitement l'espace social à un territoire géographique. Désormais, les moyens de communication, Internet, bien sûr, mais aussi la télévision satellitaire, ainsi que les moyens de fission de l'information, disques compacts, cédéroms, DVD, facilitent le maintien de liens étroits par-delà les continents, entre les personnes et les communautés. (Saillant et Gagnon 2005 p. 95)

En mettant l'accent ici sur les nouveaux moyens de diffusion comme facteur d'internationalisation, les auteurs démontrent que les ressources de communication moderne ont assoupli les frontières réelles entre les continents et élargissent désormais le territoire potentiel d'action pour les groupements indépendants. La prolifération mondiale des festivals de films dont la ligne éditoriale permet une diffusion des films « d'ailleurs », a ouvert un pan important de la distribution cinématographique indépendante. C'est dans cette brèche que peut s'engouffrer en grande partie le maintien des activités distributrices des groupes. À titre d'exemple, en 2013, le *Vidéographe* participait activement à la programmation des Instants Vidéos, festival d'art médiatique à Marseille célébrant les 50 années des pratiques vidéographiques, ou encore, en 2014, présente des vidéos au Cambodge et aux États-Unis. Internet a abaissé les frontières de diffusion des œuvres, et permet donc d'élargir le public en offrant une vie au-delà du Québec et de l'Ontario. L'intérêt des artistes pour avoir recours aux services de distribution des centres est en partie lié aux relations que ces derniers entretiennent avec les festivals, les chaînes de télévision ou les institutions culturelles (musées, centres d'exposition). De même, nous pouvons noter l'apport important des cinéastes et vidéastes de l'étranger recourant aux services de productions ou de distribution des groupes autogérés, ainsi élargissant considérablement la collectivité artistique et les relations outre-Atlantique. Le *Vidéographe* et le *L.I.F.T* composent des programmes d'œuvres issues de leur collection ou de leur production dans des festivals, et permettent ainsi une visibilité mondiale tout en certifiant des partenariats et des échanges internationaux. À ce propos, il apparaît désormais nécessaire, au vu de la globalisation, de proposer des services de traductions pour l'exportation des œuvres :

Tous les organismes et toutes les entreprises de production et de diffusion de contenus canadiens devraient avoir accès à des programmes de traduction. Le danger serait de ne produire que pour un marché régional ou national. Notre culture est unique et nos artistes peuvent rivaliser avec ceux du monde entier. La meilleure façon de protéger notre culture, c'est de se donner les moyens de l'exporter.
(Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec 2010 p. 5)

Offrir des services pour maximiser l'internationalisation des œuvres des centres d'artistes est donc primordial à l'heure de la digitalisation. Ce mémoire, publié en 2010, était destiné au Gouvernement canadien dans le but de le sensibiliser à la question de la « culture numérique », primordiale pour le rayonnement du Canada sur la scène internationale. Le milieu culturel a été bousculé par les dernières technologies, au point qu'il faille considérer maintenant l'apport du Canada sur le marché planétaire et non plus l'existence d'un marché canadien (Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec 2010 p. 10). C'est au niveau international que le digital offre de nouvelles chances et des perspectives de représentation que la puissance américaine avait trop longtemps empêchées sur le sol canadien. Il est donc nécessaire aujourd'hui, pour les instances subventionnaires, de continuer à encourager le développement technologique dans les centres et les regroupements artistiques afin de permettre à la culture indépendante canadienne d'exister sur le plan mondial.

2.2.3.1 ...et une diversité accrue des structures autogérées

La digitalisation a donc eu un impact concret sur les champs d'action des groupes autogérés, à la fois en ouvrant les perspectives de diffusion, mais tout en rendant ce cadre flou. Se pose donc aujourd'hui une question plus générale, sur le mandat de chaque centre, et des pratiques qui l'entourent. Les frontières entre les arts sont de moins en moins perceptibles, et il

est de plus en plus courant de voir une intermédiation entre les pratiques artistiques. Un nombre croissant de créateurs se tournent vers l'utilisation du numérique, et les possibilités que ce dernier offre. Il faut donner les moyens aux centres et aux groupes autogérés de répondre aux demandes des praticiens, en questionnant la redéfinition des différents arts, et en encourageant des alliances multidisciplinaires. Le *Vidéographe* a conclu plusieurs ententes pour diffuser des œuvres de sa collection dans des événements culturels à caractère plus large, ne se limitant pas à la seule présence d'œuvres cinématographiques ou vidéographiques, comme dans des festivals d'art contemporain intégrant de l'art vidéo. Il s'efforce d'augmenter les partenariats avec d'autres secteurs artistiques afin de diversifier leur action et de permettre d'élargir leur public en touchant d'autres sphères. L'avantage des groupes tels que ceux formant notre cas d'étude est leur position géographique ; se trouvant dans des pôles culturels importants, au milieu de deux bassins d'artistes majeurs et côtoyant une grande pluralité de groupes autogérés, les partenariats sont donc devenus une des clés de la réussite des activités d'un centre. En s'associant à la programmation ou à la production des autres structures culturelles en art visuel ou en art numérique, les groupes élargissent leurs réseaux de contacts, et ce faisant, agrandissent la communauté d'intérêts pouvant potentiellement requérir les services offerts par l'organisme. Le caractère « hybride » (Henricks 2012 p. 25) de la vidéo a toujours obligé les utilisateurs de ce médium à se pencher sur les moyens de diffusions offerts par les autres médias. La digitalisation a exacerbé ce phénomène de manière importante, puisque le cinéma et la vidéo se voient aujourd'hui principalement fondus dans un médium numérisé, et plus enclin à être utilisé dans les autres domaines artistiques (il n'est pas rare de voir des œuvres vidéonumériques dans des spectacles de danse, de théâtre, ou dans des performances artistiques). Mais cette porosité provoquée entre les structures qui s'attachaient

autrefois à la pratique d'un art en particulier nous mène maintenant à une réflexion sur les perspectives concrètes qui se présentent pour ces objets face à la digitalisation. Il est certain qu'il nous est impossible de généraliser par rapport à tous les objets de notre étude, pour cela nous étudierons chaque cas spécifiquement, car tous ne font pas face aux mêmes problématiques.

2.2.3.2 Les tentatives de fédération

Un des points ayant été soulevés lors de la conférence *Evolve or Perish*, à Ottawa en 2013, fut celui de l'éventualité de fédérer des centres ou des groupements d'artistes afin de mieux répondre à la réalité de la demande artistique. En regroupant les compétences et les champs d'action des différents acteurs, l'expertise et les services pourraient être centralisés afin de mieux desservir la communauté artistique et de ne pas diviser le peu de financement public entre les structures ayant un même mandat. Bien sûr, cette proposition formulée par l'artiste torontois Jean-Paul Kelly a suscité beaucoup d'émois dans le public. Demander aux personnes dirigeantes, qui ont investi une grande partie de leur vie professionnelle et privée dans ces organismes, de voir leur projet assimilé dans une fédération des compétences, relève un problème d'affect important dans cette économie. Il ne s'agit pas là de groupes qui ont été créés pour des valeurs financières et lucratives, mais pour offrir des ressources à une communauté. Autour de chaque structure, il existe un attachement collectif fort de la part des artistes et du public qui, depuis quarante ans, forge le sentiment d'appartenance à la communauté pour laquelle le groupement autogéré a été créé. Il est alors très complexe pour les travailleurs culturels ayant œuvré au sein de ces structures de les voir se fondre dans d'autres organismes, afin de maintenir et d'améliorer leurs activités. Bien sûr, ces perspectives

ne sont pas applicables à tous les objets qui ont composé le fil de notre étude ; la *Coop Vidéo*, possède un mandat et un statut juridique particulier qui pose les bases d'une identité collective solide entre les membres la composant. Le nombre restreint de ces artistes-membres apporte un certain gage de qualité et d'efficacité, puisque la coopérative sera active tant que ces personnes prendront part à ses projets. De plus, le groupe a su, à partir des années 1990, avoir un écho à l'international important. Plusieurs des créateurs attachés à la coopérative ont eu un rayonnement dans des institutions importantes au Canada, et à l'international⁴⁴. Ce faisant, ce groupement a su donc solidifier sa communauté autour de son mandat, en gardant un cap fixe sur ses objectifs initiaux qui étaient de disposer de ressources financières et matérielles communes pour ses membres. Le cas du *L.I.F.T* présente lui aussi une forme de résistance importante quant à la nécessité de se fédérer à d'autres structures, car il dispose encore de programmes d'aide à la communauté, en particulier autochtone, ainsi qu'un parc d'équipement professionnel numérique et 16mm, adapté aux demandes des artistes, attachés aux nouveautés technologiques ou au médium passé. Le problème est davantage prégnant dans les centres de distribution. *V-Tape* s'inscrit encore comme un lieu ressource pour la vidéographie canadienne, mais agit quasi exclusivement à titre de distributeur, concentrant l'essentiel de son activité sur la visibilité offerte aux œuvres de sa collection. C'est concernant *Vidéographe* que la question devient la plus importante ; possédant deux parties distinctes, le pôle Distribution et le pôle Production, les efforts du centre vont dans deux directions qui divisent l'activité globale et le mandat de celui-ci. Nous l'avons vu, le *Vidéographe* a d'abord été imaginé

⁴⁴ À l'instar de Robert Morin et de Lorraine Dufour à la Galerie Nationale du Canada à Ottawa en 1991-1992 ou encore la rétrospective de Denis Chouinard en 2006 au festival du film de Uherske Hradiste en République Tchèque. (<http://www.coopvideo.ca/documents/distinctions-membres.pdf>, consulté le 03/05/2014)

comme un lieu de production et d'aide à la création. À la suite des années 1980, l'accent a davantage été mis sur la distribution, plus lucrative à ce moment, avant un retour à la coproduction dans les années 1990, tout en maintenant une activité de diffusion. Mais cette dernière est aujourd'hui compromise par le potentiel offert sur le web pour les artistes de se créer leur propre visibilité, à travers notamment les sites personnels, tout en pouvant soumettre leurs œuvres à l'international, dans des festivals ou à la télévision, via des plateformes en ligne. Du côté production, comme étudié précédemment, il est nécessaire davantage d'apporter un service d'expérience ou, dans le cas d'équipement, d'offrir du matériel de haute qualité et de haute technologie pour pouvoir concurrencer celui accessible sur le marché domestique. À titre d'exemple, les coûts financiers des caméras haute définition professionnelles sont très élevés pour des structures telles que le *Vidéographe*, alors une alliance de service avec d'autres organisations indépendantes locales pourrait être bénéfique pour fournir et donner accès aux artistes aux dernières innovations technologiques audiovisuelles. En réunissant des ressources et un potentiel commun aux différents groupes, tout en centralisant les subventions, il pourrait être possible de permettre aux artistes d'avoir la possibilité d'emprunter un matériel haut de gamme. Comme exemple de regroupement, nous pouvons citer le cas du projet IMAGO qui, en 2010, initiait un rassemblement géographique et d'activités du Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec, de la librairie artistique Arttexte et du centre de photographie contemporaine VOX. Ce projet se matérialisa sous la forme de l'immeuble du 2-22 à Montréal, et propose aujourd'hui un centre culturel bouillonnant (Arttexte 2010). De cette façon, ces groupes ont su tirer avantage de ce que les coupes budgétaires

gouvernementales tentent d'imposer : une concurrence accrue entre les centres et groupes dans le but d'éviter une division des subventions accordées⁴⁵.

Pourtant, si cette centralisation s'opère à l'avenir, il faudra que le centre garde son activité d'archivage, car l'étendue de la collection de vidéo et films distribués par le *Vidéographe* fait partie intégrante du patrimoine culturel québécois. Ayant depuis les années 1970 été le témoin privilégié des changements sociaux et politiques, du Canada à l'international, les œuvres du centre montréalais sont des documents importants de ces bouleversements, mais aussi de l'évolution de la pratique vidéographique. Il sera donc nécessaire de conserver toujours cette culture indépendante, en lui offrant des espaces de diffusion à la hauteur des nouveaux défis technologiques à venir. Comme le *Vidéographe*, le *L.I.F.T.*, *V-Tape* et la *Coop Vidéo* ont eux aussi contribué, ainsi que de nombreux autres groupements à travers le Canada, à faire rayonner ailleurs les artistes d'ici, tout en passant au travers de la digitalisation. C'est cependant un combat perpétuel pour, au-delà de simplement s'adapter à ces nouvelles normes en évolution constante, d'innover et de permettre aux artistes de composer avec ces technologies.

⁴⁵ Il est important de noter que l'été 2014 a été le théâtre d'un clivage encore plus grand entre les groupes et le gouvernement québécois. Une coupe des crédits d'impôts de 20% a été mise en place pour les entreprises culturelles, ce qui s'avère être un gouffre financier pour elles, et un projet de loi visant à attribuer 4 millions de dollars, autrefois destinés au CALQ, à la SODEC. De cette façon, la SODEC attend un retour sur investissement de l'argent attribué aux groupes, chose qu'ils ne peuvent se permettre financièrement (Doyon 2014). Cette nouvelle est, au moment du rendu de ce mémoire, encore en pourparler entre les différents acteurs concernés.

Conclusion

Bien que la technique puisse être considérée comme une composante immédiate et essentielle de toute culture, elle reste purement instrumentale. La technique ne produit pas de symboles, la pensée technique n'est pas symbolisante. [...] Si une culture de l'hybridation doit s'épanouir, ce ne sera pas grâce à la complexification de plus en plus poussée des algorithmes et des modèles logico-mathématiques, mais au désir que certains auront eu d'y insuffler de l'art. (Couchot 1988 p. 237)

Les cas des groupes autogérés qui ont éclairé notre présente étude ont été autant les acteurs que les spectateurs de cette culture de l'hybridation. C'est la lutte continuelle pour être à jour sur les nouvelles technologies, tout en réfléchissant et en expérimentant des formes de production et de diffusion, qui définit aujourd'hui l'essence de ces centres. Si la quasi-totalité des travailleurs culturels composant ces lieux est aussi des artistes, et qu'ils forment là la base de la communauté, c'est que tout comme dans l'art, l'innovation est un élément crucial dans la vie des entreprises. Afin de rester compétitif sur un marché, que ce soit des associations d'économie sociale ou non, ces groupes ont du faire preuve d'ouverture pour continuer de mettre leur savoir-faire et leur imagination au service du collectif.

Nous avons vu, au travers notre étude historiographique, que les groupes autogérés de vidéastes et de cinéastes sont apparus dans un souci communautaire, soit pour pallier un manque au sein d'une localité, soit pour contribuer à la popularisation d'un médium à des fins démocratiques. L'autogestion était privilégiée pour le gouvernement, au tournant des années 1960-1970, comme un système canalisant des individus. C'est dans la veine des coopératives et des associations de producteurs agricoles que se sont ensuite développées ces formes collectives pour les artistes. Initié par une communauté et pour une communauté, dans l'élan

qu'avait inspiré *Challenge for Change / Société Nouvelle*, les aspirations sociétales des artistes ont été favorisées par le contexte politique, dans lequel le *Conseil des Arts du Canada* s'affichait comme le partenaire idéal pour les créateurs indépendants. Évidemment, le rapport entre les institutions gouvernementales et les groupes sociaux a souvent été détérioré en fonction des aléas politiques, des coupes budgétaires de l'État, et des conflits d'ordres économiques et idéologiques entre le gouvernement provincial et le gouvernement fédéral. C'est dans ce climat qu'ont évolué ces groupes ; il est évident que si nous avons étudié ici des entités qui sont encore en activité aujourd'hui, il nous est important de rappeler que de nombreux autres collectifs ont disparu au cours des dernières décennies : un des exemples les plus prégnants est celui de *Cinéma Libre*, collectif formé en 1976 afin de pallier un manque dans la distribution au Québec, le groupe a fermé ses portes au milieu des années 2000, en ayant pu diffuser plus de deux cents films au cours de son mandat (Gajan et Rousseau 1997 p.33). La survie de ces centres de création ou de distribution est donc toujours une priorité et une réalité pour les membres les composants.

Avec le renouvellement de la pratique artistique, lors de l'apparition des caméras digitales, permettant une facilité d'utilisation et une transformation du métier vers une informatisation accrue de la production, les centres ont été forcés de s'adapter à la demande croissante des artistes vers ces nouvelles technologies apparaissant sur le marché de l'audiovisuel. Mais au-delà d'une simple adaptation, c'est du côté de la diffusion que les centres ont pu trouver de nouvelles ressources. Internet ayant redéfini de nouvelles bases de la communication entre les hommes, ainsi qu'ayant développé une nouvelle sphère publique, c'est précisément dans cette brèche que les regroupements ont su s'infiltrer pour exploiter le

potentiel offert par le web. Bien sûr il s'agit là d'un objet instable, difficilement contrôlable et qui nécessite une maîtrise nouvelle des possibles offerts auxquels les groupes doivent se plier. Sans identité numérique qui forme, au-delà d'une simple vitrine promotionnelle, une matérialisation du mandat et des activités de chaque groupe, ceux-ci ne peuvent espérer se pérenniser. En effet, selon une étude réalisée en 2012 par l'Observateur des technologies médias, l'implantation d'Internet dans le quotidien des foyers québécois⁴⁶ s'avère en constante progression et s'est banalisée dans les foyers populaires ; ainsi, la majeure partie de l'information passe par l'utilisation du web comme source principale (Laflamme 2013 p. 69). Si les centres et les groupes autogérés ne possèdent pas, ou n'alimentent pas leur visibilité via Internet, grâce aux réseaux sociaux notamment – sur lesquels ils peuvent relayer des événements, formations, activités, etc. – la communauté concernée par leur mandat ne pourra pas se développer avec le temps. C'est donc à un double défi que se heurtent les organismes autogérés, celui de s'approprier les nouvelles règles de diffusion émises par le réseau Internet tout en devant faire preuve d'innovation et d'expérimentation, comme l'illustre le cas de Vithèque, qui requiert un investissement important pour l'équipe du *Vidéographe*, d'un point de vue humain ainsi que des coûts élevés relatifs au maintien de l'activité du catalogue. De plus, la volonté des centres et des regroupements d'encourager la création en misant sur l'hybridité des médiums et l'intermédialité des pratiques nécessite un appui important des institutions gouvernementales, et des subventions à la hauteur du défi technologique propre à notre époque, ainsi qu'aux années à venir. Pour cela, il faut remettre en perspective les champs

⁴⁶ Nous pouvons aussi affirmer cela en ce qui concerne l'Ontario avec un taux d'équipement d'internet de 81%, le Québec se trouvant en dessous de la moyenne nationale des différentes provinces canadiennes avec 73%, en 2010 (Laflamme 2013 p. 10).

d'action et les activités de ces organisations ; apparues dans un système politico-économique favorable à l'émergence de l'autogestion au sein de groupes d'intérêts de producteurs ou de travailleurs, est-ce toujours un modèle encouragé par le gouvernement comme canalisation du lien social et des ressources communautaires ? Faut-il reconsidérer les mandats des regroupements afin de leur permettre de poursuivre leur mission tout privilégiant l'expérimentation et l'innovation des dernières technologies ? Nous pensons en effet qu'à l'heure actuelle, les prises de positions du gouvernement canadien concernant la culture nationale ne favorisent pas le renouvellement de la pratique artistique et des groupements autogérés. Il semble désormais indiqué que le *Conseil des Arts*, en incitant les centres et les coopératives à recourir de plus en plus aux revenus autonomes, force ces structures à rentrer dans un système marchand et rentable qui ne profite pas à la création indépendante. En effet, s'il est primordial que les artistes soient soutenus financièrement par des instances gouvernementales ou privées, considérer des critères de rentabilité ou de potentiel sur un marché peut mettre en péril la liberté créatrice dont ils jouissent. À cela s'ajoute un phénomène plus global, qui est celui de l'uniformisation des outils de production et de l'informatisation du métier modifiant les champs de compétence et d'expertise des travailleurs culturels des centres d'artistes et des coopératives vers des domaines plus techniques. Le risque ici est de voir la pratique se normaliser autour du potentiel des logiciels et des appareils ; la vidéo portable permettait une expérimentation à même le médium de la bande magnétique ou des ondes télévisuelles. L'informatique a offert une facilité et une démocratisation importante de l'audiovisuel, au profit de l'essence matérielle de ces outils. Cependant, loin de vouloir livrer ici un discours pessimiste, les artistes en arts numériques explorent les possibles offerts par la digitalisation, tant dans la production, que vers la

diffusion. C'est donc vers ce domaine que les regroupements de cinéastes et de vidéastes devraient désormais s'orienter, afin de répondre à l'hybridité artistique de plus en plus présente dans l'écosystème culturel canadien.

Nous reconnaissons que notre présent travail n'a pas la qualité d'une étude exhaustive sur l'étendue des centres ou des groupes autogérés présents dans le pays. Beaucoup meurent, mais autant renaissent aujourd'hui. Le collectif, des organismes à but non lucratif ou des coopératives dans les arts comme dans beaucoup d'autres domaines à risque, reste un système productif et communautaire qui permet aux indépendants d'exister au sein d'une société inondée par un marché ultralibéral imposant une culture commerciale au souci principal d'être rentable. Étudier ce système à travers un pays aussi large et diversifié que le Canada relève d'une entreprise à laquelle nous n'avons pu nous plier ; il serait intéressant et judicieux, sans tenter de dégager une notion de système ou de fonctionnement « national », d'observer et d'analyser comment un système structurant comme celui des groupes autogérés peut générer du lien social, entre les artistes, mais aussi avec leurs publics, à l'intérieur des pôles culturels ou des métropoles, autant que dans les provinces et les régions éloignées. En effet, nous nous sommes concentrés ici sur quatre lieux présents dans deux métropoles des deux provinces les plus peuplées du pays. Alors qu'à Montréal les centres d'artistes peuvent avoir des mandats se chevauchant afin de répondre à une plus grande demande d'un des premiers bassins artistiques canadiens, dans certaines villes il n'existe qu'un seul, ou parfois même aucun lieu dispensant des ressources pour la communauté. Il faut donc encourager l'établissement de nouvelles structures dans les zones où elles ne sont pas présentes afin de pallier la centralisation massive des artistes dans des pôles urbains. Par l'entremise d'Internet, ces centres peuvent disposer

d'une visibilité accrue au plan national et international, et leur permettre une existence dans la communauté artistique de leur région. Les centres et les groupements autogérés doivent se doter de travailleurs compétents dans la gestion des réseaux sociaux et de l'identité numérique de leur structure, afin de couvrir un public plus large et d'assurer une relève des praticiens. De façon plus large, il est nécessaire pour les centres de permettre une passation d'expérience et de compétences auprès des nouvelles générations qui seront les gestionnaires de demain. Lors de la présentation de l'artiste Jean Paul Kelly, il avait été fait mention de proposer un système autorégulé de roulement des mandats des dirigeants des centres d'artistes ontariens, afin de permettre un meilleur accès des jeunes à des postes à haute responsabilité pour en assurer la relève. Une telle idée, bien qu'elle s'avère en effet prometteuse à long terme d'un point de vue logistique, ne prend pourtant pas en compte la dimension humaine et l'investissement des personnes concernées dans la vie de ces organisations. Et c'est bien ici que la situation devient problématique ; les centres et les groupes autogérés ne sont pas seulement des entreprises d'économie sociale ou de simples groupes d'intérêt, mais sont des matérialisations concrètes d'un esprit, d'un idéal et d'une communauté, qui, au-delà de tenir compte des problématiques économiques, accordent une part importante à la personne humaine et à son investissement dans un projet de société. Il n'est donc pas sain d'influer sur l'avenir de ces associations avec des considérations proprement liées à une logique d'entreprise, mais il nous faut prendre en compte la dimension humaine et sociale de cette problématique.

Si nous retournons maintenant à l'analyse globale qu'Hervé Fischer démontre dans son ouvrage (2004), il nous est bien difficile de voir que la digitalisation a créé dans son sillage le rétablissement tant attendu de la production cinématographique indépendante contre le

monopole hollywoodien. Après cette étude, nous avons déterminé que les groupes autogérés de création et de diffusion, exemples importants et symboles de l'indépendance artistique canadienne, se heurtent actuellement à de nouvelles difficultés en lien avec les dernières technologies. Les instances gouvernementales qui subventionnent historiquement ces groupes doivent continuer à se positionner comme le partenaire financier principal, sans quoi les structures indépendantes devront se tourner vers des financements privés, pouvant mettre en cause leur idée d'indépendance, ou bien augmenter les revenus autonomes ce qui aura pour effet de desservir la mission principale de leur mandat à savoir apporter de l'aide à la création ou à la distribution à la communauté artistique. En outre, il faudrait baser les montants des subventions accordées non plus sur la longévité des groupes, mais sur la pertinence des activités menées par ceux-ci pour subvenir aux besoins de la communauté. L'enveloppe monétaire étant faible, il faut désormais l'utiliser avec justesse afin de ne pas créer de clivages entre les structures. De leur côté, les centres et regroupements doivent expérimenter de nouvelles formes de financement, comme le *crowdfunding*, qui peuvent s'avérer prometteuses pour la réalisation de différents projets. L'espace web doit être investi afin de garder une place importante au sein de la communauté virtuelle entourant les organisations ; conjuguée à une multiplication des partenariats culturels avec des festivals, des institutions ou d'autres structures culturelles canadienne ou étrangère, la visibilité des regroupements augmentera via les réseaux sociaux, et permettra d'agrandir la communauté intéressée afin d'en solidifier l'attachement. Cette importance de la consolidation de la communauté passe par la diversité des événements organisés et des services proposés par les structures, et plus globalement, des innovations portées les travailleurs culturels dans le but de maintenir l'attractivité de leur structure.

La complexité de la chaîne de production cinématographique ne permet donc pas un changement radical à grande échelle dans son système. Au Québec, outre les problématiques soulevées dans le présent mémoire, l'exploitation des œuvres indépendantes se trouve confrontée à un manque de la demande du public, et mérite une analyse approfondie afin d'en cerner clairement les enjeux. Internet peut permettre de rejoindre ces publics, car sans tomber dans un optimisme malvenu, la toile offre un outil qui, comme toute technique, se doit d'être bien maîtrisé pour en dégager le maximum d'efficacité. La digitalisation n'est donc pas un processus clôt, aisément identifiable, mais se trouve être en perpétuel mouvement, change de forme au gré des différentes innovations technologiques, et mérite que l'on s'attarde aux conséquences que ces transformations apportent sur les créateurs indépendants. Si les possibles autrefois fantasmés se trouvent être aujourd'hui à la portée d'une technique en évolution, il faut donner aux artistes et aux collectifs les moyens de s'en emparer.

BIBLIOGRAPHIE

ARDENNE, Paul (2002). *Un art contextuel : création artistique en milieu urbain, en situation d'intervention, de participation*, Paris : Flammarion

BASTIEN, Pierre et Denise, BRASSARD (1996). « Chronologie de la vidéo et du cinéma au Québec ». *Rapport des États généraux des créateurs et créatrices du cinéma et de la vidéo, organisé à l'UQAM, 29 -31 mars 1996*, Montréal : Éditions Gaz Moutarde

BARRETTE, Pierre (2010). « *Journal d'un Coopérant : l'aventure en direct de Robert Morin sur le Net* ». *24 Images*, n°146, p.8

BEAU, Frank (1998). « Le Désordre numérique », Frank Beau et Philippe Dubois sous la direction de Gérard Leblanc, *Cinéma et Dernières Technologies*, Paris : De Boeck Université p. 41-54

BEGIN, Jean-Yves (1969) « Le Groupe de Recherches Sociales de l'ONF », *Séquences*, n°59, décembre, p.14-22

BEGIN, Jean-Yves (1973). *Médium-Média : le film et les médias communautaires comme instrument d'intervention sociale*, Montréal : Service de l'Information et de la Publicité de l'Office National du film du Canada

BELTON, John (2010) « Digital Cinema: A False Revolution », Marc Furstenu, *The film theory reader: debates and arguments*, London: Routledge, p. 282-293

BOURDON, Luc, Katherine, LIBEROVSKAYA, Nelson, HENRICKS, Daniel, DION (1994). « Video Art in Québec and Canada », *Ouverture Panculturelle pour l'échange et la réalisation de l'Art / Pancultural Overture for Exchange and Realization of art*, Montréal : Opéra

BOURDON, Luc (2013) « Vidéographie 70 », *24 images*, n°165, décembre, p.10-17

BOUVIER, Pierre (2005). *Le lien social*, Paris : Gallimard

BURDEAU, Emmanuel et Thierry, LOUNAS (2001), « Édito », *Cahiers du Cinéma*, hors série n°27, novembre, p. 6-7

CARRIERE, Daniel (1991a). « Dossier : la vidéo indépendante québécoise : portrait de groupe » *Ciné-Bulles*, vol. 11, n°1, p. 16-21

CARRIERE, Daniel (1991b). « Une première à la télévision québécoise » *Le Devoir*, 29 octobre, p. B-3

CARRIERE, Daniel (1992). « Domestiquer l'art vidéo » *Le Devoir*, 9 décembre, p. B-2

CLOUTIER, Mario (1995). « Génération V » *Séquences*, n°177, p. 12-17

COCKBURN, Daniel (2001) « Screensplitting », Daniel Cockburn et Jonathan Culp, *Celluloïd: Celebrating 20 Years of Independent Filmmaking*, Toronto: Liaison of Independent Filmmakers of Toronto p.5-8

COMPIEGNE, Isabelle (2007), *Internet : Histoire, enjeux et perspectives critiques*, Paris : Ellipses

CONSEIL DES ARTS DU CANADA (1984) *27e Rapport Annuel du Conseil des Arts du Canada 1983-1984*, Ottawa : Publications du Conseil des Arts du Canada

CONSEIL QUÉBÉCOIS DES ARTS MÉDIATIQUES (2005) *Commentaires et propositions de modifications au projet de révision du programme d'aide au fonctionnement des organismes de productions en arts médiatiques*, Montréal : Conseil Québécois des Arts Médiatiques

COTTER, Brendan (1991). « Avant-propos », Brendan Cotter, Jean Tourangeau, Peggy Gale, Dan Walworth et Francine Nadon. *Robert Morin, Lorraine Dufour : Une décennie de production vidéographique, 1980-1990 = Robert Morin, Lorraine Dufour : A decade of video production, 1980-1990*, Toronto : A Space, p.7-10

COUCHOT, Edmond (1988), *Images : de l'optique au numérique : les arts visuels et l'évolution des technologies*, Paris : Hermes

COUPET, André (1990). *Étude sur le financement des Arts et de la Culture au Québec*. Montréal : Samson Bélaïr / Deloitte & Touche

CULP, Jonathan (2001). « All Geared Up : Film and Video Equipment Co-ops in Canada », Daniel Cockburn et Jonathan Culp, *Celluloïd: Celebrating 20 Years of Independent Filmmaking*, Toronto : Liaison of Independent Filmmakers of Toronto p.18-22

DUCHAINE, Andrée (1978). « Fifth Network, Cinquième Réseau », *Parachute*, n°13, hiver, p.5-10

FISCHER, Hervé (2004) *Le Déclin de l'empire Hollywoodien*, Montréal : VLB

FOUCHE, Jean-Charles (2007) *Comprendre la vidéo numérique*, Nice : Baie des Anges

FOUCHE, Jean-Charles et Léonard, ROLLIN (2009) *La pratique de la HD et du Cinéma Numérique*, Nice : Baie des Anges

FROGER, Marion (2010) *Le cinéma à l'épreuve de la communauté : la production francophone à l'Office national du film du Canada*, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal

FROGER, Marion (2010) « Les dynamiques collectives du Vidéographe (1970 - 1975) » Vincent Bonin, *Documentary Protocols = Protocoles Documentaires (1967 - 1975)*, Montréal : Galerie Leonard & Bina Ellen Art Gallery - Université Concordia, p. 395-404

GAJAN Philippe et Yves, ROUSSEAU (1997) « Les films de l'autre, Spirafilm et Cinéma Libre », *24 Images*, n°87, p. 32-34

GAULDREAU, André et Philippe, MARION (2013) *La fin du cinéma ? Un média en crise à l'ère du numérique*. Paris : Armand Colin

GIRAUD, Thérèse (2001) *Cinéma et technologie*, Paris : Presse Universitaire de France

HANHARDT, John G. (1982) *Nam June Paik*, New York : Whitney / Norton

HENAUT, Dorothy Todd et Bonnie, KLINE (1970) « In the Hands of Citizens: a video report » *Radical Software* n°1, printemps, p. 11-12

HILL STRATEGIES RECHERCHE (2003) *Profil des arts médiatiques, Étape 1*, Ottawa : Conseil des Arts du Canada, Patrimoine Canada

LAFLAMME, Jacques (2013) *Culture, communications et technologies numériques au Québec*, Direction générale de la planification et des sociétés d'État, Québec : Agathe Caron

LAMARRE, Louise, Jules, LAMARRE, Luc, BOURDON, Katherine, LIBEROVSKAYA (1992). *Le prix de la liberté : rapport sur la production indépendante vidéo*, Montréal : Institut québécois du cinéma

LAMOUREUX, Diane (2001). *L'amère patrie : Féminisme et nationalisme dans le Québec contemporain*, Montréal : Les éditions du Remue Ménage

LECRIVAIN, Valérie (2007). « Échange », *Dictionnaire de Sociologie*, nouvelle édition *Encyclopædia Universalis*, p. 265-267

LIPOVETSKY, Gilles, Jean, SERROY (2007). *L'écran global : culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*, Paris : du Seuil

LOISELLE, Marie-Claude (2000), « La DV : à nous la liberté » *24 Images*, n°102, p. 3

MACKENZIE, Scott (2004). *Screening Québec: Québécois moving images, national identity, and the public sphere*. Manchester : Manchester University Press

- MAILHOT, Laurent (1982). *Le Conseil des arts du Canada, 1957 – 1982*, Montréal : Leméac
- MANOVICH, Lev (2002) *The Language of New Media*, Cambridge : MIT Press
- MARINEAU, Jean-Claude (1994) « Vidéo : journal vidéo », *Ciné-Bulles*, vol. 13, n°3, p 40-41
- MARINO, Cristina et Olivier, PUECH (2001) « Streaming : du rêve à la réalité » *Cahiers du Cinéma*, hors série n°27, novembre, p. 25
- MARSOLAIS, Gilles (1974) « TVC-4 : une expérience à suivre », *Vie des Arts*, vol. 19, n°77, p. 54-56
- MARSOLAIS, Gilles (1997). *L'aventure du cinéma direct revisitée*, Montréal : Les 400 coups
- MASON, Joyce (1986). « V/Tape : Canadian Video Central », *The Independent*, août/septembre, p. 8-10
- MASSEY, Vincent (1951). *Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada, 1949-1951*, Ottawa : E. Cloutier, Imprimeur de sa Très Excellente Majesté le Roi
- OFFICE NATIONAL DU FILM, (1968) *Rapport Annuel de l'Office National du Film 1967-1968*, Ottawa : l'Office National du Film
- OFFICE NATIONAL DU FILM, (1972) *Rapport Annuel de l'Office National du Film 1971-1972*, Montréal : l'Office National du Film
- OFFICE NATIONAL DU FILM, (1974) *Analyse des activités vidéographiques du programme Société Nouvelle*, Montréal : Société Nouvelle/Challenge for Change
- PARAYRE, Ariane (2011), *L'utopie numérique : discours et réalités sur la numérisation des salles de cinéma illustrées par le cas de l'entreprise DigiScreen*, Mémoire de Maîtrise, Montréal : Université de Montréal
- PARENT ST-GELAIS, Pierre-Anaïs (2002), *L'impact du traitement numérique dans l'art vidéo québécois*, Mémoire de Maîtrise, Montréal : Université de Montréal
- PELLETIER, Antoine (1994), « L'aventure de l'Office du film de Québec », *Cap-aux-Diamants : la revue d'histoire de Québec*, n°38, p. 44-47
- PROULX, Serge (2006), *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Québec : Presses de l'Université Laval
- RIOUX, Marcel (1987), *La Question du Québec : Essai*, Montréal : l'Hexagone

ROY, André (2006), « Les risques du numérique : les chances de la pensée » *24 Images*, n°129, p. 14-15

RUSH, Michael (2005), *Les nouveaux médias dans l'art*, Paris : Thames & Hudson

SAILLANT, Francine et Eric, GAGNON (2005), *Communautés et socialités : formes et force du lien social dans la modernité tardive*, Montréal : Liber

SEGUIN-TETREAU, Mathieu (2010) « Journal d'un Coopérant : Morin : Comment ça va la douleur ? » *Séquences*, n°265, p. 42

STEELE, Lisa et Kim, TOMCZAK (s.d), *V/Tape: Centre de distribution , de liaison et de service éducatif pour la vidéo*, Toronto : V-Tape

THORNE, Kika, Lisa, STEELE, Karen, TISCH, Leslie, PETERS, Will, KWAN, Stefan, ST-LAURENT, Jeremy, RIGSBY, Cynthia, LICKERS (2002), *Video Ground Zero*, Toronto : V-Tape

THIRY, Laurent et François MERGIER (2004), *Produire et diffuser en numérique*, Paris : Dixit

TOURANGEAU, Jean (1991). « Transition & Analogy in video », Brendan Cotter, Jean Tourangeau, Peggy Gale, Dan Walworth et Francine Nadon. *Robert Morin, Lorraine Dufour : Une décennie de production vidéographique, 1980-1990 = Robert Morin, Lorraine Dufour : A decade of video production, 1980-1990*, Toronto : A Space, p.14-32

VIAL, Stéphane (2013), *L'être et l'écran, comment le numérique change la perception*, Paris : Presse Universitaire de France

WAUGH, Thomas, Michael, BRENDAN BAKER, Ezra, WINTON (2010), *Challenge for Change: Activist Documentary at the National Film Board of Canada*, Montréal : Mc Gill-Queen's University Press

ZRYD, Michael (2002) « A report on Canadian Experimental Film Institutions, 1980 – 2000 » William Beard et Jerry White, *North of everything : English-Canadian cinema since 1980*, Edmonton : University of Alberta Press, p. 392-401

DOCUMENTS ÉLECTRONIQUES

ARTEXTE (2010) « IMAGO : Un projet ambitieux en arts visuels devenu réalité » *Artexte*, [En ligne], publié le 10/05/10, <http://artexte.ca/imago-an-ambitious-project/?yxj0z=684774&lang=fr>

BONIN, Vincent (2013) « Regards sur l'économie sociale et l'autofinancement : diversité et consolidation » *Congrès organisé par le Regroupement des Centres d'Artistes Autogérés du Québec à La Filature, Gatineau*, [En ligne], Montréal : RCAAQ, <http://reseauartactuel.bandcamp.com/album/regards-sur-l-e-conomie-sociale-et-l-autofinancement-diversite-et-consolidation-un-congre-s-du-rcaaq> consulté le 19/04/2014

CÔTE, Denyse et Étienne, SIMARD (2010). « De l'utopie radicale à la bonne gouvernance : le cas du Québec » [En ligne] Université du Québec en Outaouais, <http://ejournals.library.vanderbilt.edu/index.php/ameriquequests/article/viewFile/157/177>, consulté le 31/03/2014

COUTURE, André Michel (1989). *Elements for a social history of television : Radio-Canada and Quebec history 1952 – 1960* [En ligne] Mémoire de Maîtrise, Montréal : McGill University, http://digitool.library.mcgill.ca/R/?func=dbin-jump-full&object_id=61992&local_base=GEN01-MCG02 consulté le 21/03/2014

DOYON, Frédérique (2014) « Les milieux du cinéma d'auteur et de l'art vidéo en émoi » *Le Devoir*, [En ligne], publié le 25/06/14, <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/411841/les-milieux-du-cinema-d-auteur-et-de-l-art-video-en-emoi>

FAN, Larissa (2001). « À brief history of L.I.F.T » *Newsletter Liaison of Independent Filmmakers of Toronto*, [En ligne], http://lift.ca/sites/lift.ca/files/LIFTNewsletter_2001JanuaryFebruaryweb_0.pdf, consulté le 31/03/2014

FOURNIER, Luc (2012). « Les clubs vidéo agonisent », *La Presse*, [En ligne], publié le 23/03/2012, <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/actualite-economique/201203/22/01-4508392-les-clubs-video-agonisent.php>, consulté le 30/03/2014

HENRICKS, Nelson (2012) « Petite histoire de l'art vidéo », Conseil Québécois des Arts Médiatiques, *Petit manuel des arts médiatiques, guide de diffusion*, [En ligne] <http://www.cqam.org/files/pdf/cqam-guide-de-diffusion.pdf>, consulté le 02/05/2014

LALONDE, Catherine (2012) « Mort, le club vidéo ? » *Le Devoir*, [En ligne], publié le 13/08/2012 <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/361376/mort-le-club-video>, consulté le 18/06/2014

LAMOUREUX, Diane (2005) « Les possibles de Marcel Rioux qui ne sont pas advenus », *Le Devoir*, [En ligne], http://classiques.uqac.ca/contemporains/lamoureux_diane/les_possibles_marcel_rioux/les_possibles_marcel_rioux.html, consulté le 21/03/2014

L'ITALIEN, Isabelle (2014) « La Youtubisation de Télé-Québec : Une stratégie gagnante ou une vitrine de plus ? » *Rapports et Communiqués du Centre Québécois des Arts Médiatiques*, [En ligne], <http://www.cqam.org/pages.php?lg=fr&type=report&id=1290>, consulté le 19/04/2014

LUSSIER, Marc-André (2011) « Journal d'un Coopérant : une métaphore puissante », *La Presse*, [En ligne], <http://www.lapresse.ca/cinema/201207/23/49-2046-journal-dun-cooperant.php>, consulté le 06/04/14

OWEN, Dave (2005). *The Betamax vs VHS Format War*, [En ligne], <http://www.mediacollege.com/video/format/compare/betamax-vhs.html>, consulté le 30/03/2014

REGROUPEMENT DES CENTRES D'ARTISTES AUTOGERES DU QUEBEC (2010) *Consultation sur l'économie numérique*, [En ligne], http://www.rcaa.q.org/fichiers/actualites/pdf/Nouv_technologies.pdf, consulté le 29/04/2014

UZEL, Jean-Philippe (2002). « Les nouveaux territoires de l'art vidéo », *Sociologie et Sociétés*, vol. 34, n°2, automne, p. 95-110 [En ligne] <http://www.erudit.org/revue/socsoc/2002/v34/n2/008133ar.html>, consulté le 01/04/2014