

l'interdit

numéro 254 novembre-décembre 1976



l'interdit

Numéro 254,
novembre-décembre 1976

Journal des Diplômés de l'Université de Montréal

Directeur général

Ghislaine Marsot

Conseil d'administration

Paul-André Tétreault, président
Louise Mailhot, 1er vice-président
Gérard Ducharme, 2e vice-président
Jacques Breton, secrétaire
Patrice Poirier, trésorier
Jean-Jacques L'Heureux, président
sortant
Haig Adjami, Clermont Barnabé,
Jocelyne Delage, Rolland
Lamarche, Claude Leblanc,
Pierre Leroux, Jean-Pierre Roy,
Roger Larose, représentant de
l'Université de Montréal

Comité de "L'INTERDIT"

Clément Barnabé, président
Luc Bergeron, Jocelyne Delage,
Gérard Ducharme, Pierre Leroux,
Louise Mailhot, Ghislaine Marsot

Conception et réalisation graphique

kessel communications inc.

Impression

Journal Offset Inc.

Les reproductions sont autorisées
moyennant mention de l'Interdit et
des auteurs.

Dépôt légal no D6800280,
Bibliothèque Nationale du Québec.

Courrier de deuxième classe
autorisation en cours.
Imprimée au Québec
Publiée 6 fois l'an
Tirage 32,000 copies

SIEGE SOCIAL :

L'INTERDIT
2910, Boul. Edouard-Montpetit
bureau 3
Montréal, Québec H3T 1J7
(514) 343-6230

Abonnement annuel: \$6
à l'étranger: \$8

Publicité:

Publi-Université Inc.
C.P. 1457
Place Bonaventure
Montréal, Qué.
(514) 672-1735

sommaire

Editorial	3
Clermont Barnabé, <i>Sciences de l'éducation '66</i>	
Publicité d'hier et d'aujourd'hui	4
Maurice Wattier, <i>Sciences Sociales '43</i>	
Bémol sur la note romaine	8
Jean-Paul Audet <i>Directeur du département de philosophie</i>	
Existe-t-il des aliments parfaits?	10
Louise Lambert-Lagacé, <i>Diététique '61</i>	
La F.E.P. : une faculté en danger	13
Yves Bertrand, <i>Philosophie '68</i> et Luc Hétu	
L'Université de Montréal, son fonds annuel de soutien	16
André Bachand, <i>Droit '41, H.E.C. '42</i>	
Diplômés-auteurs	17
Le carnet	19

éditorial

on est 40,000... faut se parler!

Clermont Barnabé, *Sciences de l'Éducation '66*
Président du comité de l'Interdit

Depuis un bon bout de temps, nous entendons à la radio et à la télévision le cri de ralliement "On est six millions... Faut se parler!" Je m'excuse auprès de la compagnie de bière de reprendre leur slogan.

D'après moi, c'est plus qu'un slogan: c'est un symptôme. Un symptôme d'une société dont les différentes composantes communiquent de moins en moins entre elles. Qu'on doive à ce moment-ci de l'évolution de la société québécoise proposer une telle invitation de rassemblement en dit long sur l'état de nos communications interpersonnelles.

Je prends pour acquis que l'Association des Diplômés de l'Université de Montréal se retrouve au même stade d'évolution que la société au sein de laquelle elle existe. Le slogan (ou symptôme) "On est 40,000... Faut se parler!" ne convient-il pas à notre Association? Combien de fois avez-vous vraiment le sentiment de parler ou de communiquer avec l'ensemble des diplômés? Et pourtant... Et pourtant, l'Interdit vous offre cette possibilité.

L'Interdit comme moyen de communication de l'Association avec ses membres et comme lien entre l'Université et ses anciens remplit bien son rôle, du moins je le crois. Notre journal pourrait jouer un troisième rôle à savoir, être un agent

de liaison entre les diplômés. Ne serait-il pas intéressant de se faire raconter par un diplômé sa toute dernière recherche, une expérience professionnelle particulièrement intéressante, ou sa participation à un événement spécial?

J'ai recensé notre journal de 1969 à aujourd'hui. Il m'a semblé que, il y a quelques années, plus de diplômés écrivaient dans l'Inter et l'Interdit. Se peut-il que la majorité de nos diplômés soient à ce point muets, qu'ils n'aient rien à communiquer aux autres ou à partager avec les autres? L'Interdit se veut ouvert à tous et vous invite à en profiter.

L'Interdit est prêt dans ses prochaines parutions à ressusciter l'ancienne chronique "intercorrespondance". Ce serait là une bonne occasion de recevoir l'opinion de nos diplômés concernant le contenu, la présentation ou l'orientation de l'Interdit. Le comité de rédaction doit avouer qu'il se sent parfois loin des lecteurs et qu'il lui serait utile de savoir s'il satisfait leurs attentes.

J'ai la conviction que l'Interdit y gagnerait à une plus grande participation des diplômés. Faites-nous donc parvenir vos articles que nous publierons avec plaisir. Aucun domaine ne sera privilégié puisque l'important sera de se parler.

Tous nos voeux pour un
Joyeux Noël et une Heureuse Année

réflexions sur des aspects de la publicité d'hier et d'aujourd'hui

Maurice Wattier

Sciences Sociales '43

Ma carrière en publicité s'étendant sur une période de plus de 35 ans, on m'a suggéré de brosser une vue d'ensemble du développement de la publicité dans notre milieu depuis ce temps jusqu'à nos jours. Je vous parlerai donc de ce que j'ai vu et de ce que j'ai fait, le tout perdu dans l'anonymat pour ne pas donner l'impression que je me fustige ou que je me couronne de lauriers.

Il y a quelque trente-cinq ans, il n'existait au Québec — plus précisément à Montréal — que deux agences de publicité francophones de quelque importance, accréditées principalement par la Canadian Daily Newspapers Association (l'Association canadienne des journaux quotidiens). Il est important de vous dire, d'abord, que l'agence, qui travaillait pour un annonceur, était payée par le diffuseur du message, soit le journal au tout début. C'est encore la même chose aujourd'hui, bien qu'on parle depuis toujours de nouvelles méthodes de rétribution quand on traite de publicité nationale, qui n'est pas la publicité de la nation ou la publicité faite d'un bout à l'autre du pays. Il s'agit en fait de la publicité réalisée pour les fabricants et les grands distributeurs. Et cet épithète n'est pas un anglicisme ou un canadianisme de mauvais aloi, puisque le même mot est employé en France et dans les autres pays francophones pour désigner la même réalité. De toute façon, on distingue la **publicité nationale** et la **publicité locale**, cette dernière étant faite pour les détaillants. Il y a aussi de nos jours la publicité régionale, qui, de façon générale, est faite dans une province ou, en tout cas, dans un territoire restreint.

Agences francophones

Revenons à nos deux agences du début. L'une, fondée par un pionnier du parti libéral (couleur rouge enfer), qui la favorisait de ses contrats, était entièrement accréditée car elle satisfaisait les exigences, principalement financières, de l'association. L'autre, dont le patron était d'allégeance conservatrice, avait exploité le nationalisme québécois, au début, pour obtenir une sorte d'accréditation provinciale, donc limitée. C'était en somme un cas d'exception. Elle a finalement obtenu, avec les ans, une accréditation complète, et j'ai travaillé pour les deux. D'abord pour la moins importante, alors qu'elle avait un statut spécial. Avec les années, presque toutes les agences de publicité anglophones d'ici, des autres provinces et des États-Unis qui faisaient de bonnes affaires dans le Québec fondèrent, au sein de leur organisation québécoise, des services français. Mais pendant longtemps, l'annonce fut traduite directement par les journaux, qui offraient gratuitement leurs bons offices, car la publication des messages était bien payante. C'est donc dire que les Américains et les Canadiens ont pris sur nous, au départ, une sérieuse avance en matière de publicité.



M. WATTIER est licencié en sciences sociales, économiques et politiques de l'Université de Montréal en 1943. Sa carrière publicitaire remonte à plus de 30 ans. Il a acquis de l'expérience dans tous les services d'une agence de publicité mais principalement dans la rédaction, la conception et le service des clients, à titre de chef de publicité et de chef de groupe.

M. WATTIER est l'un des pionniers de la création publicitaire en langue française au Québec. Il y a fait ses premières armes pendant les années de guerre en créant des campagnes pour les Obligations de la Victoire et les Obligations d'Épargne du Canada, la Commission des prix et du commerce, en temps de guerre, la Croix-Rouge, etc., etc.

Il a été à l'emploi de grandes agences de publicité à titre de vice-président et de directeur des services français avant de créer sa propre agence dont il s'est maintenant retiré.

Il a prononcé de nombreuses causeries et écrit de nombreux articles sur la publicité dans des magazines américains, canadiens-anglais et canadiens de langue française. Actuellement, il est directeur du Conseil des Normes de la Publicité et secrétaire de direction du Conseil des agences de publicité du Québec.

Les maîtres de la publicité moderne

Je n'apprendrai rien à personne en soulignant que les Américains sont les maîtres incontestés de la publicité moderne et que dans ce domaine, la France elle-même est à l'étude des maîtres étatsuniens. Le Québec fut donc en publicité — et je sais qu'il l'est encore — le vassal de l'Ontario. D'après mon expérience et d'après Mme Jacqueline Bruneau, chef du code publicitaire de Radio-Canada, la publicité nationale est encore traduite de l'anglais dans une proportion qui s'échelonne entre 75 et 95%. Toronto est sans conteste la capitale canadienne de la publicité et elle est, de façon générale, la fille spirituelle et matérielle bien disciplinée et assujettie des tout-puissants U.S.A. Cela a débuté ainsi et se perpétue ainsi.

Pour un peuple de traducteurs

Au temps des traductions publicitaires effectuées par les journalistes (le plus souvent les moins brillants) et par des publicitaires improvisés (ils l'étaient tous au début, et beaucoup le sont encore aujourd'hui) on faisait des gorges chaudes sur les mauvaises traductions. Et c'était chose courante pour les publicitaires, les traducteurs et les linguistes d'avoir des sottisiers. Ainsi, on pouvait lire dans des annonces que des plumes (à écrire) étaient "terrifiantes" (terrific), qu'une boisson gazeuse "aidait à virer les roues de l'industrie" (keeps the wheels turning), qu'un produit était "premier avec moi" (first with me). On se demandait: "Pourquoi grandir en ayant soif?" (Why grow thirsty?). On recommandait de ne pas être "demi-sûr", en faisant l'éloge d'un désodorant. En parlant d'une voiture automobile, on affirmait que "même le prix est concentré". Les plantes "evergreens" étaient désignées sous le nom des "toujours-verts". On affirmait qu'on pouvait laver un plancher "sur deux tranches de pain" (On two slices of bread), etc. On pourrait multiplier ces perles à l'infini. Bien qu'on ait quelque peu amélioré la situation, les mauvaises traductions sont encore une chose courante. Il suffit de lire, par exemple, M. Pierre Beaudry dans La Presse pour s'en rendre vite compte. Une société de traduction de Montréal en vint, à un certain moment, à traduire la grande majorité des annonces produites par à peu près toutes les agences anglophones. Même les services français de ces agences préféraient confier leurs travaux à cette société.

La création prend son essor

La plus importante des agences francophones d'avant la deuxième grande guerre mondiale connut pendant les hostilités un essor considérable. Voici comment les choses se passèrent. Le gouvernement central eut recours à la publicité pour soutenir l'effort de guerre, pour vendre ses obligations de guerre, ses obligations d'épargne du Canada (après que les Alliés furent victorieux). On s'aperçut vite, pendant la guerre, que les Canadiens anglophones et francophones ne finançaient pas la guerre pour les mêmes raisons. Au patriotisme et à l'esprit pratique des anglophones correspondait à peu près le seul souci d'ordre pratique (financier) des francophones. Pour motiver ces derniers, on eut recours aux exploits outre-mer en 1914-1918 du 22ème régiment, par exemple; et on évoqua quelque peu les malheurs de la France conquise. Mais, de toutes façons, le patriotisme était utilisé en sourdine dans notre milieu francophone. Un marketing implacable (imposé par des chefs de rédaction d'importants journaux) imposa, somme toute, qu'on crée en français des campagnes entièrement différentes de l'anglais pour les Obligations de la victoire, la Commission des prix et du commerce en temps de guerre, la Croix-Rouge, etc. C'est pendant cette période qu'on mit de l'avant avec succès l'idée que le groupe canadien-français était différent et que la publicité qu'on lui adressait devait être différente. Mais ce fut bientôt le retour à la paix.

Marche arrière

La situation devint moins explosive et les annonceurs renouèrent avec le régime des traductions généralisées. En effet M. Marcel Paquin, sociologue à qui j'avais confié un travail de recherche sur les traductions en publicité, publia ces remarques: "J'ai consulté les annonces publicitaires parues dans "La Presse" et le "Star" couvrant les 50 années s'échelonnant de 1919 à 1969. J'ai comparé ainsi près de 100 éditions de l'une et l'autre pour ne trouver que similitude ou traduction dans l'annonce publicitaire. Pour donner les résultats de mon observation, j'ai divisé la période de l'étude en deux parties: avant la guerre 39-45 et après la guerre... Je n'ai pas vu dans les journaux que j'ai consultés une campagne publicitaire orientée vers un consommateur canadien-français qui soit différente de celle présentée aux lecteurs canadiens anglais... L'on peut dire, sans risque de se tromper, qu'un annonceur prépare sa campagne publicitaire sans tenir compte des différences ethniques et présente cette campagne publicitaire en français et en anglais simultanément. Faites l'expérience vous-même ce soir: achetez "La Presse" et le "Star", et comparez."

Au fond, on est bien tous pareils

Après la guerre les services français des agences anglophones, entre autres, continuèrent de traduire docilement et tentèrent même souvent de faire échec aux tentatives des pionniers de la création française, en les qualifiant de visionnaire. Bien sûr, fondamentalement, on mange tous à peu près les mêmes choses pour les mêmes raisons, on s'habille tous à peu près de manière identique et l'on se divertit de la même façon. Le rouleau compresseur du progrès matériel a tendance à nous couler tous dans le même moule, que l'on habite le Québec, l'Ontario, la France, les Etats-Unis, l'Algérie, le Brésil ou tout autre pays le moins de l'heure du vingtième siècle. Il importe donc de s'attacher aujourd'hui à de petites (?) différences entre langues et cultures différentes pour constater que la publicité ne peut être partout la même, comme le voudraient bien souvent d'importantes sociétés pan-canadiennes ou multinationales, dont certaines ont été jusqu'à faire retraduire littéralement en anglais leur publicité de langue française pour s'assurer qu'on n'avait pas trahi leur texte original anglais!

Lueurs d'espoir

Je dois souligner, cependant, que les maîtres en publicité des Etats-Unis reconnaissent de plus en plus, bien qu'ils soient le plus souvent anglophones unilingues, que chaque pays possède ses caractéristiques, que la publicité se doit de refléter. On prétend même aujourd'hui, du moins en certains milieux, qu'un bon "marketing man" devrait parler aux moins deux langues, préférablement trois. Les maîtres, qui croyaient autrefois que tout ce qui réussissait aux U.S.A. connaîtrait le succès à l'étranger, ont été suivis par des experts qui, dans 50% des cas environ, reconnaissent aujourd'hui la véracité du dicton bien connu: autre pays, autres mœurs. Et c'est pourquoi, fort souvent de nos jours, on permet — sans changer le plan de marketing — le recours à des réalités plus ou moins folkloriques, sur un plan régional. Ainsi, par exemple, dans un message télévisé on fera chanter une ritournelle traduite plus ou moins littéralement par une "vedette locale". Ou encore on adaptera, dans une production qui me semble hybride, un texte chanté en anglais et devenu presque stupide une fois traduit en français...

C'est ainsi qu'à partir de "Your kind of people...", en passant par la maxime: "Dis-moi qui tu hantes et je te dirai qui tu es", on en arrivera à claironner: "Dis-moi qui le consume et je te dirai ce qu'est le produit". Donc, le produit sera tout à la fois vulgaire si le consommateur est vulgaire, quel-

conque si le consommateur est ordinaire et raffiné si le consommateur fait partie d'une élite. Comme si un produit pouvait être tout cela en même temps!

Le joug rédactionnel

Il est une autre expérience que j'ai partiellement vécue pendant mes débuts en publicité. Les premiers rédacteurs publicitaires furent les écrivains et des journalistes qui, nécessairement, avaient le souci de s'exprimer, de s'extérioriser, de créer à l'image de leurs convictions de littérateurs. On en vint vite à constater que la publicité n'était pas la littérature et qu'il fallait s'exprimer en fonction des consommateurs et des usagers, leur parler le plus souvent en termes familiers. Et pour connaître les motivations des consommateurs on mit la recherche à l'honneur. Ce fut, bien sûr, parmi les rédacteurs d'alors un tollé général de protestations. On coupait, disait-on, les ailes à l'inspiration, aux belles envolées littéraires, à la création, etc. La nouvelle méthode était pourtant un progrès irréversible, et les muses durent accepter le carcan, créer et dériver à l'intérieur des données d'un plan bien défini de marketing. Personne de sérieux ne penserait aujourd'hui à agir autrement. Les graphistes sont également soumis à la même contrainte.

Les acheteurs-vendeurs d'espace

Permettez-moi de faire un autre retour en arrière. Les premières agences de publicité canadiennes, du moins pour un bon nombre, sortirent des imprimeries toutes armées comme de la cuisse de Jupiter. Il faut comprendre que les imprimeries réalisaient déjà des brochures, des dépliants, des feuillets publicitaires et qu'elles avaient à leur service des vendeurs qui connaissaient les rudiments de la publicité, tout particulièrement de la publicité directe, c'est-à-dire de la publicité qui atteint directement le consommateur sans passer par l'intermédiaire d'un journal ou d'un autre média d'information, comme la radio ou la télévision pour n'en nommer que deux autres. Mais, avant ou à peu près au moment où les imprimeries fondaient des agences, on assista à l'avènement des acheteurs-vendeurs d'espace, si je puis nommer ainsi les "space-contractors". Ces individus achetaient de l'espace publicitaire dans les imprimés, principalement les journaux et les magazines, puis le revendaient à leurs clients. Et c'est pour cela que les media leur payaient une commission. Et c'est à cause de cela que les agences de publicité sont encore rémunérées par les media et non directement par les annonceurs, leurs clients. D'ailleurs, au début, les acheteurs-vendeurs d'espace obtenaient des taux d'annonce réduits selon le volume d'espace qu'ils achetaient et qu'ils pouvaient souvent revendre à meilleur compte que leurs concurrents moins audacieux ou moins heureux en affaires. Cela donna lieu à des représentations qui menèrent à l'uniformisation du coût de l'achat de l'espace, non pas en fonction des acheteurs-vendeurs mais en fonction des annonceurs. Et alors tous les représentants durent vendre au même taux, évitant la concentration de la clientèle entre les mêmes mains. Il n'en subsista pas moins que les taux d'achat d'espace restèrent dégressifs: plus on achetait d'espace pour une même annonceur, moins cher il payait à l'unité. Mais, avec les ans, ce régime disparut presque entièrement (il en existe peut-être encore quelques traces), car on en vint au taux fixe, qui élimine tous les embêtements qu'occasionnaient les rajustements de prix, etc. On peut dire qu'on vit aujourd'hui, du moins dans le domaine des imprimés, dans un régime de prix fixe. Ajoutons qu'aux premières heures de la radio, on vit de même des individus acheter du temps pour le revendre à leur guise. Cela ne se fait plus, et s'il existait encore une exception quelque part, elle ne ferait que confirmer la règle.

1600 messages par jour

La publicité, sa diffusion principalement, repose plus que jamais sur le principe qu'elle contribue au financement des media, puisque ceux-ci livrent aux annonceurs de vastes au-

ditaires de consommateurs et d'usagers éventuels intéressés à lire ou à entendre et à voir leurs media d'information de prédilection. Ce principe, établi en pays français par Théophraste Renaudot et sa Gazette de France vers 1836, est donc toujours à la mode. S'il fallait payer un grand journal le prix qu'il en coûte pour le produire, un seul de ses exemplaires coûterait aussi cher qu'un livre en librairie. La publicité a pris au

omniprésente. On évalue à quelque 1600, dans une grande ville nord-américaine, le nombre de messages publicitaires dont est bombardé quotidiennement un citoyen. Les détracteurs de la publicité commerciale font grand état de ce chiffre imposant pour déverser leur fiel contre la publicité commerciale. Ils omettent de souligner que 80 seulement de ces messages retiennent l'attention des consommateurs et que 12 à peine provoquent chez eux quelques réactions. Il faut bien comprendre que si la mémoire est souvent la faculté d'oublier, la lecture ou l'audition de messages publicitaires sont l'occasion, fort souvent, de se fermer les yeux et de se boucher les oreilles. Il est heureux qu'il en soit ainsi car autrement tout le monde serait ahuri. Il n'en reste pas moins que la publicité est l'un des moyens les plus efficaces et les plus économiques d'atteindre rapidement le plus grand nombre possible de personnes.

Un nombre restreint suffit

Pour être efficace la publicité n'a pas besoin de convaincre tout le monde. Il suffit fort souvent à un fabricant, par exemple, d'avoir une part de marché de 5 ou de 10%, de beaucoup moins même, pour faire de bonnes affaires. Il est énorme pour un annonceur de jouir d'une part de marché de 20%, ce qui laisse entendre que 80% du marché lui tourne le dos et cela indique que les acheteurs ont la liberté de choix. Personne, si riche soit-il, ne peut se permettre d'acheter tout ce que propose la publicité, au risque de se retrouver enseveli sous la multitude des produits et des services disponibles.

Haro sur le baudet

La publicité a pratiquement toujours été critiquée. Au départ, des économistes la condamnaient parce que, disaient-ils, elle n'était pas productrice de biens. Cela ressemble aujourd'hui à une boutade, car on comprend bien que s'il faut produire, il faut aussi, nécessairement, faire écouler la production. L'objectif premier de la publicité est de vendre ou de prédisposer à l'achat. C'est pourquoi, d'ailleurs, la publicité qui réussit n'est pas toujours la meilleure. Comme l'a dit, à peu près en ces termes, un de nos confrères de France: "C'est une chose de faire rire, c'en est une autre de faire passer à la caisse." Il arrive assez souvent que des campagnes publicitaires couronnées d'oscars ne permettent pas à une agence de garder la faveur de son client honoré, ce qui expliquerait que certaines agences refusent de soumettre leurs créations à des concours de popularité.

On accuse souvent la publicité de créer des besoins, sans définir le mot "besoin". Le mot besoin veut dire, bien sûr, de façon générale, quelque chose d'indispensable, de vital, de nécessaire. Mais cette définition est celle que donnent les dictionnaires de langue. Le mot besoin, en science économique, a un sens différent. Il signifie tout ce que l'on désire se procurer pour se donner un petit plaisir, des petits bonheurs et non pas le Bonheur. Ce dernier sens est celui qu'il convient de donner au besoin publicitaire. Et comme se civiliser c'est se créer des besoins, on comprend que les besoins sont, à toutes fins pratiques, illimités en nombre. Il n'est pas indispensable pour vivre de boire de l'alcool, d'aller au cinéma, de fréquenter les théâtres, d'écouter de la musique, d'avoir un lave-vaisselle, etc., etc. Mais toutes ces choses qui rendent plus agréable l'existence sont des besoins du point de vue économique et, partant, publicitaire. C'est d'ailleurs dans les pays libres les plus avancés du point de vue économique, que

la publicité est règle générale la plus florissante.

Pour redorer son image

Les publicitaires ont depuis longtemps senti le besoin de dorer le blason de leur profession. Ils ont voulu en Amérique, au début du siècle, faire comprendre à tous que publicité et vérité étaient indissociables; autrement, croyaient-ils avec raison, la publicité ne pourrait survivre car elle perdrait toute crédibilité. Cette défense du métier du publicitaire donna naissance aux codes d'éthique. Au Canada le premier code de déontologie a été publié en 1905 par l'Association canadienne des agences de publicité, connue aujourd'hui sous le nom d'Institut de la publicité canadienne. A diverses reprises par la suite ce code subit des modifications. Et plus récemment, en 1967, le Bureau consultatif de la publicité au Canada mit au point le Code canadien des normes de la publicité. En 1971

l'Association canadienne des radiodiffuseurs créa le Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants. Ce code a été révisé à plusieurs reprises. La dernière édition porte la date de janvier 1976. Il y aurait beaucoup à dire sur l'éthique professionnelle. Mais je me contenterai dans cet article déjà passablement long de souligner que les annonceurs, les diffuseurs et les publicitaires savent et désirent que leur profession soit exercée en vue de servir la communauté toute entière, car une activité aussi répandue que la publicité ne peut servir les intérêts que des seuls praticiens. La publicité est une activité économique et sociale. Elle doit permettre de donner satisfaction aux créateurs de biens et aux dispensateurs de services autant qu'aux consommateurs et aux usagers sans lesquels elle n'aurait pas de raison d'être. J'aimerais dans un autre article, ne parler que de l'éthique professionnelle, indispensable à tout commerce honnête et utile.

Rachelle Pratt.

Elle a quitté son petit village à la conquête de la ville.

Pigez le vainqueur.

La ville

La grande ville, ce n'est pas pour tout le monde. Mais pour Rachelle, il n'y a rien au monde de plus palpitant, de plus riche en occasions.

Peut-être se leurre-t-elle d'illusions, mais Rachelle est aux prises avec un problème beaucoup plus grave, car elle se laisse emporter dans un tourbillon de plaisirs.

C'est une journée incomplète qui n'est pas couronnée par une tournée des bistros, cinq heures sonnées, avec ses copains. Trop souvent, ces courses finissent par des parties de plaisir. Le sommeil lui manque, elle se nourrit mal, et son patron a regret de l'avoir embauchée.

Mais Rachelle n'y voit que l'attrait de l'aventure. Le but de sa venue en ville lui échappe. A vrai dire, à moins qu'elle ne se ravise, et se retire du jeu, la jeune villageoise pourrait bien devenir la conquête de la ville.



Rachelle

La grande ville, ce n'est pas pour tout le monde. Mais pour Rachelle, il n'y a rien au monde de plus palpitant, de plus riche en occasions.

Peut-être se leurre-t-elle d'illusions, mais, heureusement, Rachelle a le sens des réalités.

Elle a pris de sages décisions, y compris sa décision vis-à-vis la boisson. Pas trop souvent, pas trop: voilà la devise que s'est donnée Rachelle, qu'il s'agisse de bière, de vin ou de spiritueux, quelle que soit l'occasion ou la compagnie.

Un fait à noter: la vie réglée que mène Rachelle n'a en rien soustrait à sa popularité. Et la ville n'en est pas moins passionnante. Elle en fait sa force. La force qu'il lui faut pour vaincre.

Seagram 
Distillateurs depuis 1857

bémol sur la note romaine

Jean-Paul Audet

Directeur,

Département de philosophie

Le débat autour du statut de la faculté de théologie de l'Université de Montréal a eu quelques échos dans la presse métropolitaine. La radio et la télévision ont abordé le problème une fois ou l'autre auprès d'un public plus étendu, mais sur la base d'informations forcément très réduites. En substance, tout le monde aura sans doute retenu que l'occasion principale de la difficulté tourne en ce moment autour de la présence de prêtres mariés dans le corps professoral de la faculté de théologie.

L'expérience de ces dernières années a montré que le statut actuel de la faculté conduisait à une impasse totale sur ce point. Ce statut prévoit, en effet, un régime d'autorité partagée entre l'Université, d'une part, et l'archevêché de Montréal, d'autre part, en ce qui regarde, notamment, l'engagement et la promotion des professeurs de la faculté. En pratique, cependant, le partage des décisions en ces matières s'est trouvé à mettre en présence deux souverainetés susceptibles de se neutraliser indéfiniment l'une l'autre en cas de conflit. On devine que ceux qui sont appelés à faire les frais de cette immobilisation réciproque de deux souverainetés qui se regardent comme deux chiens de faïence sont les professeurs concernés et, finalement, la faculté elle-même.

C'est donc pour sortir la faculté de cette impasse que diverses hypothèses visant à modifier son statut actuel ont été formulées au cours de ces derniers mois. Informée de ces hypothèses par le rapport d'un Comité conjoint Université-Archevêché, Rome, qui était partie à l'entente intervenue en 1967, a saisi l'occasion pour faire savoir que, de son point de vue, il n'était pas question d'envisager une modification im-

M. Jean-Paul Audet occupe actuellement le poste de directeur du département de philosophie, à l'Université de Montréal. En plus d'être un conférencier émérite, M. Audet est:

Président du comité de la recherche, Université de Montréal;

Membre du comité de gestion du programme d'études juives, Université de Montréal;

Membre du comité consultatif sur l'archéologie: Conseil des Arts du Canada;

Président du comité consultatif sur la recherche dans les humanités: Conseil des Arts du Canada;

Membre de l'Association internationale pour l'étude des religions préhistoriques et ethnologiques;

Membre de la Société Royale du Canada;

Membre de la Commission internationale justice et développement (Nations-Unies);

Membre du comité exécutif et du bureau de direction de l'Association canadienne des professeurs d'universités (ACPU), etc.



portante du statut actuel de la faculté sur la base des deux principales hypothèses mises de l'avant dans le rapport du comité conjoint. La première de ces hypothèses proposait une faculté de théologie soumise au régime commun de la charte et des statuts de l'Université de Montréal, avec possibilité d'accréditation ou de reconnaissance, de la part de l'Archevêché, des programmes plus spécialement destinés à la formation du service pastoral de la communauté chrétienne. La seconde hypothèse proposait une faculté de théologie soumise aux statuts internes de l'Eglise, avec possibilité d'affiliation à l'Université de Montréal, selon un modèle apparenté à celui qu'on retrouve présentement à l'Ecole polytechnique et à l'Ecole des hautes études commerciales.

La réaction de Rome à ces hypothèses est contenue dans une **Note** d'une trentaine de pages, format légal, datée du 20 août 1976. Le Devoir en a reproduit les passages essentiels pour l'information de ses lecteurs. Aux deux principales hypothèses de solution émises par le comité conjoint, la Congrégation pour l'éducation catholique a répondu hardiment par une "thèse", qui est une fin de non-recevoir. Suivant la **Note** romaine, la seule solution acceptable doit être cherchée du côté d'une dépendance juridique directe de la faculté de théologie à l'endroit des autorités diocésaines locales, en conformité des statuts généraux de l'Eglise en matière d'institutions théologiques. Dans ce régime, l'Université de Montréal n'a qualité que de pourvoyeuse de services techniques, académiques, administratifs et financiers. En somme, c'est le statu quo, agrémenté de quelques menus accommodements, tout à fait mineurs.

Tout cela est d'ailleurs dit sur un ton catégorique, qui semble convenir davantage aux décisions des proconsuls qu'au service de l'évangile. L'argumentation dans son ensemble tend à laisser croire, au surplus, que l'unique solution jugée acceptable s'appuie sur des pratiques invariables en matière d'aménagement de la recherche et des études théologiques dans l'Eglise. Le postulat est pour le moins audacieux.

En réalité, ce qu'il faut plutôt rappeler ici sans la moindre hésitation, c'est que la "théologie", au cours de sa longue histoire, a connu les situations les plus diverses, et il est parfaitement inutile de tenter de réduire aujourd'hui cette diversité à un modèle obligatoire et intouchable, qui apporterait sa caution à la thèse développée dans la **Note** romaine.

Ainsi, il n'est pas sans intérêt de souligner en premier lieu que la théologie est née dans le cadre extrêmement large d'un service de l'évangile et de la communauté chrétienne. Dès l'origine, la théologie, qu'on désignait d'ailleurs plus volontiers alors sous le nom de "philosophie", s'est trouvée de la sorte liée à un exercice de la foi baptismale commune à tous les chrétiens. Autant que nous sachions, personne n'a prétendu, à cette époque, que la théologie, comme telle, avait un lien particulier avec l'ordination au service pastoral. Pour employer la terminologie relativement tardive de la **Note** romaine, la théologie n'a été en aucune manière considérée à cette époque comme partie intégrante d'un "ministère" défini par l'ordination.

Il est significatif, à cet égard, que le premier témoin connu de la tradition théologique de l'Eglise ait été un laïc: Justin, "philosophe et martyr" (milieu du deuxième siècle). Les grands initiateurs de la pensée théologique de cette époque, tels Clément d'Alexandrie et surtout Origène, n'ont pas davantage cherché une légitimation de leur entreprise du côté de l'ordination au service pastoral. Certains d'entre eux ont pu recevoir, ou accepter en cours de route, l'ordination presbytérale, comme Origène et peut-être aussi Tertullien (troisième siècle), mais il est tout à fait certain que l'ordination n'a pas été alors perçue, par eux et autour d'eux, comme une condition quelconque de la pratique de la réflexion et de la recherche

théologiques.

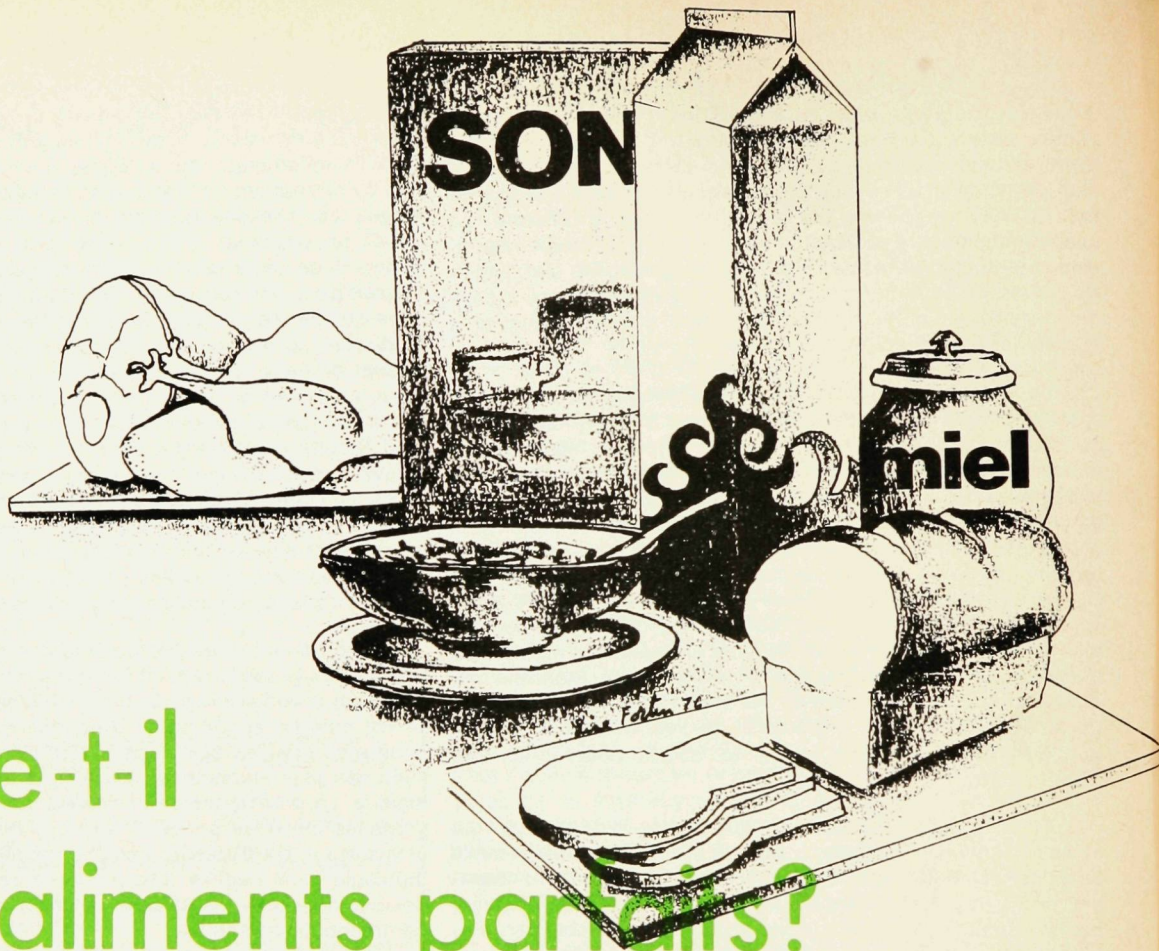
On pourrait multiplier les exemples de cette sorte. Ce qui en ressort nettement, du point de vue où nous nous plaçons ici, c'est que la seule légitimation indispensable de l'entreprise théologique dans l'Eglise tient à la foi baptismale et non à l'ordination. La pratique de la théologie est ainsi ouverte à tous les chrétiens sans distinction de sexe ni de statut. On aurait pu souhaiter que la **Note** romaine garde un meilleur souvenir de cette donnée fondamentale: l'attention aux faits l'aurait peut-être retenue sur la pente de la théorie simplificatrice qu'elle met en avant pour justifier l'intervention massive et directe du pouvoir épiscopal dans l'aménagement institutionnel de notre faculté de théologie. Un peu de sens de l'histoire, et un peu de nuances dans l'interprétation des faits, de la part du gouvernement actuel de l'Eglise, aurait pu épargner à la faculté de théologie de l'Université de Montréal de se trouver enfermée dans l'impasse où elle se débat en ce moment. La solution imposée par la **Note** romaine n'est "unique" que parce que Rome, et l'archevêché de Montréal à sa suite, se refusent dès l'abord à utiliser dans toute leur ampleur les ressources institutionnelles offertes par l'ensemble de la tradition chrétienne en matière de pratique théologique.

Née de l'initiative personnelle des chrétiens, qui s'inspiraient alors essentiellement de leur engagement baptismal, la théologie a vécu durant de longs siècles sous ce régime, en Orient comme en Occident. Ajoutons que cette période, qui couvre en gros les cinq premiers siècles, a été à tous égards l'une des plus fécondes de toute l'histoire de la pensée théologique. La participation personnelle de grands évêques à cet immense effort de pensée, aux quatrième et cinquième siècles surtout, n'a d'ailleurs rien changé au statut commun de la théologie dans l'Eglise. Elle a simplement infusé dans la réflexion commune une attention plus directe aux besoins de la communauté chrétienne.

En fait, ce n'est qu'à partir du haut moyen-âge que le savoir théologique accumulé au cours des cinq premiers siècles a commencé à se "scolariser", d'abord dans le cadre des institutions monastiques, puis autour des églises cathédrales, puis enfin dans les universités (treizième siècle). Il est incontestable par ailleurs que cette "scolarisation" de la pratique théologique créait, du point de vue institutionnel, des problèmes en partie nouveaux, et notamment des problèmes d'autorité. Les évêques locaux avaient la haute main sur leurs propres écoles cathédrales. Mais l'horizon intellectuel de ces écoles était la plupart du temps assez limité.

C'est justement dans la recherche d'un horizon élargi à l'universalité du savoir que les "universités" médiévales ont pris naissance. Du même coup, les jeunes universités, beaucoup plus ambitieuses dans leur projet même que les écoles cathédrales, ont été amenées à prendre leurs distances par rapport aux pouvoirs locaux: celui de l'évêque et celui du prince, dont elles pouvaient redouter les interventions dans leurs affaires intérieures. De là ces appels fréquents des premières fondations universitaires (Bologne, Oxford, Paris) à l'autorité suprême, mais plus lointaine de Rome, pour garantir la liberté universitaire dans une charte pontificale.

On imagine facilement que ce régime, qui touchait en premier lieu la philosophie et la théologie, n'a pas toujours fonctionné sans heurts. Mais, à distance, quand on lit la récente Note romaine, il est pour le moins assez piquant d'observer que le pouvoir de l'évêque de Rome a d'abord été invoqué pour affranchir l'enseignement et la recherche universitaires de la tutelle jugée trop étroite des pouvoirs locaux, évêques compris. Contentons-nous de dire simplement que les temps ont changé. Le malheur de la "Ville éternelle", c'est qu'elle ne semble pas toujours avoir beaucoup de souvenirs.



Existe-t-il des aliments parfaits? des "interdits" aux surestimés ...

Louise Lambert-Lagacé

Ddiététique '61

La cote d'amour des aliments varie selon les saisons, l'humeur ou l'argent de poche, la ferveur des promoteurs... Certains décrochent leurs lettres de noblesse en quelques mois, d'autres cumulent les mauvais points et disparaissent graduellement de nos assiettes.

L'amour est aveugle, là comme ailleurs! Il en résulte parfois des changements d'habitudes alimentaires qui n'améliorent pas toujours notre état de santé. Parmi les aliments dits vertueux à l'heure actuelle, le **miel**, la **viande** et le **son** occupent des places de choix.

Le vrai visage du miel

Certaines réclames lui attribuent le pouvoir de régénérer et revitaliser névrosés, cardiaques, constipés, intoxiqués, carencés et dévitalisés... On pourrait croire qu'il s'y cache quelques traces de la potion magique de Panoramix! N'en déplaise aux adeptes de cet élixir de dame Nature, le miel ne possède pas de qualités nutritives exceptionnelles. Il n'en demeure pas moins une source concentrée d'énergie comparable à celle retrouvée dans le sucre raffiné, la cassonade, la mélasse, le sirop d'érable, les confitures, marmelades et gelées. Fournissant un peu plus de calories que les autres sucres concentrés (65 par cuillère à table comparativement à 50 pour les autres), son contenu en vitamines et minéraux est vraiment microscopique et ne peut contribuer à rehausser de façon significative la valeur nutritive de notre alimentation. Pour s'en convaincre, sachons qu'une cuillère à table de miel contient 288 fois moins de calcium qu'un verre de lait entier, 2% ou écrémé; 7 fois moins de fer qu'une tranche de pain de blé entier; 24 fois moins de potassium qu'une orange fraîche; 13 fois moins de magnésium qu'une salade de chou cru; 36 fois moins de riboflavine (vitamine du complexe B) que 7 onces de yogourt. Tous les sucres concentrés, y compris le miel, doivent être considérés comme des aliments de "luxe" même dans notre pays d'hiver... Pendant des siècles, les Esquimaux ont chassé la baleine et lutté contre le froid sans jamais avoir eu recours à un seul aliment sucré; depuis l'introduction du sucre sous toutes ses formes, les problèmes de carie dentaire, de maladies cardio-vasculaires, d'acné se multiplient. Le sucre a pollué leur alimentation... et le miel risque de gêner la nôtre si on l'encourage indûment. Son origine naturelle ne lui procure malheureusement pas un passeport santé!

La viande chérie

La viande rouge a acquis un statut privilégié dans le cœur du nord-américain; malgré un boycottage de 7 jours en 1973, elle demeure l'élue, la choyée de nos menus. Le principe du "toujours plus, toujours mieux" implicitement encouragé par les restaurateurs et la publicité, satisfait la majorité des carnivores silencieux, mais rend soucieux les tenants d'une médecine préventive à la portée de tous.

"La viande n'a pas de défaut... elle n'engraisse pas, ne contient pas 'd'hydrates de carbone'... fournit des protéines essentielles à notre bien-être, à notre musculature au repos...", dit-on sans soupçonner l'autre côté de la médaille.

Sait-on que le nord-américain mange en moyenne 200 livres de viande par année (boeuf, veau, agneau et volaille compris), ingurgitant ainsi 2 fois la quantité de protéines nécessaires à son mieux-être quotidien? Sait-on encore que l'organisme ne fait pas de réserves de protéines mais se spécialise en réserves de graisses, quelle que soit la sorte d'aliments ingérés en trop grande quantité? Sait-on que la viande représente une source importante de graisses "saturées" associées de très près au cholestérol et aux problèmes cardio-vasculaires? A-t-on idée de la valeur en calories de 12 onces de boeuf mi-maigre, grillé sans addition de gras? (900 pour les intéressés)

On découvre derrière ce profil moins flatteur qu'à l'ordinaire, certains avantages à consommer de moins grandes quantités de viande. Et pour une fois, le gouvernement est d'accord! Le Guide alimentaire canadien, révisé en 1976 pour tenir compte des besoins nutritifs actuels des Canadiens, recommande une ration d'environ 4 onces de viande par jour. Sédentaire ou actif, l'adulte mangeant cette quantité de viande à l'intérieur d'une alimentation saine et variée, ne sera pas à court de protéines!

Le son à l'ordre du jour

Depuis à peine 2 ans, une campagne "pro-fibre" bat son plein; elle promet d'éliminer cancer de l'intestin, constipation, diverticulite, appendicite, colite ulcéreuse, cholestérol... et j'en passe. Tout a commencé lorsque le docteur Burkitt du Medical Research Council de Londres, ayant comparé la santé "intestinale" des Africains de brousse avec celle des Américains civilisés — et ayant relié les résultats de ses observations au contenu en fibre des habitudes alimentaires des deux groupes — en est venu à la conclusion suivante: "une alimentation riche en fibres élimine les nombreuses maladies de l'intestin, y compris le cancer".

Le message est reçu à l'américaine; les livres sur le sujet deviennent des best-sellers; la consommation de céréales de son (All Bran, Bran flakes, etc.) riches en fibre, augmente de 50% en 24 mois; le son se vend en capsules (aux Etats-Unis)... La fibre est consacrée panacée des années 70.

Il n'y a pas de fumée sans feu!

Regardons ce qu'est la fibre et ce qu'elle peut mijoter dans le système digestif avant de faire provision de grenailles, noisettes, son et légumineuses (aliments riches en fibres). La fibre constitue la couche protectrice, l'écorce de toutes les plantes comestibles; elle n'est pas utilisée ou digérée par l'organisme, comporte plusieurs éléments non encore mesurés et se retrouve sous des formes différentes selon la plante. Son action est principalement "mécanique" comparativement à l'action nutritive de la plupart des autres constituants alimentaires. Une seule partie de son activité est claire, à ce jour: ayant la capacité d'absorber beaucoup de liquides, la fibre non digérée augmente le volume des aliments-déchets dans l'intestin, accélère le travail intestinal et favorise une élimination plus rapide et régulière. Efficace contre la constipation, elle réduit par le fait même de nombreux problèmes intestinaux. Cure possible du cancer ou des taux élevés de cholestérol? Espoir appartenant au domaine des hypothèses pour le moins prometteuses!

Les Diplômés de l'Université de Montréal

Formule de cotisation

(complétez en lettres moulées, s. v. p.)

Contribution annuelle

(comprenant l'abonnement à l'Interdit)

Diplômés depuis moins d'un an \$10.00

Diplômés depuis un an et plus \$25.00

Contribution additionnelle

(A la vie de l'Association)

Total

Nom

Adresse domicile

Ville et code postal

Province - Pays

Téléphone domicile

Faculté

Année

Date de naissance

Employeur

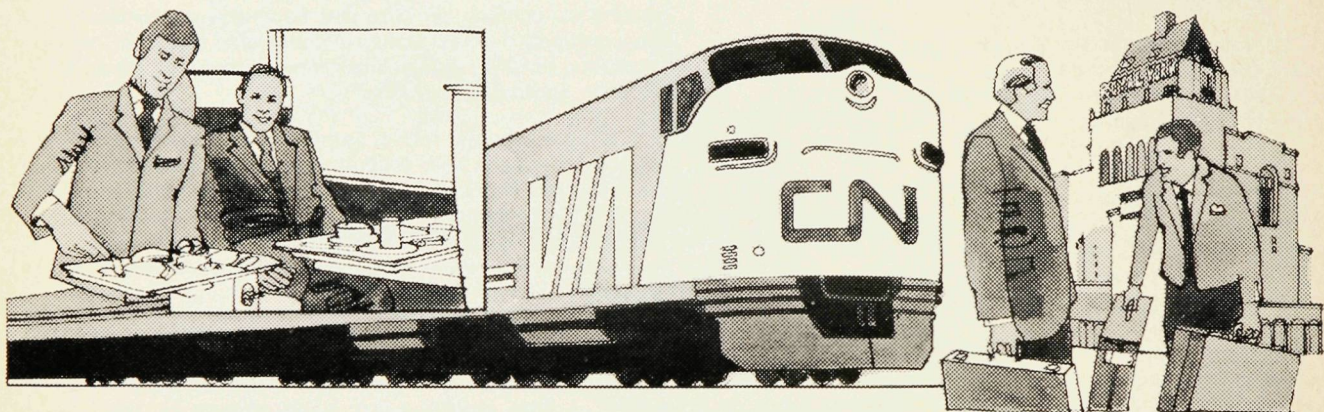
Adresse du bureau

Ville et code postal/ou province - pays

Téléphone bureau

MERCI

VIA vous a promis du NEUF...



FORFAIT D'AFFAIRES POUR TORONTO À MOINS DE \$100

Ce forfait comprend:

L'aller-retour Montréal-Toronto en voiture club

Les repas dans le train

Une nuit à l'hôtel Royal York*, relié
directement à la gare.

Tout ça, à \$99. Si deux personnes partagent la
chambre, le prix est réduit à \$88 par personne.

L'offre vaut dans tous les Turbo et tous les Rapido.
Vous pouvez prendre le train à Dorval où le
stationnement est gratuit. Moyennant ajustement,
vous pouvez choisir un autre hôtel ou prolonger
votre séjour.

Une excellente affaire...



No de permis: 75-01-50369

une faculté en danger

La Faculté de l'éducation permanente

Par Yves Bertrand,

Philosophie '68

Service pédagogique de l'Université de Montréal

et Luc Hétu

Rédacteur, bureau de l'Information de l'Université de Montréal

N'ayant pas encore deux ans d'existence, la Faculté de l'éducation permanente de l'Université de Montréal connaît déjà une crise majeure qui remet en cause son existence même. La démission du doyen, M. Gaétan Daoust, à la mi-novembre, sert en quelque sorte de catalyseur de cette crise qui passait presque inaperçue en dehors du cercle restreint des administrateurs de la FEP. La nomination du prochain doyen apparaît donc comme une étape cruciale pour l'avenir de la FEP.

Une croissance démesurée

Avant d'examiner le concept d'éducation permanente, l'enjeu du débat actuel, rappelons par un bref historique les différentes étapes qui mènent à la situation actuelle de la FEP.

En 1952, au temps des collèges classiques, l'Université de Montréal crée un Service de l'extension de l'enseignement. Ce Service offre aux adultes, à temps partiel, le B.A. de la Faculté des arts que dispensent les collèges classiques de la province, ainsi que des cours non crédités de culture générale. C'est donc une première reconnaissance, bien que timide, de la place de l'adulte à l'Université.

En 1968, le Service d'éducation permanente prend la relève du Service de l'extension de l'enseignement. Le SEP, que dirigera M. Gaétan Daoust dès 1969, peut mettre sur pied ses propres programmes de premier cycle. Cependant, le SEP doit soumettre ses programmes à l'approbation des différentes facultés de l'Université, ce qui deviendra l'enjeu d'une négociation importante.

L'U. de M. crée en 1975 la Faculté de l'éducation permanente, "justifiée notamment par la paralysie administrative de la structure précédente, à cause de la multiplicité des partenaires et du faible pouvoir décisionnel du Service, dont le volume d'activités était devenu considérable", devait préciser André Fortin, secrétaire de la FEP, dans un document préparé pour une réunion de l'ACDEAULF, tenue en mai 1976, à Orford.

En 1976, la Faculté de l'éducation permanente détient d'importants pouvoirs. Quelque 12 000 étudiants peuvent choisir parmi plus de 600 cours, dispensés par environ 400 professeurs. En somme, la FEP est devenue une des deux facultés les plus importantes de l'Université en très peu de temps; et cela crée maintenant quelques remous.

Une nouvelle conception de l'éducation

Pour comprendre le débat actuel, il faut préciser la no-

tion d'éducation permanente, un concept qui baigne dans une confusion invraisemblable. La majorité des gens identifie l'éducation permanente à l'éducation des adultes. Dans cette perspective, il s'agit simplement de continuer le système actuellement en vigueur pour les jeunes, et de le rendre accessible aux adultes. Ce faisant, il est permis de parler de démocratisation de l'éducation puisque l'université — tout comme les collèges et les polyvalentes — ouvre ses portes aux adultes

Cette conception de l'éducation permanente — ouvrir l'école aux adultes — est largement véhiculée dans la population. Nombre d'administrateurs de maisons d'enseignement l'adoptent: elle ne remet rien en question, en plus d'être rentable, mettant à profit des ressources scolaires (locaux, matériel, etc.) qui, autrement, seraient inutilisées. C'est dans ce sens que l'Université de Montréal veut développer l'éducation permanente.

En 1973, l'Assemblée universitaire adoptait cette résolution: "Que l'Université crée une Faculté de l'éducation permanente, dans le double but d'en arriver le plus rapidement possible à l'intégration de l'éducation des adultes à ses structures et à promouvoir sa participation à un régime intégré d'éducation permanente." (Dél.: AU 473.1)

Cependant, l'éducation permanente n'est pas que de l'éducation pour adultes. C'est plutôt une philosophie de l'éducation valable autant pour l'enfant à l'école élémentaire que pour l'adulte. Cette philosophie possède deux caractéristiques fondamentales que nous allons expliciter:

1- l'étudiant décide de ce qu'il veut étudier, quand il veut le faire, ainsi que du rythme à adopter et du contenu. L'étudiant est le seul à contrôler ses études.

2- L'institution scolaire — l'école élémentaire, la polyvalente, le collège ou l'université — met toutes ses ressources au service de l'étudiant.

Ce sont là les deux points fondamentaux de la théorie de l'éducation permanente.

D'une part, l'étudiant est le gérant de son "magasin de connaissances". Il décide lui-même quand étudier, quoi, comment et ainsi de suite. Il est finalement son propre patron. Cela va à l'encontre de la théorie traditionnelle de l'éducation, organisée (ou centrée) sur les connaissances du professeur: celui-ci est le patron et décide du contenu d'un cours, des moyens d'apprentissage, etc.

La nouvelle théorie est donc centrée sur l'étudiant. C'est

là ce que veulent dire les expressions "la centration sur l'étudiant", "le développement de la personne", le "s'éduquant", et "apprendre à être". C'est d'ailleurs la thèse que le célèbre rapport Faure, intitulé "Apprendre à être", avait développé pour l'UNESCO.

D'autre part, l'école devient une ressource parmi toutes celles qu'offre un milieu ou une société donnée. En somme, il s'agit d'utiliser toutes les possibilités d'un milieu (télévision, radio, journaux, usines, commerces, services sociaux, etc.) pour aider l'étudiant à se développer.

C'est là le sens de l'expression "approche écologique" de l'éducation telle que décrite dans le livre de Gaétan Daoust et Paul Bélanger, *L'université dans une société éducative/de l'éducation des adultes à l'éducation permanente* (Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal, 1974):

"De même que l'écologie biologique porte sur les rapports entre l'homme et son milieu de vie, cette "écologie" éducative se réfère à la question fondamentale des interrelations du milieu et de l'homme. (...) Une telle approche vise à aider l'homme à se transformer, à s' "éduquer", en même temps qu'il transforme le milieu et grâce à cette transformation, l'homme apprend et se forme en résolvant des problèmes dans des situations vécues." (pp. 173-174)

Les définitions de l'éducation permanente sont rares, mais nous en retrouvons une parmi les plus intéressantes dans un écrit d'André Fortin, le secrétaire de la FEP (Etats et besoins de l'enseignement collégial, Service d'éducation permanente, 1973, p. 35): "Disons, de façon bien globale, que l'éducation permanente se propose comme objectif le développement de toute la personne, et aussi de toutes les personnes, en mettant effectivement à la disposition de toute la société, selon les besoins et les convenances des individus ou des groupes, à tout âge et en tout temps, ainsi qu'en tout lieu, l'ensemble des ressources éducatives de la société, formelles et informelles, institutionnelles ou non."

Derrière les mots

Deux conceptions de l'éducation permanente prévalent à l'Université de Montréal. L'une, conservatrice, veut simplement intégrer les adultes au processus traditionnel de scolarisation. L'autre, innovatrice, remet radicalement en question le système traditionnel d'éducation à tous les niveaux. Pour l'instant, la direction de l'Université de Montréal dans son ensemble favorise la première conception, l'éducation permanente réduite à sa dimension d'éducation des adultes. Tandis que l'ex-doyen Gaétan Daoust favorisait la seconde, conforme à sa dénomination. Sa démission s'explique en partie par ce désaccord sur le fond de la question, par-delà les prises de position officielles de l'Université.

Les termes mêmes qui désignent l'éducation permanente ne sont pas sans créer de la confusion autour de la question. Les mots *éducation* et *permanente* font surgir des images ou des schèmes qui s'opposent radicalement à la théorie de l'éducation permanente. "L'éducation permanente, en effet, suppose un renouvellement complet de la conception traditionnelle de l'enseignement et des moyens de formation, en même temps qu'elle rend possible pour la première fois l'intégration de toutes les ressources de la société et l'ouverture à tous les problèmes de la société." (AUPELF, *L'université, l'éducation permanente et la société*, avant-propos du compte rendu du colloque d'Abidjan, Montréal, 1970).

La Faculté de l'éducation permanente se trouve actuellement dans une situation difficile, et cela, pour trois raisons.

En premier lieu, la FEP s'est développée trop rapidement. Cette croissance démesurée l'a amenée à négliger presque totalement l'animation pédagogique des professeurs et des étudiants. Les responsables de certificats subissent une surcharge administrative; ils n'ont pas le temps de s'occuper de la pédagogie. Les chargés de cours, engagés pour 45 heures, sont des professeurs à temps partiel totalement absents de la FEP en dehors des heures de cours. Etudiant à temps partiel tout en travaillant le jour, les adultes sont très peu exigeants sur le plan pédagogique et acceptent facilement un enseignement traditionnel.

En conséquence, la FEP se contente d'un enseignement encore plus traditionnel qu'à l'université de jour, alors que les besoins particuliers des adultes exigent des méthodes novatrices. Non seulement la FEP n'innove pas, mais elle maintient à l'Université un enseignement très conservateur.

Deuxièmement, la FEP a été créé provisoirement, c'est-à-dire pour quatre ans, en 1975. Elle sera donc réévaluée en 1979 par l'Assemblée universitaire. Or cette évaluation sera biaisée et certaines écoles, facultés ou départements n'attendent que ce moment pour "massacrer" la FEP, pour souligner son inutilité, le caractère "à rabais" des cours qu'elle donne, sans toutefois mentionner le peu de collaboration qu'on lui a accordée. Une autre raison vient cependant expliquer cette attitude et un intérêt soudain pour les adultes. Certains départements ont compris l'importance d'avoir une "grosse" clientèle pour justifier des postes, à l'ère des restrictions budgétaires.

En troisième lieu, l'Université de Montréal s'apprête à adopter un règlement important. En effet, les écoles, départements et facultés devraient avoir, d'ici 1980, le tiers de leurs étudiants pris dans le bassin des adultes de 21 ans et plus, sans diplôme d'études collégiales.

Il est donc permis de penser que la FEP va traverser des moments difficiles. D'une part, elle n'a pas su se donner une originalité propre. D'autre part, pour réagir contre les résistances du milieu universitaire traditionnel à son égard, elle a misé sur la quantité et en est finalement devenue victime.

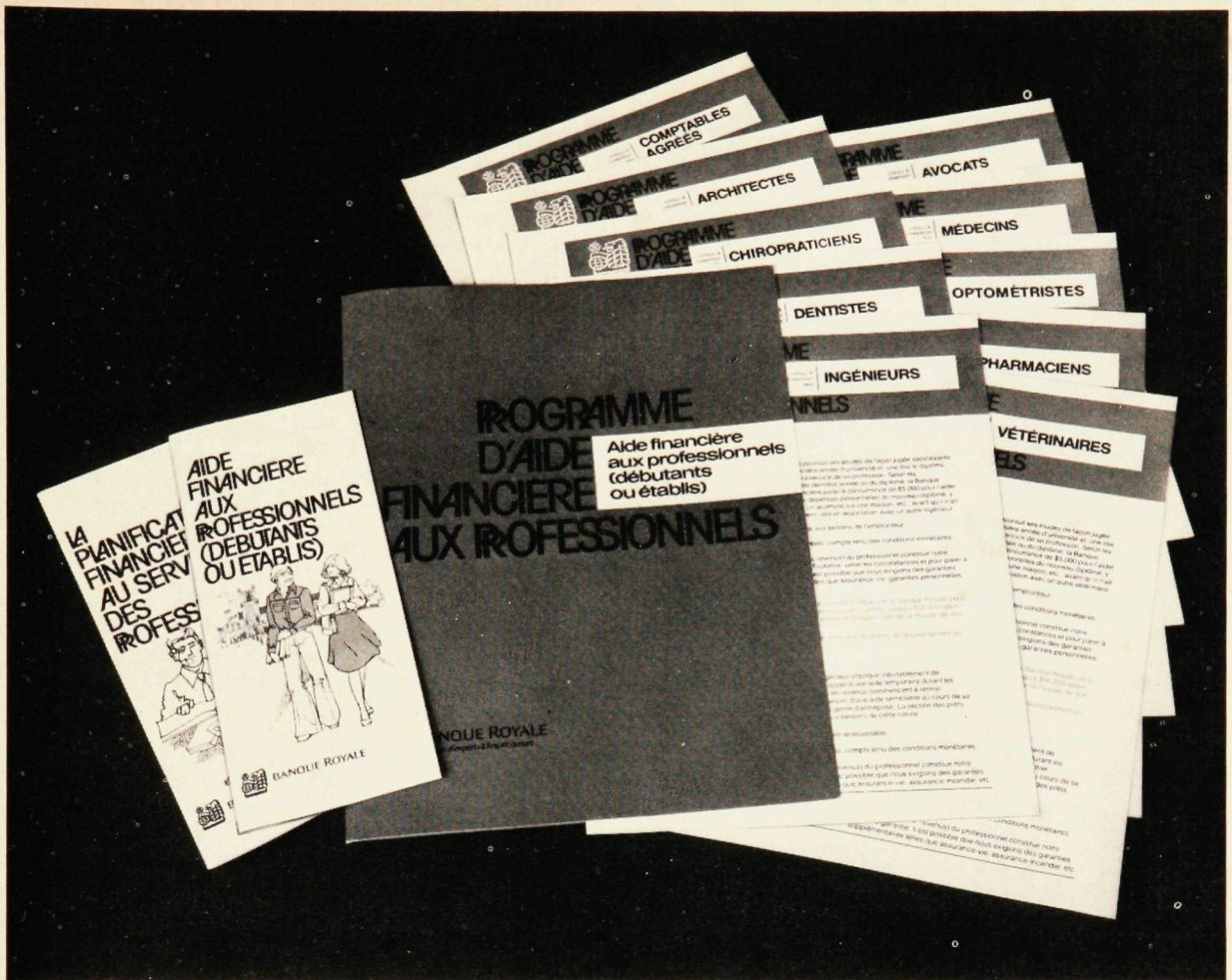
L'avenir

La démission du doyen Gaétan Daoust pourrait accélérer une prise de conscience de la véritable situation de la FEP par tous ceux qui sont impliqués, des administrateurs aux chargés de cours, et surtout, par les étudiants.

Un nouveau doyen peut certes relancer l'animation pédagogique et donner un nouveau souffle à la FEP. Il s'agit, en somme, de créer une pédagogie propre à cette faculté et de temporiser la croissance démesurée et cessant d'ajouter des pages au "catalogue" de cours.

Autrement dit, la FEP doit changer d'orientation si elle veut survivre et réaliser véritablement l'éducation permanente. La persistance des mêmes orientations entraînera vraisemblablement une évaluation négative de la FEP en 1979. L'Université pourrait alors mettre fin à son existence, puisqu'elle n'aurait pas su démontrer sa raison d'être. Département. La persistance des mêmes orientations entraînera vraisemblablement, des cours du soir aux adultes. La mission de la FEP se sera alors limitée à l'intégration totale des adultes à l'Université de Montréal, l'éducation permanente servant de paravent à l'opération.

Il semble donc que l'on soit loin de faire de l'éducation permanente "le principe intégrateur de tout le système d'éducation", selon la recommandation du Conseil des universités, un organisme qui n'a pas la réputation d'être farfelu.



LES BESOINS D'UN PROFESSIONNEL, C'EST PARFOIS PLUS QUE DES CONSEILS.

Les meilleurs conseils du monde ne suffisent pas à payer la location de locaux, ou à maintenir en équilibre les fonds de trésorerie d'un bureau en pleine expansion.

Si vous êtes nouvellement diplômé, ou si vous êtes déjà entré dans votre carrière, la Banque Royale peut vous aider soit à vous établir, soit à avancer dans le monde professionnel. Le directeur de votre succursale est en mesure de vous donner de judicieux conseils financiers et de vous aider, de manière plus tangible, en vous prêtant jusqu'à \$50,000 lorsque les circonstances le justifient.

Demandez au directeur de votre succursale de la Banque Royale de plus amples renseignements sur le Programme d'aide

financière aux professionnels. Que vous débutez dans votre carrière, ou que celle-ci soit déjà prometteuse, il peut apporter des solutions pratiques à vos problèmes financiers et vous aider ainsi à planifier votre avenir.



BANQUE ROYALE

Professionnels admissibles: Comptables agréés—C.A.; Architectes—B. ARCH.; Chiropraticiens—D.C.; Dentistes—D.M.D.; Ingénieurs—B.Sc.A.; Avocats—LL.L.; Médecins—M.D.; Optométristes—L. Sc.O; Pharmaciens—B.Sc. PHARM.; Vétérinaires—D.M.V. ... et autres.

l'Université de Montréal et son fonds annuel de soutien

André Bachand

Droit '41

H.E.C. '42

Chaque année, les directeurs de départements soumettent au vice-rectorat à la recherche, leurs demandes pour financement par le Fonds annuel. La priorité va aux projets pour lesquels il n'existe peu ou pas d'autres sources de financement, qui présentent un caractère d'innovation ou d'originalité, et qui ont avant tout besoin d'une subvention de démarrage.

Depuis ses débuts, il y a cinq ans, le Fonds a financé 74 projets, dont 22 pour le présent exercice. A tour de rôle, les facultés et départements pourront bénéficier de ce financement.

Voici cinq exemples de projets pour 1976-77: **Polytechnique** (Maison solaire et conservation d'énergie dans les habitations); **Médecine** (manuel de pharmacologie médicale); **Droit** (Recherche menant à la publication d'un traité d'interprétation des lois); **Chimie et physique** (achat d'appareils spéciaux); **Médecine dentaire** (évaluation de l'impact des interventions éducatives sur les attitudes des futurs dentistes face à leur rôle comme agents de prévention); et 17 autres projets.

Prière de faire votre chèque à l'ordre du: **FONDS ANNUEL DE SOUTIEN**, et de le retourner au: **FONDS DE DEVELOPPEMENT**, case postale 6128, succursale "A", Université de Montréal, Montréal, Qué., H3C 3J7

"L'UNIVERSITE A BESOIN DE FONDS POUR LA RECHERCHE" (le recteur)

En réponse à l'appel du recteur Paul Lacoste déplorant la diminution inquiétante de subventions gouvernementales pour la recherche, le Fonds de développement a placé sous le signe "Opération Recherche" le deuxième plan quinquennal du FONDS ANNUEL DE SOUTIEN.

C'est en 1967 que l'Université m'a confié la responsabilité de coordonner la sollicitation auprès du secteur privé.

En collaboration avec un grand nombre de volontaires, — dont les Diplômés de l'Université de Montréal, — le Fonds a d'abord organisé la Campagne du Cinquantenaire qui a permis de recueillir \$15 millions pour les fins suivantes: pavillon d'éducation physique et des sports, crédits importants pour la bibliothèque, la recherche, les Presses et un certain nombre de chaires.

Depuis 1971-72, et à l'exemple de ce qui se fait dans les autres universités canadiennes et américaines, l'une des principales activités a été le FONDS ANNUEL DE SOUTIEN qui recueille les dons faits à l'Université, par les diplômés et anciens, en vue du financement de la recherche et de projets spéciaux, en dehors des budgets normaux et des subventions gouvernementales. En cinq ans, le Fonds a pu verser \$326,000 soit le montant intégral des recettes. Comme on le sait, McGill et Toronto reçoivent chaque année de leurs diplômés, environ \$800,000.

LE CERCLE DES PROFESSEURS DE L'UNIVERSITE DE MONTREAL, INC.

Depuis le 4 octobre dernier, les professeurs de l'Université de Montréal possèdent leur club privé. Grâce à la collaboration de la chaîne d'alimentation Steinberg et à l'Université de Montréal, les membres du club peuvent se rendre au local 2356 du Pavillon de Droit et des Sciences sociales afin de se rencontrer et de discuter tout en prenant un bon repas.

Le club est ouvert de 10 heures à 17 heures, du lundi au vendredi, d'ici à ce que le permis d'alcool du Québec soit émis; les heures d'ouverture seront plus longues par la suite, nous assure-t-on. Le cercle des professeurs a engagé au poste de gérant du club un chef de grand calibre en la personne de monsieur Fernand Baumgartner. Chaque midi de la semaine, il offrira un menu simple mais varié.

Le club compte déjà 450 membres actifs, à savoir tout membre, présent ou ancien, du personnel enseignant de l'Université ou de ses écoles affiliées, et 50 membres associés qui comprennent les cadres et professionnels au service de l'Université ou de ses écoles affiliées. D'autres personnes peuvent adhérer au Club des Professeurs à titre de membres spéciaux, sous certaines conditions.

diplômés-auteurs



LE ROMAN A L'IMPARFAIT

Gilles Marcotte
Lettres 1952

Les Editions la Presse
331 pp. Prix \$6.50

"Lire nos romanciers, écrit Gilles Marcotte, ce n'est pas seulement s'apitoyer sur les misères de Chateauguay ou de Jean-Le-Maigre, partager les révoltes d'Hervé Jodoin et de François Galarneau; c'est lire avec eux, par ce qu'ils font, par les formes qu'ils mettent en jeu, le monde dans lequel nous vivons." Depuis *Une littérature qui se fait*, publié en 1962, et qui valut à son auteur le Prix du gouverneur général, Gilles Marcotte n'a cessé d'étudier la littérature québécoise, particulièrement dans ses manifestations contemporaines. Son quatrième ouvrage de critique *Le roman à l'imparfait*, est consacré au roman et comprend des études sur quatre écrivains: Gérard Bessette, Réjean Ducharme, Marie-Claire Blais et Jacques Godbout. Mais le propos de l'auteur n'est pas uniquement de jeter des lumières nouvelles sur des oeuvres particulières; il vise à montrer comment le roman s'est transformé au Québec depuis le début des années 60 et ce que signifie une telle transformation pour notre société.

L'ISLE AU DRAGON

Jacques Godbout
Lettres 1954

Les Editions Le Seuil
155 pp. Prix \$5.75

Après les savoureuses Québécoises d'*Amour, P.Q.*, Jacques Godbout ne se laisse pas faire. Il attaque, il dénonce, il remet tout en place dans son nouveau roman "*L'isle au dragon*". Avec une écriture tendre et

violente, il parle de cette île que les Américains veulent prendre pour y enterrer les déchets atomiques. Alors, Jacques Godbout se relève, reste debout en face de cette invasion, parle de lui d'une manière imaginaire, étonnante. Ce sont des bouteilles à la mer qu'il lance, des attaques virulentes contre cette manière de détruire ce petit univers perdu dans ses frondaisons. Il réveille les mythes, les légendes, le dragon qui doit garder dans la profondeur des eaux, ce territoire menacé. Il campe avec une autorité certaine et une grande fièvre des personnages qui peuvent difficilement résister à son langage tranchant comme une lame. Cette dénonciation vient à point dans une atmosphère de l'enfance pour nous faire comprendre que nous sommes non pas des locataires d'un monde perdu, mais les propriétaires et les possesseurs "de nos grimaces", comme dit Shakespeare. Ainsi, Jacques Godbout poursuit ce défi de l'homme contre une nature qui se pervertit grâce aux moyens que lui apporte une technique délirante. Ce livre plein de virulence porte le témoignage d'une voix qui ne peut pas se perdre parmi les ombres.

L'EMBRYON

Louis Charbonneau
Lettres 1965

Editions Feu Vert
170 pp. Prix \$6.95

Quand la fiction frise d'aussi près la réalité, c'est que l'ouvrage en question s'appuie solidement sur l'état actuel des connaissances scientifiques. On a déjà fécondé des embryons en éprouvettes alors pourquoi ne serait-il pas possible de faire croître en éprouvettes des embryons extraits de l'utérus de leur mère? *L'Embryon*, ce roman de Louis Charbonneau, relate donc des événements qui pourraient avoir lieu demain ou peut-être bien ce soir.angoissant, palpitant, cet ouvrage d'anticipation laisse le lecteur aux prises avec un être "humain", une femme, dont le développement intellectuel et physique échappe au contrôle de son créateur. Reprenant ce thème de la création qui a hanté tant d'écrivains célèbres et de scientifiques reconnus, l'auteur arrive à nous faire vivre une aventure d'autant plus inquiétante, qu'elle risque de côtoyer une réalité prochaine. Une action qui se passe dans la région montréalaise, des personnages captivants, une intrigue menée de main de maître, *L'Embryon* de Louis Charbonneau, s'inscrit sans aucun doute parmi les classiques de la lit-

térature de science-fiction. Un livre qui tiendra les lecteurs en haleine du début à la fin.

DICTIONNAIRE PRATIQUE DES AUTEURS QUEBECOIS

Réginald Hamel
Lettres 1971

John Hare
Paul Wyczynski

Les Editions Fides
725 pp. Photos - Prix \$15.00

En essayant de retracer au Canada ceux qui ont laissé leur marque dans l'écriture française, depuis Jacques Cartier jusqu'à nos jours, on pourrait dresser à la rigueur une liste de plusieurs milliers de noms. Leurs écrits, livres et brochures, mais aussi essais, poèmes, contes dispersés dans les revues et journaux, sont intéressants pour l'histoire littéraire, l'évolution des idéologies et de la vie sociale en constante métamorphose; ils le sont moins, souvent pas du tout, quand on leur applique la mesure strictement esthétique. Parmi les écrivains d'autrefois et ceux d'aujourd'hui, les auteurs du *dictionnaire pratique...* ont effectué un choix, quitte à multiplier les ajouts dans des éditions subséquentes. Le *dictionnaire pratique...* constitue une source de références sur quelque six cents auteurs de langue française au Québec et dans les autres provinces du Canada. Regroupée en un seul volume, dense et typographiquement ajustée aux parties constituantes des articles, la matière bibliographique fournit au lecteur l'information essentielle sur chaque auteur inséré dans l'ordre alphabétique, sans égard au genre et à l'époque des activités littéraires. A ceux qui poseront maintenant des questions sur la littérature canadienne-française, on peut répondre: "Va voir au DICTIONNAIRE PRATIQUE...!"

GAETANE DE MONTREUIL

Réginald Hamel
Lettres 1971

Les Editions de l'Aurore
210 pp. Prix \$9.95

Marie-Georgina Bélanger est née à Québec le 22 janvier 1867. Comme bien des jeunes filles de son temps, elle pensa entrer au couvent. Mais elle préféra devenir femme de Lettres et prit pour pseudonyme le nom de Gaétane de Montreuil. Dans cette biographie, documentée avec passion, on découvrira une grande pionnière du journalisme féminin au Canada, ainsi qu'un être "engagé" dans un monde peu propice à l'épanouissement intellectuel de la femme. Publié dans la collection "Connaissance des pays québécois/littérature", *Gaétane de Montreuil* est un ouvrage important en ce qu'il traite, pour la première fois, de cette personnalité exceptionnelle de notre

trouille, telle que nous la présente Réginald Hamel, s'inscrit au tout début de cette lignée de femmes journalistes qui, par leur indépendance d'esprit et leur sens des responsabilités, ont profondément marqué ce métier. A une époque où il

n'existait pas encore de tradition ni d'école de journalisme, elle a dû s'improviser journaliste avec la difficulté majeure au départ de cette carrière, d'être une femme et l'une des premières à emprunter cette voie où elle a d'ailleurs innové avec succès. Tantôt servie, tantôt desservie par un tempérament impétueux, une tendance à l'affabulation, beaucoup d'intuition, assez de personnalité pour respecter les convenances sans que sa forme de pensée en fut desséchée ou étriquée, elle a conquis de haute lutte une notoriété à éclipses, dans un monde où les réputations sont instables, les jalousies durables, l'émulation souvent de qualité douteuse. L'ouvrage de Réginald Hamel est une biographie attachante et une étude fine. A travers les luttes, les victoires, les défaites de cette femme de tête, on trouve en filigrane l'atmosphère et la pensée d'une époque (1867-1951), d'une élite, avec ses préoccupations, ses convictions et ses mesquineries.

L'ACTION NATIONALE Volume LXV, Numéros 9-10 MONSIEUR EDRAS MINVILLE (1896-1975)

François-Albert Angers
HEC 1934

André Bergevin
HEC 1944

Pierre Harvey
HEC 1948

Firmin Létourneau
Agronomie 1914
Sciences sociales 1925

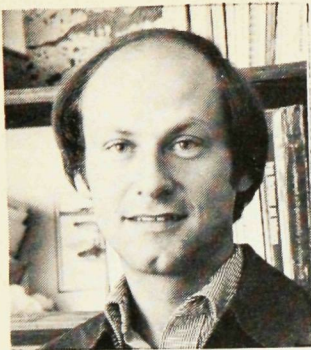
Richard Arès
Marcel-Aimé Gagnon

L'Action Nationale, mai-juin 1976,
806 pp., photos - Prix \$5.00

L'Action Nationale consacre le volume LXV, Numéros 9-10, à monsieur Esdras Minville, pionnier de la pensée économique au Québec. A titre d'aperçu, nous vous indiquons quelques titres de chapitres:

- Firmin Létourneau: Esdras Minville
- Pierre Harvey: Idées économiques de Minville (1923-1936)
- Fr.-A. Angers: Minville et les Hautes Etudes Commerciales
- Marcel-Aimé Gagnon: Minville et l'action nationale
- Richard Arès: Le commissaire royal
- Témoignages
- Fr. A. Angers: La pensée économique de Minville
- André Bergevin: Notes biographiques et répertoire
- Esdras Minville: La vocation économique du Québec
- Esdras Minville: Préliminaires de la Commission Tremblay
- Fr.-A. Angers: Le sens d'une vie.

Ce numéro de l'Action Nationale ne saurait que passionner tous ceux qui de près ou de loin s'intéressent à l'histoire du Québec et à son accession à une société industrielle, au moment où plusieurs mettaient l'accent sur notre destin rural. Esdras Minville restera longtemps une figure de proue de la collectivité québécoise, et son action dynamique continue d'orienter nos hommes d'affaires et nos penseurs.



CANNABIS ET FONCTIONNEMENT INTELLECTUEL

Maurice Bourassa
Psychologie 1974

Les Presses de l'Université de Montréal
232 pp. Prix \$14.25

Maurice Bourassa publiait récemment aux Presses de l'Université de Montréal "**Cannabis et fonctionnement intellectuel**". Cette étude présente les résultats d'une recherche expérimentale qui a mesuré les effets de la marijuana sur certaines fonctions cognitives, notamment le raisonnement analogique, le jugement, la mémoire, la capacité de planification et d'anticipation ainsi que la capacité de structuration spatiale.

L'URSS ET LA REVOLUTION CUBAINE (1959-1974)

Jacques Lévesque
Sciences sociales 1965

Les Presses de l'Université de Montréal
222 pp. Prix \$15.00

La plupart des ouvrages consacrés à la révolution cubaine et en particulier aux relations Cuba URSS, ont été analysés d'un point de vue cubain. L'auteur vise ici à présenter la perception idéologique et stratégique de la révolution cubaine par l'URSS et les actions qui en ont résulté.

L'AGRICULTURE ET LE CAPITALISME AU QUEBEC

Diane Lessard
Sciences sociales 1971

Les Editions l'Etincelle
184 pp., 28 photos - Prix \$8.95

Que se passe-t-il dans l'agriculture actuellement? Les journaux et la télévision parlent d'une crise agricole, des difficultés des producteurs à compenser leurs coûts de production. Il n'y a pas si longtemps, les producteurs de boeuf, en signe de protestation contre le prix ridiculement bas qu'on leur offrait pour le boeuf de boucherie, ont perdu leurs veaux sur la place publique. Ces producteurs, pour la plupart des producteurs laitiers, ne pouvaient pas garder ces animaux: ils produisaient à perte. **L'agriculture et le capitalisme au Québec** constitue une étude fondamentale sur l'orientation ac-

tuelle de tout le secteur agricole. Diane Lessard analyse les rapports existant entre le développement du capitalisme au Québec, à l'époque moderne et sa pénétration de plus en plus sensible dans le domaine agricole. Concentrant son étude sur l'industrie laitière, l'auteur fait le constat des causes premières qui ont mené à l'état de crise actuel. Cette analyse vigoureuse démontre comment beaucoup de petits et de moyens producteurs ont été livrés pieds et poings liés à la rapacité insatiable du capitalisme de monopole et aussi, comment ce secteur de base est en train de s'effriter au profit des intérêts étrangers.

L'HISTOIRE DE L'AGRICULTURE AU QUEBEC

Colette Chatillon
Sciences sociales 1974

Les Editions l'Etincelle
192 pp. Prix \$5.95

L'histoire de l'agriculture au Québec est certainement la première histoire marxiste de l'agriculture au Québec. Ce survol historique s'appuie solidement sur une recherche d'envergure. Des débuts de la colonisation en Nouvelle-France et de l'étroite relation qui existe entre son orientation et le déroulement des événements en Europe, en passant par les débuts du régime anglais, le dix-neuvième siècle et l'époque moderne, cet ouvrage tente de situer lucidement, dans son contexte historique, la réalité du sous-développement de notre agriculture et les origines de la crise dont elle est atteinte. Cette approche originale a permis à Colette Chatillon de faire une synthèse historique du développement économique et politique du Québec. Cet ouvrage revêt donc une importance toute particulière puisqu'il fait comprendre l'évolution de l'agriculture au Québec et qu'il illustre bien la dépossession extrêmement rapide des petits producteurs en faveur des gros, la domination de plus en plus étendue du capital sur la production agricole, la concentration et la puissance économique des monopoles qui vivent des produits de l'agriculture.

UN VILLAGE DU BOUT DU MONDE

Joseph Josy Levy
Sciences sociales 1974

Les Presses de l'Université de Montréal
130 pp. Prix \$7.50

A partir d'une étude menée sur le terrain, cet ouvrage décrit les transformations économiques et sociales survenues dans un village aux Antilles françaises, Grande-Rivière, où, depuis la départementalisation, un ensemble de politiques issues de la métropole a été introduit. Ces politiques ont orienté le village selon de nouvelles lignes de force, mais leur impact a été varié selon la stratification socio-professionnelle et l'organisation familiale. Constatant que ces changements ont eu pour effet de réduire les bases économiques et démographiques, l'auteur en vient à craindre que la survie même de la communauté ne soit mise en danger

POUR UNE PEDAGOGIE SOCIALE D'AUTODEVELOPPEMENT EN EDUCATION

Jacques Grand'Maison
Théologie 1956

Les Editions Internationales
Alain Stanké
Prix \$6.50

Depuis plusieurs années, avec différents groupes de jeunes et d'adultes, Jacques Grand'Maison expérimente une pédagogie sociale qui peut s'appliquer à divers champs d'intervention. Dans cet ouvrage, il accorde plus d'attention à l'instance scolaire, sans pour cela isoler des autres instances du milieu. C'est dans le réalisme et la richesse de la pédagogie populaire qu'il puise ses principales ressources. Il présente ici un coffre d'outils qui sera précieux pour les enseignants et les administrateurs scolaires. Mais ces instruments peuvent être utilisés par les étudiants eux-mêmes, jeunes ou adultes, dans une perspective d'auto-éducation. Les parents y trouveront profit non seulement dans leur collaboration au projet éducatif de l'école, mais aussi dans leur tâche plus large d'éducation. Enfin, l'auteur plaide la nécessité d'une approche pédagogique commune aux diverses institutions d'un milieu, afin d'assurer une meilleure synergie de la culture, de l'économie et de la politique, selon une orientation non déguisée d'autodéveloppement individuel et collectif. Cette démarche vise la recréation d'une base sociale plus dynamique et plus solidaire dans les institutions comme dans les collectivités locales ou régionales. Voilà l'hypothèse en amont et la cible en aval de cet ouvrage qui définit l'apport spécifique et l'éducation à la construction d'authentiques milieux humains.

TECHNIQUES DU HOCKEY EN U.R.S.S.

Guy Dyotte
Education physique 1972

André Ruel

Les Editions de l'Homme
288 pp. 100 photos, diagrammes
Prix \$6.00

La science au service du sport, des joueurs au service de leur équipe, un entraînement individualisé et unifié à la fois, bref, une théorie cohérente sur l'enseignement sportif, voilà ce que propose en exemples "Techniques du hockey en U.R.S.S.". Une présentation progressive et abondamment illustrée invite le lecteur à:

- avoir une vue d'ensemble sur le sport en U.R.S.S.
- comprendre les structures sur lesquelles s'est édifié le hockey dans ce pays depuis seulement 25 ans
- se familiariser avec des techniques de base différentes
- assister, ou presque, à la préparation physique
- pénétrer un peu dans les secrets des entraîneurs soviétiques en étudiant leurs tactiques et stratégies, par comparaison avec celles de collègues nord-américains.

COMMUNIQUE

En présence du recteur, Monsieur Paul Lacoste, les Presses de l'Université de Montréal ont donné une réception le mercredi 20 octobre 1976 à dix-sept heures dans le Hall d'honneur de l'immeuble principal de l'Université de Montréal. A cette occasion, les Presses ont présenté à la communauté universitaire et au public leurs plus récentes publications, soit 14 volumes et 8 numéros de revues, couvrant plus de douze disciplines. Cette réception tenait lieu de lancement collectif de la production, depuis le printemps, des Presses de l'Université de Montréal. Voici la liste des ouvrages qui furent présentés:

- Ecology and Management of Animal Resources. J. Roger Bider, Eric Thompson, R.W. Stewart.
- Canabis et fonctionnement intellectuel. Maurice Bourassa.
- L'Accession à la souveraineté et le cas du Québec. Jacques Brossard
- Le Cadre d'une recherche 7cologique interdisciplinaire. Pierre Dansereau
- Fondements des mathématiques. Yvon Gauthier
- Programme linéaire. Claude Guérard
- Mariages stables et leurs relations avec d'autres problèmes combinatoires. Donald E. Dnuth
- L'U.R.S.S. et la révolution cubaine. Jacques Lévesque
- Un village au bout du monde. Modernisation et structures villageoises aux Antilles françaises. Joseph Josy Levy
- André Gide ou l'ironie de l'écriture. Martine Maisani-Léonard
- Sur quelques questions d'analyse, de mécanique et de contrôle optimal. Jacques-Louis Lions
- Inflexions de voix. Thomas Pavel
- Mariage, séparation, divorce. L'état du droit au Québec. Jean Pineau
- Samuel Beckett et l'univers de la fiction. Fernande Saint-Martin

ERRATUM

Nous avisons nos lecteurs que le livre intitulé "**La gestion des organisations**", dont les auteurs sont Réal Larose et Pierre Simon, a été publié aux Presses de l'Université du Québec, et non aux Presses de l'Université de Montréal, tel que mentionné par erreur dans le numéro 253, septembre-octobre, de l'Interdit.



EVENEMENT LITTERAIRE

Le prix de la revue "Etudes françaises" 1976 vient d'être attribué à monsieur Jean-Yves Soucy pour son roman intitulé UN DIEU CHASSEUR. Dans ce premier ouvrage qu'il publie, Jean-Yves Soucy se révèle un conteur né, un écrivain qui a le sens de l'action et qui sait la raconter avec précision et vivacité. Né à Causapscal, vallée de la Matapédia en 1945, cet auteur a vécu en divers lieux du Québec, de l'Abitibi à la Côte Nord; il a travaillé sur des chantiers forestiers, a fréquenté chasseurs, trappeurs, Indiens. Depuis quatre ans, il s'occupe de personnes âgées à l'intérieur du mouvement "Les Petits Frères des pauvres". Créé en 1967 et d'un montant de \$2,000., le prix de la revue "Etudes françaises" a été décerné auparavant à Ahmadou Kourouma, Gaston Miron, Juan Garcia, Michel Beaulieu et Fernand Ouellette. UN DIEU CHASSEUR, roman de Jean-Yves Soucy, 1976, un volume broché de 204 pages, \$8.75, publié par les Presses de l'Université de Montréal. Sur la photo, on reconnaîtra Mme Danielle Ros, directeur des Presses de l'Université de Montréal, et l'auteur M. Jean-Yves Soucy.

ARTS

1936

Le père Edmond Robillard a été élu membre de l'Académie canadienne-française au cours de la séance du 10 juin 1976.

DROIT

1939

Le juge Rodolphe Paré de la Cour supérieure du Québec, est passé au banc de la Cour d'appel en septembre dernier.

1949

Maitre Guy Pager a été nommé juge de la Cour supérieure du Québec. Il était auparavant attaché au contentieux de la Ville de Montréal.

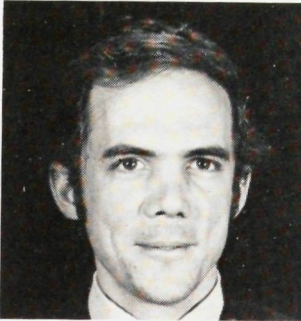
1973

Me Normand Hélu a été nommé au poste d'adjoint au vice-doyen à la coordination et au développement de la Faculté des arts et des sciences de l'Université de Montréal.

HEC

1939

Monsieur Roger Charbonneau a été nommé au poste de Directeur du Comité d'étude sur le fonctionnement et l'évolution du commerce au Québec par le ministre de l'Industrie et du Commerce du Québec.



1967

M. Léon Courville a été nommé au poste de Directeur de l'Institut d'Économie Appliquée de l'École des Hautes Études Commerciales.

LETTRES

1969

Monsieur Yves Julien a été nommé au poste de Directeur des Services financiers du Conseil scolaire de l'Île de Montréal.

MEDECINE

1948

Le docteur Jean-Louis Taillon a été nommé coroner à temps plein pour la zone des Laurentides.

POLYTECHNIQUE

1947

Monsieur Jean-Paul Gignac était du nombre de ceux qui ont été reçus Compagnons de l'Ordre du Canada. Institué en 1967, l'Ordre du Canada reconnaît les réalisations éminentes effectuées par des Canadiens dans tous les domaines.

1950

M. Marcel Desrochers a été nommé au poste de Directeur général de l'Association des Ingénieurs-Consueils du Québec.

1960

M. Guy Fournier a été nommé au poste de Président de la société d'experts-conseils Tecsub International Limitée.

1962

M. Victor Bédard a été nommé au poste de Directeur du service des stages de l'École de technologie supérieure de l'Université du Québec.

1964

M. Pierre Gilbert a été nommé Directeur du programme de construction civile de l'École de technologie supérieure de l'Université du Québec.

SCIENCES



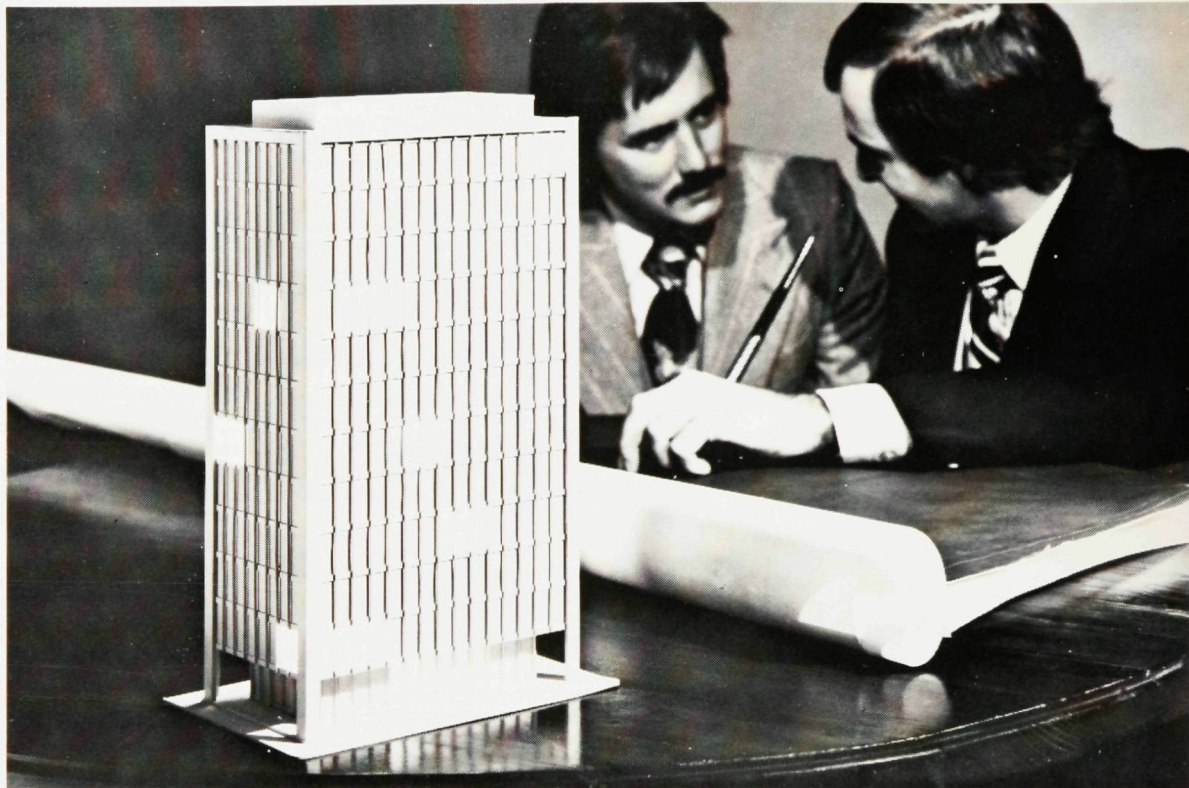
1971

Monsieur Claude Chriqui a été nommé au poste de Directeur du service de l'enseignement des méthodes quantitatives à l'École des Hautes Études Commerciales.

SCIENCES SOCIALES

1951

L'Université de Sherbrooke a décerné le titre de docteur honoris causa à monsieur André Raynauld, à la collation des grades du 23 octobre 1976. Né en 1927, M. Raynauld a obtenu un baccalauréat (1948) et une maîtrise ès arts (1951) à l'Université de Montréal et un doctorat en sciences économiques (1954) à l'Université de Paris.



**Saurez-vous réussir
à votre avantage
vos transactions immobilières?**

Au Trust Général, on le fait. Mieux.



Des collaborateurs efficaces

Vous vous attendez avec raison à rencontrer un agent compétent: il doit réunir des qualités professionnelles telles que la discrétion, l'aptitude à identifier les obstacles et à formuler des solutions originales. Vous ne regretterez sans doute pas qu'il ait aussi un sixième sens pour "la bonne affaire".

Des ressources complètes

Au Trust Général, vous bénéficiez de l'expérience d'agents habitués aux aspects complexes et techniques de vos transactions. Vous profitez d'un service de courtage immobilier sûr et efficace,

qu'il s'agisse d'immeubles commerciaux, industriels ou d'investissements immobiliers. Au Trust Général, vous avez également accès à tous les autres services immobiliers: évaluation d'immeubles, prêts hypothécaires et administration d'immeubles.

**Rencontrez un agent
du Trust Général. C'est mieux.**

Montréal • Outremont • Longueuil •
Laval • Saint-Jérôme • Drummondville •
Trois-Rivières • Shawinigan • Québec •
Lévis • Rivière-du-Loup • Rimouski •
Chicoutimi • Baie-Comeau, Hauterive •
Sept-Îles • Hull • Ottawa • Moncton.



**TRUST
GÉNÉRAL**
courtier