



pourquoi aimons-nous le papier ?

L'exemple des compagnies
du CASJB

01 **Contexte** : découvrabilité des œuvres ;
utopie du tout numérique ; impact environnemental

Les cendres

02 **Quelques principes** : **Cadrage** pragmatisme ;
ethnologie de la communication ; imaginaire culturel

03 **L'étincelle et la mémoire** : normes objectives,
normes subjectives

04 **Conclusion** : l'affichage public un droit

pourquoi aimons-nous le papier ?

01

Contexte

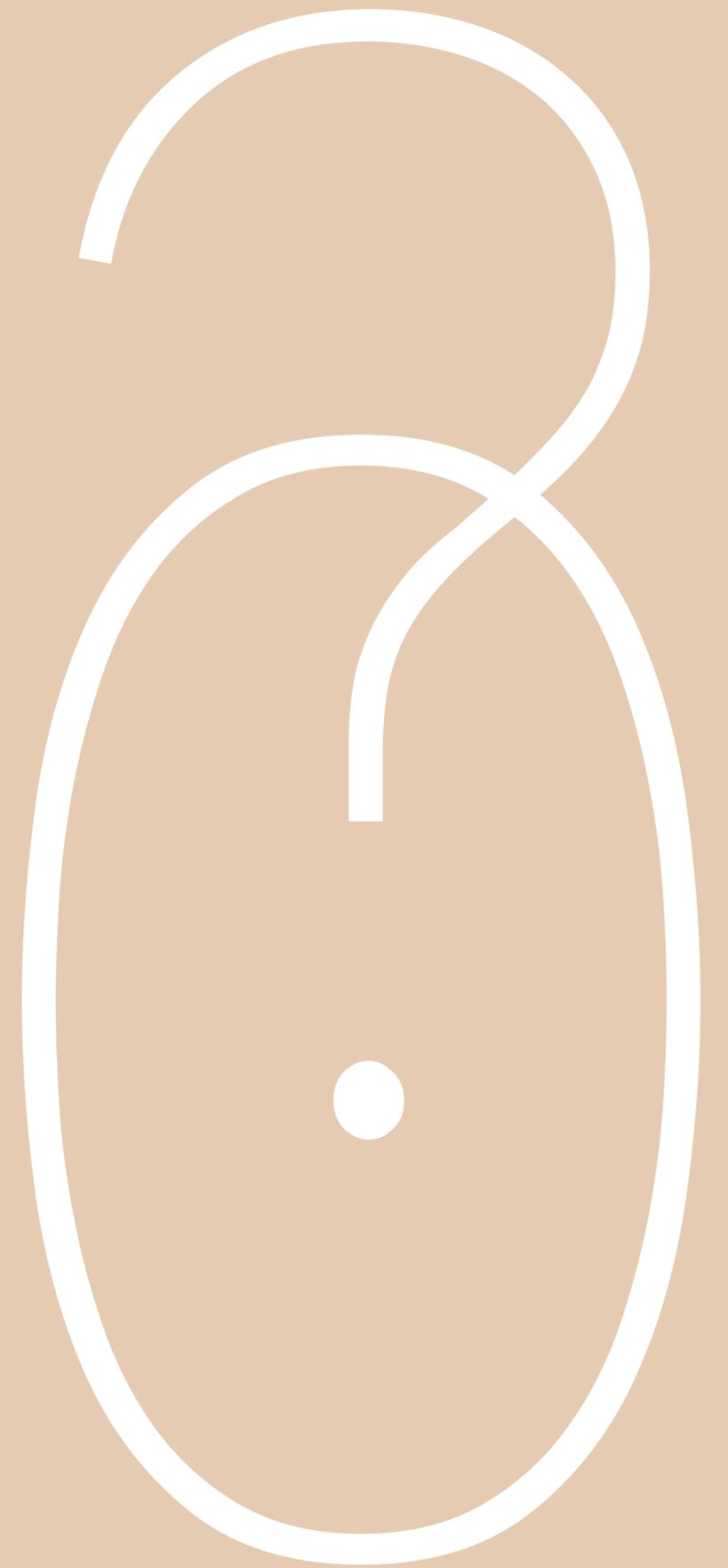
PERSPECTIVES

Pandémie, an 2

La COVID-19 est devenue pandémie il y a un an. Vaccins, variants, déconfinement : que nous réservent les 12 prochains mois ? Quel chemin le Québec empruntera-t-il pour sortir de cette crise qui disloque nos liens sociaux depuis trop longtemps ?

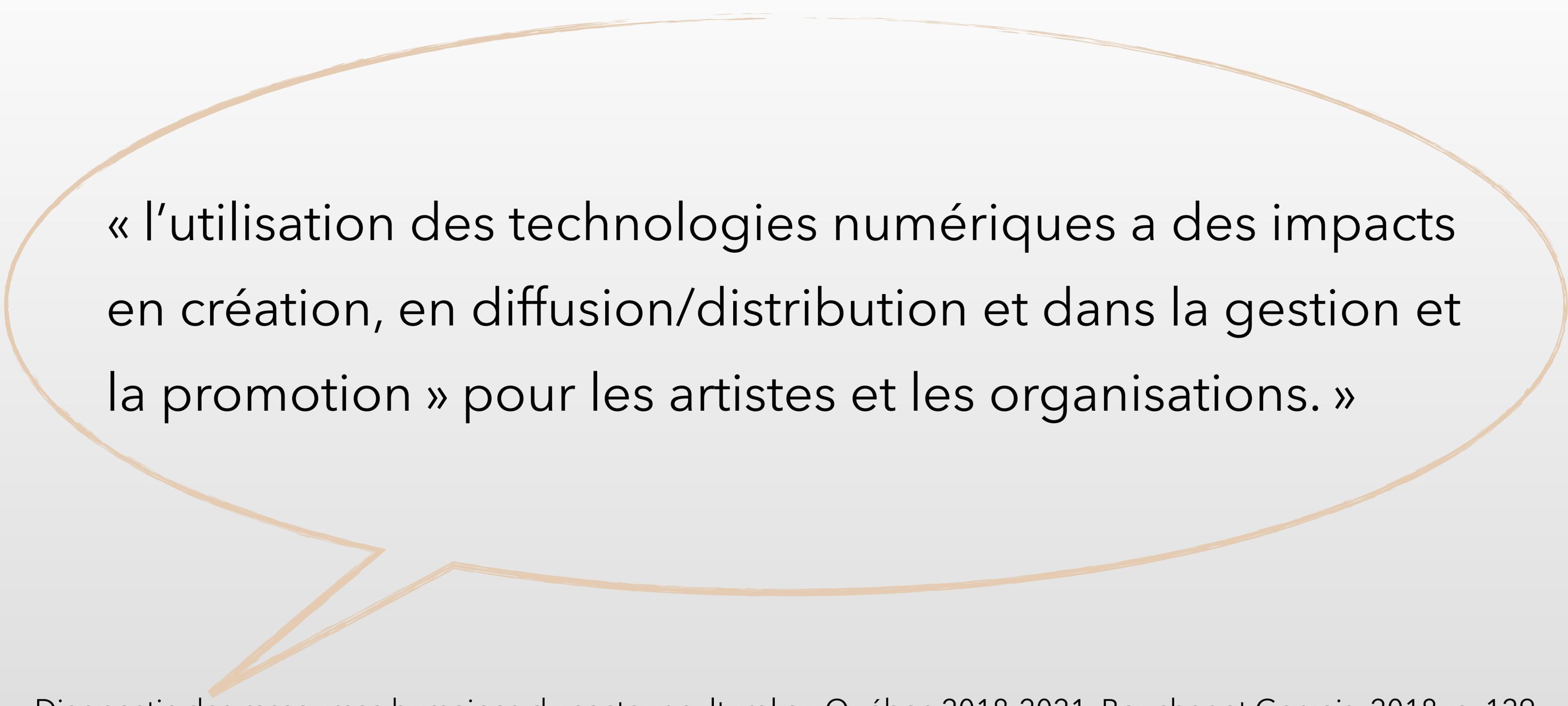


Hypothèse zéro

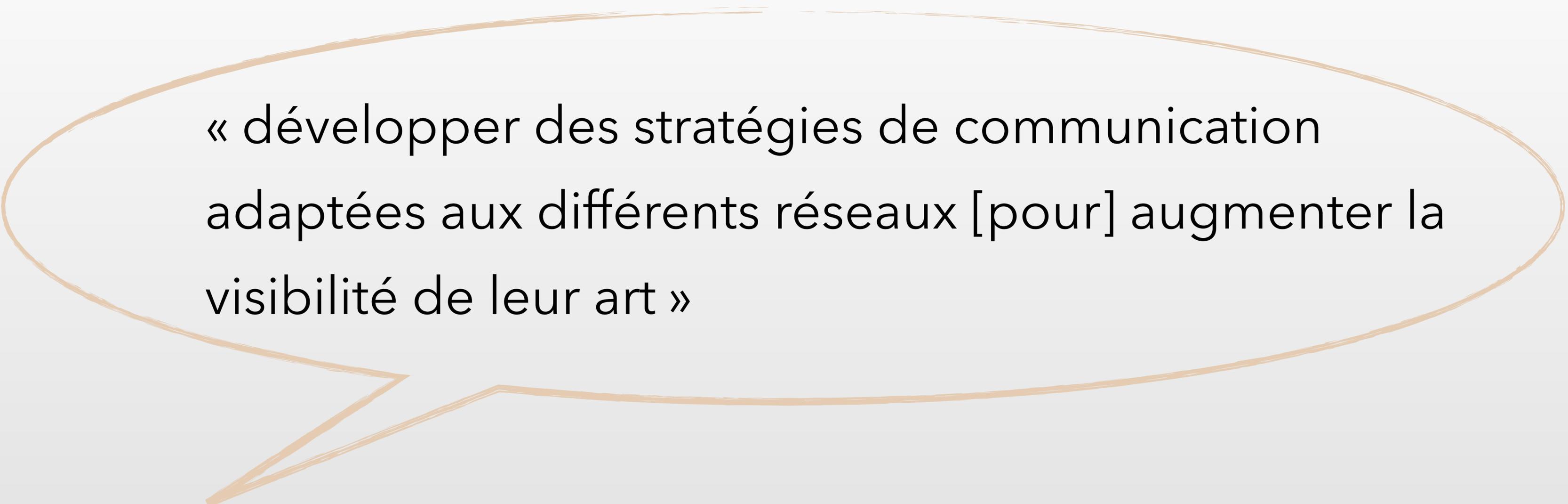




***Découvrabilité
des œuvres***



« l'utilisation des technologies numériques a des impacts en création, en diffusion/distribution et dans la gestion et la promotion » pour les artistes et les organisations. »



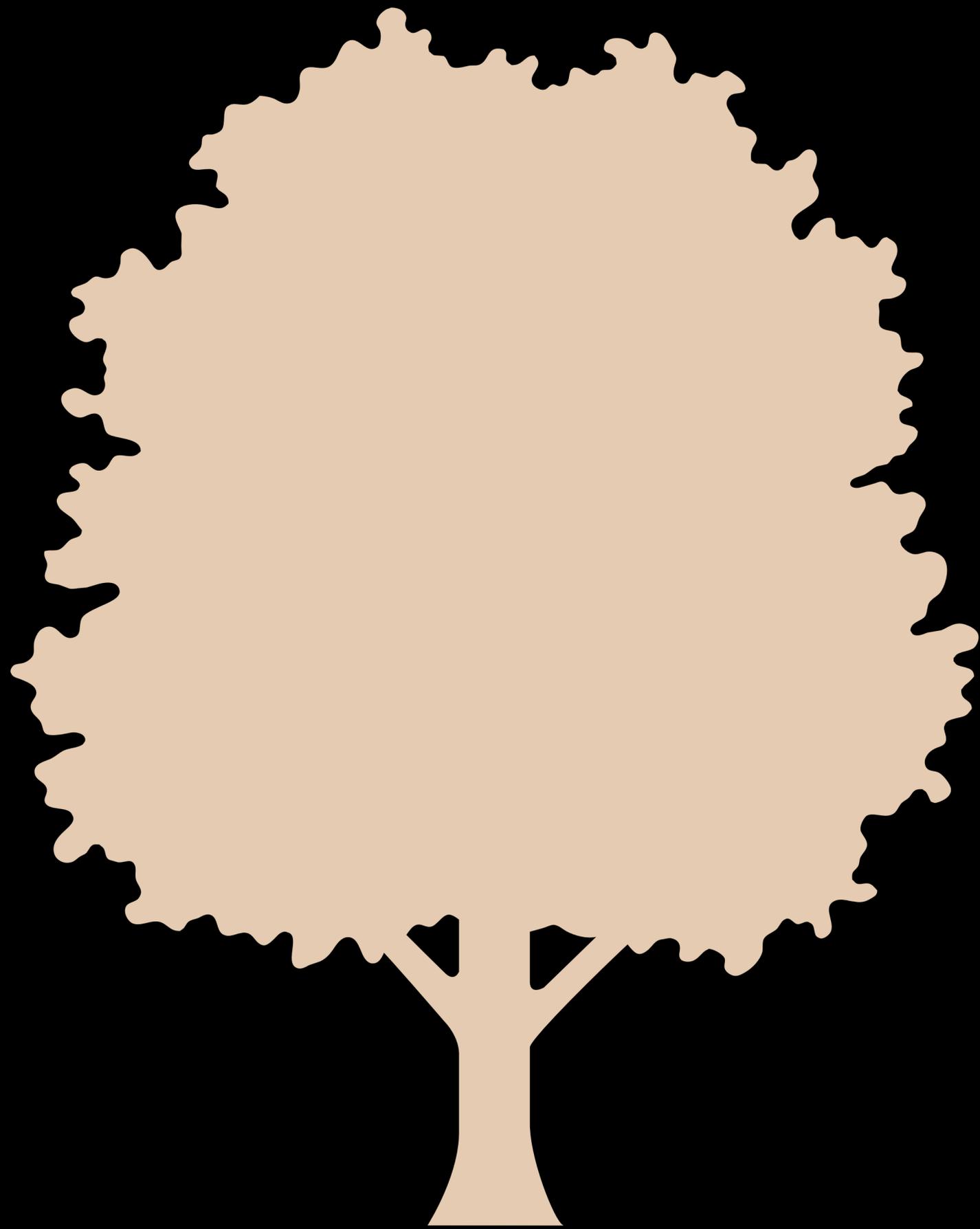
« développer des stratégies de communication adaptées aux différents réseaux [pour] augmenter la visibilité de leur art »



***L'utopie du tout
numérique***

Le numérique est la continuation de l'imprimé
par d'autres moyens

- Pas d'opposition imprimé | numérique
- L'usage des réseaux sociaux remplit une fonction
 - ▷ tout comme l'affiche



***La question
environnementale***

1 panneau publicitaire del 85”

CONSOMME

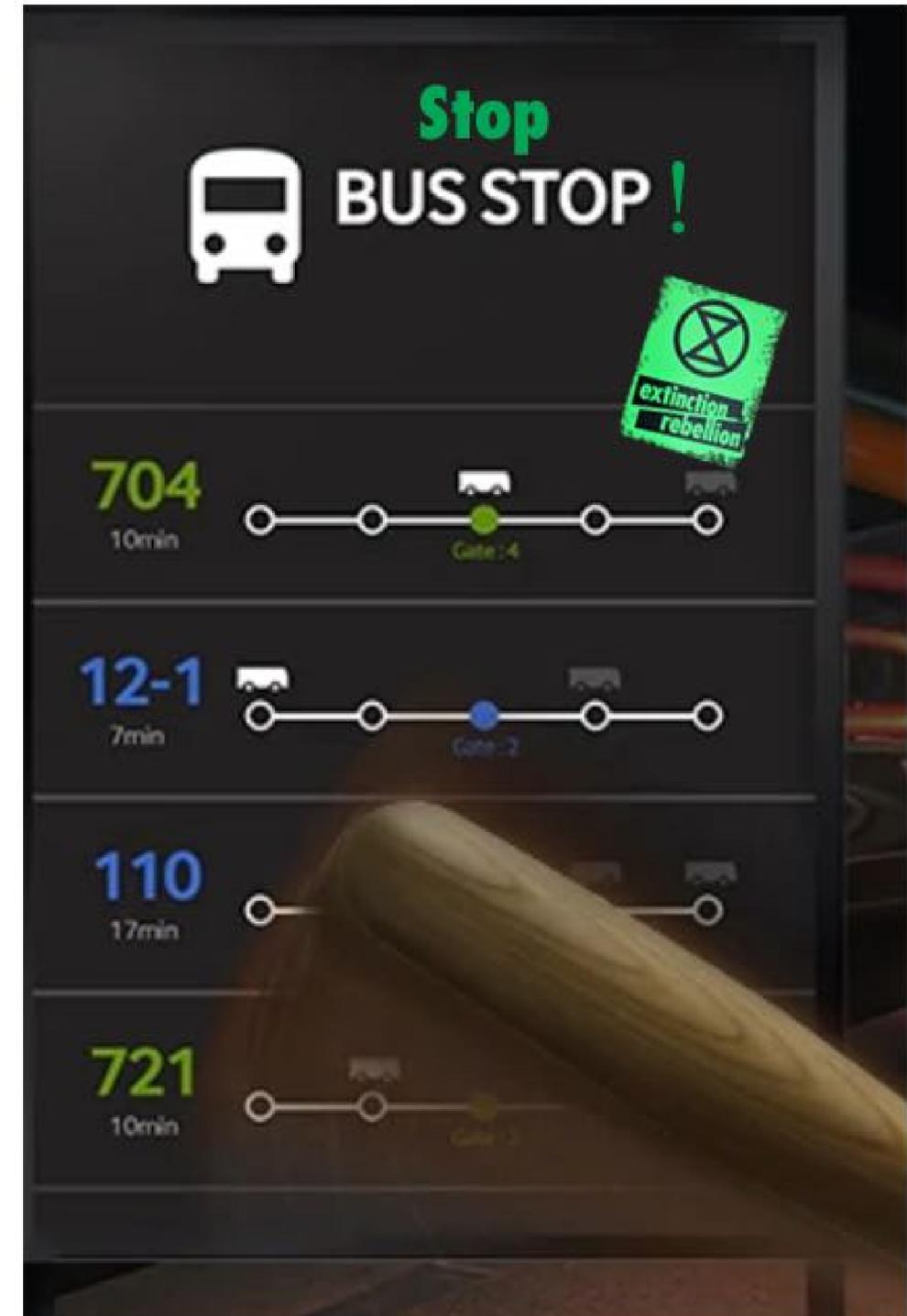
680 W/h

soit

488 \$ par an

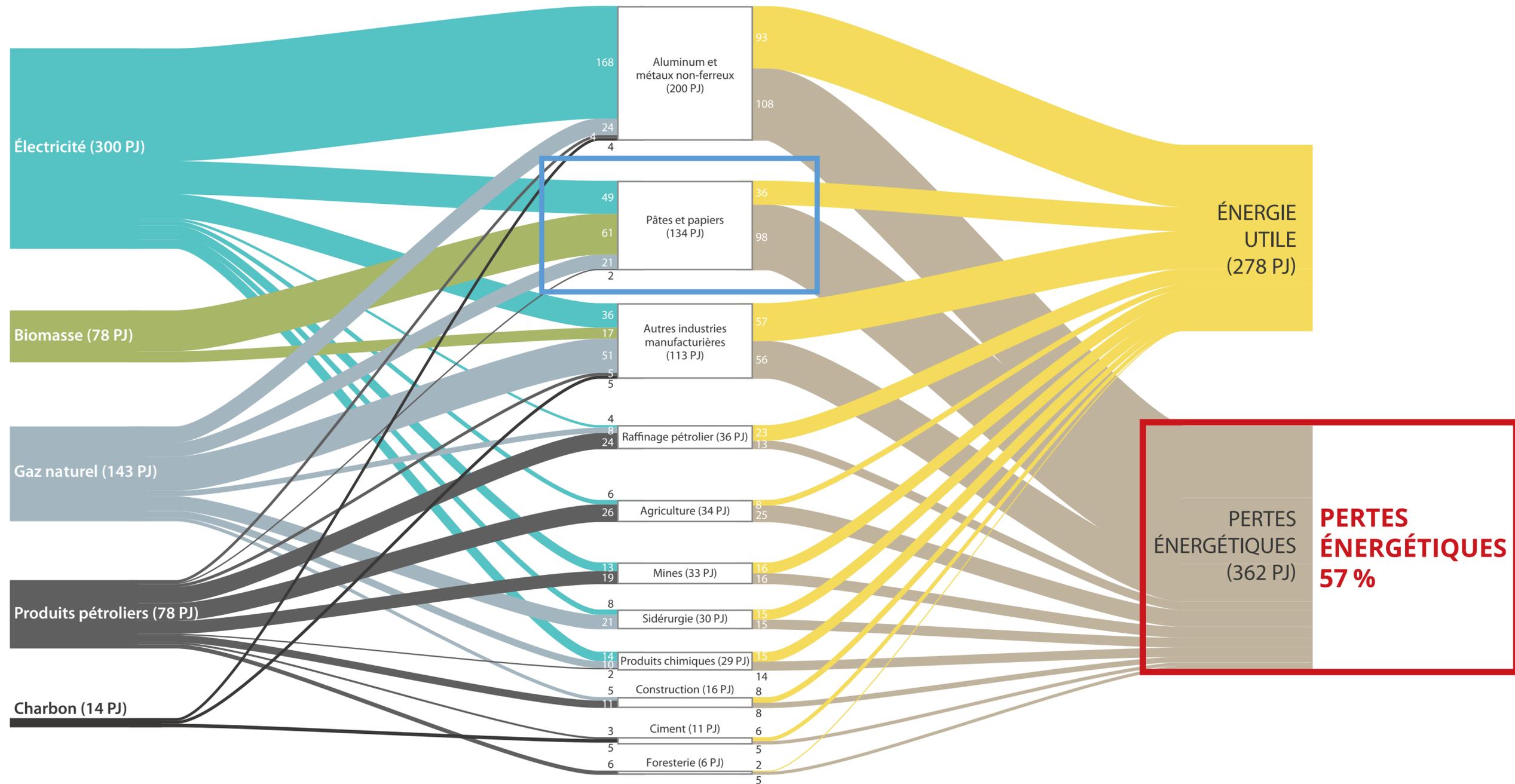
soit

**1/3 consommation
annuelle d'1 habitant
au Canada**



LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES PAPETIÈRES, QUÉBEC

GRAPHIQUE 29 • ESTIMATION DES PERTES ÉNERGÉTIQUES DANS LES SOUS-SECTEURS INDUSTRIELS AU QUÉBEC, 2016



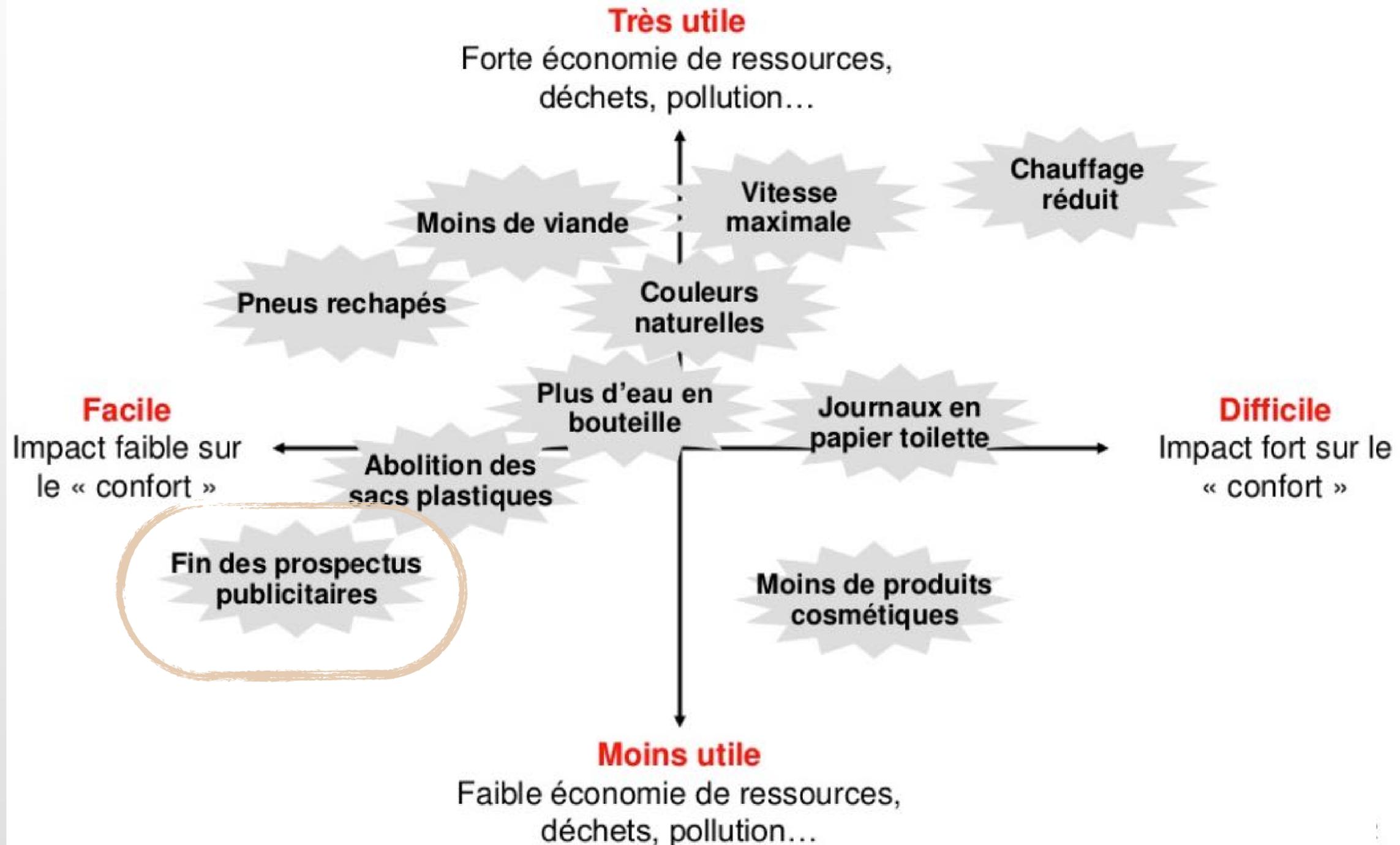
Source : OEÉ, 2018 ; US DOE, 2018. Graphique tiré de Whitmore, Pineau et Harvey, 2019.

<https://energie.hec.ca/wp-content/uploads/2019/12/PE2019.pdf>

Note : Certains totaux ne s'additionnent pas parfaitement en raison d'arrondissement et du fait que les flux énergétiques inférieurs à 2 PJ ne sont pas affichés sur le diagramme. Les données de l'OEÉ ne contiennent pas de données pour l'utilisation de la biomasse dans le secteur agricole. La catégorie « Autres (vapeur et résidus du ciment) » n'est pas affichée pour gagner en lisibilité (et aussi parce que la majorité de ses flux sont inférieurs à 2 PJ). Les facteurs d'efficacité énergétique proviennent du Manufacturing Energy Consumption Survey (MECS) du Département de l'Énergie des États-Unis (DOE). Les hypothèses suivantes sont utilisées pour les secteurs pour lesquels MECS ne fournit pas de facteur d'efficacité : les secteurs agricoles et forestiers utilisent un facteur de 25 % du fait de l'utilisation principale de moteurs thermiques pour leurs activités ; les secteurs des mines et de la construction utilisent un facteur de 50,2 %, représentatif l'efficacité moyenne de l'industrie américaine.

Réalisation : Benjamin Israël
Collaboration : Johanne Whitmore
et Pierre-Olivier Pineau (HEC Montréal)

Remettre en cause les besoins : La matrice « écolo-liberticide »





MOTEUR DE RECHERCHE

Rattrapage du lundi 16 mai 2022 numériques



53 min



Segments Remplacer le papier par des outils numériques est-il bon pour l'environnement ?

▷ analyse cycle de vie : impact d'un produit par rapport étapes importantes de sa production, utilisation, de sa durée de vie

> *complexe*

<https://ici.radio-canada.ca/ohdio/premiere/emissions/moteur-de-recherche/episodes/628112/rattrapage-du-lundi-16-mai-2022> | <https://ciraig.org/index.php/fr/analyse-du-cycle-de-vie/>

02

Quelques principes

Pragmatisme :

Demander sur chaque problème, pour chaque solution offerte, quelles **promesses** elle apporte.

William James (1950) cité par Erving Goffman (1969, p. 298)

« Réalité veut dire simplement une relation à notre vie émotionnelle et active. En ce sens, tout ce qui excite et stimule notre intérêt réel »

William James (1950) p. 295

L'affiche ne revêt pas seulement un caractère informatif : elle joue aussi dans la publicité une fonction symbolique. Son but est « de créer l'évasion en nous donnant à voir une quotidienneté de rêve. »

S.-Alain Laboz, 1972, p. 27

Les affiches « participent à une écriture du monde
civilisé que les acteurs sauront lire. »

Alex Mucchielli, 1996, p.16

Les affiches fonctionnent comme un référent culturel commun, ce qui suppose « une compétence de décodage qui permet la lecture commune des affiches et une sorte de "connivence" entre les acteurs urbains. »

Alex Mucchielli, 1996, p. 16

La dimension cachée :

Aspects de la culture que l'on considère le plus souvent comme évidents et qui fonctionnent, ainsi que Sapir (1927) l'a bien énoncé « selon un code secret et complexe » connu de personne, mais compris par tous les membres d'une communauté ethnique donnée.

Edward T. Hall, 2014, p.194

L'enquête ethnographique

7 compagnies

Une des compagnies a été créée en 1973,
une autre en 1985

2 compagnies sont spécialisées en **jeunesse**

2 compagnies de **danse**

1 compagnies des **arts de la rue**

L'enquête ethnographique

9 *personnes interrogées*

2 graphistes

3 directrices artistiques

2 interprètes

2 directrices des communications

Sémiologie :

Une méthodologie de recherche qui repousse
à plus tard, la question de la *signification*.

Gregory Bateson, 1971, Communication.

Sémiologie :

- double articulation du langage : gestes/sens
- le sens d'une expression réside dans ses conséquences pratiques

Imaginaire culturel :

Il y a deux types de problèmes, les problèmes réels et les problèmes **imaginaires**.

Louis-Edmond Hamelin (2012), Le Nord au cœur.

Théorie de l'imaginaire culturel :

WIM REMYSEN

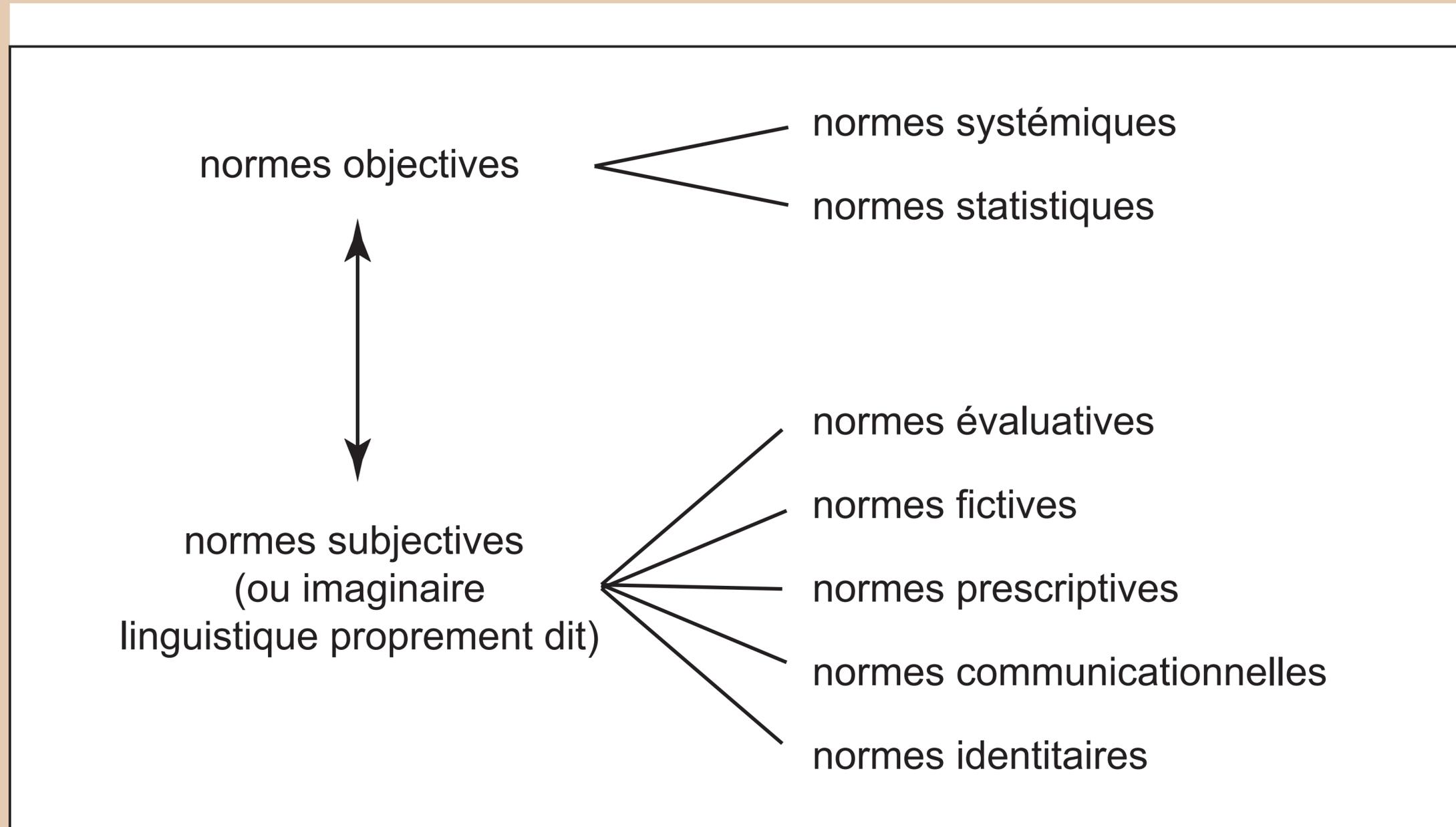


Figure 1 :
Le modèle de l'IL (d'après les travaux d'Houdebine)

03

*L'étincelle &
la mémoire*

« À Sherbrooke, il n'y a pas de murs entiers tapissés d'affiches. Il y a des fresques murales » (A1GA).
Pourtant, « avant il y avait beaucoup plus d'affiches dans les rues, pour les shows punk, métal, il y en avait plus dans les années 90, et moins depuis les années 2000 » (A1GA).

Facteur systémique

Répondre à l'attente des publics

« la plupart des places d'affichage sont illégales » (A4GC).

▷ la Ville de Sherbrooke luttait activement contre la pollution visuelle. En effet, l'affiche est considérée comme une nuisance, de sorte qu'« il est défendu [...] de coller ou de laisser poser [...] une affiche sur un poteau situé dans une place publique municipale »

Règlement général de la Ville de Sherbrooke, 2019

« Si la Ville réservait des espaces d'affichage, il y en aurait peut-être plus d'affiches. Les gens auraient peut-être plus le réflexe de les regarder, parce que souvent elles se trouvent entassées sur une porte de toilettes. Ce serait moins la guerre. Cela ne doit pas être une priorité pour la Ville de mettre à disposition des murs pour les affiches » (A2CA).

Avant on en imprimait :

« des centaines qu'on affichait partout;

– Maintenant on en fait encore, mais
beaucoup moins.

« De plus en plus, dans les lieux de diffusion,
il y a des écrans. »

« Les diffuseurs en demandent moins aussi.

Donc ça y joue ! »

« avant ça on faisait deux cents affiches par show »

« C'est rare qu'on te demande deux cents affiches, plus maintenant ! »

Facteur statistique

« ce que j'ai appris dans les communications, ce n'est pas une affiche qui va faire la différence, c'est la multiplication des différents outils qui fait la différence » (A8CB).

Facteur statistique

Les diffuseurs

« Tous [les diffuseurs en demandent], en très petite quantité. Ils ne les utilisent pas tant pour l'affichage, ils les utilisent pour les ateliers préparatoires. »

« Il y a des personnes à la Maison Théâtre qui sont attirées à ça, qui vont aller rencontrer les groupes dans leurs classes, ils apportent une affiche avec eux. »

« Quand j'ai commencé [il y a cinq ans], le public de la compagnie n'était pas sur Facebook.

Ça ne fait pas si longtemps que notre public cible est sur Facebook. »



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts



Conseil
des arts
et des lettres
du Québec



les subventionneurs

Avant

« Ils voulaient tout avoir, tous les outils de communication qu'on a créés :

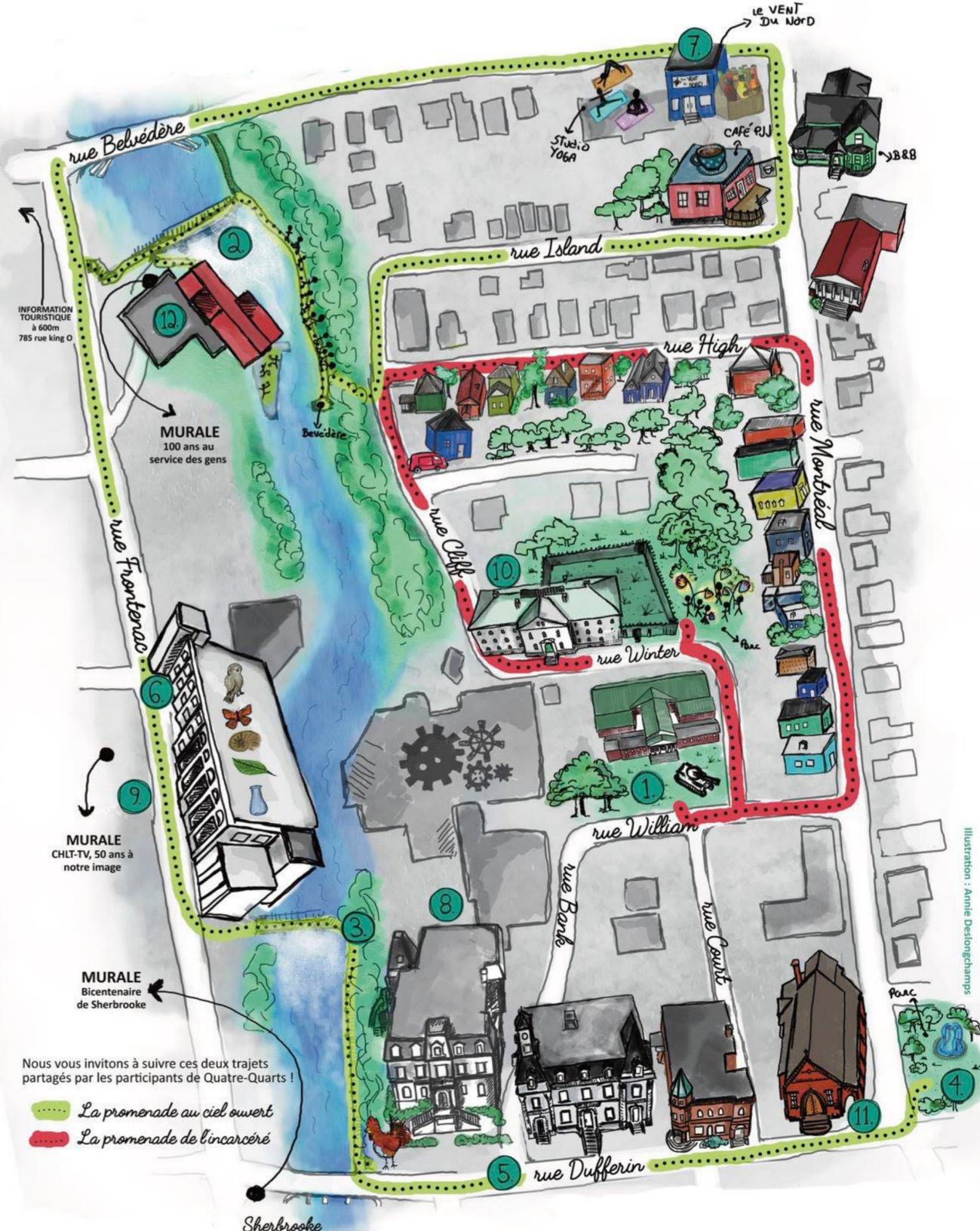
les affiches, les flyers, les brochures, les communiqués de presse... »

les subventionneurs

Maintenant

« Le CALQ, on va tout livrer en ligne. Je viens d'envoyer, il y a un mois, la demande au CAC. Ils ne demandent même plus de dossier de presse. Maintenant, c'est tout en ligne, tu n'envoies plus rien par la poste. »

les subventionneurs



INFORMATION
TOURISTIQUE
à 600m
785 rue King O

MURALE
100 ans au
service des gens

MURALE
CHLT-TV, 50 ans à
notre image

MURALE
Bicentenaire
de Sherbrooke

Nous vous invitons à suivre ces deux trajets
partagés par les participants de Quatre-Quarts !

- ⋯ La promenade au ciel ouvert
- ⋯ La promenade de l'incarcéré

Illustration : Annie Deslongchamps

L'étincelle

« Je ne vais plus en affichage, mais je fais encore des dépliants de saison, je vais faire du publipostage, en ciblant les grands-parents » (A7CD).

Les plaquettes dans les écoles.

« J'ai approché à nouveau la commission scolaire cette année, pour la saison 19-20.

Elle nous a autorisés [à distribuer auprès des enfants, des dépliants]. C'est encore treize mille exemplaires qui partent directement dans les sacs des enfants et qui se rendent dans les mains des parents. [...] » (A7CD)

« L'affiche est un outil de promotion quand même assez efficace parce qu'il est visuellement très fort [et aussi parce qu'il permet de] rejoindre les gens dans leur quotidien » (A9CE)

« ... tu la trouves belle l'affiche, parce que tu t'identifies à ce style graphique. Les affiches punk, tous les punks ont des affiches de punk, c'est un style. »

Facteur identitaire

« En tant qu'artiste, j'ai une responsabilité d'entrer en relation avec les gens que je vais contacter.
- si je résiste, ce n'est pas pour une question de génération, je résiste parce que je trouve qu'il faut qu'on garde un lien de proximité entre les personnes. » (A3CB)

« On s'est rendu compte qu'une de nos productions on avait pas garder d'affiche. "Celle-là, elle n'existe plus". Ça a été une prise de conscience, d'envoyer à l'archivage. »

La fonction patrimoniale

IBANOR

La fonction patrimoniale

04 *Conclusion*

Le SLAM du TREMPLIN

Vendredi 5 octobre 20h
Parc Éphémère, Well Sud
Gratuit

Artistes invitées

La Fièvre
(dark wave électro pop poésie)
& **Les Espiègleries**
(marionnettes)



PROGRAMME	
MI-AOÛT À MI-OCTOBRE	EXPOSITION GÉNÉRALISTE
VENDREDI 21 SEPTEMBRE	JOFROI EN TROMBE
LUNDI 24 SEPTEMBRE	L'ESCLAVAGE
MERCREDI 26 SEPTEMBRE	SOUPER DU MONDE
VENDREDI 5 OCTOBRE	SLAM DU TREMPLIN

La fonction patrimoniale

« Dans toutes les cultures, les adultes ont transmis des chants, des mythes, des contes, des poésies aux enfants. Ces textes patrimoniaux seraient un objet symbolique assurant la pérennité du groupe. »

Véronique Rey, 2020, Voix et gestes professionnels. La fonction patrimoniale du langage.

L'usage répété de l'affiche comme moyen d'expression ou rituel culturel participerait à la mise en scène d'une parole publique. En cela, il nourrit les interactions entre les artistes et le public.

La fonction patrimoniale

TO-NIGHT

HAVE ARRIVED

THE FAVORITE COMPANY,

HASKELL & WHITE'S

SWISS

BELL RINGERS



MUSIC

Mirth

AND
MELODY

AND
Unique Novelty Troupe!



FUN!

Wit!

AND
SENTIMENT

*l'affichage
est-il encore
pertinent ?*

« Je pense que le théâtre, la danse, tout ce qui est de nature de la scène sont très reliés à l'affiche, cela a toujours été très relié à l'affiche. J'ai du mal à imaginer un jour où ça ne le sera pas. Ça va peut-être évoluer. Mais les affiches sont encore très présentes dans la culture. » (A6GBD)

« Tout le monde à arrêter de faire du papier, tout le monde est sur le numérique, parce que tu veux avoir des clics. Mais les gens se sont rendu compte que pour vraiment avoir de la portée sur Facebook, il faut payer. De toute façon, il faut payer. » (A6GBD)

Je pense qu'on est en haut du balancier, on va revenir un peu à l'imprimé, mais de l'imprimé haut de gamme. » (A6GBD)

L'affiche à l'image du disque vinyle

« comme un mouvement culturel, comme un retour vers un support emblématique, patrimonial, que les gens peuvent toucher, manipuler et apprécier ensemble, contrairement à un fichier numérique ».

Iain Taylor, 2021, Slate

« le manque d'intérêt pour le spectacle est le frein principal à la fréquentation »

« pour accroître la fréquentation au spectacle, il faut donc augmenter son intérêt en haussant sa valeur perçue. Les stratégies d'action culturelle (éducation aux arts et à la culture, fréquentation des arts en jeunesse, médiation culturelle, etc.) sont quelques-uns des moyens pour développer cet intérêt. »

Saire, 2020, p. 413

Étude des publics des arts de la scène au Québec, Saire, 2020, p. 413.



***L'affiche est un objet social :
un médium vecteur
d'imaginaire culturel.***

Toulouse-Lautrec, H. de (1895). Salon des Cent, exposition internationale d'affiches.

« le propos qui est envoyé dans l'espace public, ce n'est pas juste par la création artistique, c'est aussi par l'affiche » (A3CB).

**Les territoires peuvent être ainsi vécus
comme « des dispositifs d'enthousiasme»**

Vinciane Despret, 2020, France Inter

« une bonne société devrait être telle qu'elle assure la possibilité, sinon même qu'elle favorise une vie éthique esthétiquement satisfaisante pour les individus qui la composent. »

Richard Shusterman, 1991, *L'art à l'état vif*, p. 236

Une société libre et juste doit fournir
« le cadre stable nécessaire pour permettre
de poursuivre en paix et avec confort une
quête esthétique individuelle »

Richard Shusterman, 1991, *L'art à l'état vif*, p. 237

La notion de collectivité existe par
«la possession en commun d'un riche legs de souvenirs»

Ernest Renan, 1882, Qu'est-ce qu'une nation ?, p. 62

« On se trouve [...] au cœur même des valeurs
fondamentales que promeut la liberté d'expression »

Cour supérieure du Québec, Astral Media Affichage c. Ville de Montréal, 2016

« Certains, dont les représentants de la Ville, n'y voient uniquement qu'un discours de nature commerciale, ne possédant aucune valeur sociale particulière. Il s'agit assurément de leur opinion. Cependant, la réalité apparaît plus complexe et la preuve révèle le contraire. »

Cour supérieure du Québec, Astral Media Affichage c. Ville de Montréal, 2016

LA PRESSE

ANNEE—N° 67

MONTREAL, MERCREDI 22 JANVIER 1902

DIX PAGES

A BAS LES AFFICHES !

Le chef de police a toute l'autorité voulue pour faire disparaître des rues de la ville les affiches-réclames, indécentes ou non, qui annoncent les représentations du Théâtre Royal.

LA POPULATION TOUTE ENTIERE DE LA VILLE DE MONTREAL A CONFIANCE EN L'INTEGRITE, L'INTELLIGENCE ET LE DEVOUEMENT AUX BONNES MOEURS, DU SURINTENDANT DE NOTRE POLICE QUI, D'AILLEURS, A DEJA FAIT LES PREMIERES DEMARCHES DANS LE SENS INDIQUE PAR "LA PRESSE."

« [D]ans les sociétés où le gouvernement tend à réprimer les idées de l'opposition, les affiches constituent le seul moyen pour l'opposition de communiquer ses idées à un grand nombre de personnes. »

Cour suprême du Canada, Ramsden c. Peterborough (1993)

Chercher



Chercher dans Savoirs UdeS

Cette collection

PARCOURIR

Tout Savoirs UdeS

Domaines et collections

Dates de publication

Auteurs

Titres

Sujets

Directeurs

Cette collection

Dates de publication

Auteurs

Titres

Sujets

Pourquoi le papier est-il toujours utilisé dans les communications des organismes culturels ? L'exemple des compagnies du CASJB à Sherbrooke



Visualiser/Ouvrir

[larcher_maxime_MA_2021.pdf](#)
(8.530Mb)

Date de publication

2021

Auteur(s)

Larcher, Maxime

Sujet(s)

Affiche

Arts de la scène

Résumé

Pourquoi aimons-nous le papier ? Pourquoi aime-t-on s'afficher ? L'affichage numérique est tout autour de nous (téléphone, tablette, écran). Pourtant, pourrait-on imaginer une organisation culturelle renoncer au papier pour annoncer un spectacle ? À l'aune de l'omniprésence des nouveaux médias et de la diffusion massive des contenus culturels en ligne, nous nous interrogeons sur l'intérêt pour une compagnie de spectacle de recourir aux imprimés. Notre programme de recherche s'inscrit dans le domaine de la microsociologie en étudiant un objet banal, quotidien, l'imprimé. Ainsi, notre travail de recherche empirique s'inspire de l'ethnographie de la communication. Une enquête de terrain a été conduite pour comprendre les raisons de la persistance des affiches de spectacle en examinant les pratiques communicationnelles de cinq compagnies des arts de la scène à Sherbrooke. Nous avons poursuivi une démarche de collecte de données de type qualitative auprès des acteurs représentatifs de ce milieu (directrices artistiques, chargées de communication, graphistes...) en menant des entretiens de type compréhensif, retranscrits et assemblés en un corpus. Nous avons analysé la manière dont ces organisations décident d'avoir recours ou non à l'imprimé. Nous avons ensuite cherché à déterminer l'efficacité de ce moyen de communication. L'étude a révélé qu'au-delà d'un souci d'efficacité de l'imprimé, s'exprimait chez les personnes interrogées un attachement singulier au papier. Ce médium semble créer un lien affectif : à l'image de la pochette d'un disque vinyle, il pourrait matérialiser un sentiment d'appartenance. En définissant la notion de culture du papier, au regard des pratiques