

Le Petit Gris

*guide de l'édition
en art & de la
distribution
autogérée*

DIRIGÉ PAR
Anne Bertrand

∞

ESSAIS INÉDITS DE
Felicity Tayler



**Revue d'art
actuel /
Contemporary
Art Magazine**

Abonnez-vous maintenant
— Subscribe now

esse.ca

Suivez-nous sur les médias sociaux
— Follow us on social media

 revue.esse
 @revue_esse
 revueesse

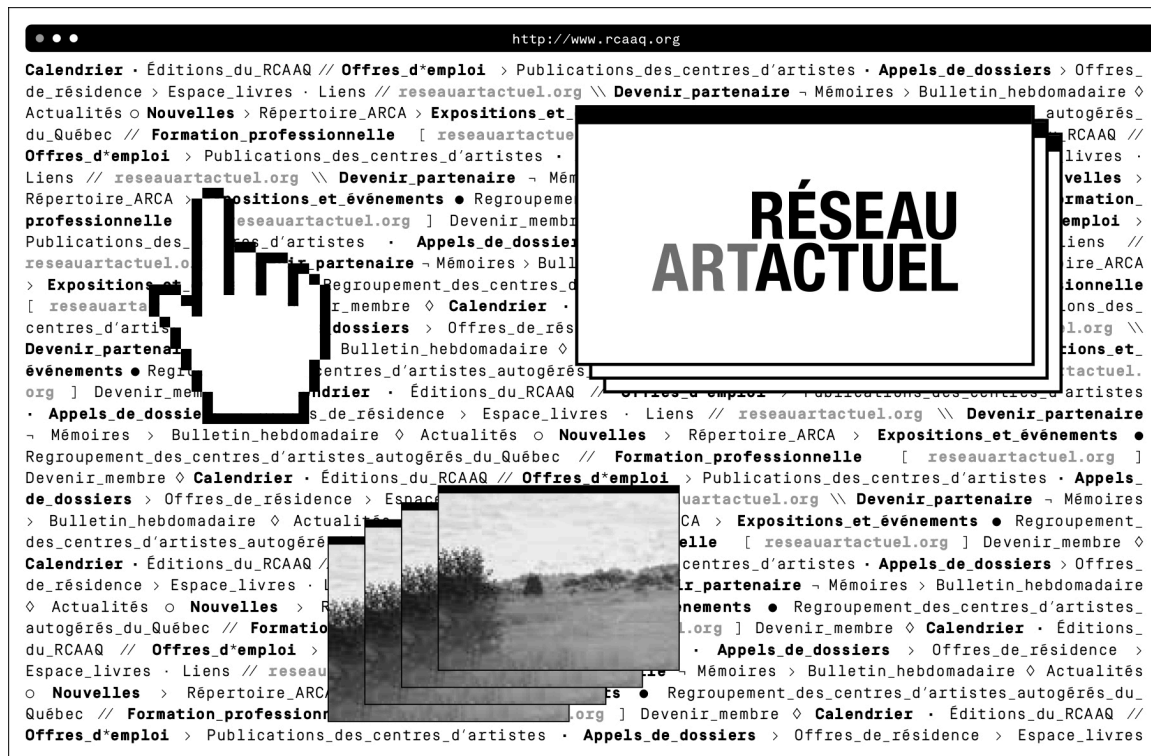
*l'outil
indispensable
pour une
approche
dynamique
de la
publication
en art.*

—arca.art

Taxonomie

UOWiE

Taxo



http://www.rcaaq.org

**RÉSEAU
ARTACTUEL**

Calendrier · Éditions du RCAAQ // Offres d'emploi > Publications des centres d'artistes · Appels de dossiers > Offres de résidence > Espace livres · Liens // reseauartactuel.org // Devenir partenaire - Mémoires > Bulletin hebdomadaire > Actualités > Nouvelles > Répertoire ARCA > Expositions et événements • Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec // Formation professionnelle [reseauartactuel.org] RCAAQ // Offres d'emploi > Publications des centres d'artistes · Appels de dossiers > Offres de résidence > Espace livres · Liens // reseauartactuel.org // Devenir partenaire - Mémoires > Bulletin hebdomadaire > Actualités > Nouvelles > Répertoire ARCA > Expositions et événements • Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec // Formation professionnelle [reseauartactuel.org] Devenir membre > Calendrier · Éditions du RCAAQ // Offres d'emploi > Publications des centres d'artistes · Appels de dossiers > Offres de résidence > Espace livres · Liens // reseauartactuel.org // Devenir partenaire - Mémoires > Bulletin hebdomadaire > Actualités > Nouvelles > Répertoire ARCA > Expositions et événements • Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec // Formation professionnelle [reseauartactuel.org] Devenir membre > Calendrier · Éditions du RCAAQ // Offres d'emploi > Publications des centres d'artistes · Appels de dossiers > Offres de résidence > Espace livres

L'ART VISUEL S'ÉCRIT

VIMEO.COM/AGAVF

AGAVF

Le Petit Gris

*guide de l'édition
en art & de la
distribution
autogérée*

DIRIGÉ PAR
Anne Bertrand

∞

ESSAIS INÉDITS DE
Felicity Tayler

Cette publication a été rendue possible grâce au soutien financier du Conseil des arts du Canada et du ministère du Patrimoine canadien pour la traduction.

Le Petit Gris : guide de l'édition en art et de la distribution autogérée a été réalisé par la Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés (ARCA) en partenariat avec le Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ). Les sept essais de ce guide ont d'abord été diffusés dans le cadre d'une campagne électronique bi-mensuelle, du 1^{er} mars au 21 juin 2017.

Éditeur

Artist-Run Centres and Collectives Conference / Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés
C. P. 125, succ. C
Montréal (Québec) H2L 4J7
www.arca.art

DIRECTION : Anne Bertrand

RÉDACTION* : Felicity Tayler

RÉVISION LINGUISTIQUE : Magalie Bouthillier, Edwin Janzen, Isabelle Lamarre, Annie Lafleur

TRADUCTION : Simon Brown, Isabelle Lamarre

DESIGN ET MISE EN PAGE : Annie Lafleur

IMPRESSION : Imprimerie Gauvin

*À l'exception de l'introduction par Anne Bertrand, des essais « Réseautage et distribution : ça ne se fait pas tout seul » par Esther Vincent (reproduit avec la permission de l'auteur et de l'éditeur) et « Les sources de revenus des écrivains » par Frank Davey (reproduit aux termes d'une licence accordée par Copibec) ainsi que du lexique, réalisé en collaboration avec Corinn Gerber.

Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives Canada

Tayler, Felicity, 1977-, auteur

Le petit gris : guide de l'édition en art & de la distribution autogérée / dirigé par Anne Bertrand ; essais inédits de Felicity Tayler = The grey guide to artist-run publishing & circulation / edited by Anne Bertrand ; original essays by Felicity Tayler.

Comprend des références bibliographiques.

Publié en formats imprimés et électroniques.

Texte en français et en anglais disposé tête-bêche.

ISBN 978-0-9959968-0-9 (couverture souple).--

ISBN 978-0-9959968-1-6 (PDF)

1. Art--Édition. 2. Droit d'auteur--Art. I. Bertrand, Anne, 1961-, directeur de publication II. Tayler, Felicity, 1977-. Grey guide to artist-run publishing & circulation. III. Tayler, Felicity, 1977-. Grey guide to artist-run publishing & circulation. Français. IV. Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés, organisme de publication V. Titre. VI. Titre: Grey guide to artist-run publishing & circulation.

Z286.A77T39 2017 070.5 C2017-903728-5F
C2017-903729-3F

TOUS DROITS RÉSERVÉS

Dépôt légal, 2017

Bibliothèque et Archives nationales du Québec et Bibliothèque et Archives Canada, 2017

© Artist-Run Centres and Collectives Conference / Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés
Imprimé au Québec, Canada

L'ARCA remercie l'ensemble des participantes et des participants* aux rencontres de comité *ad hoc*, l'équipe d'Artex, Olivier Charbonneau, François Dion et Michael Maranda pour leur précieuse collaboration, de même que les membres de l'ARCA** pour leur confiance et leur soutien continu. L'ARCA reconnaît la contribution de l'Association des groupes en arts visuels francophones (AGAVF) et celle du personnel du service de promotion des publications du Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ).

*Gina Badger, Sophia Bartholomew, Katie Belcher, Adam Waldron Blain, Vincent Bonin, Michel Boutin, Andy Brown, Pascale Bureau, Nicole Burisch, Bopha Chhay, France Choinière, Brenda Cleniuk, Peter Dykhuis, Hannah_g, Danny Gaudreault, Philip Girvan, Kay Higgins, Nisk Imbeault, Jeff Khonsary, Jp King, Jean Lalonde, John Latour, Yaniya Lee, Kegan (JJ) McFadden, Robin Metcalfe, Jonathan Middleton, Amish Morrel, Kim Nguyen, Johanna Rickay, Kathy Slade, Susie Smith, Tracy Stefanucci, cheyanne turions, Clayton Windatt, Jamie Wright.

**Organisme canadien de représentation et de promotion des arts visuels, Artist-Run Centres and Collectives Conference/Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés (ARCCC/CCCAA, ou ARCA) fédère les neuf associations de centres d'artistes autogérés au Canada qui représentent un réseau de plus de cent quatre-vingts centres d'artistes autogérés. L'ARCA soutient l'organisation de conférences nationale, internationale et transnationale en partenariat avec ses membres : l'Alberta Association of Artist-Run Centres (AAARC), l'Association of Artist-Run Centres from the Atlantic (AARCA), The Aboriginal Region (ABO), l'Artist-Run Centres and Collectives of Ontario (ARCCO), l'Association des groupes en arts visuels francophones (AGAVF), la Manitoba Artist-Run Centres (MARC), la Pacific Association of Artist-Run Centres (PAARC), la Plains Association of Artist-Run Centres (PARCA) et le Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ).



Sommaire

Introduction

8

Qu'est-ce qui est en jeu?

par Anne Bertrand

Essais

18

Qu'est-ce qu'un public?
Qu'est-ce qu'une publicité?
par Felicity Tayler

26

De la diffusion à la circulation
par Felicity Tayler

30

Réseautage et distribution :
ça ne se fait pas tout seul
par Esther Vincent

36

Conditions matérielles
par Felicity Tayler

42

Les sources de revenus des écrivains
par Frank Davey

58

Économies morales et législatives
en édition en art
par Felicity Tayler

68

Situer l'édition en art
dans la culture numérique
par Felicity Tayler

76

Outils et astuces
par Felicity Tayler

80

Le présent post-numérique
par Anne Bertrand
et Felicity Tayler

Guide

86

Toutes les étapes pour
faire un livre plate

92

Budget

94

Argumentaire

96

Référencement

100

Espaces de diffusion
et points de vente

106

Lexique

en collaboration avec
Corinn Gerber

Qu'est-ce qui est en jeu?

« Nous représentons un secteur de la culture de l'autogestion artistique, et non de l'industrie de l'édition... Ce que nous avons en commun, c'est une passion pour toute forme d'édition en art audacieuse, instructive et accessible. Ingénieurs et prolifiques, nous sommes une source d'innovation pour le milieu de l'édition d'ici comme d'ailleurs. Notre travail joue un rôle essentiel dans l'avancement du discours critique et de la documentation de l'art contemporain au Canada¹. »

par Anne Bertrand

—
1. Gina Badger, notes prises lors de la rencontre TXT, le Réseau canadien de l'édition d'art, tenue les 7 et 8 novembre 2014, Artexte, Montréal. [Trad. libre]

LE TITRE *Le Petit Gris* fait référence à une catégorie de publications peu connue que l'on appelle communément la « littérature grise ». Il s'agit d'une catégorie de production culturelle très répandue dans nos organismes et institutions. Elle comprend demandes de bourse, rapports, textes d'accompagnement d'exposition, publications éphémères – en somme, les documents qui sont produits et qui circulent en dehors des réseaux mieux connus de l'édition et de la distribution commerciales et universitaires. Par extension, *Le Petit Gris* aborde la problématique de la négociation, à l'ère numérique, entre les détenteurs et les utilisateurs de contenu protégé par le droit d'auteur, en vue d'apporter un point de vue plus nuancé à un débat souvent polarisé. Il se concentre par conséquent sur la distribution comme enjeu central de l'édition dans le milieu de l'autogestion artistique, tout en abordant d'autres enjeux tels que les conditions de production, le droit d'auteur, la négociation équitable et les protocoles éthiques qui se forment au sein d'une communauté de pratique. Une section sur les ressources propose des recommandations pratiques, un lexique de termes propres à l'édition en art et des liens vers d'autres documents de référence qui peuvent être utiles aux centres d'artistes autogérés (CAA) qui souhaitent soutenir l'édition sous toutes ses formes au sein de leur programmation. *Le Petit Gris* ne

fait pas qu'examiner pourquoi, comment et pour qui publier; il vise aussi à rappeler que la plupart des créateurs de livres en arts visuels sont confrontés à des choix difficiles à chaque étape de la production, qu'ils soient de nature financière, matérielle, éthique ou esthétique.

Les centres d'artistes autogérés ont pour mandat de représenter les intérêts des artistes, critiques, travailleurs culturels et administrateurs qui œuvrent dans le milieu de l'autogestion artistique. Ils publient lorsqu'un artiste choisit d'utiliser le livre, ou une forme numérique connexe, comme médium artistique. Les centres publient également dans le but de rendre compte de leurs expositions; ils produisent des opuscules ou des documents didactiques qui sortent avant l'ouverture ou à l'ouverture de l'exposition et qui comprennent souvent de courts textes d'accompagnement à caractère analytique ou littéraire. Depuis l'arrivée des sites Internet, il est de moins en moins courant que les centres d'artistes produisent des recueils de textes fouillés portant sur les thèmes communs aux activités de la programmation de l'année venant de s'écouler.

Les formes que prend l'édition dans les centres d'artistes autogérés se transforment au fur et à mesure que les artistes

et les organismes cherchent à faire valoir de nouveaux modes de diffusion flexibles et adaptables. Ces mutations représentent en partie une réponse aux pressions créées par l'instabilité financière chronique, à laquelle s'ajoute un sincère désir d'interagir avec le monde à l'extérieur de l'espace physique de la galerie. Parmi ces formes flexibles, le livre incarne un moyen idéal de transmettre des concepts au public à l'aide de textes et d'images : il est facile à partager sous forme numérique, facile à expédier (malgré la hausse constante des frais d'expédition) et facile à échanger sur Internet ou de main en main. Au sein de la culture de l'autogestion artistique, la circulation des publications est reconnue pour sa capacité à promouvoir la création de relations sociales et, au fil du temps, de nouveaux publics. Les possibilités de diffusion apparemment illimitées qu'offrent les formats numériques donnent l'impression qu'une fois édités (un travail très souvent non rémunéré), les publications verront leur avenir assuré par les lecteurs et les établissements collectionneurs, plutôt que de moisir dans un entrepôt ou bien sur un serveur infonuagique, coupées du monde par des hyperliens rompus.

L'ÉDITION EN ART COMME SECTEUR DISTINCT DE LA PRODUCTION CULTURELLE

L'ARCA et le RCAAQ ont engagé Felicity Tayler pour rédiger l'essentiel du contenu du *Petit Gris* en raison de la combinaison unique d'expériences dont elle dispose, à la fois comme artiste, critique, travailleuse culturelle et bibliothécaire d'art. Tayler a aussi récemment terminé une thèse de doctorat portant sur le livre d'artiste au Canada intitulée *Conceptual Nationalisms: Conceptual Book-works, Countercultural Imaginaries and the Neo-Avant-Garde in Canada and Québec, 1967-1974*. Le présent guide bénéficie donc d'un solide ancrage dans l'histoire de l'art, ainsi que des connaissances pratiques de son auteure à propos des systèmes d'information qui constituent l'infrastructure d'une culture numérique tournée vers l'avenir. Il est important de noter que les passages portant sur les enjeux théoriques qui entourent le droit d'auteur et la propriété intellectuelle ne représentent pas un avis juridique; ils ne font qu'en exposer les principes de base dans leurs grandes lignes.

Tayler a amorcé ses recherches en étudiant les notes prises lors de diverses rencontres d'un comité *ad hoc* formé d'éditeurs indépendants du Québec et

du Canada (voir ci-après pour une liste complète de ces rencontres). Elle s'est vite rendu compte que *Le Petit Gris* devait prendre en considération les préoccupations soulevées lors de ces rencontres, surtout qu'il s'agissait d'une initiative de la communauté. Ces préoccupations l'ont amenée à axer le guide davantage sur les défis liés à la distribution et moins sur la forme et les moyens de production comme tels. Les citations au début de chaque essai sont tirées des procès-verbaux des rencontres et donnent une voix aux membres de la communauté désireux de partager leurs expériences en édition en art. Ces citations mettent en lumière le rôle fondamental que joue le discours dans la réception de l'art actuel. De nos jours, les expositions sont souvent accompagnées de textes qui servent de points d'accès à l'œuvre ou qui, inversement, la recouvrent d'un voile de sens embrouillé. Globalement, les participants aux rencontres étaient d'avis que les ressources nécessaires à une circulation réussie des publications et publicités à l'international sont largement sous-estimées. Tandis que certains éditeurs en art continuent de jouir d'une distribution commerciale, la plupart sont obligés d'avoir recours à une autodistribution proactive.

Dans le premier essai, « Qu'est-ce qu'un public? Qu'est-ce qu'une publicité? »,

Taylor donne le ton en proposant une série de définitions visant à montrer comment penser l'édition comme geste porteur d'effets discursifs ou performatifs. Créer des livres, des blogues et d'autres documents éphémères peut susciter un sentiment d'appartenance chez une communauté de lecteurs disparates et éventuellement donner naissance à de nouveaux modes de relations sociales. Étant donné que la situation de chaque éditeur est unique, chacune étant le fruit d'une combinaison distincte d'histoires institutionnelles, de mandats, de gouvernance, de situations financières, d'intervenants et ainsi de suite, il n'existe aucun modèle d'édition, aucune « solution » qui puisse s'appliquer globalement à tous les organismes participant à la culture de l'autogestion artistique. Dans cet essai, Taylor propose une taxonomie multidimensionnelle des formes que prend habituellement le livre dans le milieu de l'édition en art. Elle explique à quel point les choix esthétiques relevant de la forme sont importants pour attirer un public et faciliter la circulation par des voies atypiques. À la lecture d'une première version de cette taxonomie de formes et de genres de publications, l'artiste Robin Metcalfe a eu une réflexion sur le caractère glissant des catégories dans un domaine comme l'autogestion artistique, qui attache une grande valeur aux publications hybrides combinant des

aspects du livre d'artiste et du catalogue d'exposition :

Le choix du format de ces publications a une importance conceptuelle, et l'artiste y est impliqué directement. Mais ces publications ne fonctionnent que partiellement, voire pas du tout, comme documentation d'exposition dans le sens classique du terme; on devrait plutôt les voir comme des projets d'édition distincts, en parallèle avec l'exposition. L'accent peut être mis sur les aspects esthétiques et matériels (comme c'est le cas dans ceux qui se rapprochent du livre d'artiste) ou bien sur les aspects discursifs (critique, historique, textes de création parallèles, etc.) dans les publications qui se rapprochent de la monographie. (Robin Metcalfe, communication personnelle, 6 octobre 2015. Traduction libre.)

Ensuite, l'essai « De la diffusion à la circulation » met l'accent sur le rôle actif que doit jouer l'éditeur afin d'assurer un lien avec ses lectorats immédiat et à long terme, que l'éditeur en question soit un centre d'artistes autogéré, une maison d'édition indépendante ou l'auteur/artiste lui-même. Alors que le mot « diffusion », un terme souvent employé en politique culturelle, suggère une vaste propagation de l'information sans intervention de la part du public, le terme « circulation » implique l'idée que le public a la

capacité d'agir dans les processus par lesquels les publications voyagent et se font connaître. La quasi-absence de distribution commerciale dans ce domaine entraîne des conséquences économiques et sociales. Ces conséquences sont détaillées par Esther Vincent, du défunt organisme Marginal Distribution (autrefois situé à Peterborough), dans un extrait des actes du colloque *Tiré à part/Off Printing* (2003) reproduit à la suite de cet essai.

L'essai suivant, « Conditions matérielles », aborde pour sa part les aspects économiques de l'écriture et de l'édition en tant qu'activités connexes à une pratique en arts visuels. L'édition en art est souvent décrite du point de vue de la raréfaction des ressources. Les recherches qu'a menées l'ARCA sur l'évolution du financement des publications en art au Conseil des arts du Canada depuis trois décennies (2014) ont confirmé une admissibilité décroissante des projets d'édition en art, à l'exception des revues (le financement des revues comporte son propre lot de défis, qui ne seront pas abordés dans ce guide). Cependant, lors d'une rencontre précédente du comité ad hoc, un membre de l'ARCA a décrit le problème d'une autre façon, en soulevant le fait que la culture de l'autogestion artistique dispose somme toute « d'une quantité incroyable de ressources, d'expérience et de connaissances.

Un réseau solide est en place, reposant sur le soutien de concepteurs graphiques, de réviseurs et d'imprimeurs ainsi qu'une relation de longue date avec la communauté littéraire ». Quel que soit l'avenir de l'édition en art, le financement public demeure essentiel à la production de publications qui ne pourront jamais être compétitives dans le contexte du libre marché, moteur de la mondialisation actuelle. Dans son texte « Les sources de revenus des écrivains » (reproduit dans ce guide), l'auteur et historien de la littérature Frank Davey affirme que le nécessaire recours au financement public est un problème d'ordre historique et structurel :

Ces circonstances opportunes reposent sur un ensemble d'engagements de la part de la société et des gouvernements – tant fédéral que provinciaux – qui renforcent notre conviction que les industries culturelles du Canada sont trop importantes, et trop fragiles, pour être abandonnées aux aléas de la globalisation. (p. 119)

L'essai suivant, « Économies morale et législative de l'édition en art », aborde les raisons d'être du mouvement grandissant en faveur de la reconnaissance explicite de l'édition en art comme bien public, objet d'art dématérialisé, façon de renforcer les communautés et de partager les savoirs, ou simplement comme

« cadeau » au lecteur. Tayler avance dans cet essai que l'édition en art constitue en partie une réponse à un environnement législatif dans lequel l'activité créatrice est définie comme une ressource d'ordre économique, c'est-à-dire comme une propriété intellectuelle, un concept qui met en opposition détenteur d'un droit d'auteur et utilisateur de ce même droit. Au sein de la culture de l'autogestion artistique, il semble que les cadres législatifs actuels entourant la propriété intellectuelle et les politiques de financement public soient perçus de plus en plus comme des restrictions à l'échange culturel sans pour autant permettre aux artistes de gagner leur vie.

L'essai « Situer l'édition en art dans la culture numérique » présente ensuite le concept du « domaine public », à la fois comme catégorie juridique et champ de bataille symbolique où les règles internationales en matière de propriété intellectuelle sont contestées par les mouvements post-nationaux de la « culture libre ». Ces derniers dénoncent les inégalités créées par la restriction des possibilités d'expression culturelle au sein de nos sociétés en réseau contemporaines. Il existe des parallèles entre les contre-publics attirés par l'édition en art et les publics qui émergent actuellement au sein de la culture numérique, notamment ceux qui sont attirés

par les mouvements du libre accès, de l'Open Source et du Creative Commons.

« Outils et astuces » se présente sous la forme d'un ensemble d'outils pratiques de base, y compris un lexique de termes propres à l'édition en art, et donne un aperçu des ressources nécessaires à différentes étapes de la production d'une publication imprimée. La publicité est un aspect important de l'édition, quoique souvent négligé, qui permet d'attirer les différents publics nécessaires pour assurer une circulation à long terme des publications. Un exemple de liste de vérification est offert afin d'aider les éditeurs en art à prendre dès le départ des décisions éclairées à propos de la forme que prendront leurs publications, ce qui lui permettra de mener à terme des projets de toute envergure avec plus de confiance.

En guise de conclusion, « Le présent post-numérique » propose différents moyens de favoriser la reconnaissance de l'édition en art comme forme artistique distincte, tels que la création d'une grille tarifaire réservée à l'écriture et le financement public de la traduction de textes documentaires et d'essais littéraires. Comme les pistes d'exploration sont presque illimitées, la production et la diffusion culturelles à l'ère post-numérique ainsi que le potentiel économique du libre

accès et de la libre circulation appellent une expérimentation allant bien au-delà du modèle transversal de circulation des publications numériques et imprimées proposé dans ce guide. Les auteurs espèrent surtout offrir aux praticiens une meilleure compréhension de leur pouvoir d'action en ce qui a trait à la négociation entourant l'utilisation et la circulation des objets culturels et, ce faisant, réduire la tendance à la polarisation qui caractérise souvent ces questions.

ALORS, QU'EST-CE QUI EST EN JEU? POURQUOI EST-CE IMPORTANT?

Ce guide cherche à susciter des débats de haut niveau sur le rôle de l'édition au sein de la culture de l'autogestion artistique. Mariant la théorie à la pratique, *Le Petit Gris* propose des conseils pratiques pour s'orienter dans ce domaine complexe afin qu'une nouvelle génération d'artistes et de travailleurs culturels puisse, en toute connaissance de cause, choisir soit de se professionnaliser, soit de continuer à travailler de manière artisanale. Dans tous les cas, quelque part sur le continuum qui va de l'adoption de stratégies entrepreneuriales à la défense d'un financement public durable, ce guide vise à jeter une lumière sur les avantages et les inconvénients d'un éventail d'approches possibles. ∞

Voici la liste des documents et des rencontres qui ont servi de point de départ à la réalisation du *Petit Gris* :

- ♦ Les rencontres annuelles d'un comité *ad hoc* d'éditeurs indépendants du Québec et du Canada lors de la New York Art Book Fair (2008–2012);
- ♦ La correspondance avec le Conseil des arts du Canada;
- ♦ Les notes non publiées prises lors d'une consultation sur les livres d'art au Canada organisée par la section Arts visuels du Conseil des arts du Canada, en juin 2012.

À la suite de ces rencontres, l'ARCA a organisé :

- ♦ Le Forum sur l'édition en art, tenu le 23 juin 2013 à *East of There*, Saint John (Nouveau-Brunswick);
- ♦ La Rencontre ARCA sur l'écriture et l'édition indépendantes, tenue le 27 février 2014 à la Librairie Formats, Montréal;
- ♦ La Rencontre de TXT, le Réseau canadien de l'édition d'art, tenue les 7 et 8 novembre 2014 à Artexte, Montréal;
- ♦ La Rencontre de TXT, le Réseau canadien de l'édition d'art, tenue les 16 et 17 octobre 2015 à Or Gallery & VA/BF, Vancouver.

Rencontre connexe :

- ♦ La Rencontre des centres d'artistes et organismes autogérés de la relève, The Pacific Association of Artist-Run Centres (PAARC), tenue le 29 mars 2014 à Vancouver.

Essais

Qu'est-ce qu'un public? Qu'est-ce qu'une publicité?

par Felicity Tayler

CET ESSAI propose une sélection de termes tirés de la théorie de la « sphère publique » qui vise à apporter des nuances au travail pratique lié à la production et à la circulation des livres, des revues et des contenus numériques. Il s'accompagne d'une taxonomie à facettes des types de publications produites par les centres d'artistes autogérés (► <http://www.arca.art/petitgris/taxonomie/>). Bien qu'il lui soit difficile d'échapper complètement à la compartimentation typique des systèmes de classification, le caractère dynamique de la structure à facettes reflète les façons dont ces publications brouillent volontairement les frontières entre les genres au moyen de stratégies visuelles qui mettent en relief le ton du contenu textuel, telles qu'une conception typographique particulière, un choix de format hybride ou des variations de la qualité des images et de l'impression. Ces choix stylistiques (ou esthétiques) sont susceptibles d'attirer des lectorats complexes ou des publics diversifiés.

L'idée qu'il existe un « public » que les artistes, écrivains et autres producteurs culturels espèrent rejoindre est un idéal nécessaire au bon fonctionnement d'une société démocratique libérale. La sphère publique, quant à elle, est un espace discursif, à savoir un espace imaginaire ou conceptuel qui émerge dans l'utilisation du langage

et l'expression des idées. Cet espace a pour fonction d'encourager le débat et la discussion. Un débat peut avoir lieu en temps réel, dans l'espace social, ou s'étirer dans le temps dans l'espace textuel des livres, revues, journaux et autres types de communication écrite (et, aujourd'hui, dans les blogues, les vidéos et les médias sociaux). Cette médiation permet à des personnes qui ne se rencontreront peut-être jamais de croire qu'elles peuvent influencer la société en partageant leurs points de vue par le texte ou l'image.

Le terme « publicité » englobe les nombreuses formes matérielles produites lors de cet acte de communication. L'idéal démocratique suppose que tous les individus instruits jouissent de la même possibilité de produire de la publicité et, par ce fait même, de demander des comptes aux autorités en place et d'influencer l'opinion publique. Cependant, comme plusieurs l'ont noté, cet idéal ne tient pas compte de certains facteurs transversaux, tels que la souveraineté nationale, l'ethnicité, le genre et la sexualité, qui donnent lieu à des inégalités de représentation.

Les modes de communication pluralistes, participatifs et plurivoques favorisés par les plateformes numériques remettent en question le décalage entre l'idéal de la sphère publique et le pouvoir d'action

politique réel aux niveaux local, national et transnational. Étant donné l'interconnectivité grandissante des plateformes imprimées et numériques, les événements écologiques, politiques et culturels se vivent maintenant à l'échelle mondiale. Cependant, nous sommes de plus en plus conscients du fait que ce domaine élargi des technologies de la communication n'est pas foncièrement progressiste; au contraire, celui-ci est plutôt influencé par le cadre juridique et le code moral déjà en place. On a de plus en plus l'impression que les idéaux démocratiques de la sphère publique ne sont pas viables ou qu'ils sont menacés en cette ère de « post-vérité » et de « fausses nouvelles ». De nombreux artistes ont réagi à cette problématique par une réflexion sur les limites de la liberté d'expression et de la représentation fondée sur les droits dans les médias imprimés et numériques.

Ce ne sont pas toutes les publications produites par des artistes en arts visuels et médiatiques qui abordent les limites de l'expression et de la représentation. Néanmoins, nombreux sont les artistes qui conçoivent leurs activités de publication comme des actes de langage performatifs aptes à produire un effet durable par une expérience esthétique ancrée dans le visuel.

POUR TOUT PUBLIC UN LIVRE, POUR TOUT LIVRE UN PUBLIC

Pour nous, lecteurs et spectateurs, « le texte tonitrué; l'image attire le regard », explique le théoricien Michael Warner. Nous sommes forcés de choisir quel message retiendra notre attention. Pour cette raison, les lecteurs tendent au fil du temps à intégrer divers publics discursifs et, par conséquent, à passer par plusieurs types d'identification collective. Le traitement cognitif que l'on fait des concepts illustrés par un texte ou par une image détermine à quels publics on appartient et comment ces publics s'élargissent pour en englober d'autres. Le moyen par lequel les publications circulent est essentiel au processus de formation de ces publics.

L'édition en art visuels est un champ spécialisé à l'intérieur de la sphère publique. Autrement dit, celle-ci attire un sous-public partageant les mêmes intérêts particuliers. Dans la tradition eurocanadienne – qui demeure dominante en arts visuels, malgré les remises en question amenées par les pratiques minoritaires –, l'édition en art est intrinsèquement liée à l'exposition publique des œuvres d'art et aux groupes qui se forment autour des activités artistiques. En tant que référence, ce sous-public n'est pas vu comme une élite sociale ou économique qui impose ses

normes aux autres; il représente plutôt un espace parmi d'autres où on peut parfaire ses habiletés oratoires afin de pouvoir prendre position avec efficacité sur des questions d'ordre politique à l'extérieur du milieu des arts.

LE FINANCEMENT PUBLIC CRÉE-T-IL DES PUBLICS?

L'idéal d'une sphère publique est historiquement lié à la formation politique de l'État-nation souverain. Le territoire législatif est consolidé par le développement d'un public national dont les membres partagent un imaginaire social commun (valeurs, traditions, coutumes, langue, territoire, etc.). Un public qui se forme autour d'un intérêt pour les arts visuels peut contribuer à cultiver cet imaginaire national, comme l'avaient compris au milieu du XX^e siècle les fondateurs du Conseil des arts du Canada et du Conseil des arts et des lettres du Québec.

Le concept difficilement définissable de « sphère publique prolétarienne révolutionnaire » s'appuie sur la conviction que le financement public national peut servir d'abri contre les aléas de l'économie de marché. Entre le milieu et la fin du XX^e siècle, par exemple, il était possible pour les artistes canadiens et québécois de se percevoir comme des « travailleurs

culturels » à même de changer les rapports structurels entre le système des classes et la production culturelle. Force est de constater que cette génération d'artistes n'a pas réussi à transformer la sphère publique. Par contre, un curieux paradoxe a vu le jour pendant cette période, puisque le financement public fonctionnait main dans la main avec les réformes du droit d'auteur qui, pour leur part, définissaient de façon restrictive les droits des artistes comme étant de l'ordre de la propriété intellectuelle. Ce paradoxe sera examiné plus en détail dans les essais suivants.

Au lieu de révolutionner la sphère publique, l'édition en arts visuels crée parfois de la « contre-publicité ». Autrement dit, les artistes usent de stratégies esthétiques dans le but de produire des modes de prise de parole publique qui ne s'alignent ni sur les messages d'un milieu de l'art international homogénéisant, dominé par les biennales et les foires, ni sur ceux d'un espace médiatique corporatif plus grand et spectacularisé. En déployant la contre-publicité, souvent par l'appropriation de formes publicitaires issues de la culture dominante et la parodie de leurs modèles de circulation, il est possible de créer des « contre-publics » composés de gens qui sont attirés, consciemment ou non, par la satire et les parodies de lieux

communs et de stéréotypes véhiculés dans les médias.

En histoire de l'art, il existe des précédents pour les contre-publics artistiques actuels, à savoir les revues et livres de l'avant-garde européenne et de la néo-avant-garde nord-américaine, entre autres. Ce que les contre-publics ont d'intéressant (pour les artistes), c'est leur potentiel de transformation de nos expériences du monde par des moyens esthétiques. Autrement dit, les contre-publics créent un espace temporaire où il est possible de réimaginer collectivement les catégories identitaires et les rôles sociaux figés que les représentations médiatiques dominantes nous imposent.

Il peut se produire un chevauchement entre les contre-publics artistiques et les « publics secrets ou subalternes » qui se forment en réaction à une censure juridique ou morale empêchant les membres d'un groupe en particulier de se sentir pleinement représentés dans la société. L'alternance de codes linguistiques (*code-switching*) transculturelle pratiquée dans l'histoire orale et la culture de l'imprimé d'un groupe perçu comme l'« autre » ethnique ou racial d'une nation est un exemple de pratique typique de ce genre de public. Les revues et livres qui sont reconnus rétrospectivement

comme des témoignages des débuts de la conscientisation féministe ou de la culture *queer* d'avant Stonewall fonctionnent de la même façon. Sur le plan historique, la formation d'un contre-public découle d'un manque de représentation et du non-respect des droits de ses membres. Au fur et à mesure que les cadres juridiques et moraux évoluent, ces publics peuvent passer de l'invisibilité à un statut de groupe respecté au sein de la société, ou du moins toléré. Toutefois, la valeur symbolique de ces publics comme voix minoritaires critiques ne diminue pas forcément quand ce changement de statut se produit.

Les « publics transnationaux » se forment au gré des affiliations diasporiques, militantes, sous-culturelles ou contre-culturelles. Ici, le degré d'(in)visibilité et les sentiments de marginalisation ou de désidentification par rapport au groupe culturel dominant donnent lieu à un sentiment d'appartenance qui transcende le contexte local et les frontières nationales. On peut même se demander si les publications en provenance des régions rurales ne pourraient pas attirer un public transnational s'intéressant aux positions périphériques à une époque où le développement économique favorise nettement les économies créatives localisées dans les centres urbains.

Au sein de la culture numérique du début du XXI^e siècle, certains croient que la fonction critique des publics artistiques a été subsumée par l'explosion du marché de l'art mondial, la puissante influence de la publicité commerciale et les activités promotionnelles marchandes et spéculatives. D'autres affirment que ces publics demeurent pertinents, en raison de leur capacité à encourager un sentiment d'appartenance et une identité fluides, véhicules potentiels d'une transposition des préoccupations locales et nationales dans des contextes transnationaux. Selon certains, les réseaux numériques reproduisent les inégalités déjà présentes dans d'autres sphères de la vie publique. Dans le contexte de la culture numérique, le financement public des arts demeure une indispensable contrepartie des mécanismes réglementant la propriété intellectuelle, précisément en raison de sa capacité à équilibrer l'accès économique, souvent un obstacle pour les artistes travaillant dans les contextes canadien et québécois.

Certains modèles économiques, comme la « longue traîne », ont été développés pour décrire une tendance dans la culture numérique voulant que les petits producteurs soient à même d'accéder aux marchés de niche mondiaux au moyen des ventes en ligne. En pratique, ce modèle

s'est révélé erroné dans la mesure où il ne tient pas compte des dépenses d'exploitation qui demeurent la réalité matérielle des soi-disant réseaux immatériels. Ce sont les grands agrégateurs du commerce électronique, tels qu'Amazon et eBay, et non les artistes et les éditeurs, qui sont les bénéficiaires dans cette équation. Le financement public permet aux petits éditeurs de créer une multiplicité de publics tout au long de cette longue traîne. Sinon, les obstacles économiques restreignent la capacité des éditeurs en art d'une part à attirer les contre-publics et les publics transnationaux et d'autre part à s'y intégrer. Au cours des consultations récentes de Patrimoine canadien sur les politiques culturelles à l'ère numérique, des artistes de toutes les disciplines ont confirmé que les obstacles économiques demeurent un enjeu majeur en ce qui a trait à la création de publics :

À maintes reprises, la ministre [Mélanie] Joly a rappelé sa conviction que les artistes devraient pouvoir vivre de leur métier. Nous saluons cette vision, mais rappelons que pour la réaliser, il faudra employer tous les leviers gouvernementaux pour soutenir les artistes, les écrivains et les travailleurs culturels qui sont actuellement livrés quasi sans défense aux forces démesurées d'un marché dominé par les productions américaines, par le

pouvoir presque oligarchique des fournisseurs d'accès internet (FAI) et par d'autres géants du contenu audiovisuel en ligne. (« Plaidoyer pour une politique culturelle équitable », *Le Devoir*, 19 novembre 2016.)

Nous, les professionnels de la création canadiens, avons été les chefs de file du passage au numérique, mais nous peinons toujours à gagner notre vie. Ce n'est pas faute d'avoir essayé. Nous numérisons nos œuvres et nous maîtrisons Internet. Nous faisons de la promotion sur les médias sociaux, nous communiquons directement avec nos publics, nous rentabilisons tout ce que nous pouvons. Alors pourquoi sommes-nous si nombreux à être obligés d'abandonner la création? Pourquoi les jeunes au Canada cherchent-ils de plus en plus des carrières en dehors du secteur culturel? (Focus on Creators, *Our Letter to Heritage Minister Mélanie Joly*.) ∞

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

« Chris Anderson de *Wired* sur la Longue traîne technologique », *TED Ideas Worth Spreading*, février 2004.

► https://www.ted.com/talks/chris_anderson_of_wired_on_tech_s_long_tail/transcript?language=fr
(sous-titrage et transcription)

« Plaidoyer pour une politique culturelle équitable », *Le Devoir*, 19 novembre 2016.
► <http://www.ledevoir.com/societe/medias/485099/revolution-numerique-plaidoyer-pour-une-politique-culturelle-equitable>

Focus on Creators, *Our Letter to Heritage Minister Mélanie Joly*.

► <https://focusoncreators.ca/ourletter/>

Simon Sheikh, « La sphère publique et les missions de l'institution artistique "progressiste" », *Republicart: Institution*, février 2004.

► <http://eipcp.net/transversal/0504/sheikh/fr>

Chantal Mouffe, *L'illusion du consensus*, France Culture, 2016.

► <https://www.youtube.com/watch?v=basdE0TpgTg>

Richard William Hill, « Is There an Indigenous Way to Write about Indigenous Art? », *Canadian Art*, 25 mai 2016.

► <http://canadianart.ca/features/indigenous-way-write-indigenous-art/>

Sven Lütticken, « Once More on Publicness: A Postscript to *Secret Publicity* », *Fillip*, n° 12, automne 2010.

► <http://fillip.ca/content/once-more-on-publicness-a-postscript-to-secret-publicity>

Nancy Fraser, « La transnationalisation de la sphère publique », *Republicart: Publicum*, mars 2005.

► <http://eipcp.net/transversal/0605/fraser/fr>

Oskar Negt et Alexander Kluge, *Public Sphere and Experience: Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1993.

► https://monoskop.org/images/1/11/Negt_Oskar_Kluge_Alexander_Public_Sphere_and_Experience_Toward_an_Analysis_of_the_Bourgeois_and_Proletarian_Public_Sphere.pdf

Hito Steyerl, « In Defense of the Poor Image », *e-flux journal*, n° 10, novembre 2009.

► <http://www.e-flux.com/journal/in-defense-of-the-poor-image/>

Anithe de Carvalho, *Art rebelle et contre-culture. Création collective underground au Québec*, M éditeur, 2015.

► <http://www.prologuenumerique.ca/675030-1-livre-arts-lettres/art-rebelle-et-contre-culture.html>

Michael Warner, « Publics and Counterpublics (abbreviated version) », *Quarterly Journal of Speech*, vol. 88, n° 4, novembre 2002, p. 413–425.

► <http://castillocorrales.fr/wp-content/uploads/2013/03/Michael-Warner-Publics-Short.pdf>

De la diffusion à la circulation

« Pour les éditeurs indépendants œuvrant à l'extérieur de l'industrie, l'objectif principal des ventes et de la distribution est de mettre les publics en contact avec les contenus. La distribution n'est pas une activité qui génère des revenus. Par conséquent, le financement doit venir d'ailleurs, c'est-à-dire de subventions de programmation ou de publication. [...] L'objectif de la distribution est non pas de générer des revenus ni même de rentrer dans ses frais, mais de faire en sorte que les publications rejoignent les lecteurs/publics. [...] La vente par dépôt n'est pas un modèle qui convient aux éditeurs [en art]. Les éditeurs indépendants ne veulent pas qu'on leur retourne leurs publications; les éditeurs et les artistes préfèrent que les livres circulent¹. »

par Felicity Tayler

—
1. Gina Badger, notes prises lors de la Rencontre TXT, le Réseau canadien de l'édition d'art, tenue les 7 et 8 novembre 2014, Artexte, Montréal.

LA DISTRIBUTION demeure un défi important pour les éditeurs en art, même pour ceux qui bénéficient d'une distribution commerciale. La situation est compliquée par l'absence de standardisation dans les méthodes de production et le choix des formats des publications en art, ce qui rend difficile la circulation adéquate de nombreux projets de très grande qualité auprès d'un lectorat diversifié. Bien que le terme diffusion soit utilisé depuis longtemps pour décrire l'un des objectifs de la politique culturelle, il sous-entend l'idée d'une promotion soutenue de l'expérience artistique sans tenir compte des réactions du public. La notion de circulation, en revanche, est mieux adaptée à la réalité des réseaux au sein desquels se propage l'expression culturelle à l'ère numérique. Par exemple, la circulation prend en compte le rôle actif du public dans les processus par lesquels les publications en art se font connaître et acquièrent de la valeur au fil du temps.

Cet essai est suivi d'un extrait de la conférence d'Esther Vincent intitulée « Réseautage et distribution : ça ne se fait pas tout seul ». En s'appuyant sur son expérience comme présidente de la défunte entreprise Marginal Distribution (autrefois située à Peterborough), elle souligne le rôle actif joué par l'éditeur, qui doit s'assurer que ses publications attirent un public ou, comme elle le dit

si bien, « trouver pour votre livre la place qui lui revient et [...] l'y mener ». Vincent explique qu'on a avantage à connaître la destination finale d'une publication dès le départ, car cela déterminera qui, au bout du compte, achètera le livre ou le lira. Elle offre un aperçu des raisons qui ont conduit l'industrie du livre à imposer des formats et des politiques strictes dans le but de rationaliser la diffusion par le mécanisme des ventes. Elle offre aussi des astuces pour se faire une idée du créneau visé, puis pour gérer le projet de façon à attirer ce public, tout en s'assurant que les ressources nécessaires à une promotion durable soient présentes, un aspect souvent négligé dans les projets de publication.

Les systèmes de distribution ont tendance à aller dans le sens de la consolidation, d'où l'émergence de quasi-monopoles détenus par les grands agrégateurs du commerce électronique tels qu'Amazon. Comme l'éditeur doit souvent à la fois payer un montant pour le service de distribution et verser un pourcentage de ses ventes, l'accès à ce type de système peut être coûteux. Dans un secteur où les marges de profit sont minces, voire inexistantes, la focalisation sur le succès de la distribution commerciale peut empêcher de reconnaître l'excellente circulation dont finissent par jouir certains projets de publication en art. Le succès se

concrétise souvent au bout de plusieurs années, car les processus par lesquelles ces publications se font connaître prennent du temps. Dans cette équation, les ventes ne représentent qu'une retombée parmi d'autres. La majorité des projets de publication en art sont produits dans l'optique non seulement de générer le maximum de ventes immédiates ou de recevoir le meilleur accueil critique à court terme, mais aussi d'avoir un impact durable dans des champs discursifs tels que l'histoire de l'art et les études curatoriales ou culturelles grâce à leur intégration aux collections publiques des musées, des archives et des bibliothèques. C'est pourquoi, contrairement à ce qui constitue la norme dans les circuits de distribution commerciale, les éditeurs en art qui participent aux foires ou aux salons du livre ou qui mettent leurs publications en consignment dans les librairies indépendantes ne veulent pas que les invendus leur soient retournés. À l'ordinaire, les libraires retournent les livres invendus au distributeur (ou les détruisent) après un délai contractuel. La plupart des artistes et éditeurs en art préfèrent au contraire que leurs publications demeurent en circulation, parfois même gratuitement, et que celles-ci passent de mains en mains, d'un lecteur à l'autre, afin que des liens puissent se nouer en vue de futures collaborations. De nouveaux développements

en auto-archivage et en conservation des fichiers numériques à long terme augmentent les possibilités de redécouverte de ces stocks de livres moins récents par l'intermédiaire des moteurs de recherche et des médias sociaux.

Si le travail de circulation débute par la production d'une publication, il ne s'arrête pas lorsque cette dernière atterrit sur les rayons d'une librairie ou sur une plateforme de ventes en ligne. Comme le dit Esther Vincent, il faut soutenir son livre, en faisant en sorte que les lecteurs soient au courant de son existence et soient en mesure de le trouver. Les moyens conventionnels de faire de la publicité (communiqués de presse, lancements de livres) continuent de produire des conditions de visibilité. Cependant, les effets de réseau de l'ère numérique dépendent d'une visibilité parallèle qui s'accroît par l'intermédiaire des plateformes en ligne. On arrive à obtenir cette visibilité grâce à l'action des publics que le projet attire. Les stratégies en matière de visibilité seront examinées plus en détail dans le chapitre « Outils et astuces ». ∞

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

Esther Vincent, « Réseautage et distribution : ça ne se fait pas tout seul », extrait des actes du colloque *Tiré à part. Situer les pratiques d'édition des centres d'artistes = Off Printing: Situating Publishing Practices in Artist-Run Centres*, RCAAQ, 2005.

Guides sur les différents aspects du commerce électronique (en anglais seulement).
 ▶ <https://www.shopify.ca/guides>

Site de l'Association of Canadian Publishers (en anglais seulement).
 ▶ <http://publishers.ca/index.php/resources/get-publicity>

Site de l'Association nationale des éditeurs de livres (en français seulement).
 ▶ <http://anel.qc.ca/perfectionnement/programme-dactivites/>

Réseautage et distribution : ça ne se fait pas tout seul

par Esther Vincent

JE SUIS honorée d'avoir pris part à cette conférence. C'était passionnant et franchement inspirant de voir ce qui se passe en matière d'édition dans les centres d'artistes autogérés et d'en entendre parler ainsi.

J'arrive ici avec deux bagages bien distincts. D'abord en ma qualité de professionnelle de la vente de livres. Ensuite à cause de mon lien avec les centres d'artistes autogérés. Ma mère, Bernice Vincent, a fait partie des premiers membres de la Forest City Gallery, à London, en Ontario. Toute mon enfance, d'aussi loin que je puisse me souvenir, j'ai joué dans la galerie pendant les lancements et les événements. Plus récemment, j'ai aussi été membre d'un théâtre autogéré par ses artistes et en ce moment, je collabore à la fondation d'un centre d'artistes autogéré multifonctionnel à Peterborough, en Ontario. Mais c'est le premier de ces deux bagages qui m'amène ici et, plus précisément, l'expérience que j'ai acquise en dirigeant Marginal Distribution, une entreprise nationale de distribution de livres qui se concentre sur la représentation de petits éditeurs et d'éditeurs indépendants, en plus de proposer des titres publiés par nombre de centres d'artistes autogérés.

Marginal Distribution a été fondée en 1985 par trois personnes qui, insatisfaites de leur expérience profession-

nelle dans le milieu du livre, ont décidé de mettre sur pied leur propre entreprise. Tous trois avaient pour priorité la politique, l'art et la musique. Or, la vente de livres est un commerce difficile, chronophage et rarement gratifiant. Au cours des quatre années qui ont suivi, deux des trois propriétaires ont quitté l'entreprise, puis le troisième en a eu assez de l'industrie du livre et il a vendu. Le nouveau propriétaire a repris le volet livre de l'entreprise; le propriétaire fondateur, lui, a conservé le volet musique. Avec le temps, le nouveau propriétaire aussi a perdu la foi et décidé que le moment était venu de quitter le milieu. C'est alors que mon partenaire et moi avons acheté l'entreprise, déterminés à faire le nécessaire pour qu'elle prenne son essor. Nous avons continué à vendre des titres sur la politique, la culture pop et la théorie culturelle, ainsi que des livres et des travaux publiés par des centres d'artistes autogérés.

Les temps restaient durs dans l'industrie du livre. Deux ans après l'acquisition de Marginal, les deux plus grandes chaînes de librairies au Canada, Coles et Smithbooks (W.H. Smith), ont été achetées par Chapters, puis fusionnées. Cette fusion a causé une réelle commotion dans le milieu du livre. Les stratégies commerciales agressives de la nouvelle gigaentreprise ont poussé de nombreuses petites li-

brairies au bord du gouffre, si bien que six mois après l'achat de Marginal, 16 librairies indépendantes avec qui nous faisons affaire avaient déclaré faillite ou fermé leurs portes. Les mois et les années ont passé, et d'autres encore se sont avoués vaincus, invoquant comme motifs un extrême épuisement et le détraquement du climat économique. Finalement, le jour est venu où nous avons dû déclarer forfait nous aussi. En effet, nous venons de vendre Marginal. Nous avons eu la chance de trouver un acheteur qui est prêt à prendre en charge tout ce qui touche à l'exploitation de l'entreprise, et nous, nous pouvons y comme responsables du catalogue, du développement de produits et du marketing et comme consultants.

De cette façon, nous devrions avoir du temps à consacrer aux tâches grâce auxquelles les livres se retrouvent sur les rayons des librairies. C'est ce que nous espérons.

Voilà qui me ramène à la question à laquelle je suis venue répondre aujourd'hui. Comment s'y prend-on pour qu'un livre aboutisse en magasin?

Au cours des deux derniers jours, j'ai participé à toutes sortes de panels. Et presque chaque fois, il a été question de distribution. Je m'aperçois qu'il semble y avoir

une croyance répandue selon laquelle tout ce qu'il faudrait aux livres pour qu'on se les arrache, c'est la distribution. J'ai souvent entendu dire que « les livres ont leur propre existence ». Mais si cette existence se résume à moisir dans une boîte qui, elle, prend la poussière sur une tablette, ça ne donne pas grand-chose.

Le livre est à la fois événement et objet. Ce peut être une œuvre d'art en soi. Sauf que justement, tout le monde sait que si elle n'est pas exposée, l'œuvre d'art n'a pas la moindre chance d'être remarquée. Il en va de même pour le livre. Il a besoin de soutien, exactement comme une œuvre d'art, comme une vidéo, comme une performance.

Ce qui veut dire que vous devez trouver pour votre livre la place qui lui revient et que c'est à vous de l'y mener. Peut-être que votre distributeur peut s'en charger, mais il a des dizaines, voire, comme nous, des centaines d'autres livres à vendre. L'attention dont votre livre pourrait bénéficier risque d'être bien sommaire. Pour rendre justice à votre livre, c'est donc vous, personnellement, qui êtes responsable de lui donner toute l'attention et tout le soutien nécessaires.

Et ça commence avant même que la première ligne ait été écrite, car la façon

dont vous produisez votre livre déterminera dans une large mesure qui le lira, comment il sera présenté et, à terme, qui l'achètera. De nos jours, dans l'industrie du livre, il y a une telle uniformisation et des politiques si rigides que les livres sont contraints de respecter un format très strict pour se tailler un chemin jusque sur les tablettes des libraires. En effet, votre livre a plus de chances d'attirer des lecteurs s'il a un ISBN, un code à barres en quatrième de couverture et un dos épais arborant clairement son titre et le nom de son auteur. La publication doit aussi être convaincante tout en restant accessible. Et si le livre s'accompagne d'une campagne de marketing ou, mieux encore, d'une tournée, il sera encore plus attirant.

Il ne faut pas pour autant abandonner le rêve de publier le livre d'art le plus audacieux au monde, celui qui sera en avance sur sa propre époque. Mais votre livre, comme tout projet de cette nature, ne se vendra probablement pas. Si ce que vous voulez, c'est de vendre votre livre, planifiez la production de votre ouvrage, pensez à ceux qui le vendront et au marché, et ciblez le lecteur que vous voulez convaincre de repartir avec votre livre. Concevez et publiez votre livre pour ce lecteur. Estimez combien de gens vous liront et tirez en conséquence. Puis, trouvez les lieux qu'ils

fréquentent et faites en sorte que votre livre s'y trouve.

Ensuite, suivez ses progrès. Envoyez votre livre à des critiques qui travaillent pour des revues, des journaux et la radio. Allez vendre votre livre vous-même lors d'événements et de lancements. Organisez-vous pour que l'auteur, l'artiste et l'objet même du livre – exposition ou autre – fasse une tournée. Communiquez avec les libraires des villes que vous envisagez de visiter suffisamment à l'avance pour qu'ils aient le temps (au moins six semaines) d'approvisionner leurs stocks. Demandez aux propriétaires des librairies s'ils accepteraient de tenir un événement sur votre livre.

Tout ça prend beaucoup de temps et ne se fait pas sans un grand dévouement. Et, oui, c'est ce que je m'efforce de faire pour chacun des livres que je représente, mais avec trois ou quatre cents nouveaux titres au catalogue chaque année, c'est impossible d'accorder à chaque ouvrage une attention aussi ciblée. Je le dis donc systématiquement à mes éditeurs : c'est en grande partie à eux de faire le suivi de la promotion.

Cela dit, je vais rester consultante pour Marginal encore un moment. Et je ne suis pas difficile à joindre, par téléphone ou

par courriel. Un pan important de mon travail, c'est de répondre aux questions et de donner de l'orientation. Alors je vous l'offre : si vous avez une idée, un doute ou un livre à promouvoir, appelez-moi sans hésiter. Je serai heureuse de vous aider et je le ferai de mon mieux.

Au plaisir d'avoir de vos nouvelles et de voir vos publications. ∞

(traduit de l'anglais par Isabelle Lamarre)

Esther Vincent, « Réseautage et distribution : ça ne se fait pas tout seul », extrait des actes du colloque *Tiré à part. Situer les pratiques d'édition des centres d'artistes = Off Printing: Situating Publishing Practices in Artist-Run Centres*, RCAAQ, 2005 (reproduction avec la permission de l'auteure et de l'éditeur).

Conditions matérielles

par Felicity Tayler

« Le médium artistique, C'EST la publication¹. »

« Un investissement profond dans l'écriture appliquée aux arts visuels... considérer le livre comme un médium en soi et reconnaître sa popularité accrue, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du milieu de l'art². »

« Certains centres soutiennent l'édition sous toutes ses formes dans le cadre des services qu'ils offrent aux artistes et aux commissaires, et à titre de contribution à l'économie du savoir³. »

« Au Canada, ils ont été si rares, les auteurs capables de gagner leur vie et de subvenir aux besoins de leur famille par l'écriture, qu'ils sont devenus l'objet de rumeurs, des personnages de légende⁴. »

—

1. Eryn Foster, notes prises lors du Forum sur l'édition en art, *East of There*, 23 juin 2013, Saint John, Nouveau-Brunswick.

2. *Idem*.

3. Gina Badger, notes prises durant la Rencontre TXT, le Réseau canadien de l'édition d'art, 7–8 novembre 2014, Artexte, Montréal.

4. Frank Davey, « Les sources de revenus des écrivains ».

CET ESSAI s'intéresse à la précarité économique qui caractérise les pratiques de l'écriture et de l'édition dans la culture de l'autogestion en art et au-delà. Au Québec et au Canada, les auteurs d'œuvres documentaires et de fiction doivent apprendre à composer avec les normes et pratiques des divers secteurs de l'édition, tout en s'assurant de compléter cette pratique par des revenus d'appoint. Dans *Les sources de revenus des écrivains*, reproduit à la suite de ce texte, Frank Davey propose un survol des défis systémiques qui font obstacle à la carrière d'écrivain ou d'éditeur et des stratégies d'adaptation nécessaires. Dans ce domaine, pour qui veut durer, il est crucial d'avoir accès à une diffusion nationale et internationale. Universitaire, poète et éditeur indépendant, Davey a vu sa carrière se développer à la fin du vingtième siècle, période pendant laquelle la culture de l'autogestion en art voyait le jour.

Dans son essai, Davey inscrit les défis en édition d'art dans le sillage de pratiques ancrées dans le temps et marquées par les inégalités systémiques qui sont le propre du commerce, tant nationalement qu'internationalement. Ces défis sont habituellement justifiés par l'incidence du numérique sur les secteurs d'édition classiques, suggérant qu'une adaptation à l'ère numérique serait, en toute logique, la solution miracle. L'auteur démontre

que cette rhétorique, teintée par une sorte de déterminisme technologique, détourne l'attention de la mission du financement public en art qui, dans une société démocratique, devrait se porter garant de la liberté d'expression. La corrélation entre financement public et liberté d'expression sera approfondie dans les essais « Économies morales et législatives en édition en art » et « Situer l'édition en art dans la culture numérique ».

Plusieurs des tendances statistiques dont traite Davey font écho aux données recueillies dans le sondage *Waging Culture: A Report on the Socio-Economic Status of Canadian Visual Artists* (2012). En substance, ces statistiques démontrent que la santé financière en édition d'art dépend d'un équilibre complexe entre la concurrence entourant l'obtention de fonds publics, la vente et les redevances de reproduction et de diffusion, soit, la rétribution obtenue par l'artiste ou l'auteur en échange de l'utilisation de matériel protégé par le droit de propriété intellectuelle.

- Une corrélation positive existe entre l'obtention d'une subvention et la rétribution de l'artiste. Le rapport entre subventions et ventes est moins direct. Les subventions n'augmentent pas forcément le niveau de vie de l'artiste; celles-ci lui permettent surtout d'avoir accès au temps

et à l'espace nécessaires à sa pratique. Les petites subventions (jusqu'à 5 000 \$) donnent à l'artiste du temps; les subventions plus importantes donnent à l'artiste du temps et des ressources.

- Au Canada, le revenu annuel moyen d'un artiste est de 21 603 \$. Dans la population générale, le revenu moyen est de 31 320 \$.

- 54 % des artistes visuels génèrent des revenus à partir de leur pratique artistique. En moyenne, par contre, le travail en atelier rapporte à l'artiste 360 \$.

- Les revenus issus d'une pratique artistique se composent en moyenne à 41 % des ventes, à 43 % de subventions et à 16 % de cachets.

- En 2012, l'artiste a consacré en moyenne 24 heures par semaine au travail en atelier, 17 heures à un travail lié à l'art et 8 heures à un travail non lié à l'art.

- Dans l'édition du même sondage publiée en 2007, 65 % des artistes avaient déclaré que le soutien financier d'un conjoint ou d'une conjointe était nécessaire pour couvrir les frais de subsistance élémentaires.

Davey reconnaît que la plupart des écrivains, même ceux dont les ouvrages sont publiés à vaste échelle et traduits

en plusieurs langues, doivent compléter leurs revenus soit avec l'aide d'un conjoint ou d'un mécène, soit par du travail connexe (journalisme à la pige, rédaction, fonctions universitaires) ou non connexe. Au vingtième siècle, des sociétés subventionnaires et des organismes autonomes, comme Radio-Canada et l'Office national du film, ont vu le jour, jouant le rôle essentiel d'employeur auprès des écrivains (et des artistes) devant mener une carrière parallèle.

Davey souligne l'importance de l'appareil législatif entourant le droit d'auteur dans la vie économique de l'écrivain, car celle-ci garantit les redevances (ou le cachet) qui constituent la compensation financière du travail d'écrivain à mesure que celui-ci est diffusé. Davey précise notamment que les lois régissant le droit d'auteur ont été grandement influencées à la fin du vingtième siècle par les revendications des regroupements d'écrivains et des associations professionnelles. Cette tendance se reflète au sein des arts visuels dans les revendications et les échelles de rémunération élaborées par des groupes tels que le Canadian Artists Representation/Front des artistes canadiens (CARFAC) et son pendant québécois, le Regroupement des artistes en arts visuels (RAAV).

Davey rappelle qu'au Canada, le rôle des concours et des prix n'a jamais été d'assurer un revenu de base pour les écrivains, mais plutôt de donner de la visibilité aux commanditaires. Par ailleurs, il avance que les subventions individuelles accordées aux auteurs sont avant tout conçues pour permettre à l'artiste de s'extraire momentanément du marché du travail. Nombre d'artistes explorent l'écriture dans le cadre de leur pratique créative. Cela dit, quand un artiste se sert de l'écriture comme revenu d'appoint complémentaire à sa pratique artistique, il se tourne généralement vers l'essai ou l'essai créatif (catalogues d'exposition, critiques et comptes rendus, notamment). C'est pourquoi les subventionnaires tendent à associer les artistes à la rédaction critique plutôt qu'à la littérature, à la prose ou à la poésie. Cette distinction peut être frustrante pour les artistes et les éditeurs en art, qui souhaiteraient obtenir du financement pour leur exploration créative des qualités discursives du genre non fictif comme *médium artistique en soi*. Ou, pour emprunter un terme à la poétique, du livre comme unité de composition.

Pour certains artistes et écrivains, ce croisement entre arts visuels et littérature n'est pas seulement une source de revenus d'appoint. Il est à l'origine d'une nouvelle pratique d'écriture d'art, que la poète Lisa

Robertson décrit comme une tradition d'écriture parallèle :

« Il y a une tradition d'écriture sur l'art qui m'a accordé l'espace nécessaire pour développer ma pratique – on parlait à l'époque d'une tradition d'écriture parallèle. On créait un texte en parallèle à une pratique artistique, en discutant avec l'artiste et en lui empruntant des éléments et des stratégies de son travail d'exploration, et l'on créait un dispositif textuel qui pouvait exister parallèlement à l'installation ou à la vidéo ou au tableau – peu importe la forme de l'œuvre. Au Canada, cette tradition existe au moins depuis les années 1980. Plus récemment, ailleurs dans le monde, l'écriture d'art s'est développée comme genre, et semble se rapprocher de la tradition du texte parallèle, telle qu'elle existe déjà au Canada. Ainsi, l'écriture d'art que je pratique est maintenant reconnue à plus vaste échelle. » ∞

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

Davey, Frank. « Les sources de revenus des écrivains », *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada*, vol. III, p. 108–119, dirigé par Carole Gerson et Jacques Michon, publié aux Presses de l'Université de Montréal.

Waging Culture: A Report on the Socio-Economic Status of Canadian Visual Artists, 2012, AGYU, 2012.

› <http://theagyuisoutthere.org/everywhere/?tag=waging-culture>

Lisa Robertson on Close Listening, entretien avec Charles Bernstein sur Jacket2, PennSound.

› <http://jacket2.org/commentary/lisa-robertson-close-listening>

Anne-Marie Ninacs, « Écrire sur une œuvre ou faire œuvre d'écriture? Quelques réflexions sur la place des auteurs au sein des centres d'artistes », *Tiré à part : situer les pratiques d'édition des centres d'artistes*, Actes de la rencontre, éd. RCAAQ, 2005.

Les sources de revenus des écrivains

par Frank Davey

LES AUTEURS qui réussissent à subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille par leurs écrits sont à ce point rares au Canada qu'ils défraient la chronique ou deviennent des légendes. On dit de Charles G. D. Roberts qu'il est de ce nombre, même s'il a en fait été périodiquement endetté pendant toutes les années 1920 et n'a échappé à l'indigence en 1931 que grâce à la pension du gouvernement que lui ont obtenu des aficionados¹. On décrit Al Purdy comme un auteur parvenu à l'autosuffisance; pourtant, son épouse Eurithe apporte au ménage un salaire appréciable dans les décennies 1940 et 1950 et, à compter de la fin des années 1960, Purdy tirera essentiellement ses revenus de bourses et de postes d'écrivain en résidence plutôt que des ventes de sa poésie². À l'exception de journalistes et de quelques romanciers – tels L. M. Montgomery, Mazo De La Roche, Gabrielle Roy et Yves Thériault qui connaissent la notoriété internationale et encaissent des redevances de l'étranger et des droits d'adaptation cinématographique –, de 1920 à 1980, la plupart des écrivains canadiens doivent augmenter substantiellement leurs revenus avec des travaux alimentaires pour subvenir à leurs besoins essentiels. La biographie de Leslie McFarlane, auteure célèbre pour avoir écrit anonymement plusieurs titres de la série « Hardy Boys », illustre l'énergie et la polyvalence requises d'un « écrivain à la pige » que la volonté d'assurer

aux siens les aises de la classe moyenne conduit dans les salles de rédaction de l'Office national du film et de la Canadian Broadcasting Corporation (CBC)³. Avant d'étendre leurs activités à la publication de livres et à l'exploitation de leurs personnalités exceptionnelles transformées en personnalités publiques médiatiquement séduisantes, Farley Mowat et Pierre Berton, auteurs d'essais à grand tirage dans l'après-guerre, sont parvenus à la sécurité matérielle grâce au journalisme écrit.

REVENUS TIRÉS DE L'ÉCRITURE

Les méthodes utilisées par le gouvernement pour rendre compte des revenus des écrivains ou de ceux qui ont été engagés dans une profession d'écriture quelle qu'elle soit, rendent difficile l'établissement de données économiques complètes. De 1921 à 1961, le Bureau fédéral de la statistique (qui deviendra Statistique Canada en 1971) combine les revenus des préparateurs de copie et journalistes avec ceux des auteurs engagés dans une autre activité d'écriture. La méthode de relevé des données se raffine quelque peu en 1971 lorsque le recensement distingue trois catégories de métiers : « écrivains et rédacteurs », « traducteurs et interprètes » et « rédacteurs ». Le problème avec ces catégories,

c'est qu'elles peuvent aussi bien englober des rédacteurs de textes publicitaires que des auteurs d'articles et de livres.

En 1978, une enquête de Statistique Canada, dont la précision contraste avec l'insuffisance des statistiques antérieures, dresse un portrait peu reluisant du métier d'auteur professionnel⁴. Cette année-là, le revenu médian pour toute la main-d'œuvre active canadienne est de 11 400 \$. Les écrivains interrogés dans le cadre de cette enquête déclarent tirer de leurs écrits un revenu moyen de 6 761 \$, avec un revenu médian de 2 500 \$. Ceux qui écrivent à temps plein déclarent un revenu moyen de 14 095 \$ avec un revenu médian de 7 000 \$, tandis que pour les écrivains à temps partiel le revenu moyen est de 3 628 \$ et le revenu médian de 1 380 \$⁵. En outre, une analyse de l'enquête centrée sur les écrivains à temps plein, toutes catégories confondues, révèle d'énormes disparités, en fonction du genre pratiqué, entre le revenu moyen déclaré et le revenu médian : ventes de livres (6 077 \$ et 1 050 \$), ventes à des périodiques (4 392 \$ et 2 500 \$), ventes à la radio et la télévision (13 591 \$ et 6 000 \$), écriture cinématographique (8 710 \$ et 2 000 \$), écriture dramatique (3 110 \$ et 800 \$). Les différences impressionnantes entre revenu moyen et revenu médian indiquent que quelques individus sont

exceptionnellement bien payés et relèvent le niveau du revenu moyen, alors que les écrivains interrogés gagnent pour la plupart considérablement moins que le « revenu moyen ».

À défaut de fournir des données détaillées et complètes, certaines sources secondaires peuvent donner des aperçus éclairants sur la situation matérielle des écrivains canadiens au XX^e siècle. En 1938, E. K. Brown affirme que les assises économiques de la littérature au Canada sont « précaires » et que trois options seulement s'offrent aux écrivains canadiens : émigrer, adopter un second métier ou « devenir, économiquement du moins, membre d'une autre nation et civilisation tout en continuant à résider au Canada » ; il ajoute qu'aucune de ces trois options n'est susceptible d'engendrer une production littéraire canadienne riche⁶. En 1955, en examinant l'écriture aussi bien littéraire que commerciale, l'éditeur John Morgan Gray estime qu'un écrivain canadien qui vend des textes à des magazines américains grand public peut gagner plus de 18 000 \$ par an, une somme considérable pour l'époque. Cependant, un roman canadien à grand succès ne rapporte à son auteur que de 1 000 \$ à 1 500 \$, à moins de trouver preneur en Grande-Bretagne ou aux États-Unis, auquel cas il peut générer des recettes « beaucoup

plus satisfaisantes⁷ ». Encore que l'expérience de Hugh MacLennan nous démontre qu'une plume exceptionnellement lucrative n'est pas pour autant un gage d'indépendance financière. Bien que son *Barometer Rising* (1941) connaisse un succès au niveau des ventes au Canada, aux États-Unis et en Grande-Bretagne, MacLennan est dans l'impossibilité de quitter son poste d'enseignant tant le gouvernement canadien impose lourdement ses gains à l'étranger. En outre, les lois fiscales canadiennes des années 1940 ne permettent pas à un auteur d'étaler les revenus d'un livre sur plusieurs années d'imposition, même si l'écriture du livre a demandé plus d'une année. Ainsi, malgré le succès international remporté par *Two Solitudes* (1945), l'ouvrage n'a rapporté à MacLennan, en mars 1946, que 3 354,21 \$ en droits dérivés et 12 000 \$ en redevances après impôts⁸. Un an plus tard, Gabrielle Roy a la main beaucoup plus heureuse en matière de droits dérivés : elle reçoit 67 000 \$ pour les droits d'adaptation cinématographique de *Bonheur d'occasion* et 50 % des droits de 110 000 \$ versés pour la réimpression de son roman par la Literary Guild of New York, un club du livre qui en a commandé 700 000 exemplaires⁹.

Les genres pratiqués par les auteurs canadiens sont un facteur déterminant quant aux revenus que ceux-ci génèrent.

Le journalisme, spécialement le travail salarié pour un quotidien ou un périodique, apporte la sécurité économique à maints écrivains. Plutôt qu'un travail à temps plein, les journalistes de la presse écrite font parfois de la rédaction à mi-temps ou à la pige, produisant un billet sur une base régulière pour un journal ou un magazine, ou menant de front des activités de journalisme écrit et de création. L'écriture à la pige ou à salaire pour le cinéma, la radio, la télévision, permet aussi de régler des factures. Le journalisme occupe une place importante dans la carrière d'auteurs fort différents comme Pierre Berton, Scott Young ou Clément Marchand et Jovette Bernier. Dans les années 1970, les lectures publiques deviennent pour les poètes une source appréciable de revenus, une compensation bien accueillie par ces artisans d'un genre pour lequel les redevances restent minimales.

Jusqu'à la fondation d'une radio publique dans les années 1930, qui s'est traduite par l'achat et la commande d'émissions dramatiques qui seront plus tard suivies de scénarios pour la télévision, il existe très peu de sources de revenus pour les dramaturges. Au Québec, des années 1930 aux années 1960, la télé et la radio francophones représentent des débouchés lucratifs pour plusieurs écrivains dont

les romans deviennent des téléromans célèbres, comme *Un homme et son péché* (1933) de Claude-Henri Grignon et *Les Plouffe* (1948) de Roger Lemelin. Dans les années 1970, Victor-Lévy Beaulieu répète l'exploit en adaptant bon nombre de ses romans pour le petit écran. Des auteurs pour la jeunesse, comme Tante Lucille (Lucille Desparois), Grand-Père Cailloux (André Cailloux), Maman Fonfon (Claudine Vallerand) et Henriette Major, adaptent leurs contes pour la radio et la télé. Après 1960, au Québec, la vitalité du théâtre à la télé et à la scène permet à beaucoup de dramaturges francophones – dont Marcel Dubé, Françoise Loranger et Michel Tremblay – de vivre de leurs redevances. Au Canada anglais, l'écriture de scénarios pour la CBC est une importante source de revenus pour Gwethalyn Graham de 1958 à 1965, tandis que la prolifération de petites compagnies de théâtre à la fin des années 1960 et dans la décennie suivante permet à un dramaturge populaire comme David French de s'assurer un revenu annuel décent grâce aux multiples productions de ses œuvres, tant au pays qu'à l'étranger.

Les concours et les prix, dont les répercussions sont analysées par Marie-Pier Luneau et Ruth Panofsky dans ce chapitre, constituent une intermittente et incertaine source de revenus pour les

écrivains. Après la Première Guerre mondiale, les tout premiers prix annuels recensés sont ceux des Concours littéraires et scientifiques du Québec, décernés depuis 1923 et connus sous le nom de prix David, et ceux de l'Ordre impérial des filles de l'Empire, accordés pour une nouvelle et une pièce en un acte (1923–1933). Malgré leur nombre relativement élevé – en 1976, Statistique Canada rapporte qu'on décerne autant de prix de littérature et de journalisme au Canada qu'en Grande-Bretagne, en Autriche ou en Suisse, mais moins qu'en France¹⁰ –, ces prix n'atteignent pas 1 000 \$ dans la très grande majorité. Quelques prix lucratifs font leur apparition dans les années 1970, quand le prix du Gouverneur général est porté à 5 000 \$ en 1975 et que le Seal First Novel Award de 50 000 \$ est créé en 1976. À l'exception de la bourse Seal, les prix ne sont pas conçus pour offrir du temps de création aux écrivains. Si plusieurs des premiers concours, parrainés par des journaux ou des magazines – par exemple les Short Story Awards du Maclean's Magazine (1927–1955) –, encouragent de nouveaux auteurs et procurent un certain revenu aux gagnants, ils servent également à créer un événement qui met le donateur en vedette. Les prix institués par la suite – les Ryerson Fiction Awards (1942–1960), le Doubleday Canadian Prize Novel Award (1961–1967), le Seal et

le prix du Cercle du livre de France (1949–1987) – génèrent de la publicité pour les maisons d'édition, favorisent souvent des ventes plus importantes et, en conséquence, des redevances plus substantielles pour les lauréats.

Des ressources nouvelles pour les écrivains découlent aussi de diverses interventions gouvernementales qui, pour plusieurs d'entre elles, résultent directement ou indirectement du rapport Massey de 1951 et de la création subséquente du Conseil des arts du Canada en 1957. Une kyrielle d'enquêtes gouvernementales, postérieures à 1960, sur la culture, le droit d'auteur, les arts, l'édition et ce qu'on appellera plus tard les « industries culturelles », apportent d'autres améliorations à la situation économique des écrivains. En 1960, le Conseil des arts du Canada – imité en cela par plusieurs Conseils des arts provinciaux créés peu après (en Ontario en 1963, au Manitoba en 1965) – instaure des programmes de bourses adjudgées aux écrivains par concours, sur la foi de leurs réalisations et la présentation de leurs travaux en cours. Ces bourses assurent aux écrivains de longues périodes de temps libre. Dans les années 1960, les programmes du Conseil des arts du Canada sont relativement modestes : H. R. Percy déplore, en 1964, que seulement 30 000 \$ sur un

budget subventionnel de 1 600 000 \$ pour l'année 1962–1963 soient allés aux écrivains, une somme égale à la subvention accordée par l'organisme la même année au Winnipeg Symphony Orchestra¹¹. Au milieu des années 1960, le Conseil des arts du Canada lance d'autres initiatives : le programme de stages d'écrivains résidents, décrit par Nancy Earle dans l'étude de cas qui suit, le financement de lectures publiques et, enfin, les subventions aux éditeurs de livres et de périodiques canadiens qui, dans les années subséquentes, seront conditionnelles au versement effectif de redevances aux auteurs. Le soutien financier du Conseil aux nouvelles organisations d'écrivains – dont la Writers' Union of Canada (WUC), l'Union des écrivains québécois (UNÉQ) et la League of Canadian Poets – contribue indirectement à l'augmentation des revenus provenant de lectures publiques, à la réforme du contrat d'édition et à la marche progressive vers le droit de prêt public et des sociétés de gestion de droits d'auteur, deux instruments qui s'avéreront des sources appréciables de revenus pour les écrivains dans les années 1990. Dès le début des années 1970, le nombre d'organismes subventionnaires se multiplie et les fonds disponibles sont grandement accrus. Par exemple, plusieurs écrivains de cette décennie sont admissibles aux subventions du Programme d'initiatives locales

et de Perspectives-jeunesse; dans certaines provinces, de très jeunes écrivains peuvent ainsi compter sur quatre années successives d'aide financière. En outre, le programme de lectures publiques du Conseil des arts du Canada permet à des écrivains populaires, notamment Susan Musgrave et Al Purdy, de donner annuellement dans les bibliothèques publiques et les universités jusqu'à 20 lectures subventionnées par le Conseil en plus de lectures organisées par la League of Canadian Poets, également subventionnée par le Conseil.

À la fin des années 1960, la vente de manuscrits et autres pièces d'archives devient une autre source potentielle de revenus pour les auteurs. Auparavant, quelques bibliothèques universitaires acceptaient occasionnellement des dons; mais lorsque la littérature canadienne devient un champ d'études doctorales, la constitution systématique de collections de manuscrits canadiens à des fins de recherche s'amorce. Le premier achat d'importance par la Thomas Fisher Rare Book Library de la University of Toronto est l'acquisition des archives d'Earle Birney en 1966. La Bibliothèque nationale du Canada inaugure sa collection avec le fonds Arthur-Bourinot en 1969. La University of Calgary amorce sa collection de manuscrits canadiens, décrite ci-après par

Apollonia Steele, par l'achat des archives de Hugh MacLennan en 1973.

De 1965 à 1980, les acquisitions des archives d'écrivains se font sous forme d'achats plutôt que de dons, en partie parce que les dispositions de la législation fédérale sur l'impôt en matière de dons de nature littéraire sont désavantageuses avant l'entrée en vigueur, en 1977, de la Loi sur l'exportation et l'importation de biens culturels (23-24 Elizabeth II, 1975, c. 50). Aux fins de l'impôt sur le revenu, les ventes au comptant intervenues avant 1977 sont traitées comme des gains en capital. En vertu de la loi de 1975, l'évaluation estimée des manuscrits vendus ou donnés est exemptée de l'impôt sur les gains en capital et, dans le cas d'un don, déductible en entier du revenu imposable de l'écrivain. Un écrivain faisant un don aux termes de la nouvelle loi peut, compte tenu de sa tranche d'imposition et des taux d'imposition de l'année concernée, recevoir au mieux de 43 à 45 % de la valeur estimée. En vertu de la loi de 1985 (LR 1985, c. C-51), portant le même nom qu'en 1975, mais quelque peu moins généreuse, un écrivain qui fait un don a droit à un crédit d'impôt équivalent à environ 30 % de la valeur estimée.

La plupart des écrivains qui ont peu de revenus ne peuvent se prévaloir de ces

crédits d'impôt et bénéficier de ces deux lois sur les biens culturels. Ils continuent donc à vendre leurs archives plutôt qu'à les donner. Seuls quelques rares privilégiés, qui se taillent une carrière lucrative d'écrivain ou qui mènent en parallèle une autre carrière très payante, profitent de ces lois. Margaret Atwood, par exemple, qui vend ses premiers manuscrits à la University of Toronto en 1969, et aussi au début des années 1970, consent depuis des dons additionnels. Au Québec, le choix du lieu où se retrouveront les archives d'un écrivain peut être un sujet délicat. En 1980, après avoir été courtisée par plusieurs institutions, Gabrielle Roy prend des dispositions pour que ses archives reviennent à la Bibliothèque nationale du Canada après sa mort, en contrepartie d'un paiement posthume au fonds Gabrielle-Roy. Finalement, les grands bénéficiaires de la législation fédérale sont les bibliothèques qui, en proposant diverses combinaisons de comptant et de crédits d'impôt pour certaines collections, peuvent acquérir d'importantes collections à très peu de frais pour elles-mêmes, mais avec un bénéfice modeste pour les écrivains.

AUTRES SOURCES DE REVENUS

Peu d'auteurs canadiens de l'une ou l'autre langue officielle peuvent jouir du privilège qu'a connu Alain Grandbois dont la

fortune personnelle lui a permis de parcourir le monde et d'écrire à son rythme. À l'exception notable de journalistes et de quelques rares romanciers à succès, la plupart des écrivains canadiens les plus connus jusqu'en 1960 doivent choisir un second métier. Le défi pour l'écrivain est de trouver une carrière convenable susceptible de lui laisser du temps pour écrire ou de ne pas entraver, physiquement et psychologiquement, l'énergie nécessaire pour le faire.

Pour les écrivains canadiens incapables de vivre uniquement de leur plume, les principaux domaines d'emploi sont l'édition, l'enseignement, la radiotélévision, la fonction publique et les professions de médecin et d'avocat. Le modèle culturel de la femme au foyer entretenue par son époux, qui poursuit une carrière d'écrivain tout en veillant à l'éducation des enfants, se perpétue durant toute cette période et jusque dans les premières années professionnelles d'auteurs comme Margaret Laurence, Alice Munro, Marian Engel et Jane Urquhart. Dans le monde des salariés, même des journalistes de la trempe d'un Scott Young sont souvent tenus, dans l'exercice de leurs fonctions rémunérées, d'incorporer un travail d'édition. F. P. Grove a été maître d'école de 1909 à 1923, puis, au début des années 1930, il fait fiasco comme fermier dans le Sud

ontarien, pour ensuite subsister au moyen des cours privés donnés par sa femme. Lucie Robert a montré qu'au Québec, avant 1920, les écrivains se recrutaient presque à égalité de parts chez les professionnels et les hommes d'Église (42,8 %) et chez les enseignants et journalistes (43 %), alors qu'après 1920, c'est l'enseignement et le journalisme qui se trouvent au premier rang (73 %) des professions exercées par les écrivains¹². Des modèles semblables prévalent dans les deux communautés linguistiques : les poètes montréalais F. R. Scott et A. M. Klein sont des avocats de pratique, Ringuet (Philippe Panneton) et Jacques Ferron sont des médecins. Les écrivains québécois pour la jeunesse Marie-Claire Daveluy et Claude Aubry sont bibliothécaires, alors que leur homologue anglophone Janet Lunn travaille comme editrice de livres pour la jeunesse. À l'inverse, Sinclair Ross et Raymond Souster occupent jusqu'à leur retraite des emplois relativement subalternes dans des banques canadiennes.

Les auteurs trouvent dans la radiodiffusion, le cinéma et la fonction publique des gagne-pain plus appropriés à leur métier. Dans les années 1950 et 1960, plusieurs poètes québécois comme Jean-Guy Pilon, Paul-Marie Lapointe et Fernand Ouellette, et des romanciers comme Robert Charbonneau, Gilles Archambault,

André Langevin, Hubert Aquin et Wilfrid Lemoine, travaillent comme réalisateurs, rédacteurs et régisseurs à la radio et à la télé de Radio-Canada, tandis que du côté anglophone, Phyllis Webb est réalisatrice à la CBC. Morley Callaghan soutient sa carrière d'écrivain grâce à une relation de 40 années avec la radio et la télé de la CBC : à compter de 1943, il est en effet un intervenant rémunéré dans le cadre de diverses émissions d'affaires culturelles et d'actualités comme Citizens' Forum, Fighting Words et Now I Ask You. En 1957, Jacques Godbout joint l'Office national du film où Anne Hébert a travaillé brièvement en 1953 et 1954, comme Leslie McFarlane et Irene Baird, avant elle, dans les années 1940. Certains écrivains font carrière dans la fonction publique : le ministère des Affaires culturelles du Québec, institué en 1960, crée des postes administratifs dans les arts et les lettres qui sont confiés à des poètes et des écrivains; de son côté, Naïm Kattan devient en 1967 le directeur du Service des lettres et de l'édition du Conseil des Arts du Canada.

Pour les écrivains qui ont pour ambition une carrière universitaire et dont la production est d'abord et avant tout de nature érudite – tels Northrop Frye, A. G. Bailey et Roy Daniells –, une nomination universitaire est essentielle. Durant 20 ans, Robertson Davies exerce une direction

flamboyante comme master du Massey College (1961–1981). Cependant, l'enseignement à l'université est une arme à deux tranchants pour les auteurs d'œuvres de création. Suivant en cela l'exemple d'E. J. Pratt et A. J. M. Smith, et ayant subi l'influence de la professionnalisation de la poésie et de la critique exercée par les tenants de la Nouvelle Critique, plusieurs poètes anglophones – aux premiers rangs desquels se trouvent Earle Birney, Ralph Gustafson, Louis Dudek, James Reaney et Eli Mandel – décrochent des postes universitaires permanents à partir des années 1940. Les frustrations que doivent endurer ces créateurs engagés dans une carrière universitaire parallèle sont décrites par Birney qui, à la fin des années 1950, après avoir rédigé nombre d'articles savants et décroché une bourse Nuffield pour compléter un ouvrage sur Chaucer, se plaint à un ami de ce qu'il se sent « presque écrasé » sous les « fers de l'enseignement universitaire » et de n'avoir « rien écrit qui relève de la création depuis presque quatre ans ». Mais Birney ne peut financièrement renoncer à ce poste universitaire : en 1957, lorsque son salaire passe de 8 500 \$ à 10 000 \$, ses revenus tirés des « droits d'auteur, activités radio-phoniques et diverses redevances » sont de 557,43 \$¹³. Les romanciers sont moins susceptibles de s'engager à long terme dans l'enseignement – probablement

parce que le genre qu'ils pratiquent exige de longues périodes d'écriture sans interruption et probablement aussi parce que les œuvres de fiction permettent d'espérer des revenus supérieurs. Avant 1980, les hommes ont plus de chances que les femmes d'obtenir des postes universitaires, encore que les romancières Aritha Van Herk et Bharati Mukherjee les rejoignent dans les années 1970.

Avec le formidable essor des études post-secondaires dans tout le pays à partir des années 1960, les carrières dans l'enseignement ou à l'université, souvent à mi-temps, deviennent presque la norme pour les écrivains des deux langues officielles. La multiplication des cours de création littéraire dans les universités pendant les années 1960 et 1970 ouvre non seulement de nouvelles avenues d'emploi aux écrivains, mais oriente également plusieurs aspirants écrivains vers des études universitaires, les munissant ainsi des diplômes nécessaires pour au moins donner à mi-temps des cours de création ou occuper des postes dans des collèges publics. De la même manière, les nombreux postes d'enseignement créés avec l'ouverture des cégeps au Québec en 1967 fournissent des emplois bien rémunérés à la génération des jeunes poètes qui publient dans les petites revues et dirigent les nouvelles maisons d'édition dans les années 1970.

LE COMMERCE DE L'ÉCRITURE : DROITS D'AUTEUR, AGENTS ET CONTRATS LITTÉRAIRES

Jusqu'à l'adoption par le Royaume-Uni de la refonte du Copyright Act (1-2 George V, c. 46) en 1911 qui permet aux dominions « autonomes » d'abroger la législation impériale sur le droit d'auteur et d'adopter une nouvelle législation sans menace de désaveu impérial, les droits d'auteur ont été une affaire complexe au Canada. La mise en application de la première loi canadienne sur le droit d'auteur devient réalité une décennie plus tard avec la nouvelle loi (11-12 George V, c. 24) adoptée en 1921 et promulguée en 1924. Largement modelée sur la loi britannique de 1911, elle offre néanmoins aux auteurs canadiens de nouvelles protections, étend la durée de sa mise en application à 50 années après le décès de l'auteur afin que les héritiers puissent à leur tour en jouir, protège les œuvres d'auteurs canadiens dans les autres pays, octroie aux auteurs divers droits dérivés dont des droits d'adaptation cinématographique et radiophonique, fixe des sanctions sous forme d'amendes ou de peines d'emprisonnement, et prohibe l'importation commerciale de livres qui concurrenceraient des éditions canadiennes détentrices d'une licence d'exploitation. La loi ne reconnaît toutefois pas que le droit d'auteur est un

droit « naturel »; elle le déclare pure création d'une « disposition légale », un point de vue contesté dans les discussions ultérieures sur la question.

Cette loi ne fera l'objet d'aucun amendement significatif pendant 60 ans, alors que la question du droit d'auteur refait surface périodiquement. En 1928, le Canada ratifie officiellement le texte de Rome de la Convention de Berne, une convention qui a trait aux droits d'auteur sur le plan international et à laquelle le Canada a déjà été indirectement associé en 1886 par l'adhésion de la Grande-Bretagne. En 1954, le gouvernement Saint-Laurent constitue la Commission royale sur les brevets, le droit d'auteur, les marques de commerce et les dessins industriels, dont le mandat est de trouver un équilibre entre les droits des créateurs et l'intérêt public. Déposé en 1957, le rapport de la Commission a peu d'effet sur la législation, même si une recommandation que le Canada adhère à la Convention universelle sur le droit d'auteur est décrétée en 1962, ce qui vaudra aux auteurs canadiens les importantes protections américaines du « traitement des nationaux accordé aux étrangers ». En 1966, le gouvernement Pearson demande au Conseil économique du Canada d'entreprendre une nouvelle enquête; l'accent est mis cette fois sur la politique économique et le mieux-être des

consommateurs. Tout en signalant l'importance des objectifs culturels de la loi sur le droit d'auteur, le Rapport sur la propriété intellectuelle et industrielle, déposé par le Conseil en 1971, recommande un petit changement pour faire connaître les protections. Commandé par le ministère de la Consommation et des Corporations, le rapport Keyes-Brunet de 1977, Le droit d'auteur au Canada : propositions pour la révision de la loi, a de plus profondes répercussions même s'il ne conduit pas, à tout le moins directement, à une législation. Keyes et Brunet y estiment accessoire que le droit d'auteur soit tenu ou pour un droit de propriété naturel ou pour un privilège légal; de ce fait, ils valident la première hypothèse et donnent aussi à entendre que les droits du créateur, de même que l'intérêt culturel national, peuvent l'emporter sur le droit du public à l'information. La réponse du gouvernement Trudeau au rapport Keyes-Brunet arrivera avec la publication du livre blanc De Gutenberg à Télidon (1984), qui proposera d'étendre les droits du créateur dans le contexte des nouvelles technologies, d'établir un équilibre entre les droits des créateurs et les besoins des usagers, et de consolider la culture canadienne.

L'élection du gouvernement Mulroney, plus tard en 1984, amènera l'année suivante le remplacement précipité du livre

blanc par la Charte des droits des créateurs et créatrices. La Charte et la législation subséquente sur le droit d'auteur proposeront des directions fort différentes : elles redéfiniront le droit d'auteur englobant désormais à la fois des droits de propriété et des droits moraux, permettront aux sociétés et coopératives d'exercer de tels droits, étendront les droits des créateurs sans accroître ceux des utilisateurs, favoriseront la formation de sociétés de gestion de droits et porteront à 1 000 000 \$ les sanctions financières maximales pour violation du droit d'auteur. Le gouvernement fédéral prendra à sa charge les droits collectifs des auteurs par sa législation sur le droit d'auteur, mais il laissera aux auteurs et à leurs agents le soin de veiller à leurs intérêts et d'établir des dispositions contractuelles avec les éditeurs.

Avant les années 1970, les agents littéraires qui représentent des auteurs canadiens sont pour la plupart installés à New York, et quelques-uns à Londres. Dans les années 1920 et 1930, les agences littéraires réputées de A. P. Watt et Paul Reynolds représentent des écrivains à grand succès comme Robert Stead et Arthur Stringer¹⁴. Gabrielle Roy comprend tôt l'importance d'avoir un agent : comme gérant d'affaires, elle retient en 1945 les services de Jean-Marie Nadeau, brillant avocat et spécialiste du droit d'auteur qui, pendant

les 10 années suivantes, négocie avec compétence tous ses contrats professionnels. Au début des années 1950, sous la gouverne d'une agence new-yorkaise, Farley Mowat fait une percée dans les grands périodiques américains comme le *Saturday Evening Post*¹⁵. Bien des agents américains ne saisissent cependant pas toujours les objectifs culturels ou littéraires de leurs clients canadiens. Ainsi Blanche Gregory, agente de MacLennan, lui recommande, après le succès de *Barometer Rising*, de rédiger des articles pour le *Reader's Digest*, et l'agente américaine d'Alice Munro, Virginia Barber, la presse d'écrire des romans plutôt que des nouvelles¹⁶.

Malgré le fait que quelques Canadiens offrent des services de révision et de représentation dans le *Canadian Author and Bookman* des années 1930, le premier agent littéraire canadien digne de mention est probablement Matie Molinaro qui commence à exercer son métier dans sa maison torontoise en 1950 et accrédite le concept d'agent dans le milieu de l'édition canadienne. Pour l'essentiel, son rôle consiste avant 1970 à organiser des conférences plutôt qu'à placer des manuscrits. Avec le foisonnement de l'écriture et de l'édition dans les années 1970, de nouvelles agences voient le jour, dont celles de Nancy Colbert et de Lucinda Vardey, et les manuscrits de

livres et contrats d'édition deviennent dès lors la première occupation de l'agent. Les nouvelles agences aident à faire connaître les œuvres canadiennes sur la scène internationale : il est en effet plus lucratif, à la fois pour l'écrivain et pour l'agent, de faire d'abord accepter un manuscrit par un éditeur américain et d'en détacher les droits pour le Canada que l'on vend séparément de manière à en tirer de meilleures redevances au pays. Dans les années 1970, John Goodwin est l'agent de nombreux auteurs francophones internationalement connus et traduits en plusieurs langues, comme Marie-Claire Blais, Roch Carrier et Michel Tremblay, pour n'en citer que quelques-uns¹⁷.

Avant les années 1970, très peu de changements sont apportés aux contrats d'édition au Canada, en partie parce qu'il y a fort peu d'argent à faire pour l'éditeur et pour l'auteur sur le marché canadien, mais aussi parce que rares sont les écrivains canadiens qui emploient des agents littéraires. L'avènement des agents entraîne une augmentation des avances sur les redevances versées par les éditeurs canadiens et se traduit par des contrats qui engagent les éditeurs à consacrer certaines sommes à la publicité. Les contrats courants du début du siècle comportaient au contraire des dispositions restrictives grandement

favorables à l'éditeur : ils concédaient à l'éditeur les droits mondiaux plutôt que des droits limités à certains marchés, et des pourcentages substantiels sur tous les droits dérivés potentiels; ils spécifiaient la date à laquelle l'auteur devait livrer le manuscrit, sans arrêter de date à laquelle l'éditeur était requis de publier le texte; ils ne comportaient aucune clause de réversion pour la rétrocession du droit d'auteur à l'écrivain dans le cas où l'éditeur ne réimprimait pas un livre épuisé; et ils garantissaient à l'éditeur la première offre du prochain livre de l'auteur, quel qu'en fût le genre. La *Canadian Authors Association* avise systématiquement ses membres de contester les clauses de ce genre de contrat et, dans les années 1940, à l'initiative de Gwethalyn Graham, elle élabore son propre « *Standard Book Contract*¹⁸ » qui sera toutefois plutôt mal accueilli. Les petites maisons fondées à la fin des années 1960 et au début de la décennie suivante reprennent fréquemment les contrats courants des éditeurs établis, même si elles n'ont ni le personnel ni la compétence pour veiller à la vente et à la gestion des droits dérivés, ni la capacité de distribuer l'œuvre à l'extérieur du Canada.

Si, à titre individuel, des auteurs qui ont leurs entrées chez des avocats peuvent

faire réécrire leurs contrats, on doit aux efforts de la WUC, de l'UNÉQ et aux démarches des agents les changements qui sont graduellement apportés aux contrats d'édition et qui se répandent dans l'industrie pendant les années 1970. Mieux nanti financièrement que la CAA et forte d'un effectif d'auteurs de plus grande réputation, la WUC réussit à faire connaître au public les injustices des anciennes formules de contrat, à offrir à ses membres des services d'évaluation de contrat et à suggérer une liste de « conditions minimales » dont plusieurs deviendront partie intégrante du contrat type mis au point par elle et seront communément adoptées par les éditeurs : fixation d'une date pour la publication par l'éditeur, fixation des taux pour les droits dérivés, réversion des droits pour une œuvre épuisée.

Au fil du XX^e siècle, on constate une stabilité économique croissante chez les écrivains canadiens. Cette évolution favorable résulte d'une augmentation des ventes de livres canadiens, mais aussi d'une expansion des infrastructures de soutien comme les bourses, les postes convenables dans l'enseignement post-secondaire, les emplois dans des sociétés de radiodiffusion et de cinéma, et la vente ou la compensation pour les dons d'archives personnelles à des institutions. Ces circonstances opportunes reposent

sur un ensemble d'engagements de la part de la société et des gouvernements – tant fédéral que provinciaux – qui renforcent notre conviction que les industries culturelles du Canada sont trop importantes, et trop fragiles, pour être abandonnées aux aléas de la globalisation. ∞

Davey, Frank. « Les sources de revenus des écrivains », *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada*, vol. III, p. 108–119, dirigé par Carole Gerson et Jacques Michon, publié aux Presses de l'Université de Montréal. Cet essai a été reproduit aux termes d'une licence accordée par Copibec.

NOTES

1. John Coldwell Adams, *Sir Charles God Damn: The Life of Sir Charles G.D. Roberts*, Toronto, University of Toronto Press, 1986, p. 130, 138, 146 et 172–173.

2. Louis K. McKendrick, « Al Purdy and His Works », *Canadian Writers and Their Works*, éd. Robert Lecker, Jack David et Elle Quigley, Toronto, ECW, 1990, p. 161–162.

3. Marilyn S. Greenwald, *The Secret of the Hardy Boys*, Athens, OH, Ohio University Press, 2004, p. 263.

4. Canada, Statistique Canada, Division de l'éducation, des sciences et de la culture, « Statistiques provisoires sur la situation des écrivains du Canada », *Service Bulletin* 3.8, décembre 1980.

5. Une enquête du ministère des Affaires culturelles du Québec montrera que plus de 60 % des 428 auteurs interrogés en 1983 gagnent moins de 5 000 \$ par année, 27 % d'entre eux gagnent entre 5 000 \$ et 25 000 \$, et seulement 6,5 % d'entre eux déclarent un revenu annuel supérieur à 25 000 \$. Le revenu moyen tiré de l'écriture sera alors de 7 500 \$ et le revenu médian de 2 000 \$, S. Provost et R. Garon, « Auteur : pleinement ou à demi? », p. 8–9.

6. E. K. Brown, « The Contemporary Situation in Canadian Literature », dans *Canadian Literature Today: A Series of Broadcasts Sponsored by the Canadian Broadcasting Corporation*, Toronto, University of Toronto Press, 1938, p. 10.

7. John Morgan Gray, « Book Publishing », dans *Writing in Canada: Proceedings of the Canadian Writers' Conference, Queen's University 28–31 July, 1955*, éd. George Whalley, Toronto, Macmillan, 1956, p. 61–62.

8. Elspeth Cameron, *Hugh McLennan: A Writer's Life*, Toronto, University of Toronto Press, 1981, p. 193.

9. François Ricard, *Gabrielle Roy : Une vie*, trad. Patricia Claxton, Toronto, McClelland & Stewart, 1999, p. 264–268.

10. Canada, Statistique Canada, Division de l'éducation, des sciences et de la culture, *Les prix de littérature et de journalisme, 1923-1973*, Ottawa, Statistique Canada, 1976, p. 7.

11. H. R. Percy, « The Canada Council and the Writer », dans *Canadian Author and Bookman*, vol. 39, n° 3, 1964, p. 7.

12. Lucie Robert, « Les écrivains et leurs études : Comment on fabrique les génies », dans *Études littéraires*, vol. 14, n° 3, décembre 1981, p. 534.

13. Elspeth Cameron, *Earle Birney: A Life*, Toronto, Viking, 1994, p. 391 et 389.

14. Clarence Karr, *Authors and Audiences: Popular Canadian Fiction in the Early Twentieth Century*, Montréal, McGill-Queens University Press, 2000, p. 77–78.

15. James King, *Farley: The Life of Farley Mowat*, Toronto, HarperFlamingo, 2002, p. 109–111.

16. Elspeth Cameron, *Hugh McLennan: A Writer's Life*, Toronto, University of Toronto Press, 1981, p. 161; et JoAnn McCaig, « Alice Munro's Agency », dans *Essays on Canadian Writing* 66, hiver 1998, p. 92–93.

17. R. Bernatchez, « John Goodwin, le monde des arts, en deuil », *La Presse*, 25 novembre 1985, p. C1.

18. Lyn Harrington, *Syllables of Recorded Time: The Story of the Canadian Authors Association 1921–1981*, Toronto, Simon & Pierre, 1981, p. 221–224.

Économies morales et législatives en édition en art

« Des compressions au niveau du financement se sont traduites par l'apparition de nouveaux formats de publications qui, par la suite, ont eu beaucoup de succès : remodelage des structures et formats, tirages plus modestes, moyens de production plus économiques, éditions numériques¹. »

« On distribue énormément de publications gratuitement; il est évident que le but principal n'est pas de générer des revenus². »

« Vu les marges de profit très faibles, la plupart des éditeurs exercent des activités parallèles, comme la gestion d'une galerie³. »

« La plupart des organismes réunis ici sont souvent incapables de payer les cachets des artistes, faute de fonds suffisants. Et malgré cela, ces mêmes organismes défendent la rémunération du travail des artistes (rémunération financière, appui non financier, échange de services) comme valeur fondamentale, et aucun d'entre eux ne dit exiger une contribution financière de la part d'un artiste pour l'organisation d'une exposition⁴. »

par Felicity Tayler

—

1. Eryn Foster, notes prises lors du Forum sur l'édition en art, *East of There*, 23 juin 2013, Saint John, Nouveau-Brunswick.

2. Gina Badger, notes prises lors de la Rencontre TXT, le Réseau canadien de l'édition d'art, 7 et 8 novembre 2014, Artex, Montréal.

3. Doug Sigurdson, notes prises lors de la Consultation on Art Books in Canada, Section arts visuels, Conseil des arts du Canada, 18 juin 2012.

4. Mariane Bourcheix-Laporte, notes prises lors de la Rencontre des centres d'artistes et organismes autogérés de la relève de la Pacific Association of Artist-Run Centres (PAARC), 29 mars 2014.

Cet essai propose que l'édition en art doit aujourd'hui se positionner par rapport à un cadre juridique assimilant la pratique créative à une ressource économique, à savoir un bien intellectuel, ce qui n'est pas sans établir un rapport d'opposition entre celui qui possède le droit d'auteur et celui qui le consomme. Règle générale, par « auteur » et « éditeur », on renvoie aux détenteurs de la propriété intellectuelle; par « lecteur » et « public », on désigne ses usagers. Dans l'essai « Conditions matérielles », nous avons traité des conditions économiques de l'édition autogérée en art, corollaire d'un équilibre particulièrement complexe entre la course au financement public, les recettes des ventes et les droits de reproduction et d'exposition versés à l'artiste ou à l'auteur contre l'autorisation d'utiliser sa propriété intellectuelle. Dans l'essai qui suit, nous abordons les tensions susceptibles de se faire jour quand la logique de copier-coller, la dialogique et l'idéal – tant pluraliste que participatif – de la culture numérique concourent à créer un contexte où celui qui est à l'origine du projet d'édition, que ce soit un particulier ou une organisation, se définit tour à tour comme propriétaire et comme usager d'un contenu protégé par le droit d'auteur.

La culture numérique favorise la fragmentation et une certaine permutation de l'identité sur les plateformes

médiatiques. L'imprimé et les médias analogiques, quant à eux, demeurent d'importantes tribunes, en ce qu'ils complètent les capacités distinctes propres aux technologies numériques. Il arrive également que l'imprimé offre un espace de résistance, permettant de prendre position à contre-courant de la vitesse et de l'accumulation valorisée dans le monde numérique au détriment d'une interaction réelle avec le contenu. Rappelant ce croisement des territoires médiatiques, l'ouverture à une permutation identitaire met en relief l'intérêt critique que cultivent de longue date artistes et écrivains à propos de la façon dont le langage et les structures socioéconomiques façonnent l'individualité et le quotidien. Lorna Brown fait partie de ceux-ci. Pour décrire son travail dans le milieu de l'autogestion en art, elle souligne à quel point « le contexte économique et la perméabilité des pratiques rendent possible la coexistence de multiples identités publiques, sorte d'indéniable impureté ».

En cette ère numérique, les gardiens des politiques culturelles promeuvent des idéaux comme le libre accès, la transparence et l'interactivité. La somme des mesures d'austérité subies dans le milieu des arts, de l'éducation et de la recherche a cependant eu pour effet, paradoxalement, de restreindre la mise en circulation

du fait culturel financé par le secteur public. Cette restriction du rayonnement découle d'un impératif inédit, celui de créer de nouvelles sources de revenus par la mise en marché de l'objet culturel. Telle est la constatation de Rosemary J. Coombe, Darren Wershler et Martin Zeilinger, trois spécialistes en économie politique de la culture numérique, qui estiment (non sans provocation) que « la substitution du financement public par la rhétorique d'une industrie culturelle » dénote une société qui peine à s'adapter au pouvoir démocratique d'une culture numérique ouverte et interactive. Ce paradoxe touche tout particulièrement l'édition autogérée en art, puisque celle-ci conçoit sa production et son mandat comme les expressions d'un bien public, une forme d'art dématérialisée, une pratique de consolidation communautaire, une mise en commun des savoirs ou même un « cadeau » au lecteur, qui à son tour contribue à une économie fondée sur l'échange non monétaire et non réciproque – à une économie du don. Dans cette perspective, un financement public robuste assure que les arts continuent à remplir leur fonction démocratique, celle de créer des publics, tout en abattant les barrières économiques qui freinent le rayonnement et le partage des contenus.

En raison de son rôle traditionnel de

bailleur de fonds national, tant auprès des éditeurs que des centres d'artistes autogérés, le Conseil des arts du Canada occupe sans contredit une place symbolique dans l'imaginaire d'artistes qui aspirent à devenir éditeurs. En 2014, l'ARCA a commandé une étude s'intéressant à la perception répandue parmi les centres d'artistes autogérés selon laquelle le soutien accordé par le Conseil des arts du Canada à leurs activités de publication aurait diminué depuis 2000. Le rapport de l'ARCA semble suggérer qu'au fil des ans, en raison de plusieurs changements programmatiques (dans le champ des arts visuels comme dans celui de l'écriture et de l'édition), les centres d'artistes autogérés ont eu de la difficulté à être admis à des programmes de financement supplémentaire quand les projets étaient présentés comme des publications, notamment dans le cas des livres d'artistes et des catalogues d'exposition. Quand le nouveau modèle de financement du Conseil entrera en vigueur en 2017, l'édition littéraire sera expressément séparée de l'édition artistique. En outre, l'admissibilité ne mettra plus l'accent sur le format, le médium et le genre choisis par un organisme ou un artiste pour un projet donné. C'est par son mandat principal que l'organisme se définira (diffuseur ou éditeur en arts visuels), et l'admissibilité au financement (par projet ou de base) prendra en compte un

éventail d'activités ayant des modes créatifs divers et s'adressant en conséquence à des publics divers. Pour certains centres d'artistes autogérés, l'édition pourrait donc être une « activité » parmi plusieurs autres, un mode créatif permettant d'interagir et de former des publics. Bien que l'effet à long terme de ces changements reste à déterminer, le nouveau modèle laisse présager une plus grande adaptabilité dans la façon de composer avec le fonctionnement de l'édition artistique autogérée, en tant que pratique créative.

Pour l'heure, tant que les cadres législatifs entourant la propriété intellectuelle et les politiques de financement public qui s'y rapportent sont perçus comme contraignant ou contrecarrant l'échange culturel, des économies morales sont susceptibles d'émerger pour les remplacer. Le travail « affectif » qui a cours en milieu créatif, y compris dans le milieu de l'autogestion, pourrait engendrer le développement d'économies morales parallèles où l'acceptabilité des pratiques n'est pas déterminée par un cadre juridique, mais bien par consensus et par autodiscipline. Le travail affectif englobe toutes les relations personnelles et les négociations éthiques qui contribuent à maintenir la bonne entente, la convivialité ou un sentiment d'appartenance entre ceux qui travaillent pour l'éditeur et ceux qui

apportent une contribution au projet, que ce soit sur le plan de la publication (les services linguistiques, incluant la traduction, et le graphisme) ou sur celui du contenu (recherche, écriture, images, etc.). Le travail affectif constitue par ailleurs un élément important de la création et du fonctionnement des réseaux de diffusion de ces publications.

L'édition artistique autogérée requiert donc à la fois un apport créatif et un apport affectif. Puisqu'il s'agit habituellement de projets ponctuels, le travail créatif est souvent réalisé par des pigistes ou des travailleurs contractuels. Le travail affectif, quant à lui, passe souvent inaperçu. Il n'en est pas moins essentiel à la cohérence, à la réalisation et à la mise en circulation réussies de ces projets d'édition.

LE DROIT D'AUTEUR COMME PRATIQUE S'INSCRIVANT DANS LE QUOTIDIEN DES ARTISTES ET ÉDITEURS EN ART

Sur le plan politique, la communauté de l'autogestion en art dans son ensemble – et de l'édition artistique autogérée en particulier – penche massivement à gauche, parfois jusqu'à se réclamer de l'anarchie, et c'est au croisement des questions de justice sociale que ses membres appréhendent les enjeux esthétiques. Les

économies morales qui ont cours dans ces milieux ont à cœur une éthique de la représentation et de l'appropriation culturelle dans le corps de l'œuvre, et prônent la rétribution équitable des artistes et auteurs pour leur travail. Les lois entourant le droit d'auteur se sont depuis longtemps révélées inaptes à assurer l'atteinte de ce dernier objectif.

De nombreuses œuvres d'art et de littérature contemporaines travaillent l'amalgame, dans le fond comme dans la forme, en puisant à des mouvements avant-gardistes ou conceptuels révolus et aux archives médiatiques de la culture dominante. Ce double rôle de l'artiste, à la fois utilisateur et créateur de contenu protégé par le droit d'auteur, vient profondément remettre en question les principes qui sous-tendent les droits économiques des artistes et des auteurs. L'essai suivant abordera les concepts de « traitement équitable » et de « domaine public » en tant qu'exceptions aux dynamiques binaires détenteur/utilisateur et autorisation/compensation qui encadrent les lois sur la propriété intellectuelle.

Au Canada, toute expression d'idées ayant pris la forme fixe d'un texte ou d'une image est automatiquement régie par la loi sur le droit d'auteur. Dans ce cadre juridique, le travail créatif est considéré

comme une ressource illimitée, et le droit d'auteur constitue l'instrument juridique par lequel le caractère illimité des idées peut être transformé en propriété intellectuelle, laquelle peut faire l'objet de négociations et d'échange. *Toute entente contractuelle est sujette à négociation.* Les associations d'auteurs et d'artistes ont de longue date mené des actions collectives et porté d'importantes revendications, jetant les bases des lignes directrices et des règles de conduite qui régissent tacitement les négociations dans le milieu artistique de l'autogestion.

Les « droits de reproduction » sont versés à l'artiste en contrepartie d'éléments visuels destinés à une publication, une approche qui suppose que l'image est une documentation ou une reproduction d'un objet d'art existant ailleurs sous une autre forme. Ces droits sont régis par le Barème des tarifs minimums, négocié pour le compte de tous les artistes visuels et médiatiques au Canada par le CARFAC et au Québec par le RAAV. Les lois fédérale et provinciale sur le statut de l'artiste accordent à ces organismes le rôle juridique de négociateur des conditions de travail. Toutefois, en pratique, dans le milieu de l'édition en art, le versement de ces droits n'est pas uniforme d'un contexte à l'autre.

Ces grilles tarifaires encadrent les « droits

d'exposition », que le Parlement canadien, reconnaissant la précarité financière du travail en art visuel, a intégrés à la Loi sur le droit d'auteur en 1988. Ces droits reposent sur l'idée que l'artiste visuel produit un objet unique ou en série limitée. Contrairement à une publication, qui peut être tirée à grande échelle, cet objet culturel ne rejoint pas un public étendu – son rayonnement dépend de multiples expositions. Les droits d'exposition s'appliquent seulement aux projets financés publiquement, et non pas aux projets à vocation commerciale. Depuis 1975, dans le milieu de l'autogestion en art, on procède rigoureusement au versement des droits d'exposition et de reproduction, puisqu'il s'agit d'un critère d'admissibilité aux programmes de financement du CAC et du CALQ destinés aux budgets d'exploitation des centres d'artistes. Les subventionnaires ne précisent cependant pas quel barème doit être appliqué.

Les grilles tarifaires en arts visuels ne s'appliquent pas à des activités connexes comme l'écriture et l'édition. Une analogie est toutefois possible entre le type d'écriture qui se pratique dans le milieu de l'autogestion et le barème de la Professional Writers Association of Canada, qui représente les intérêts des auteurs anglophones qui n'œuvrent pas dans le champ de la fiction. Les tarifs vont de 0,30 \$ à 2,00 \$

le mot dans les revues spécialisées et de 30 \$ à 60 \$/l'heure pour la rédaction.

Les contrats habituellement employés par les éditeurs en art – qui sont ceux mis de l'avant par le CARFAC, le RCAAQ et le RAAV – recommandent que les écrivains pigistes accordent à l'éditeur une autorisation de publication à usage unique, dans une langue seulement, en échange d'un droit de publication généralement versé sous la forme d'un montant fixe établi selon le nombre de mots. L'auteur (souvent un artiste) conserve le droit d'auteur du texte écrit, conformément au principe selon lequel l'artiste garde le droit d'exposer ses propres œuvres. L'auteur est libre d'accorder ou non d'autres droits de reproduction ou de traduction, selon les modalités négociées avec l'éditeur. Le contrat peut inclure, par exemple, une clause accordant la permission à l'éditeur de donner un accès gratuit en ligne à l'œuvre en format PDF. À première vue, il peut sembler préférable que l'auteur conserve tous ses droits, mais cela n'est pas sans conséquence. Une telle exclusivité pourrait signifier, notamment, que l'éditeur générerait des revenus par les ventes initiales de la publication, mais n'aurait que très peu de motivation financière quand viendrait le temps de rééditer l'ouvrage, de le faire traduire ou de le transposer sur d'autres plateformes. Cela

risquerait également de limiter l'accès au texte, faute de circulation autorisée dans les réseaux numériques.

Les droits de reproduction sont versés à l'auteur ou à l'éditeur par une *société de gestion des droits d'auteur* telle que Copyright Visual Arts/Droits d'auteur Arts visuels (anciennement CARCC), SODRAC, Access Copyright ou Copibec. Ils se fondent sur des ententes de reproduction négociées individuellement et en conformité avec les ententes collectives sur la compensation fournie pour utilisation des reproductions dans les établissements d'enseignement et les bibliothèques. Un auteur ou un éditeur doit être inscrit chez une société de gestion des droits d'auteur pour percevoir des redevances.

Le mandat des sociétés de gestion des droits d'auteur est de représenter les intérêts des détenteurs des droits en question. Ces sociétés peuvent aussi faciliter l'obtention, par exemple, d'une autorisation de réutilisation d'un texte protégé par le droit d'auteur, un processus pouvant être long et complexe dans les cas où l'identité d'un détenteur est inconnue ou difficile à retracer. Alors que bien des propriétaires de droits d'auteur accordent spontanément la permission d'utiliser leur texte moyennant une compensation nulle ou symbolique, ces sociétés veillent plutôt

à restreindre l'accès pour augmenter les revenus potentiels. À titre d'exemple, nous avons contacté Frank Davey afin d'obtenir la permission de reproduire ici son texte « Economics and the Writer » et sa traduction « Les sources de revenus des écrivains ». Davey a approuvé cette utilisation, se disant heureux que son texte, d'abord diffusé dans le milieu universitaire, ait l'occasion de rejoindre un autre public grâce à un cadre de publication différent. Par la suite, nous avons également contacté Access Copyright et Copibec pour obtenir la permission de l'éditeur détenant les droits de reproduction. Finalement, la University of Toronto Press nous a accordé la permission de reproduire le texte original en anglais au prix de 150 \$. Copibec, représentant des Presses de l'Université de Montréal, a exigé 300 \$ pour la reproduction de la traduction française du texte. ∞

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

Lorna Brown, *Category Drift*.

► <http://gruntarchives.org/essay-category-drift-lorna-brown.html>

Rosemary J. Coombe, Darren Wershler et Martin Zeilinger (dir.), *Dynamic Fair Dealing: Creating Canadian Culture Online*, Toronto, University of Toronto Press, 2014.

Mariane Bourcheix-Laporte, *Review of the Art Book program criteria and recommendations to support writing and publishing by visual art professionals and organizations*, Artist-Run Centres and Collectives Conference / Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés (ARCA), May 28, 2014.

► <http://www.arccc-cccaa.org/en/resources/study-the-canada-council-for-the-arts-support-of-artist-run-centres-publishing-activities-through-the-writing-and-publishing-section/>

Laura J. Murray et Samuel E. Trosow, *Canadian Copyright: A Citizen's Guide*, 2^e édition, Toronto, Between the Lines, 2013.

Explication de la Loi sur le statut de l'artiste.

► <http://www.artere.qc.ca/ressources/statut-de-lartiste/>

McKenzie Wark, *Communicative Capitalism*.

► <http://www.publicseminar.org/2015/03/communicative-capitalism/#.WFwcQIV54fo>

Canadian Artists Representation/le Front des artistes canadiens (CARFAC), *Minimum Fee Schedule*.

► <http://www.carfac.ca/tools/fees/>

CARFAC, *Federal Status of the Artist Certification*.

► <http://www.carfac.ca/about/federal-status-of-the-artist-certification/>

Regroupement des artistes en arts visuels du Québec (RAAV), *Contrats et licences*.

► <http://www.raav.org/arts-visuels-au-quebec/contrats-et-licences>

Professional Writers Association of Canada (PWAC), *What to Pay a Writer*.

► <https://www.pwac.ca/What-to-pay-a-writer>

Union des écrivaines et des écrivains Québécois (UNEQ), *Grille de tarifs*.

► <https://www.uneq.qc.ca/services/grille-de-tarifs/>

Situer l'édition en art dans la culture numérique

« Publier un recueil de textes sous forme de publication à tirage limité qui est distribué gratuitement et qu'on peut lire de toute façon gratuitement sur Internet en format PDF¹. »

« Se servir de la publication comme don, carte de visite ou archive; un tirage limité réduit les frais d'impression, mais n'élimine pas l'objet physique². »

« On ne parle pas assez de la conservation des livres comme telle. Elle a suggéré qu'un exemplaire soit donné à toutes les universités et bibliothèques importantes au pays. Il existe un marché illusoire où l'on distribue des livres gratuitement, mais il y a aussi la bibliothèque à prendre en compte³. »

par Felicity Tayler

—

1. Eryn Foster, notes prises lors du Forum sur l'édition en art, *East of There*, 23 juin 2013, Saint John, Nouveau-Brunswick.

2. *Idem*.

3. Doug Sigurdson, notes prises lors de la Consultation on Art Books in Canada, Section arts visuels, Conseil des arts du Canada, 18 juin 2012.

CET ESSAI prend comme point de départ la notion de « domaine public ». Notre but, ici, est d'amorcer une réflexion sur les raisons pour lesquelles l'édition dans les centres d'artistes autogérés est parfois vue comme une contribution à une économie du don. Non conforme au modèle dominant d'échange de marchandises, l'édition en art est plutôt idéalisée comme acte de partage des ressources et comme mode de diffusion des idées, et donc comme ressource illimitée. Quand on emploie ce type de vocabulaire pour décrire l'édition autogérée en art, il est sous-entendu que les acteurs du milieu partagent une « structure affective » avec les contre-publics qui émergent avec le numérique – ceux, par exemple, qui gravitent autour des courants du libre accès, du code ouvert et du *Creative Commons*.

Nous utilisons ici le terme de Raymond Williams « structure affective » (*structure of feeling*) pour décrire des transformations de l'organisation sociale rendues possibles par la technologie, mais qui sont en conflit avec les structures qui émanent du cadre juridique officiel. Dans la culture de l'autogestion en art, le sentiment de communauté se crée souvent par auto-identification à un courant artistique avant-gardiste déjà investi dans les technologies de communication et doté d'une orientation contre-culturelle. On peut comprendre de

la même façon les mouvements utopiques qui émergent dans la culture numérique, c'est-à-dire comme les prolongements de stratégies contre-culturelles fondées sur l'autogestion et mues par un sentiment d'appartenance affective. Le terme « culture numérique », quant à lui, peut servir à désigner un espace social médiatisé qui se crée à mesure que, sous forme de code binaire, du contenu circule sur les réseaux électroniques. Selon cette perspective, l'accent est mis sur les plateformes numériques. Pour leur part, les auteurs de ce Guide voient la culture numérique comme un élément parmi d'autres dans un monde physique où une multiplicité de technologies de communication, dont Internet, façonnent les contenus culturels et l'environnement social. Le recours aux formes imprimées traditionnelles et les projets d'édition multiplateformes peuvent représenter une forme de résistance post-numérique aux idéologies faisant la promotion des structures immatérielles propres aux réseaux numériques sans prendre en compte les coûts matériels ou les effets sociaux négatifs susceptibles d'en découler.

Dans un environnement numérique où la facilité du copier-coller encourage l'appropriation, certains experts juridiques et critiques culturels avancent qu'une restriction du financement public aux artistes

et aux organismes artistiques s'apparente à une restriction de la liberté d'expression. Obliger les artistes et les éditeurs en art à prioriser les revenus privés – c'est-à-dire les ventes d'objets en galerie, les ventes de livres, les abonnements aux revues et les redevances provenant du droit d'auteur – a pour conséquence de freiner la circulation des idées et des objets culturels. De telles conditions économiques briment la liberté d'expression au sein d'une culture où la reproduction, le partage et la collaboration sont en soi des formes de prise de parole, de réflexion, voire d'identité. Il se peut même que ces impositions limitent la capacité des artistes à remplir leur rôle dans la démocratie, à savoir celui de créer des publics multiples, aux tailles et aux intérêts divers.

UTILISATION ÉQUITABLE DANS LE DOMAINE PUBLIC

Le « domaine public » est un espace conceptuel, respecté dans les démocraties libérales, qui englobe toute forme d'expression créative qui n'a pas ou qui n'a plus le statut de marchandise, en raison d'un droit d'auteur soit inexistant, soit périmé. Il n'existe alors pas de détenteur du droit d'auteur et, par conséquent, personne à qui verser une compensation contre l'utilisation du contenu et personne à qui demander une autorisation. La fonction

du domaine public est d'une part de permettre aux artistes, aux auteurs et à leurs héritiers de tirer des bénéfices financiers de leurs œuvres pour une durée déterminée et d'autre part de reconnaître qu'à long terme, il y a un gain pour la société quand on donne un accès sans contrainte à un patrimoine collectif d'idées et d'expressions culturelles. Dans la culture numérique, la notion de domaine public représente un champ de bataille symbolique où la réglementation internationale sur la protection de la propriété intellectuelle est contestée par les mouvements post-nationaux de la « culture libre ». Les adhérents à ces mouvements se battent contre les inégalités sociales et économiques qui résultent de lois restreignant la circulation d'informations et d'expressions culturelles dans une société connectée.

Il est important de noter que le domaine public est une notion foncièrement eurocentrique. Celui-ci a systématiquement permis, à l'échelle planétaire, l'appropriation (et le dévoiement) de concepts, de symboles et de rites considérés comme les fondements des savoirs et des traditions des cultures non européennes. Les revendications des groupes autochtones, plus particulièrement, ont mis en lumière cette injustice systémique. Ces derniers affirment que le cadre juridique en place, fondé sur les rapports de propriété propres

aux théories économiques libérales, est incompatible avec le droit coutumier des nations autochtones qui régit la création, l'utilisation et la transmission des traditions et pratiques culturelles.

L'« utilisation équitable » englobe les exceptions, inscrites dans la Loi canadienne sur le droit d'auteur, qui permettent à une propriété intellectuelle de circuler comme si elle se trouvait dans le domaine public. Celle-ci ne distingue pas une utilisation autorisée d'une utilisation non autorisée d'un contenu. Pour les chercheurs militants et les critiques culturels, les exceptions encadrées par la notion d'utilisation équitable qui permettent un accès sans autorisation aux œuvres protégées par le droit d'auteur relèvent du « droit citoyen ». Depuis 2012, les artistes peuvent recourir légalement à l'utilisation équitable par la parodie et la satire. Auparavant, en revanche, une certaine ambiguïté juridique entourait l'appropriation artistique exécutée au moyen des technologies de captation numériques ou analogiques. Les usagers des droits d'auteur ont tendance à trouver ces dispositions trop contraignantes, tandis que les détenteurs (de l'artiste au conglomérat) estiment généralement que celles-ci portent atteinte à leurs droits économiques. Trouver un équilibre entre les droits du détenteur et

ceux de l'utilisateur est important dans les contextes canadien et québécois, car, comme l'expliquent Coombe, Wershler et Zeilinger, « les frontières entre artistes, universitaires, publics et administrateurs culturels sont devenues très poreuses, et certains intervenants jouent tous ces rôles simultanément ». Il faut noter que lorsqu'il s'agit de déterminer si un traitement est équitable ou non, le système juridique tend à s'appuyer sur l'usage dans le champ en question. Laura J. Murray affirme que l'utilisation équitable est une pratique courante dans la vie quotidienne des artistes et des écrivains, ce qui signifie que les économies morales qui émergent dans la culture de l'édition autogérée en art disposent d'un réel poids légal. La loi ne dicte pas aux artistes comment se comporter, dit-elle : « nous créons, la loi s'y adapte ».

DÉFIS PRATIQUES LIÉS À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Le rapport entre le droit à la libre expression et l'utilisation équitable d'une propriété intellectuelle est une problématique clé pour certains courants de la culture numérique, notamment celui du libre accès, celui du code ouvert et celui du *Creative Commons*. Ce sont des mouvements mondiaux, mais qui proviennent

de réponses locales à des décisions politiques. Dans ces courants, une philosophie de partage sert de contrepartie aux cadres légaux déséquilibrés qui régissent la propriété intellectuelle, des cadres qui étouffent souvent le débat et la discussion dans la sphère publique. Il est de fait impossible de prendre la parole si on doit d'abord acheter des droits d'accès aux contenus ou même à la structure d'expression. Le rôle que jouent les logiciels, en favorisant ou non la libre expression dans ces courants, n'est donc pas négligeable. Comme l'observent Coombe, Wershler et Zeilinger, « les logiciels que l'on choisira pour gérer l'édition numérique détermineront à quel point l'avenir de l'édition sera ouvert ou bien fermé ».

Le *Creative Commons* est un mouvement mondial qui s'est formé en réponse à des campagnes antipiratage alarmistes et à l'application draconienne des lois sur la propriété intellectuelle aux États-Unis. Au Canada, où il y a eu très peu de précédents juridiques, le système judiciaire a adopté, en général, une approche axée sur l'utilisation des contenus. Les options d'utilisation les plus libres proposées par le *Creative Commons* permettent à un auteur de renoncer à ses droits financiers et de publier son œuvre directement dans le domaine public. Cela dit, de nombreuses options plutôt modérées

sont également offertes, qui ne divergent pas substantiellement des utilisations déjà autorisées par les exceptions d'utilisation équitable au Canada. Il est important de noter que les protocoles du *Creative Commons*, qui mettent l'accent sur le partage dans le domaine public, ne prévoient aucune disposition empêchant l'appropriation de contenus provenant des systèmes culturels non européens.

Autre courant mondial, le « libre accès » a vu le jour après l'adoption par des monopoles de mécanismes de fixation des prix prohibitifs dans le milieu de l'édition universitaire. Ce courant reconnaît que dans certains milieux (notamment en milieu universitaire), la rémunération de l'auteur ou de l'éditeur par les redevances est secondaire si on la compare aux gains issus de l'économie de citation dans laquelle le texte circule. Ici, l'important est qu'un texte puisse trouver son public. Pour ce faire, il faut que le texte soit librement disponible et distribué, et que sa propriété soit déterminée. e-arttexte représente un exemple de modèle de dépôt numérique libre d'accès, développé pour l'édition en art para-universitaire. Ce modèle tient compte du fait que les éditeurs en art visent mais peinent à atteindre la diffusion étendue de leurs publications. Le logiciel constituant la base du dépôt est optimisé pour les moteurs de recherche,

de sorte que les fichiers qu'il contient ont une meilleure cote dans les résultats de recherche web comparativement à ceux publiés uniquement sur les médias sociaux, les blogues, les sites d'artistes ou d'éditeurs et les plateformes de stockage en nuage comme AAAARG.org ou le *free reading commons* du Publication Studio. De plus, le code et les formats des fichiers y sont non exclusifs, ce qui garantit une conservation et une accessibilité durables, capables de s'adapter à l'évolution et à l'obsolescence des technologies. ∞

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

Val Napoleon, *Thinking About Indigenous Legal Orders*, National Centre for First Nations Governance, juin 2007.

► http://fngovernance.org/ncfng_research/val_napoleon.pdf

Laura J. Murray, « Deal With It », dans *Dynamic Fair Dealing: Creating Canadian Culture Online*, Rosemary J. Coombe (dir.), Darren Wershler et Martin Zeillinger, Toronto, University of Toronto Press, 2014.

Mél Hogan, *Opening e-artexte with Corina MacDonald*.

► <http://nomorepotlucks.org/site/opening-e-artexte-with-corina-macdonald/>

e-artexte.

► <http://e-artexte.ca/>

AAAARG.org.

► <http://thepublicschool.org/node/27202>

Publication Studio, *Free Reading Commons*,

► <http://www.publicationstudio.biz/>

Alessandro Ludovico, *Post-Digital Print, la mutation de l'édition depuis 1894*. Onomatopée 77, 2012.

► <http://www.pointypo.com/post-digital-print-mutation-de-ledition-1984-de-alessandro-ludovico-chez-b42/>

Chantier sur l'adaptation des droits d'auteur à l'ère numérique. Synthèse de la validation, Jonathan Roberge, Georges Azzaria, Guy Bellavance et Christian Poirier (avec la collaboration de Martin Bonneau, Guillaume Sirois et Martin Tétu).

► <http://www.chairefernanddumont.ucs.inrs.ca/publication/chantier-sur-ladaptation-des-droits-dauteur-a-lere-numerique-synthese-de-la-validation-2/?an=&ty=&th=&au>

Outils et astuces

par Felicity Tayler

CET ESSAI présente « Toutes les étapes pour faire un livre plate », dernière section du guide qui rassemble divers documents de référence qui traitent de la publication imprimée et de sa diffusion non pas comme un objet théorique ou conceptuel, mais bien comme un projet concret. Sorte d'introductions à différents aspects du milieu, les aide-mémoire pratiques qu'il contient rappellent qu'il s'agit de champs d'activité complexes, dont la structure et la fonction sont à la fois rendues possibles et limitées par la terminologie qui sert à les définir.

TOUTES LES ÉTAPES POUR FAIRE UN LIVRE PLATE

Le document affectueusement intitulé « Toutes les étapes pour faire un livre plate » est un instrument clé. Ce canevas de calendrier de production a été préparé en 2005 pour un centre d'artistes autogéré bénéficiant d'un budget de fonctionnement annuel moyen d'environ 175 000 \$. Il est conforme au processus type suivi par les musées et les galeries d'art publiques qui produisent des catalogues imprimés et des anthologies thématiques pour accompagner les expositions au programme.

Le calendrier de travail débute par une série de questions à poser avant d'entreprendre concrètement un projet de publication. Il peut servir d'aide-mémoire pour la

production de projets d'édition normalisés en arts visuels, mais laisse toutefois amplement de place à des stratégies artistiques d'interprétation et de subversion. Les centres d'artistes autogérés éditeurs, qui se réclament souvent du conceptualisme, tendent à remettre en question les formes esthétiques que peut prendre en arts visuels l'objet publié – et à remettre en question, également, le pouvoir discursif qu'ont ces formes quand elles définissent l'artiste et sa pratique, et leur confèrent de la valeur. Dans le vaste espace média des technologies numériques, l'impact esthétique de la migration et de la division des contenus entre imprimé et électronique peut être abordé d'une façon très similaire à la façon dont nous avons, dans le cadre du présent guide, décidé de passer du format de campagne à l'imprimé au PDF interactif. Un manque de ressources (humaines, technologiques, financières, etc.) peut aussi contraindre un éventuel éditeur à dévier du processus « idéal », illustré dans ce guide.

PUBLICISER UNE PUBLICATION, OU L'ART DE DONNER À VOTRE LIVRE UNE VIE SOCIALE

En guise de complément au calendrier de production, nous proposons une liste de références propres au milieu et un lexique des mots clés employés. Parmi

les ressources, nous vous proposons un modèle de *pitch* pour votre livre. Il s'agit d'un outil de marketing standard utilisé pour la diffusion de livres qui devrait servir d'introduction à un système dans lequel le livre est une marchandise produite et distribuée conformément au modèle de la chaîne d'approvisionnement, ce qui peut forcer une diffusion potentiellement rhizomique à devenir un enchaînement linéaire d'étapes, avec un point de départ et un point d'arrivée clairs (de la conception à la vente). Ce concept linéaire de la production et de la distribution d'un livre, décrit dans l'essai sur la distribution, ne reflète pas, pour de nombreux éditeurs en art, le mandat et le processus tels qu'ils les conçoivent.

L'ARCA, en consultation avec Corinn Gerber, a produit un lexique. En plus de définir des termes clés, le lexique fournit du contexte sur les traditions et les idéaux qui ont façonné et qui continuent d'influencer la manière dont les centres d'artistes éditeurs comprennent et redéfinissent l'« accès » dans un climat culturel qui valorise l'interaction avec le public et s'appuie de moins en moins sur le financement public en raison de l'adoption de modèles commerciaux. D'autres analogies, comme celle du « cycle de vie d'un document » et celle des « circuits de communication », empruntées au domaine

des bibliothèques et des archives, seraient susceptibles de mieux décrire les multiples facettes du processus à long terme de création, de distribution, de collection, de réimpression et de réutilisation auquel aspirent les centres d'artistes autogérés éditeurs. Au cours des cinquante dernières années, l'image des « tissus conjonctifs » et celle du « réseau autogéré » ont alimenté la réflexion autour de l'édition dans la culture de l'autogestion artistique au Canada et au Québec, sans doute en raison de la forte influence des modèles laissés par les travaux d'édition conceptuels, par les revues d'art et par les modèles de distribution de Fluxus.

Récemment, un lexique intitulé *A Book About—There's More to Life Than Books* s'est attaché à décrire les étapes de la publication d'un livre comme des actes de « création de publics » ou d'activation de la « vie sociale d'un livre ». Sous la direction de Corinn Gerber, alors directrice d'Art Metropole, et de Benjamin Thorel, membre de castillo/corrales, une galerie et librairie parisienne, *A Book About* rassemble les points de vue de participants à un séminaire public tenu par Art Metropole en 2013. Que le livre ait une vie sociale est un concept probablement hérité de l'anthropologue Arjun Appadurai. Sa théorie, selon laquelle les objets culturels (comme les livres et les œuvres d'art) passent par différentes phases dans leur existence

en tant que marchandises et évoluent dans des réseaux culturels mondialisés, permet aux éditeurs d'aujourd'hui de comprendre que les économies du don (accès gratuit à des exemplaires en ligne ou à des événements publics) peuvent cohabiter parallèlement et conjointement aux ventes et aux sources de financement public pour attirer tant des publics que des contre-publics. Des exemplaires imprimés à la demande de *A Book About* peuvent être achetés auprès de Publication Studio, et un fichier numérique est aussi offert pour consultation et annotation par l'entremise de leur bibliothèque en ligne gratuite (*free reading commons*). ∞

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

Corinn Gerber et Benjamin Thorel (dir.), *A Book About—There's More to Life Than Books*, Toronto, Art Metropole; Portland, Publication Studio; Paris, Paraguay Press, 2014. Bibliothèque en ligne gratuite :
 ▶ <http://a.nnotate.com/php/pdfnotate.php?d=2014-06-05&c=Tsd1tTO&aac=LyD-Hg54hFs6J&asig=guest>

Vincent Bonin et Michèle Thériault (dir.), *Documentary protocols (1967–1975) / Protocoles documentaires (1967–1975)*, Montréal, Leonard & Bina Ellen Art Gallery, 2010.

Arjun Appadurai, *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986.

Le présent post- numérique

par Anne Bertrand
et Felicity Tayler

Le Petit Gris a d'abord été diffusé sous forme de bulletins électroniques publiés une semaine sur deux, du 1^{er} mars au 21 juin 2017. L'ensemble des rubriques, ou essais, a par la suite été publié sous forme de livre à tirage limité, distribué gratuitement aux membres de l'ARCA et vendu à plus vaste échelle lors d'événements, notamment de nombreux lancements. Une version numérique de la publication est accessible gratuitement sur le site web de l'ARCA et une version PDF est archivée dans le dépôt numérique d'e-artexte (après un embargo d'un an). Avec des efforts concertés, et un peu de chance, ces exemplaires numériques seront partagés par les lecteurs sur de nombreuses plateformes et à l'international sur les médias sociaux, et susciteront des commentaires – qu'ils soient positifs ou négatifs. Ce guide, ainsi que sa diffusion à court et à long terme, a été rendu possible grâce à la subvention de fonctionnement pluriannuelle versée à l'ARCA par le Conseil des arts du Canada, grâce à l'appui financier de Patrimoine canadien, pour la traduction, et grâce à l'Association des groupes en arts visuels francophones, dans le cadre du projet L'art visuel s'écrit.

Nous (Anne et Felicity) espérons que le *Petit Gris* provoquera des débats autour de problématiques structurelles dans le milieu de l'édition en art, qui sont souvent

difficiles à articuler étant donné leur complexité. Dans un style parfois dense, le guide s'adresse à un lecteur qui participe déjà activement aux débats sur la culture numérique, car les enjeux sont directement liés à ses activités quotidiennes. Nos commanditaires institutionnels, l'ARCA et le RCAAQ, souhaitent que le *Petit Gris* mobilise, en conduisant peut-être à l'élaboration d'un barème tarifaire qui serait conçu expressément pour l'écriture dans le milieu des arts visuels et médiatiques. L'accès difficile aux subventions de Patrimoine canadien pour la traduction d'essai littéraire demeure une préoccupation, d'autant plus que le modèle du bilinguisme officiel semble céder sa place à une approche favorisant de multiples langues – comme les langues autochtones, les langues diasporiques, le braille et les différentes langues des signes – afin de s'adresser convenablement aux divers publics. L'ARCA et le RCAAQ souhaitent par ailleurs que le *Petit Gris* réussisse à alimenter le désir, déjà vif chez les artistes, de développer des réseaux de distribution et des relations en coédition à l'international. Les colloques mondiaux sur l'édition en art sont très attendus à ce titre, de même que les futurs salons du livre, dans le but de poursuivre le travail qui se fait déjà dans la culture de l'autogestion en art : décloisonner les disciplines, dés-tabiliser les structures institutionnelles,

remuer les couches sociales et transcender les frontières étatiques. En somme, nous espérons collectivement promouvoir les idéaux du libre accès, de la transparence et des modes d'engagement participatifs qui sont en train de redéfinir la démocratie à l'ère numérique.

Il y a plusieurs considérations importantes auxquelles nous aurions voulu accorder plus d'attention : le rôle que joue le sociofinancement dans la réussite de *certain types* de projets d'édition imprimés et numériques; les formes étendues que prennent l'édition et la publicité dans les médias imprimés et numériques multiplateformes; les caractéristiques d'un éditeur susceptibles d'attirer des projets de coédition internationaux; et le rôle des galeries et des collectionneurs privés dans le financement et les relations de coédition.

Parallèlement aux revendications actuelles sur le plan des politiques culturelles et économiques, les artistes et les éditeurs en art continuent de devoir prendre chaque jour des décisions sur la libre circulation de leurs publications, tout en prenant en compte les effets qu'auront ces décisions sur d'éventuelles transactions commerciales. À l'ère post-Internet, la présentation des objets en galerie est délibérément pensée en fonction des

modalités de diffusion numérique des images des objets et des installations. Une logique post-numérique similaire s'applique à l'édition en art, puisque les publications imprimées sont maintenant accompagnées de leurs pendants numériques. Les services d'information tels que e-flux et Akimbo transfèrent à leurs clients la responsabilité d'obtenir l'autorisation d'utilisation du matériel protégé par le droit d'auteur, car leurs revenus sont assurés par la publicité dans des réseaux exclusifs. D'un autre côté, les archives électroniques comme UbuWeb constituent un exemple de plateforme autogérée où l'accès aux objets culturels prime sur la rémunération des artistes. Dans le contexte actuel, une question aussi épineuse qu'importante demeure : comment comprendre les économies du monde de l'art lorsque l'idée de la durabilité économique est retirée de l'équation? ∞

Guide

Toutes les étapes pour faire un livre plate

LA DÉMARCHE décrite par étapes dans cette section consiste en un cadre conceptuel ouvert, offert à titre indicatif. Ce matériel est adapté d'un outil produit par le centre des arts actuels Skol, en consultation avec la commissaire Lesley Johnstone. Celle-ci a une vaste expérience en édition dans le milieu des arts visuels au Québec, au Canada et à l'étranger, dans des musées, des galeries publiques et des centres d'artistes autogérés. Cette démarche s'adresse aux CAA qui désirent continuer de produire des publications imprimées ou numériques dans le cadre de leurs activités de diffusion et de service aux artistes et aux commissaires.

PAR OÙ COMMENCER?

- Évaluer la capacité organisationnelle (le personnel et les ressources sont déjà engagés dans le fonctionnement régulier).
- Évaluer les besoins en compétences spécialisées (en révision, planification, design, traduction et suivi de production).
- Évaluer la cohérence du projet avec le mandat et la vision de l'organisme.
- Prendre en compte que, sauf exception, les publications produites dans les CAA ne bénéficient plus de distribution commerciale.
- Prendre en compte que la plupart des projets d'édition sous-estiment les ressources requises pour rejoindre leur lectorat.
- Prévoir des ressources pour assurer la promotion et la diffusion de l'ouvrage à long terme.

Rechercher des partenaires ou un coéditeur.



Considérer le support et le format : numérique ou imprimé (simple PDF, e-pub, blogue, etc.) ou les deux.

Voici des exemples d'éditeurs qui offrent un service d'impression à la demande :

► <https://pressbooks.com/>

► <http://www.marquisbook.com/en/>



Définir le type de publication : catalogue d'exposition, livre d'artiste, répertoire, anthologie, etc.

Voir la taxonomie à facettes :

► <http://www.arca.art/greyguide/taxonomie/>



Définir le concept et le rôle : éducatif, documentaire (textuel ou visuel), le lien avec un projet donné.



Définir le contenu textuel et visuel.



Choisir les collaborateurs et le coordinateur de la publication qui fera le suivi de la production jusqu'à la fin.



Choisir le graphiste : déterminer le format et le nombre de pages.



Établir le budget avec le graphiste.



Faire les demandes de bourses et la recherche de financement.



Selon les réponses au financement, faire les ajustements nécessaires, s'il y a lieu.



Déterminer l'échéancier



Commander les textes et reproductions.

Remarque : Les auteurs et les éditeurs doivent maintenant prévoir des versions en libre accès de leurs publications. Pour déposer un ouvrage auprès d'e-artexte, les éditeurs doivent en obtenir l'autorisation. En s'y prenant d'avance, ils peuvent déterminer les modalités qui conviennent à tous les intervenants. Par exemple, une publication pourrait être offerte en libre accès après un embargo de 12 ou de 24 mois. Elle peut être diffusée en ligne, en vertu d'une licence d'œuvre en partage.

Les clauses suivantes pourraient être ajoutées au contrat, selon le besoin :

Nous (nom de l'éditeur) avons votre autorisation pour donner libre accès à vos matériels dans le dépôt numérique e-artexte.

Je (nom de l'auteur/créateur) conserve le droit de déposer une version de mon travail/mon œuvre dans le dépôt numérique e-artexte.

À la réception des textes :

- Lire et commenter les textes;
- Faire une révision par les auteurs, s'il y a lieu;
- Faire faire une révision linguistique par un réviseur;
- Retourner à l'auteur pour approbation, touche finale;
- Faire traduire, s'il y a lieu;
- Retourner à l'auteur pour vérification de la traduction;
- Faire réviser la traduction en comparaison avec l'original.

À la réception des photos :

- Déterminer le lien avec le ou les textes;
- Obtenir les licences de reproduction, s'il y a lieu;
cf. la grille tarifaire du CARFAC :
‣ <http://www.carfac.ca/carfac-raav/fee-calculator.php>
- Préparer les légendes, tableaux, notices biographiques, listes d'expositions, etc.;
- Faire faire la correction d'épreuves finales et la préparation des textes et images pour le graphiste.

♦

Obtenir l'ISBN et le CIP de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et du Canada ainsi que le code barres. NDLR : Les services du programme de Catalogage avant publication ne sont plus offerts aux auto-éditeurs.

♦

Acheminer le matériel au graphiste.

♦

Approuver la maquette avec mise en page de quelques pages, couverture, etc.

♦

Faire faire la correction de la première épreuve par le coordinateur de la publication, les auteurs, s'il y a lieu, et le réviseur.

♦

Vérifier et corriger les épreuves (en règle générale, trois épreuves sont nécessaires).

♦

Acheminer le matériel chez l'imprimeur et faire un suivi d'impression avec le graphiste.

♦

À la réception des livres, faire le dépôt légal aux Bibliothèques nationales du Québec et du Canada.

♦

Déposer (e-artexte.ca/membres) un exemplaire de la publication imprimée à Artex et une version numérique du document dans e-artexte.

♦

En français, s'inscrire à Memento.

♦

S'inscrire à Copibec ou à Access Copyright pour recevoir des paiements de redevances de reproduction.

♦

Procéder à la promotion, au lancement et à la diffusion!

(Voir les sections sur l'argumentaire et sur la diffusion.)

Budget

◆
PRÉPRODUCTION

Frais de recherche
Droits de reproduction

Honoraires :

- des auteurs;
- de l'éditeur;
- des artistes;
- du graphiste;
- du traducteur;
- des réviseurs;
- du développeur web.

◆
PRODUCTION

Mise en page
Imprimerie

◆
ADMINISTRATION

Frais de bureau
Contrats et licence de reproduction

◆
PROMOTION ET DISTRIBUTION

Communiqués
Lancements
Envois

Argumentaire

« Invitez vos acheteurs à luncher! » — Kathy Slade

L'argumentaire est requis trois mois avant la sortie prévue du livre, période de temps nécessaire pour développer une campagne de communication pour annoncer les lancements auprès d'une liste d'envoi ciblée.

L'argumentaire doit comprendre les éléments suivants :

- Paragraphe de présentation de l'ouvrage;
- Présentation du ou des auteurs et des artistes – mentionnez dans quels milieux ils sont reconnus;
- Lien avec une exposition ou un événement, s'il y a lieu;
- Phrase d'accroche (slogan ou critique du livre s'il est déjà paru);
- Données informatives – ISBN, prix de vente proposé, nombre de pages, dimensions, type d'ouvrage, date de sortie prévue, nom de la maison d'édition, image de la couverture, clientèle cible.

L'éditeur est responsable de produire et de transmettre son argumentaire aux différents réseaux de diffusion.

Référencement

Il est important d'assurer le référencement des ouvrages. Les libraires utilisent des outils de recherche qui leur permettent de voir la disponibilité des titres sur le marché. Le libraire peut consulter ces outils pour ses propres recherches ou à la demande d'un client en librairie. Lorsque la diffusion d'un titre est assumée par un distributeur, le libraire doit transiger avec celui-ci. Dans le cas contraire, le libraire peut contacter directement l'éditeur. Afin que vos ouvrages soient répertoriés, vous devez, en tant qu'éditeur (ne faisant pas affaire avec un distributeur), faire les démarches nécessaires. Si vous voulez vendre votre publication numérique ou imprimée soit par l'entremise d'un service comme le Google Books Partners Program ou Amazon, vous devez créer un profil et vous pourriez devoir payer pour le référencement.

ISBN

Sigle signifiant International Standard Book Number, ou Numéro international normalisé du livre (ISBN). C'est un numéro international normalisé, à treize chiffres, attribué aux livres.

ISSN

Sigle signifiant International Standard Serial Number. C'est un numéro international normalisé, à huit chiffres, attribué aux périodiques et aux publications en série.

CATALOGAGE AVANT PUBLICATION (CIP)

Pour un tirage d'au moins cent exemplaires, il faut obtenir le CIP. Le catalogage avant publication (ou CIP, de l'anglais Cataloguing in Publication) est un programme de coopération volontaire entre éditeurs et bibliothèques, coordonné par Bibliothèque et Archives

Canada. Il permet de cataloguer les livres avant leur publication et de diffuser rapidement les données de catalogage aux libraires et aux bibliothèques (► <http://www.bac-lac.gc.ca/fra/services/cip/Pages/formulaires-demande-cip.aspx>). NDLR : Les services du programme de Catalogage avant publication ne sont plus offerts aux auto-éditeurs.

ARTEXTE

Bibliothèque d'art contemporain, dont la collection a été créée par la communauté artistique canadienne et pour elle. Déposer une copie numérique d'une publication auprès d'Artexte assure que celle-ci sera à la disposition des chercheurs et du public. Toutes les publications imprimées sont versées dans le répertoire d'e-artexte.

E-ARTEXTE

Plateforme numérique donnant accès au catalogue d'Artexte et aux fichiers numériques afférents. e-artexte répertorie la collection d'Artexte qui réunit des publications sur l'art contemporain de 1965 à aujourd'hui. Ce répertoire numérique donne librement accès à des versions intégrales d'ouvrages sur l'art contemporain canadien. Certains titres d'e-artexte sont offerts seulement en imprimé, d'autres, seulement en numérique et d'autres encore, dans les deux formats. e-artexte veille aux normes de conservation et s'occupe de l'optimisation pour les moteurs de recherche (search engine optimization ou SEO), grâce à laquelle une publication est facile à trouver sur le web et a plus de chance d'être « découverte ».

SOCIÉTÉ DE GESTION DE LA BANQUE DE TITRES DE LANGUE FRANÇAISE (BTLF)

Il importe de s'inscrire à la Société de gestion de la Banque de titres de langue française (BTLF). L'Espace éditeurs de la BTLF est une solution en ligne qui vous permet de faire parvenir rapidement vos données bibliographiques et vos fichiers multimédias, audio et vidéo destinés à son catalogue virtuel Memento. Vous assurer que votre ouvrage est référencé sur Memento devrait être la première étape à franchir lorsque vous entreprenez sa publication. Qu'ils soient libraires, bibliothécaires, diffuseurs ou distributeurs, plus de 10 000 utilisateurs, principalement du Québec et de la France, font appel à Memento quotidiennement. Chaque centre éditeur peut créer son profil gratuitement et le gérer comme bon lui semble. Espace éditeurs ► ee.btlf.qc.ca

Espaces de diffusion et points de vente

CONSIGNATION EN LIBRAIRIE SPÉCIALISÉE

Les livres en consignation ne sont pas facturés au vendeur, mais plutôt payés à mesure qu'ils sont vendus. Eyelevel Bookstore (Halifax), Art Metropole (Toronto), Point de suspension (Saguenay), Or Bookstore et READ Books, à la Charles H. Scott Gallery, (Vancouver), pour n'en nommer que quelques-uns, prennent des livres en consignation, offrant à ceux-ci de la visibilité en boutique et en ligne. Le vendeur perçoit généralement 40 % du prix de vente. Pour consulter une liste des librairies spécialisées partout dans le monde, rendez-vous à ► http://www.jrp-ringier.com/pages/index.php?id_r=12&id_pays=229

LIBRAIRIES À MONTRÉAL

Avec la fermeture de Formats, Montréal a perdu sa seule librairie consacrée à l'art. Cependant, la ville a un riche réseau de librairies, et nombre d'entre elles offrent une sélection de livres d'art. Des lancements s'y tiennent souvent. Parmi elles, nommons Le port de tête (qui tient une collection étoffée de revues issues des mouvements contre-culturels québécois), Drawn & Quarterly (Mile End), L'Écume des jours (Villeray) et L'Euguélienne, librairie féministe (Village).

SALON DU LIVRE

Les salons permettent de vendre directement aux consommateurs et aux librairies. De nombreux éditeurs participent aux salons du livre dans l'espoir de vendre en gros aux représentants de magasins et de maisons de distribution qui sont présents. Cette dimension transactionnelle reste toutefois informelle. Parmi les salons du livre à surveiller, soulignons la Tokyo Art Book Fair, fondée par un ancien employé

de Printed Matter; la LA Art Book Fair, rejeton de la New York Art Book Fair; la London Art Book Fair, tenue à la Whitechapel Gallery; Miss Read, à Kunstwerke, à Berlin; la nouvelle Amsterdam Art/Book Fair; OffPrint Paris; PA/PER VIEW Art Book Fair, un événement tenu à Londres, Bruxelles et Turin; la Vancouver Art/Book Fair; la Toronto Art Book Fair; le nouvel événement Edition Toronto: Toronto's International Art Book Fair et, pour terminer, I Never Read Art Book Fair, tenue à Basel à l'occasion d'Art Basel.

LANCEMENT

Les lancements sont le cadre le plus convivial pour réunir un public attentif et vendre des livres. Vous pourriez choisir de coupler votre lancement à une activité complémentaire, d'organiser une tournée de lancements dans différentes villes, de tenir votre lancement dans un lieu « public » inhabituel. Servez-vous des médias sociaux pour accroître la visibilité de votre publication et des événements qui s'y rapportent. Efforcez-vous de mettre à profit l'effet de réseau : vous aurez une efficacité particulièrement grande si votre communauté aime et fait circuler vos publications et vos annonces.

ÉDITION COMMUNAUTAIRE

Le réseau *Publication Studio* est un exemple de travail d'édition communautaire. Peu importe le choix de la plateforme de diffusion, le projet doit être doté d'une stratégie publicitaire pour permettre à la publication d'atteindre ses publics.

CONSORTIUM

Halifax INK, par exemple, a vu le jour en 2007 pour

représenter le milieu de l'édition en arts visuels de la Nouvelle-Écosse à la New York Art Book Fair. Le consortium réunit deux centres d'artistes autogérés et quatre galeries d'art universitaires, dont l'une possède les seules presses universitaires locales en Amérique du Nord qui se spécialisent en beaux-arts, en arts médiatiques, en métiers d'art et en design. Les publications du consortium représentent les artistes actifs qui exposent en Nouvelle-Écosse et leurs œuvres se prêtent à un rayonnement en dehors de la province, par la vente, par des expositions itinérantes, par de nouvelles expositions internationales et par des occasions de publication.

COÉDITION

Entente entre un éditeur de livres et l'éditeur d'un magazine, exploitant le service de distribution aux abonnés de ce dernier. Par exemple, *Faire comme si tout allait bien* est une coproduction entre le centre d'artistes autogéré Skol, à Montréal, et *Livraison*, une revue semestrielle d'art contemporain publiée par *Rhinocéros*, à Strasbourg (revue désormais discontinuée).

ÉCHANGE EN PERSONNE

Diffusion en main propre par les artistes et les auteurs dans le cadre de conférences spécialisées et d'événements communautaires.

MAGAZINES

Les magazines continuent de jouer un rôle important en véhiculant de l'information et en donnant de la place aux micromouvements qui ont cours aujourd'hui en art. Ils ont un accès plus étendu que les livres à des publics et à des secteurs spécialisés – boutiques de mode conceptuelle, stylistes, salles d'attente, transport public.

Les magazines croisent les disciplines et franchissent la barrière des langues plus facilement et, dans certains cas, se retrouvent eux-mêmes sous les projecteurs. À Montréal, *Editorial Magazine* en est un bon exemple. Il y a aussi la *New Distribution House*, une maison de distribution montréalaise fondée par Didier Lerebours et axée sur les revues.

IMPRESSION À LA DEMANDE

Selon cette forme d'édition, la publication est produite seulement quand il y a une demande (à la réception d'une commande d'un ou plusieurs exemplaires, par exemple). L'impression à la demande permet de faire de petits tirages; elle est limitée, du point de vue technique, par l'équipement et les formats d'une production normalisée. Ce mode d'édition est proposé par des plateformes d'autoédition électronique comme ► <http://www.lulu.com>, où le fournisseur perçoit un pourcentage de chaque vente. Il existe des initiatives locales qui offrent des services d'impression à la demande. C'est le cas de Publication Studio, qui partage un catalogue en ligne avec plusieurs grandes villes d'Amérique du Nord et d'Europe. De plus en plus de librairies indépendantes possèdent sur place l'équipement nécessaire pour faire de l'impression à la demande.

BOUTIQUE TEMPORAIRE OU ÉPHÉMÈRE

Dans un milieu spécialisé comme le monde de l'art, il peut être judicieux de s'intéresser à des structures de distribution provisoires, qui peuvent être plus porteuses que les structures permanentes en raison de l'attention qu'elles attirent et de l'enthousiasme généré par leur nature temporaire. Elles peuvent prendre la forme de sections aménagées dans des espaces culturels, comme

820Plaza (sur la rue Marconi, à Montréal), Print Ready (à la Dynamo Arts Association), KIOSK (à divers emplacements, parfois Lucky's Comics) à Vancouver. Il peut aussi s'agir d'installations spéciales ou éphémères dans un musée, une galerie ou une université, à l'occasion d'une conférence, d'une exposition, d'un spectacle ou d'un symposium.

BIBLIOTHÈQUES UNIVERSITAIRES SPÉCIALISÉES EN ART

Les bibliothécaires universitaires se servent fréquemment de services de recommandation et de plans d'approbation, selon lesquels toutes les publications portant sur un sujet donné sont ordonnées automatiquement. Le principal service de ce type est YBP Books, avec EBSCO, et OASIS, avec ProQuest.

SITE WEB

Ceux qui œuvrent dans le milieu de l'édition en art et de l'autoédition peuvent promouvoir leurs titres sur leur site web personnel ou organisationnel et sur les médias sociaux. Ils peuvent administrer les ventes eux-mêmes au moyen de services comme PayPal; tous les profits vont alors à l'éditeur, moyennant une commission. Antenne Books (antennebooks.com) est une nouvelle plateforme indépendante de distribution électronique pour les petits éditeurs en art et deux projets similaires, Edition Taube et Three Letter Word, sont en cours de développement. Au nombre des plateformes de vente en ligne, on compte aussi eBay et les boutiques électroniques de certains services d'impression à la demande comme Blurb. Si les vendeurs veulent donner de la visibilité à leurs ouvrages sur Amazon ou AbeBooks, ils doivent créer un profil et payer pour le référencement.

Lexique

en collaboration avec
Corinn Gerber

ACCESSIBILITÉ ET ÉDITION EN ART

L'édition en art relève de deux courants historiques distincts, qu'on peut définir selon leur conception respective de l'accès « public » aux œuvres d'art. En France, le *livre d'artiste* du modernisme finissant (à partir des années 1920) est né des visées commerciales de mécènes et de marchands de tableaux comme Henri Kahnweiler ou Ambroise Vollard. Ces entrepreneurs embauchaient des artistes de l'avant-garde parisienne, pour le premier, et des artistes d'avant-garde exilés à Paris, pour le second, afin de produire des éditions limitées, destinées aux bibliophiles et conçues pour plaire à une communauté distinguée de collectionneurs. Souvent, la production du livre associait un peintre et un écrivain. L'édition constituait un produit soigné, habilement fabriqué dans des matériaux de qualité, et se présentait fréquemment sous forme de pages séparées destinées à l'encadrement. En contraste, l'un des buts principaux de l'*artist's book* nord-américain – dont l'émergence, dans les années 1960, a coïncidé avec la disponibilité des technologies de reproduction de masse, comme l'impression offset et la photocopie – était de rendre les œuvres d'art accessibles au « grand public ». Les nouvelles technologies assuraient aux artistes le contrôle de leur production, en leur permettant d'éditer des publications en grande quantité (rarement plus de mille exemplaires,

cependant) et de les vendre à bas prix. Plutôt que les matériaux et la fabrication, ces éditions privilégiaient les aspects conceptuels, immatériels des ouvrages. L'un des objectifs clés de ce mode de production était de contourner les diffuseurs habituels du monde de l'art, comme les galeries et les musées, et de s'affranchir des limites qu'ils imposaient à l'accessibilité, telles l'unicité des œuvres et une clientèle triée sur le volet. Au lieu de quoi, les *artists' books* et autres formes de publications gérées par les artistes allaient être offerts, idéalement, dans les supermarchés, les postes d'essence et les chaînes de librairies; ils seraient publiés en encart dans les quotidiens et les magazines populaires, et on en discuterait dans les émissions de radio et de télévision. Quoi qu'il en soit, des *éditions d'artistes* numérotées et signées sont régulièrement produites de nos jours dans la tradition du livre d'artiste, dans le but de financer d'autres formes de publications, y compris des *artists' books* (p. ex. par Printed Matter ou Art Metropole) et des revues d'art (p. ex. *Parkett*, *Texte zur Kunst*, la revue *MAY*, *DIS Magazine*). Au Québec, l'édition en art est ancrée dans les deux traditions – le livre d'artiste et l'*artist's book* –, contrairement au Canada anglophone, où les liens sont plus marqués avec la tradition nord-américaine. → Voir aussi : Réseau de distribution parallèle.

Sources :

Joan Lyons (dir.), *Artists' Books: A Critical Anthology and Sourcebook*, New York, Visual Studies Workshop Press, 1985; Germano Celant, *Book as Artwork 1960/1972*, 2^e éd., New York, 6 Decades Books, 2011.

AGRÉGATEUR

Le verbe *agrég* signifie fusionner des sources d'information disparates en une seule collection cohérente. Le nom agrégateur désigne tout organisme ou entreprise qui associe des services ou des clients individuels en formes ou groupes spécifiques pour des raisons de commodité, d'économie ou de profitabilité. Un agrégateur Internet agrège de l'information ou du contenu concernant un sujet donné et provenant de multiples sources en ligne et les présente en une forme cohérente sur un site web, parfois en catégorisant le contenu en question (c'est le cas des moteurs de recherche f.i. et des fils RSS). Les logiciels qui exécutent cette fonction s'appellent aussi des agrégateurs.

Source :

Mehdi Khosorow-Pour, *Dictionary of Information Science and Technology*, vol. 1, Hershey, Idea Group Reference, 2007. [Trad. libre]

APPROPRIATION

Selon le Grand Robert, « Action de s'approprier (qqe chose), de faire de (qqe chose) sa propriété. → Acquisition. [...] → Occupation, prise, saisie. [...] → Conquête, usurpation. [...] » *L'appropriation culturelle*, elle, s'étend aux différentes façons dont les choses sont créées et diffusées. Parallèlement à la colonisation, la science et la production culturelle occidentales ont exploité les modes de connaissance, l'imagerie et les choses créées et produites ailleurs qu'en Occident et en ont revendiqué la propriété de manière à en tirer profit, tout en rejetant simultanément les peuples qui avaient créé et développé ces idées et en leur refusant les occasions de poursuivre cette création et ce développement,

ce qui n'a empêché en rien leur continuation. Les technologies numériques requièrent par conséquent que nous repensions les multiples structures de responsabilisation, systèmes iniques déjà en place et modes d'accès imbriqués qui participent au processus d'innovation culturelle.

Sources :

Linda Tuhiwai Smith, *Decolonizing Methodologies: Research and Indigenous Peoples*, Londres, Zed Books, 1999; Sylvia Wynter, « Unsettling the Coloniality of Being/Power/Truth/Freedom », *The New Centennial Review*, 3.3, 2003, p. 257–337; Kimberly Christen, « Gone Digital: Aboriginal Remix and the Cultural Commons », *International Journal of Cultural Property*, n° 12, 2005, p. 315–345.

AUTOÉDITION

Forme d'édition où l'auteur de la publication en est également l'éditeur. À ce titre, il a toute emprise sur la production et, dans bien des cas, sur la diffusion. On parle ici, par exemple, des zines distribués de personne à personne; d'éditions imprimées faites à l'initiative des artistes; d'autoéditeurs qui pratiquent la distribution directe à l'exclusion de toute autre; ou encore de projets éditoriaux collectifs en ligne.

Sources :

Annette Gilbert (dir.), *Publishing as Artistic Practice*, Berlin, Sternberg Press, 2016; Christoph Keller et Michael Lailach, *KIOSK—Modes of Multiplication*, Kunstbibliothek Staatliche Museen zu Berlin, 2009; Maria Fusco et Ian Hunt, *Put About: A Critical Anthology on Independent Publishing*, London, Bookworks, 2004.

BOOK SPRINT

Réunion d'un groupe de contributeurs afin de produire un livre complet en trois à cinq jours. Le projet comprend le texte, les illustrations et la mise en forme. Le contenu de l'ouvrage terminé est souvent rendu disponible dès la fin du sprint dans les principaux formats numériques et pour l'impression à la demande.

Source :

D. M. Berry et Michael Dieter, « Book Sprints: Everything You Wanted to Know ».

► www.booksprints.net/2012/09/everything-you-wanted-to-know

CODE À BARRES NEA

NEA est l'acronyme de « numérotation européenne des articles »; il demeure en usage même si l'on emploie désormais la « numérotation internationale des articles ». Les deux concepts sont issus du système étatsunien UPC (pour Universal Product Code, soit « code universel des produits », ou CUP). Il s'agit du procédé d'identification par code à barres, celui que numérise le détaillant au point de vente. Les renseignements concernant l'article sont contenus dans le code à barres, qui sert ainsi de numéro d'identification. Les éditeurs canadiens adhèrent à ce système auprès de GSI Canada, qui leur attribue un identifiant d'entreprise unique; celui-ci forme la première partie de la NEA. La suite du code NEA/CUP correspond à l'ISBN du livre (International Standard Book Number, soit Numéro international normalisé du livre). **Pour en savoir plus** ► www.adams1.com/upccode

COÉDITION

Investissement financier conjoint d'au moins deux maisons d'édition pour concevoir, réaliser et imprimer un ouvrage ou une collection portant la marque respective des maisons participantes et destiné à être vendu dans leur marché respectif. Source ▶ http://canada.pch.gc.ca/DAMAssetPub/DAM-PCH2-Arts-Books/STAGING/texte-text/fLC-CBF_SoutienEdition-PubSupport-Guide2016-17_QC_1453129143311_fra.pdf?WT.contentAuthority=4.4.10

CONSIGNATION

Entente entre un diffuseur (le consignateur) et un client (le consignataire), qui s'applique à un ensemble restreint de livres dans le cadre d'un événement spécial ou d'une promotion, pour une durée limitée, et dans laquelle seuls les livres qui ne sont pas retournés au distributeur doivent être payés par le client lors du retour des invendus ou à l'échéance de l'entente. Source ▶ www.grand-dictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=2068931

CREATIVE COMMONS

Le *Creative Commons* est une organisation à but non lucratif qui a pour dessein de faciliter la diffusion et le partage des œuvres tout en accompagnant les nouvelles pratiques de création à l'ère numérique. Source ▶ creativecommons.fr

DÉPÔT LÉGAL

Remise obligatoire par l'éditeur, à l'État, d'un certain nombre d'exemplaires de toute publication au profit des collections nationales. Source ▶ http://adelf.qc.ca/content/uploads/2014/06/LEXIQUE_final1.pdf

ÉCRITURE COLLABORATIVE

Manière de produire et de publier du contenu où plusieurs auteurs produisent le texte simultanément. Ce texte est même parfois publié en temps réel. Google Drive, Mediawiki, Free Reading Commons, Markdown, O'Reilly Atlas, entre autres, sont des projets d'écriture collaborative.

Sources :

Markus Dreßen, Lina Grumm, Anne König et Jan Wenzel, *Liner Notes: Conversations About Making Books*, Leipzig, Spector Books, 2010; Mercedes Bunz, « The Returned: On the Future of Monographic Books » ▶ <http://insights.uksg.org/articles/10.1629/2048-7754.122/>; Rodney H. Jones et Christoph A. Hafner, « Collaboration in Writing », *Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction*, Londres et New York, Routledge, 2012.

ÉDITIONS D'ARTISTES

Publications d'artistes, estampes, dessins et autres objets – limités en nombre, et souvent destinés à la vente.

INÉGALITÉS SYSTÉMIQUES

Les inégalités systémiques sont celles qui se reproduisent de manière constante au fil du temps parallèlement aux différences entre les groupes sociaux, même en l'absence de discrimination ouverte ou intentionnelle de la part d'acteurs sociaux identifiables. Les inégalités de ce genre, fondées sur l'appartenance à un groupe, touchent de nombreux déterminants sociaux, dont le revenu, l'éducation, le statut social (y compris l'affirmation ou la stigmatisation), la santé et l'espérance de vie, de même que la représentation dans les institutions

politiques et juridiques. Les inégalités systémiques sont généralement des modèles intergénérationnels de différences structurelles entre les groupes. Là où des inégalités systémiques existent, celles qui touchent un déterminant en particulier produisent d'autres inégalités touchant d'autres déterminants; interagissant de façon dynamique, elles se reproduisent au fil du temps et d'une génération à l'autre.

Source :

Melissa S. Williams, « Access to Public Universities: Addressing Systemic Inequalities », communication lors du colloque *Taking Public Universities Seriously*, Université de Toronto, 3 et 4 décembre 2004.

LIBERTÉ DE PAROLE, LIBERTÉ D'EXPRESSION

Comme c'est le cas dans les démocraties libérales de nombreux États-nations occidentaux, la Charte canadienne des droits et libertés enchâssée dans la Constitution prévoit pour chaque individu, au paragraphe sur les libertés fondamentales, la « b) liberté de pensée, de croyance, d'opinion et d'expression, y compris la liberté de la presse et des autres moyens de communication ». Notons que la liberté de parole peut être soumise à des abus ou à des restrictions (y compris par l'État), tout en étant sujette à interprétation (y compris par les institutions juridiques). **Source** ▶ <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/Const/page-15.html>

LIBRE ACCÈS

Le libre accès (en anglais : *open access*) est la mise à disposition en ligne de contenus numériques, qui peuvent eux-mêmes être soit libres (*Creative Commons*, etc.), soit sous un des régimes de propriété

intellectuelle. **Source** ▶ [https://fr.wikipedia.org/wiki/Libre_accès_\(édition_scientifique\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Libre_accès_(édition_scientifique))

LICENCE

Entente par laquelle le titulaire d'un droit d'auteur autorise un tiers à utiliser son œuvre, à certaines fins ou selon certaines conditions. **Source** ▶ www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26534214

LIVRES LIQUIDES

Il s'agit de livres numériques publiés sous deux conditions : ouverture et gratuité du contenu. Les lecteurs ont la liberté de rédiger, réécrire, réviser, annoter, traduire, marquer, augmenter, restructurer, reformater, réinventer et réutiliser les livres liquides, ou d'en produire des versions parallèles. Tandis que la vitesse est la caractéristique centrale du « booksprint », le changement est celle du livre liquide. Le processus de production, ici, commence quand un auteur (ou groupe d'auteurs) ouvre un contenu aux modifications et se termine quand le contenu est « gelé », c'est-à-dire qu'il ne peut plus être modifié. **Source** ▶ liquidbooks.pbworks.com

OPEN SOURCE

La désignation *open source*, ou « code source ouvert », s'applique aux logiciels (et s'étend maintenant aux œuvres de l'esprit) dont la licence respecte des critères précisément établis par l'Open Source Initiative, c'est-à-dire les possibilités de libre redistribution, d'accès au code source et de création de travaux dérivés. Mis à la disposition du grand public, ce code source est généralement le résultat d'une collaboration entre programmeurs. **Source** ▶ https://fr.wikipedia.org/wiki/Open_source

PARTAGE MOITIÉ-MOITIÉ

Emprunté au domaine de la musique, ce terme fait référence au contrat passé entre un auteur et un éditeur et qui, concernant une publication, prévoit que tous les revenus qui excèdent le paiement de l'ensemble des coûts de production sont répartis en parts égales entre eux.

Source :

Daylle Deanna Schwartz, *Start and Run Your Own Record Label*, Londres et New York, Billboard Books, 2003.

PRIX FIXE

Prix fixé d'avance par le vendeur ou par voie autoritaire, et qui ne donne lieu à aucun marchandage. Source : Le Grand Robert.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Droit de propriété sur une création de l'esprit, par exemple une œuvre littéraire, une découverte scientifique, une prestation artistique. Source ▶ www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=503116

REMISE AU LIBRAIRE

Différence entre le prix de détail suggéré (PDS) et le prix net payé par la librairie. La remise est généralement exprimée en pourcentage du PDS. En ce qui a trait aux librairies agréées, la remise est fixée à 40 % ou à 30 %, selon les catégories de livres. Source ▶ www.cqrhc.com/pamtlibraire/Guide_technique_et_pratique_des_libraires

REMISE DU DISTRIBUTEUR

Dans le circuit commercial habituel du livre d'art, le distributeur sert d'intermédiaire entre l'éditeur et les librairies. Cela permet de diminuer les frais de livraison

associés à la distribution transcontinentale (y compris pour les lecteurs) en groupant les envois. Dans le cas des livres, la remise minimale du distributeur correspond à 60 % du prix de détail. De ce pourcentage, le distributeur remet 40 % au détaillant et consacre les 20 % restants aux coûts liés au catalogage, à la publicité, à la distribution de copies de presse, à la facturation, à l'administration, etc. Les frais de transport entre l'éditeur et le distributeur sont souvent à la charge de l'éditeur. Aujourd'hui, de nombreux distributeurs vendent à Amazon ou directement à des particuliers. (Le contexte est légèrement différent dans le cas des distributeurs de périodiques.) La distribution repose sur le principe de la consignation, laquelle est organisée, habituellement, selon des intervalles de paiements convenus de plusieurs mois et connaît, en pratique, de fréquents retards de paiement. Le financement de productions coûteuses peut être facilité par la précommande, confirmée par le distributeur, d'un certain nombre d'exemplaires. Les conditions d'une telle entente seront précisées par contrat, afin d'éviter pendant la production des délais trop longs attribuables à des retards de paiement.

Book Society ▶ <http://www.thebooksociety.org/>

r.a.m. ▶ <http://www.rampub.com/>

D.A.P. ▶ <http://www.artbook.com/>

Anagram ▶ <http://www.anagrambooks.com/>

Antenne ▶ <https://www.antennebooks.com/>

New Distribution House ▶ <https://shop.newdistributionhouse.com/pages/informations>

RÉSEAU AUTOGÉRÉ

La notion de réseau autogéré est issue de la représentation de la production artistique comme un « tissu

conjonctif » mondial et décentralisé, une idée développée par l'artiste français Robert Filliou, membre du groupe Fluxus et visiteur assidu au Canada, en collaboration avec l'artiste et compositeur George Brecht. Concrètement, cette notion fait référence au circuit canadien de production et d'échange d'œuvres d'art – souvent subventionnées par l'État – qui, doublé d'une reconnaissance et de publicité à l'international, s'est mis en place entre des organismes et des maisons d'édition ainsi que par la poste. L'idée d'un réseau autogéré a donné lieu ensuite au « réseau de galeries parallèle » que sont les centres d'artistes autogérés au Canada. → Voir aussi : Réseau de distribution parallèle.

Sources :

Luis Jacob, *Golden Streams, Artists' Collaboration and Exchange in the 1970s*, Toronto, Blackwood Gallery, Université de Toronto à Mississauga, 2002; Vincent Bonin et Michèle Thériault (dir.), *Protocoles documentaires (1967–1975)*, Montréal, Galerie Leonard & Bina Ellen, 2010.

RÉSEAU DE DISTRIBUTION PARALLÈLE

L'idéal qui voyait l'*artist's book* nord-américain rejoindre le « grand public » (→ Accessibilité et édition en art) ne s'est que partiellement réalisé. Il s'est avéré que peu de gens étaient intéressés par les ouvrages édités par des artistes, de sorte que leur promotion a été négligée dans les grands points de vente, dont les politiques d'acquisition sont liées aux ventes. Encore aujourd'hui, ce sont les lois internes du marché, rareté et contrainte, qui gouvernent l'accès à ces publications. Par exemple, le célèbre livre d'artiste de Lawrence Weiner intitulé *Statements*, offert à 1,95 \$ US au moment de sa

parution, en 1968, s'échange aujourd'hui sur le marché des collectionneurs à plus de cinq cents fois son prix d'origine, et souvent par l'intermédiaire de ces établissements mêmes dont le livre d'artiste visait à s'affranchir. Le désir répandu de voir s'élargir les mécanismes de distribution du livre d'artiste a donné lieu à un « réseau de distribution parallèle », porté à ses débuts par des artistes – le célèbre Printed Matter Inc., à New York, en est un exemple. Au Canada, l'émergence de la culture autogérée est intrinsèquement liée à ce système. Artexte, par exemple, a été fondé dans le but de distribuer et de vendre aux particuliers des publications produites par des artistes. Aux côtés d'Art Metropole à Toronto, d'Image Bank à Vancouver et de Véhicule Art à Montréal, pour ne nommer que ceux-là, Artexte et ses homologues ont cherché à mettre en place un système fonctionnel qui améliorerait les conditions de diffusion des œuvres et le positionnement stratégique des artistes dans la sphère internationale. (→ Réseau autogéré) Certains de ces organismes sont toujours actifs; d'autres ont réorienté leurs activités vers le collectionnement, la documentation et la conservation (c'est le cas d'Artexte, ou de Franklin Furnace, à New York). Le circuit spécialisé de distribution internationale des publications artistiques tel que nous le connaissons actuellement est en partie le produit de ce réseau-là. On le découvre en déroulant la liste des exposants aux salons du livre d'art de New York ou de Los Angeles, par exemple.

Sources :

Lucy Lippard, « Conspicuous Consumption: New Artists' Books », dans *Artists' Books: A Critical Anthology and Sourcebook*, Joan Lyons (dir.), New York, Visual Studies Workshop Press, 1985, p. 49.

RÉVISION

La relecture attentive et méthodique d'un texte en vue de l'améliorer, de le modifier ou de le corriger a pour but d'assurer la qualité de la langue et l'efficacité de la communication. Dans un monde où de plus en plus de personnes rédigent des documents de toute nature et pour différents médias écrits imprimés ou électroniques (web, PDF, médias sociaux, etc.), il est devenu indispensable de faire appel à des spécialistes pour effectuer cette révision. Source ▶ <http://www.reviseurs.ca/fr/embauchez/definitions.html>

SOCIOFINANCEMENT

Dans le domaine de l'édition en art, le sociofinancement se présente comme une solution de rechange aux sources classiques de financement, qu'elles soient privées ou publiques. Par exemple, les petites maisons d'édition indépendantes s'en servent pour encaisser les précommandes des publications projetées, ce qui leur permet de réunir les sommes du budget de production grâce aux ventes faites à l'avance. Dans de tels cas, la totalité du paiement sert directement à la production. Les auteurs, les artistes et les éditeurs ont recours également aux sites web de sociofinancement hébergés par des entreprises, comme Kickstarter (▶ www.kickstarter.com) et Indiegogo (▶ www.indiegogo.com), qui prennent un pourcentage du profit. Il existe des différences significatives entre les fournisseurs. Kickstarter, par exemple, demande un pourcentage moins élevé que la concurrence, mais ne permet pas aux utilisateurs de conserver l'argent qu'ils amassent s'ils n'atteignent pas l'objectif financier qu'ils ont fixé. Il existe enfin des sites de sociofinancement en ligne qui se spécialisent dans la publication, comme Pubslush/PubLaunch (▶ www.publaunch.com).

STANDARDISATION

(DES PROCÉDÉS DE FABRICATION)

Chaque procédé de fabrication suppose des normes techniques précises, qui influencent la façon dont le contenu peut être reproduit et diffusé. L'impression offset exige un tirage minimal d'environ cinq cents exemplaires; le coût par unité décroît à mesure que le tirage augmente. Sur presse journal, le tirage et les images rasterisées doivent être encore plus importants. La sérigraphie repose aussi sur des images rasterisées et des couleurs distinctes (avec la possibilité d'imprimer en demi-teintes); elle convient mieux, par conséquent, à la reproduction d'œuvres en deux dimensions qui comprennent des plans monochromes. L'impression typographique se fait en relief; elle s'emploie en parallèle à d'autres procédés, comme la lithographie ou la gravure, pour reproduire des images. La capacité de la photocopie à reproduire des estompes, des dégradés et des couleurs est limitée, mais le procédé permet d'imprimer à faible tirage. L'impression numérique, l'impression à la demande et la risographie favorisent elles aussi les petits tirages à faible coût, mais leurs palettes de couleurs sont limitées. L'impression au jet d'encre permet de s'auto-produire, mais elle est limitée à la quadrichromie, c'est-à-dire aux couleurs de la palette CJMN et à leurs poudres d'encre respectives, qui sont coûteuses. L'impression à la demande repose sur une technologie de reproduction standardisée, ce qui limite le choix quant aux couvertures et aux méthodes de reliure. L'impression en 3D devient de plus en plus abordable et accessible, même quand on ignore tout des logiciels de CAO. La plupart des outils d'édition en ligne (y compris les blogues comme WordPress et Tumblr; les médias sociaux; les livres électroniques en format PDF comme iTunes,

Kindle, iBooks, Nook et Kobo; les images et les livres Google, les livres liquides, l'impression à la demande et les portails d'édition électronique comme Blurb, Lulu.com, Leanpub) et les banques de données (en libre accès) comme Wikipédia, Library Genesis, Aaaaarg, fail, Monoskop, UbuWeb, sont préformatés en fonction du logiciel employé; par conséquent, ils ne peuvent souvent reproduire que des formats de texte et d'image et des palettes de couleurs particuliers, et donner accès à certains réseaux, mais pas à d'autres.

Source :

Helmut Kipphan, *Handbook of Print Media*, Berlin, Springer, 2001.

Offset

Gatineau ▶ <http://www.gauvin.ca/en-ca>

Montmagny/Québec/Montréal ▶ <http://empreinte.ca>

Montréal ▶ <http://www.marquisbook.com>

Toronto ▶ <http://www.flashreproductions.com/>

Impression numérique

Gatineau ▶ <http://www.gauvin.ca/en-ca/>

Montréal ▶ <http://www.quadriscan.com/>

Toronto ▶ <http://standardform.org/>

Risographie

Montréal ▶ <http://charmantetcourtois.com>

Toronto ▶ <http://colourcodeprinting.com>

Vancouver ▶ <http://www.monikerpress.ca>

Impression en 3D

Montréal ▶ <https://library.concordia.ca/locations/technology-sandbox/>

Impression à la demande

Montmagny/Québec/Montréal ▶ <http://empreinte.ca>

Guelph ▶ <https://publication-studio.myshopify.com/collections/ps-guelph>

Vancouver ▶ <https://bookmachine.ca>

Autopublication en ligne

▶ <http://www.blurb.ca>

▶ <https://www.lulu.com>

▶ <https://leanpub.com>

▶ <https://www.newspaperclub.com/>

Banque de données

▶ <http://libgen.io>

▶ <http://aaaaarg.fail>

▶ <https://monoskop.org>

▶ <http://www.ubuweb.com/>

TIRAGE

Ensemble des exemplaires d'une publication qui sont imprimés en une seule fois avec une même composition typographique ou à partir d'un même exemplaire servant de matrice. Source ▶ http://adelf.qc.ca/content/uploads/2014/06/LEXIQUE_final1.pdf

TRAVAIL AFFECTIF

« ...Marx[,] dans les Grundrisse... affirme qu'avec le développement du capitalisme, le processus de production capitaliste dépend sans cesse moins du travail vivant et sans cesse plus de l'intégration de la science, de la connaissance et de la technologie, qui se transforment en moteur de l'accumulation du capital [p. ex, le travail immatériel]. [...] qu'est-ce donc que [l]e "travail affectif"? Et pourquoi l'inclure dans la catégorie du travail immatériel?

J'imagine qu'on l'inclut – allez savoir – parce qu'il ne produit pas d'objets tangibles mais des "états affectifs", autrement dit des sentiments. [...] On l'appelait autrefois le "travail de l'amour" et aujourd'hui Negri et Hardt ont découvert qu'il s'agit d'"affection" ».

Source :

Sylvia Federici, *Le travail précaire d'un point de vue féministe*, traduction d'une conférence donnée à la librairie Bluestockings de New York, le 28 octobre 2006.

