

## Sondage

Bernard Lévy

Volume 47, Number 189, Winter 2002–2003

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/52811ac>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

### ISSN

0042-5435 (print)

1923-3183 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this document

Lévy, B. (2002). Sondage. *Vie des Arts*, 47(189), 3–3.

# À tous nos lecteurs: MERCI



Bernard Lévy  
Rédacteur en chef

**V**OUS ÊTES UNANIMES (OU PRESQUE) À VOUS DÉCLARER SATISFAITS DE  
**VIE DES ARTS. EN EFFET, 96,2 % DES ABONNÉS, 92 % DES ACHETEURS**  
**EN KIOSQUE, SOIT UNE MOYENNE DE 93,5 % DES LECTEURS HABITUELS,**  
**AFFICHENT UNE TOTALE SATISFACTION À L'ÉGARD DES TEXTES PUBLIÉS**  
**DANS LA REVUE. IL EN VA DE MÊME POUR LA PRÉSENTATION GRAPHIQUE**  
**INTÉRIEURE ET LA PAGE COUVERTURE DONT LE DEGRÉ DE SATISFACTION**  
**ATTEINT 96,9 % !**

De tels résultats font peur. Peur d'excès de joie ! Est-ce qu'ils signifient qu'il ne faudrait rien changer ? Ce serait terrifiant. Heureusement, le sondage que nous avons fait effectuer sous la direction de M. Guy Bellavance de l'Institut national de la recherche scientifique (Urbanisation, Culture et Société) entre avril et juillet 2002 comportait des sous-questions destinées à nuancer l'opinion des répondants et à les amener à formuler des souhaits d'amélioration ; il comportait également un lot de questions visant à recueillir l'opinion des lecteurs à propos de sujets peu ou pas traités dans *Vie des Arts*.

## CE QUE VOUS AIMEZ PASSIONNÉMENT...

Vous souhaitez que l'on accorde davantage de place aux articles de fonds consacrés aux artistes à l'occasion d'expositions individuelles ou collectives. Mais, selon que vous appartenez au milieu universitaire ou au milieu des amateurs d'art, vous préférez que ce genre de textes soit confié à des spécialistes ou qu'il soit directement l'expression de la parole des artistes sous la forme d'entrevues.

Dans une proportion de 44 %, les artistes et les universitaires souhaitent voir élargie la rubrique critique (*comptes rendus d'exposition*) ; la proportion est moindre (26 %) auprès des acheteurs en kiosque. Résultat surprenant quand on considère que cette rubrique est progressivement passée de 4 pages à 8 pages par numéro.

Vous estimez que l'espace dévolu aux grandes expositions des musées est adéquat.

Les *Nouvelles brèves* sont, après les *Dossiers d'artistes*, la section la plus prisée de la revue. Vous en réclamez davantage encore.

## ... BEAUCOUP

Pour les reportages de correspondants à l'étranger, vous êtes satisfaits avec le statu quo.

Les articles sur les politiques culturelles dans le domaine des arts plastiques, secteur peu traité, voire négligé, enregistrent des suffrages favorables à la constitution d'une rubrique régulière.

L'instauration d'une section régulière *Débats d'opinion sur des sujets d'actualité* (polémiques, controverses) ne recueille guère l'assentiment des lecteurs qui préfèrent voir aborder de tels sujets de manière occasionnelle.

Les articles de fonds sur le marché de l'art se voient davantage appréciés par les acheteurs en kiosque que par les universitaires. Ceux-ci demeurent peu préoccupés par les aspects mercantiles et matériels de la vie des artistes et, plus largement encore, du monde des arts ; ils sont plutôt attirés par les analyses originales portant sur les œuvres.

## ... UN PEU

La place accordée aux essais théoriques sur l'art (histoire de l'art, philosophie) tout comme celle consacrée aux comptes rendus et critiques de livres sur l'art, comblent adéquatement vos attentes.

Que vous soyez un homme ou une femme n'influe guère sur les choix et les préférences ; les clivages passent par les différences d'âge (les personnes de 65 ans et plus sont les plus satisfaites de la revue telle qu'elle est contrairement à celles qui ont moins de 35 ans qui expriment un désir de changement) et par les statuts sociaux : niveaux de scolarité, professions, etc. Les personnes dont les revenus sont inférieurs à 25 000 \$ par an sont plus critiques à l'égard du contenu de la revue que celles des classes aisées.

Enfin, les lecteurs dont le centre d'intérêt principal ne porte pas sur les arts visuels, mais qui s'intéressent à d'autres domaines (artistiques ou non), se montrent plus souvent favorables à l'équilibre des contenus actuels de *Vie des Arts*.

## L'AVENIR

Notre plus cher souhait consiste à maintenir un si fort degré de satisfaction. Et, mieux encore, nous allons tenter de l'accroître ou, à tout le moins, de le renforcer. D'ailleurs, aussitôt les résultats préliminaires de notre sondage connus, nous avons tenu compte de certaines volontés de changement. Par exemple, dès le numéro d'automne, nous avons proposé un dossier sur le marché de l'art par le biais d'un article sur les agents d'artistes et d'une analyse critique du palmarès mondial des cotes des artistes. Nous allons continuer à explorer cette voie. Nous allons aussi continuer de proposer des perspectives que vous n'attendez pas – il faut bien vous surprendre – avec le risque de ne pas toujours vous être agréable mais aussi en prenant la chance de vous plaire encore plus.

Une revue n'existe et ne se développe que grâce à ses lecteurs. Vous avez eu l'amabilité et la patience de répondre souvent à toutes les questions de notre sondage (il y avait une cinquantaine de variables) ce qui donne à nos résultats une considérable crédibilité. Vous témoignez votre attachement à *Vie des Arts* en renouvelant votre abonnement dans une proportion de près de 90 %. Un tel degré de fidélité nous comble. Et surtout il nous invite sans cesse à nous surpasser. Merci de lire *Vie des Arts* avec autant d'attention et d'intérêt. Merci, mille fois merci. Bonne lecture et bonne année.

## SONDAGE AUPRÈS DES LECTEURS : OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

Le principal objectif du sondage visait à améliorer ou à préciser le contenu éditorial de la revue. Il visait également à tester l'intérêt des lecteurs pour de nouveaux thèmes. Deux stratégies distinctes ont été retenues selon les différents types de lecteurs à rejoindre. Dans un premier temps, un sondage a été administré aux deux types de lecteurs pour lesquels on disposait de listes complètes incluant les adresses téléphoniques, soit les abonnés et les lecteurs dits de « courtoisie ». L'objectif était d'obtenir 400 entrevues téléphoniques, correspondant à une marge d'erreur de  $\pm 4,5$  %. Un pré-test téléphonique a été également effectué auprès d'une dizaine d'abonnés. Dans un second temps, les acheteurs en kiosque, pour lesquels nous ne disposions d'aucun renseignement préalable, ont été invités à remplir par écrit le questionnaire inséré dans l'édition du printemps 2002 et à le retourner par voie postale. Dans les deux cas, le modèle et le contenu des variables étaient rigoureusement identiques. Une pondération a été effectuée afin de redresser les poids respectifs des deux échantillons. Ainsi, le nombre de répondants abonnés a été réduit à 296 individus, tandis que celui des répondants lecteurs de « courtoisie » est passé à 105 individus.

Guy Bellavance