



État des lieux de la littératie numérique des membres du Conseils québécois de la musique

par
Jovanny Savoie
Agent de développement numérique

Décembre 2020

Table des matières

Sommaire exécutif	4
Introduction	6
Objectifs du projet.....	7
Buts	7
Portée	8
1. Le Conseil québécois de la musique	9
Histoire et mission	10
Les services du CQM et membrariat	10
Formation continue.....	10
Service de prix Opus.....	11
Circulation de la musique	11
Projets numériques du CQM	12
Leaders du numérique	12
Projet de mutualisation de données billetterie.....	12
2.Contexte : Les turbulences numériques sur le secteur de la musique	13
3.Cadre conceptuel et théorique de la littératie numérique	18
Transformation numérique.....	19
Définir la littératie	19
Qu'est-ce que le numérique?	21
Circonscrire la littératie numérique pour les professionnels de la musique	23
La littératie numérique et l'espace-temps	24
Les niveaux de la littératie numériques	29
Le problème avec la littératie numérique	32
Changement de culture et des valeurs lié au numérique	34
La définition choisie pour le concept de la littératie numérique	35
Recensement des outils d'évaluation de la littératie numérique	38
4. Méthodologie	49
Création du guide d'entrevue.....	51
Questionnaire pré entrevue.....	52

5. Analyse de la littératie numérique des répondants	55
Profil du participant	56
Profil de l'organisation	60
Le numérique au quotidien.....	65
Les outils numériques de collaboration	67
Communication et présence web	72
Une société d'image	75
Ressources externes vs internes	76
Gestion organisationnelle et des données	77
Base de données	77
Sécurité des données:	78
Analyse de données et intelligence d'affaires	79
Interconnectivité de l'écosystème numérique organisationnel	80
Création, Production, Diffusion,.....	81
Sobriété numérique	85
Transformation numérique: Impacts, Besoins et priorité.....	86
Réplique des modèles existants	87
Financement	89
6. Conclusion	91
Les limites de ce projet.....	96
Bibliographie	98
Annexe.....	104
Annexe 1	104
Annexe 2.....	105
Annexe 3.....	106
Annexe 4.....	137
Annexe 5.....	138
Annexe 6.....	147

Sommaire exécutif

Le Conseil québécois de la Musique représente et accompagne les professionnels de la musique de concert depuis plus de trente ans. Au cours de cette même période, l'avènement du numérique a transformé le milieu musical à l'échelle mondiale. L'ensemble de la chaîne de valeur a été bousculé par de nouveaux modèles d'affaires basés sur les technologies numériques et a eu un impact significatif dans la transformation du travail des professionnels de la musique et de la littératie numérique qui en découle.

Le présent projet pilote est de faire un état des lieux de la littératie numérique des membres du CQM. Suite à une revue de littérature et de la complexité du cadre conceptuel qu'est la littératie numérique, une définition adaptée pour le projet a été formulée ainsi :

Ensemble des connaissances et compétences permettant à un professionnel de la musique de concert d'avoir accès, de comprendre, d'utiliser et de créer avec les technologies numériques dans un contexte lié à son environnement de travail. Cela inclut aussi des ressources (internes et externes : financières et humaines) dont l'individu dispose dans la résolution de problèmes par des compétences numériques transversales et la possibilité d'évoluer dans un esprit d'ouverture, de partage et de collaboration en fonction des contextes organisationnels.

Cette enquête qualitative a été effectuée auprès de dix représentants membres du CQM afin de déterminer la dynamique des facteurs d'influence (internes et externes) et des compétences clés issues des dimensions s'appliquant à l'ensemble du milieu de la musique de concert.

Outre les variables intrinsèquement liées au profil individuel (parcours académique et expériences professionnelles), il a été constaté que les individus qui évoluent dans les plus petites et moyennes organisations ont moins de potentiel de développer leur littératie numérique dans un contexte professionnel. Pour ces organisations, le numérique n'est pas une priorité par manque de temps, car la force de travail et les budgets sont limités. Cependant, la pandémie a accentué l'intérêt et des besoins en cette matière.

Aussi, l'absence de postes formalisés en numérique en petites organisations et moyennes organisations ne permet pas de générer du partage de connaissances. De plus, la nature et les exigences des programmes des subventionneurs restreints l'accès à du financement pour des projets numériques. Et finalement, le niveau de littératie numérique des décideurs a une incidence directe sur les choix des outils numériques, des projets numériques, des formations en numérique, des infrastructures numériques et des conditions du contexte de travail. Ultimement, ces décisions ont un impact sur les points d'accès de la littératie numérique à la disposition des individus.

Introduction

Depuis 2018, le gouvernement du Québec a mis en place des mesures visant à accompagner les organisations culturelles du Québec dans la transformation numérique des organismes et de leur milieu. Plusieurs mesures ont été mises en place dans le plan culturel numérique. « Ce plan a été préparé en collaboration avec le réseau d'organismes et les sociétés d'État relevant de la ministre de la Culture et des Communications ainsi qu'avec les acteurs du milieu culturel et du secteur des communications. Il a pour objectif d'aider le milieu culturel à investir le monde du numérique pour permettre au Québec de profiter des nombreux avantages que recèle cet univers et de demeurer concurrentiel sur les marchés mondiaux. »¹

Plus spécifiquement, la mesure 120 a permis l'embauche de 48 Agents de Développement culturel numérique (ADN) à travers la province dont un des objectifs est d'outiller les organisations participantes afin qu'elles répondent aux défis rencontrés et qu'elles profitent des occasions générées par la réalisation de leur mission et de leur plan d'affaires en lien avec les nouvelles pratiques numériques.

Le mandat de chaque ADN gravite autour de quatre principaux axes, soit la concertation, la veille, la formation et les projets. Les agents de développement interviennent prioritairement dans leur organisme d'accueil et de leurs membres, mais aussi dans le secteur culturel et d'autres secteurs connexes au besoin.

¹ « À propos : Plan culturel numérique ». <http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/a-propos/>

Objectifs du projet

L'objectif principal de ce projet est d'établir un état des lieux en matière de littératie numérique du milieu des professionnels de la musique, plus particulièrement des individus et organisations membres du CQM.

Le Conseil québécois de la musique (CQM) regroupe les professionnels du milieu de la musique de concert, c'est-à-dire des organismes, des entreprises et des individus qui œuvrent dans les secteurs de la création, de la production, de la diffusion, de la recherche et de l'éducation. Les 303 membres représentent plus de 5000 personnes du milieu de la musique entre artistes, musiciens et administrateurs.

Dans le même ordre d'idée, nous visons à établir un portrait des pratiques et des compétences numériques à travers neuf dimensions. Il s'agit d'un projet pilote. D'une part, l'initiative vise à répertorier les littératies numériques qui s'appliquent spécifiquement au milieu des professionnels de la musique de concert. En deuxième lieu, produire une analyse du niveau de la littératie numérique du milieu tiré d'un échantillon de dix entrevues qui représente l'ensemble des membres du CQM.

Buts

L'intérêt du CQM est avant tout d'offrir un accompagnement qui répond aux besoins du milieu des professionnels de la musique. Dans le contexte de transformation numérique, le CQM reconnaît qu'il a un besoin qui s'accroît sur la question. À la lumière des résultats obtenus par le présent projet, Le CQM sera en mesure de produire une stratégie numérique qui sera adaptée à ses

membres en matière de services, de projets et d'évènements qui visent l'accélération de la littératie numérique de l'organisation, de ses membres et du milieu de la musique de concert.

Portée

La nature du projet pilote aura nécessairement un impact sur le milieu, d'une part, par une sensibilisation sur la culture numérique et la transformation du travail. Implicitement, pour les répondants, les questions posées en entrevue amèneront une réflexion sur leurs pratiques actuelles, mais surtout ce qu'ils peuvent explorer à l'aide des technologies numériques dans leurs opérations.

De plus, la portée du présent projet pourrait servir de canevas de travail pour approfondir la mesure de la littératie numérique du milieu de façon plus granulaire. Par exemple, un autre projet pourrait faire l'analyse de la littératie numérique d'une seule organisation et des employés qui la composent. Autre exemple, faire une analyse de la littératie numérique plus pointue d'une des professions du milieu par un échantillonnage élargi.

1. Le Conseil québécois de la musique

Histoire et mission

D'abord connu sous le nom d'Association des organismes musicaux du Québec, c'est en 1987 que l'organisme a vu le jour. Maintenant connu sous le nom de Conseil québécois de la musique depuis 1993. Le CQM travaille à la cohésion, à la reconnaissance, au développement et à la défense des intérêts du milieu musical québécois. Les activités de représentation politique du CQM visent à promouvoir la discipline auprès des instances gouvernementales et des communautés locales, nationales et internationales.

La mission du Conseil québécois de la musique est de regrouper les organismes et les individus œuvrant dans le domaine de la musique dite de concert. Promouvoir la musique de concert auprès des instances gouvernementales et des communautés locales, nationales et internationales. Travailler au développement, à la consolidation et à la cohésion du milieu musical professionnel québécois.

Les services du CQM et membrariat

Formation continue

Le CQM offre plusieurs services aux membres ainsi qu'aux non-membres. D'abord, le service de formation continu offre une variété de cours spécialisés destinés aux professionnels de la musique qui répondent aux besoins du milieu. Par ailleurs, des cours visant la littératie numérique s'intègrent progressivement à l'offre, que ce soit pour la production d'œuvres numériques, les outils de collaboration numérique et de la gestion des organisations. Le présent projet de diagnostic numérique aura une incidence sur l'offre dans sa forme et son contenu pour l'accompagnement du milieu.

Service de prix Opus

Créés en 1996, les prix Opus témoignent du dynamisme et de la diversité du milieu musical québécois. Ils soulignent l'excellence et la diversité de la musique de concert au Québec, dans différents répertoires musicaux: médiéval, de la Renaissance, baroque, classique, romantique, moderne, actuelle, contemporaine, électroacoustique, jazz, musiques du monde et musique traditionnelle québécoise. En organisant un gala, le Conseil québécois de la musique souhaite rendre hommage aux musiciens d'ici, mais aussi transmettre au public et aux mélomanes le goût de découvrir, d'écouter et de fréquenter les salles qui offrent de la musique de concert. Le service des Prix Opus subit aussi progressivement une transformation numérique avec l'intégration de formulaires d'inscription disponibles en ligne depuis maintenant un an. De plus, une catégorie supplémentaire nommée « concert numérique de l'année » sera ajoutée lors de la prochaine édition.

Circulation de la musique

Offert aux membres du CQM, le service Circulation de la musique vise à accroître la circulation de la musique au Québec, au Canada et à l'international. Par ses nombreuses actions, il offre un soutien aux producteurs et aux diffuseurs québécois en vue de faciliter la diffusion de la musique de concert. La plateforme numérique circulation de la musique est l'une des initiatives phares du milieu culturel où les diffuseurs peuvent manifester leur intérêt pour une offre de concert.

Maintenant que les concerts vivants sont limités dans le contexte de la pandémie, le service circulation de la musique a bonifié sa plateforme en

ouvrant la section projet en développement. L'idée est d'offrir un point central au milieu, favorisant la mutualisation des ressources et d'augmenter l'effet de réseautage pour des projets de création, de recherche et/ou de diffusion numérique pour répondre aux besoins pendant la crise.

Projets numériques du CQM

Leaders du numérique

Pour le développement de la musique de concert dans l'univers numérique. Une cohorte de 12 gestionnaires d'organismes musicaux (directeurs généraux, artistiques, administratifs) et des membres du CQM qui participent à une démarche innovatrice de co-learning sur des problématiques liées au virage numérique dans leurs entreprises.

Projet de mutualisation de données billetterie

Ce projet répond à deux problématiques : le manque d'accessibilité à des ressources professionnelles spécialisées en numérique et la nécessité de collaborer pour faire face aux défis numériques. La cohorte de mutualisation de données est composée de 14 membres du CQM (diffuseurs et organismes producteurs).

2.Contexte : Les turbulences numériques sur le
secteur de la musique

L'arrivée des nouvelles technologies numériques a complètement transformé le secteur de la musique. La démocratisation des outils de création, de diffusion et de distribution numérique a certainement eu pour impact de bonifier l'offre pour les consommateurs. Ce qui a donné lieu à une nouvelle chaîne de valeur, impactant l'ensemble des professionnels du milieu de la musique sur les nouvelles compétences qu'ils doivent maintenant acquérir.

Ces innovations disruptives se résument ainsi : la perturbation est le résultat de l'exploitation de la technologie pour créer de nouveaux modèles de fonctionnement.²

Les nouveaux modèles de fonctionnement dont Christensen mentionne se traduit par un besoin en littératie numérique. Par exemple, un distributeur au début des années 2000 devait livrer des disques compacts dans les points de vente. Maintenant, en version numérique, le métier est tout autre, le distributeur doit s'assurer d'acheminer des fichiers audionumériques aux plateformes de diffusion.

Pour le moment, les deux chaînes de valeur coexistent (traditionnel et numérique). Dans la chaîne de valeurs numériques, l'artiste occupe souvent plusieurs fonctions, il peut être à la fois producteur, éditeur et opérer sa propre maison de disque. De sorte qu'il y a moins d'intermédiaires dans toute la chaîne.

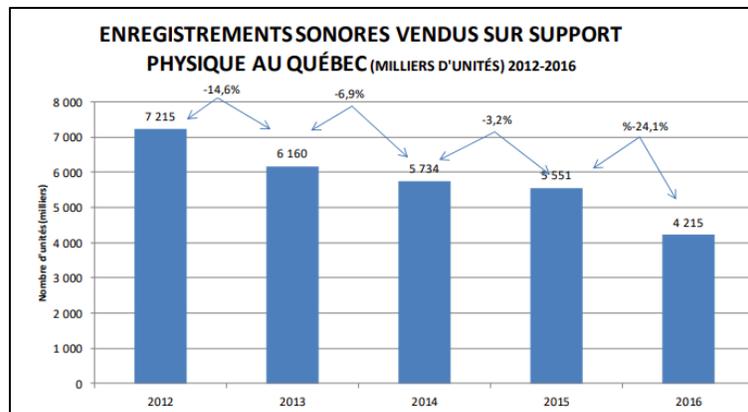
² C. M. Christensen, M. E. Raynor, et R. McDonald, « What Is Disruptive Innovation? », *Harvard Business Review*, n° December 2015, déc. 01, 2015.

La multiplication des rôles pour une seule personne aura pour effet la diminution de la distinction entre les professionnels de la musique et les amateurs.

« De plus, l'augmentation de la participation en ligne remet en cause une certaine frontière jusqu'alors plutôt bien structurée entre professionnels et amateurs concernant la production de contenus culturels. Les plateformes participatives telles que les tout en ligne (pure players) ont ainsi participé et construit leurs modèles d'affaires sur la remise en cause de la hiérarchie des normes, partant du principe que, potentiellement, l'avis et/ou les créations des internautes « lambda » avaient peut-être autant de valeur que ceux des professionnels. »³

Cette transition vers le numérique a eu aussi pour effet de diminuer grandement les revenus des artistes et des producteurs de musique pour les enregistrements sonores vendus sur support physique.

Schéma 1 : Enregistrement sonore vendu sur support physique au Québec



Source : Nielsen SoundScan⁴

³N. Casemajor, G. Bellavance, et G. Sirois, *Rapport de recherche au programme Actions concertées. Pratiques culturelles numériques et plateformes participatives : opportunités, défis et enjeux*. Montréal: INRS - Centre Urbanisation Culture Société, 2018.

⁴ Source : Nielsen SoundScan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). Note : Inclut les CD, les singles (ratio 13 pistes : 1 album), les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

Comme nous l'avons vu récemment, ce sont les plateformes d'écoute en continu qui capturent maintenant la valeur des produits musicaux. Les modèles offrent un accès illimité à plus de 300 millions de pièces musicales pour environ 10\$/mois. Il n'y a pas si longtemps, dans le modèle traditionnel, un consommateur payait en moyenne 20 dollars pour un seul album contenant environ 60 minutes de musique.

L'effet pervers derrière ces modèles numériques est que la valeur perçue de la musique par le grand public, surtout chez les jeunes, est quasi nulle, voire gratuite comme sur YouTube. Plus précisément, on se réfère aux principes de valeur d'usage et de valeur d'échange de Adam Smith ⁵.

La valeur d'usage : exprime l'utilité d'un objet ou d'un service particulier

La valeur d'échange : désigne le pouvoir d'achat que confère la possession de cet objet ou la capacité de pouvoir rendre ce service. La valeur d'échange provient essentiellement de deux sources : Rareté, Quantité de travail nécessaire pour obtenir le bien/service/information.

En somme, la convivialité et l'accessibilité des multiples plateformes numériques ont eu pour effet de grandement diminuer la valeur d'échange. Pour pallier ces pertes de revenu liées à la vente d'albums, les professionnels de la musique ont misé davantage sur les concerts vivants qui représentaient une source devenue plus sûre.

⁵ Smith, Adam, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Londres, 1776, disponible au <http://www.econlib.org/library/Smith/smWN.html>)

Mais depuis le début de la pandémie, à la mi-mars 2020, l'offre des concerts vivants est très limitée et n'offre plus de revenus intéressants pour la majorité des professionnels de la musique. Par exemple, chez les diffuseurs d'arts vivants où l'on présente des spectacles de musique, de danse, de théâtre, de cirque, etc. on estime « des pertes de 17 millions de dollars depuis le début de la crise.»⁶

Devant cette situation catastrophique, les professionnels des arts, incluant les professionnels de la musique, se sont tournés vers le numérique où les géants du web occupent une place prédominante dans la chaîne de valeurs. C'est dans ce contexte qu'il y a eu une accélération accrue des besoins en littératie numérique et de la transformation des organisations du milieu.

⁶ <https://associationrideau.ca/data/rapport-final-rideau-2020-vfinale.pdf>

3. Cadre conceptuel et théorique de la littérature numérique

Transformation numérique

Depuis l'ascension fulgurante des technologies et des médias dans le dernier siècle, McLuhan (1964) avait la conviction que l'humain serait confronté à de nouvelles façons d'apprendre et d'évoluer. Le « prolongement technologique de l'homme dans l'espace-temps de la société et de l'Univers et certaines de leurs conséquences psychosociologiques. »⁷ change radicalement nos relations avec le travail et notre rapport aux autres humains.

L'accélération des innovations technologiques et des solutions techniques bouscule les comportements humains. L'implémentation de ces dispositifs engendre des transferts d'usage et évoque de nouveaux apprentissages puisque ce sont des technologies itératives ou incrémentales. (Bobillier-Chaumon, 2017)⁸. Alors, cela transforme les modèles organisationnels et sociocognitifs dans la manière de faire, de penser, d'organiser ou encore de collaborer dans le travail.

Définir la littératie

Avant d'aborder la littératie numérique, attardons-nous sur la nature du mot « littératie ». Le terme est issu de l'anglais du mot « literacy ». La version francophone est assez connue et utilisée « pour se référer à un large éventail de pratiques contextualisées, fonctionnelles et sociosémiotiques. »⁹

Du côté de l'auteur Buckingham, « "Literacy" comes to be used merely as a vague synonym for "competence," or even "skill." It is worth nothing in this

⁷ McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: New American Library.

⁸ Bobillier-Chaumon. M.E (2017), Du rôle des TIC dans la transformation digitale de l'activité et sur la santé au travail, In La Revue des conditions de travail, Anact

⁹D. Dagenais, « Littératies multimodales et perspectives critiques », *Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle*, vol. 9, n° 9-2, Art. n° 2, janv. 2012,

respect that such expressions may be specific to the English language. »¹⁰ En traduction libre, on peut comprendre que le terme « littératie » est aussi synonyme de « compétence ».

Du côté de L'OCDE, on définit la littératie comme étant « l'aptitude à comprendre et à utiliser l'information écrite dans la vie courante, à la maison, au travail et dans la collectivité en vue d'atteindre des buts personnels et d'étendre ses connaissances et ses capacités »¹¹. Cette définition va plus loin et dicte la notion de capacité personnelle de mettre à profit ses propres connaissances. Or, on peut déduire que plus nos connaissances sont approfondies, plus nous sommes aptes à les mettre à exécution.

Le Gouvernement du Québec quant à lui évoque la littératie comme étant la « Capacité d'une personne à lire et à comprendre un texte et lui permettant de maîtriser suffisamment l'information écrite pour être fonctionnelle en société. La littératie fait référence à la capacité de lire et de comprendre des textes suivis, schématiques ou à contenu quantitatif. »¹² Dans cette définition s'y trouvent la dimension sociétale et les aptitudes requises pour fonctionner dans différents contextes de vie.

¹⁰D. Buckingham, « Defining digital literacy-What do young people need to know about digital media? », *Nordic journal of digital literacy*, vol. 10, n° Jubileumsnummer, p. 21–35, 2015.

¹¹OCDE et Statistiques Canada, *La littératie à l'ère de l'information: Rapport final de l'Enquête internationale sur la littératie des adultes*. OECD, 2000.

¹² Gouvernement du Québec. (2017). Plan d'action numérique en éducation et en enseignement supérieur. Repéré à http://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/site_web/documents/ministere/PAN_FINAL.pdf et Office Québécois de la langue française (2018). *Le grand dictionnaire terminologique*.

Qu'est-ce que le numérique?

Dans la section précédente, la pluralité des littératies a été évoquée. Qu'en est-il de la définition du mot numérique, comment pouvons-nous le circonscrire?

Définir le numérique n'est pas une mince tâche. Dans la partie précédente, nous avons aussi évoqué les grandes transformations sociétales amenées par le « numérique », mais aussi dans la chaîne de valeur du milieu de la musique. Qu'est-ce que le numérique !? Il n'existe pas de définition formelle sur ce qu'est le numérique. Plusieurs auteurs tentent d'en cerner la teneur sans toutefois pouvoir en formaliser sa définition par son caractère évolutif et par méconnaissance de cet univers en constante évolution et en transformation.

De façon pragmatique, le numérique se définit de la façon suivante selon l'office de la langue québécoise:

« Ensemble des techniques qui permettent la production, le stockage et le traitement d'informations sous forme binaire (1 ou 0)»¹³.

Par cette définition, on comprend que le terme numérique est d'abord utilisé en opposition au terme « analogique ». On utilisait ce terme pour pouvoir distinguer le mode d'enregistrement de sons, de photos ou de vidéos. Progressivement, l'utilisation s'est élargie en l'appliquant aux technologies de l'information et des communications (TIC).

¹³ Office québécois de la langue française. *Le Grand dictionnaire terminologique*.

Dans une vision plus large du numérique, le gouvernement du Québec le définit comme suit:

« Ensemble des techniques et des technologies de production, de stockage, de traitement, de diffusion et d'échange de l'information et des applications de l'information, y compris les systèmes d'intelligence artificielle. Il fait référence, indistinctement, aux technologies de l'information et de la communication, aux technologies numériques, aux infrastructures numériques ainsi qu'aux données qu'elles produisent et recueillent ». ¹⁴

On parle alors de nouvelles pratiques de production, de diffusion et de réception du savoir. On pense aussi aux infrastructures physiques comme les serveurs, les systèmes interconnectés et l'intelligence artificielle, souvent invisibles pour l'utilisateur.

« Le numérique n'est pas seulement une technique de reproduction qui s'oppose à l'analogique, mais il devient une véritable culture, avec des enjeux sociaux, politiques et éthiques fondamentaux et qu'il est urgent d'analyser et de prendre en compte. » ¹⁵

Or, le mot numérique rassemble de nombreux aspects, d'une part technique liée aux sciences informatiques, mais aussi ce qu'il évoque dans nos interactions à travers la temporalité et l'espace physique.

L'auteur Milad Doueihy, souvent cité, va plus loin et parle désormais, d'« environnements numériques », de « natifs numériques », d'« humanités

¹⁴ Gouvernement du Québec. (2017). Glossaire. Stratégie numérique du Québec. Repéré 27 juillet 2018, à https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/strategies/economie_numerique/sommaire-dynamique/strategie-numerique-du-quebec.html#annexe-1

¹⁵ Ibid

numériques » et même de « culture numérique » dont les fondements sont issus de la science de l'informatique¹⁶.

Dans le même ordre d'idée, Marcello Vitali-Rosati, cadre le terme « le numérique est l'espace dans lequel nous vivons. Il ne s'agit plus d'outils au service des pratiques anciennes, mais d'un environnement dans lequel nous sommes plongés, qui détermine et façonne notre monde et notre culture. »¹⁷

Sans en être pleinement conscients, nous sommes, à tout moment de la journée, en relation avec des technologies numériques. Indirectement, l'humain produit continuellement de la donnée sans le savoir. Notre appareil mobile capte notre géolocalisation, nos conversations, notre navigation et même le nombre de nos pas. Ce n'est pas un hasard si nous sommes ciblés par une publicité d'une marque ou d'un produit mentionné dans une conversation. L'ensemble de ces données sont soumises à des intelligences artificielles qui personnalisent nos expériences en ligne. En ce sens, on peut comprendre l'ubiquité numérique de la relation avec les appareils connectés et ce que Vitali-Rosati entend par environnement numérique.

Circonscrire la littératie numérique pour les professionnels de la musique

Comme nous l'avons vu, la littératie et le numérique sont des concepts en mouvance et évoluent au fil du temps selon les contextes individuels et les avancées technologiques. Délimiter de la littératie numérique offre son lot de complications quant à la fixation de sa définition. Pour le bien de l'exercice, il

¹⁶ Doueïhi Milad, (2013) *Qu'est-ce que le numérique?* Paris, PUF, 2013 », *Interfaces numériques*.

¹⁷ Vitali-Rosati Marcello (2014). "Pour une définition du "numérique"", in E. Sinatra Michael, Vitali-Rosati Marcello (édité par), *Pratiques de l'édition numérique*, collection « Parcours Numériques », Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal, p. 63-75,

faut déterminer les paramètres de la littératie numérique qui s'appliquent aux travailleurs du secteur de la musique.

La littératie numérique et l'espace-temps

La littératie numérique devient progressivement un incontournable de notre quotidien. Les compétences à développer sont multiples dans un environnement de plus en plus connecté et en constante évolution technologique. Comme nous l'avons vu précédemment, le terme « littératie » est un concept complexe et multiple. Le terme numérique l'est tout autant, car les TIC sont en évolution perpétuelle et n'offrent pas un cadre de communication permanent. (Dupl a, 2011)

Certains auteurs l'évoquent aux pluriels : les littératies numériques qui caractérisent la diversité des pratiques culturelles et sociales (Hébert et coll. 2012). Dans le même ordre d'idée, Erstad et Al. ajoutent que la littératie numérique n'est pas statique et qu'il est inévitable de distinguer les orientations axées sur l'ensemble des compétences en parallèle des niveaux de compétences plus élevés.

“This is, of course, due to the fact that literacy is not a static term but relates to technological innovations, and cultural and political strategies and developments. It is necessary to distinguish between more of a skills orientation and a higher level of competency.”¹⁸

¹⁸ O. Erstad, Ø. Gilje, et T. de Lange, « Re-mixing multimodal resources: multiliteracies and digital production in Norwegian media education », *Learning, Media and Technology*, vol. 32, n° 2, p. 183-198, juin 2007,

À la lumière de ce qui a été avancé par plusieurs auteurs, on pourrait faire une analogie avec l'expansion de l'univers depuis le big bang, l'idée que la littératie numérique se gonfle au fil du temps et dont nous n'avons pas la capacité d'en mesurer les limites.

On ne peut pas circonscrire une grande littératie qui pourrait s'appliquer à tous les contextes. Comme la littératie s'applique dans un ensemble de contextes donnés, on peut conclure qu'il y a une pluralité de littératies issues des dynamiques sociales et d'une formalisation du sens en fonction des exigences du contexte.

Plusieurs synonymes gravitent autour du terme littératie numérique, on entend des expressions comme : culture technologique, littératies multimodales, culture numérique, compétences informatiques, littératies médiatiques qui offrent d'autres nuances à notre relation, aptitudes et comportement avec les technologies.

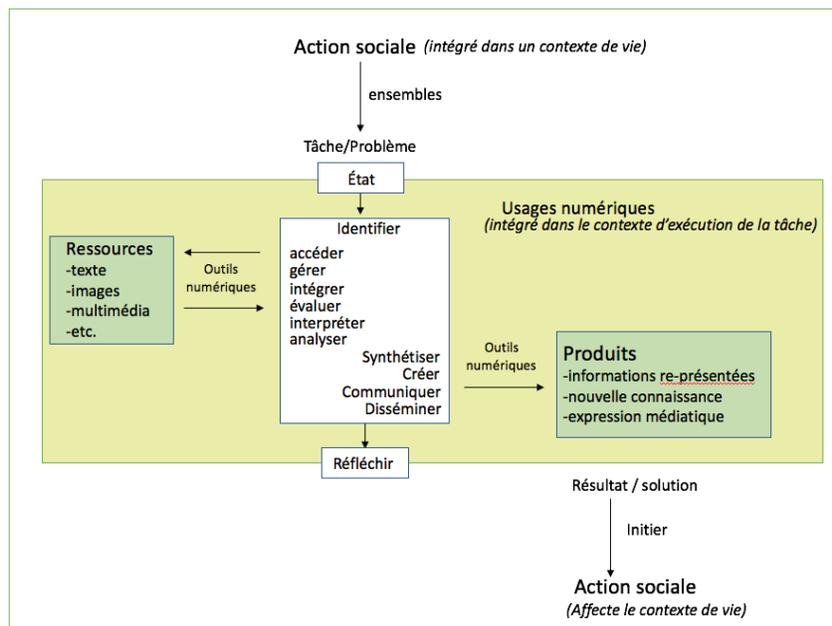
Même si on se retrouve dans cette immensité conceptuelle, plusieurs auteurs se sont prêtés au jeu afin d'établir un cadre qui s'appliquerait dans notre contexte actuel.

La littératie numérique évoque la capacité à exploiter la technologie elle-même, à la maîtriser, par opposition à avoir la compétence de réfléchir à l'utilisation des médias numériques dans différents contextes dans le cadre de votre identité en tant qu'apprenant (Erstad, 2007).

La «littératie numérique» pour désigner un concept large, reliant d'autres littératies pertinentes, basées sur des compétences et des aptitudes informatiques / TIC, mais axées sur des compétences générales d'évaluation de l'information et d'assemblage de connaissances, ainsi qu'un ensemble de compréhensions et d'attitudes (Bawden, 2008).

Martin et Coll. ont schématisé la littératie numérique dans un contexte social donné dont la version originale se trouve en annexe. On peut remarquer l'incidence du niveau de la littératie numérique et de l'utilisation des outils numériques pour générer un impact sur le contexte de vie ou social « affect life context ». Ce qui vient mettre en image l'idée selon laquelle nous vivons dans un environnement numérique.

Schéma 2 : (en traduction libre) l'incidence du niveau de la littératie numérique et de l'utilisation des outils numériques dans contexte de vie ou contexte social.



Source: A. Martin et J. Grudziecki, « DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development », Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences, vol. 5, n° 4, p. 249-267, déc. 2006,

De manière plus simple, le schéma expose l'application de la littératie numérique dans la résolution de problèmes à l'aide d'outils numériques dans un contexte de vie donnée. À gauche du tableau, on y aperçoit « ressources ». On peut aussi comprendre que la littératie numérique d'un individu est aussi tributaire des outils numériques (digital tools) et des ressources mis à sa disposition.

« Les littératies impliquent la maîtrise de compétences cognitives et pratiques simples. Être « alphabétisé » n'a de sens que dans un contexte social et implique d'avoir accès aux structures culturelles, économiques et politiques d'une société. En plus de fournir les moyens et les compétences nécessaires pour traiter des textes écrits, les littératies entraînent une transformation des capacités de pensée humaine. Cette autonomisation intellectuelle se produit à la suite de nouveaux outils cognitifs (par exemple l'écriture) ou d'instruments techniques (par exemple les technologies numériques). »¹⁹

Le gouvernement du Québec a aussi produit une définition de la littératie numérique qui va sensiblement dans le même sens que les définitions précédentes. Il y a deux points intéressants qui en ressortent. Notamment que la littératie numérique est intégrée à notre quotidien et s'applique aussi dans nos milieux de travail.

“Ensemble des connaissances et compétences permettant à une personne d'utiliser, de comprendre, d'évaluer, de s'engager et de créer dans un contexte numérique et, d'une façon plus générale,

¹⁹ D. Belshaw, « What is 'digital literacy' », *A Pragmatic investigation*, 2011.

celles lui permettant de participer à la société. Conséquemment, la littératie numérique ne se limite pas au savoir technologique. Elle comprend aussi de nombreuses pratiques éthiques et sociales qui s’installent au quotidien, dans nos milieux de travail et d’apprentissage, dans nos loisirs et dans nos activités de tous les jours.”²⁰

Dans le présent projet, le « contexte de vie » se traduit par le « contexte de travail » chez les professionnels de la musique. Plus près de nous, Annie Chénier propose sa version qui s’applique aux organisations du secteur culturel en contextualisant son approche.

« Les TIC amènent les organisations culturelles à se restructurer et à se procurer les outils technologiques, à modifier les communications internes et externes et à stocker, manipuler et produire du contenu pour des fins de création, de production ou de diffusion culturelles. »²¹

Dans un contexte de travail, on peut comprendre que les organisations culturelles opèrent dans un environnement spécifique et qu’une littératie numérique est propre au secteur d’opération, propre à chaque organisation, propre à chaque profession et propre à chaque individu.

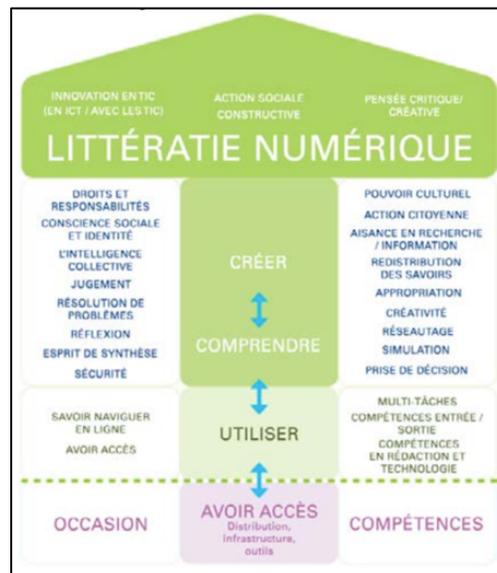
²⁰ Gouvernement du Québec. (2017). Glossaire. Stratégie numérique du Québec. Repéré 27 juillet 2018, à <https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/>

²¹ Chénier, A. « Développement des compétences numériques dans le secteur culturel », 2016.

Les niveaux de la littératie numériques

Dans cette sous-section, deux modèles recensés permettent de comprendre quels sont les niveaux de la littératie numérique. D'abord, un schéma intéressant qui englobe les niveaux de la littératie numérique dans le domaine de l'éducation. Le point d'entrée de la littératie numérique de ce modèle est « l'accès » qui se trouve tout au bas de la colonne centrale. On peut comprendre que sans accès à des infrastructures, ordinateurs, applications, outils numériques ou à internet, il est impossible d'en faire l'usage et ainsi d'accéder à la littératie numérique.

Schéma 3 : Les niveaux de la littératie numérique en éducation selon Habilo



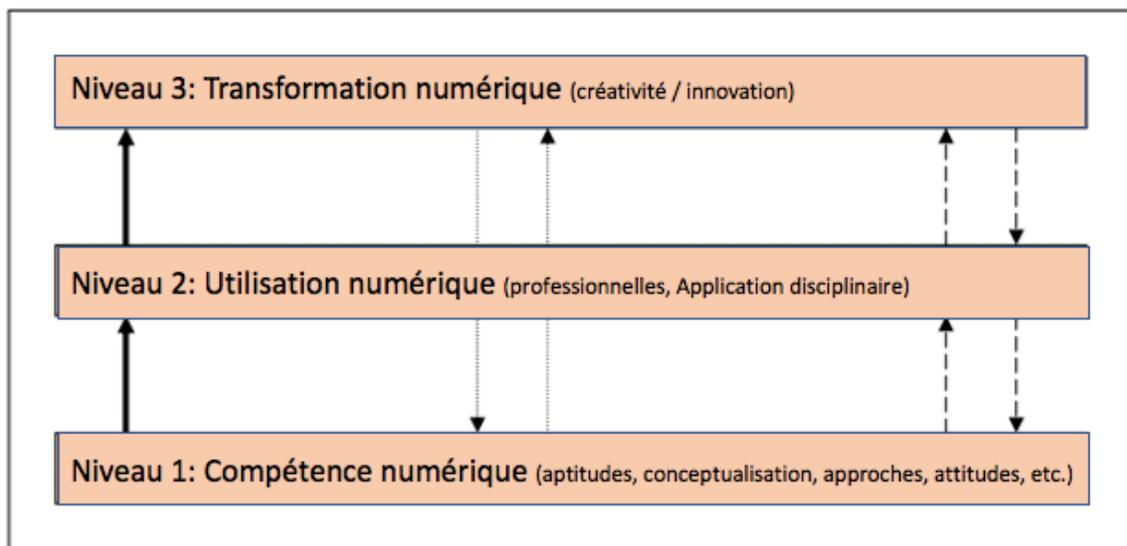
Source : Modèle proposé par le Centre canadien d'Éducation aux Médias et de Littératie numérique qui s'inspire du rapport Digital Britain (mars 2009), du projet Digital European Literacy (2005) et des travaux de Jenkins et coll. (2006). Confronting the Challenges of Participatory Culture : Media Education for the 21st Century.

Outre l'accès, on peut résumer la littératie numérique de ce modèle en trois grandes étapes : « Utiliser » qui se réfère à l'acquisition des aptitudes et des capacités à s'adapter aux nouveaux outils numériques. « Comprendre » qui se

réfère au pouvoir d'action sur les environnements numériques dont la visée est de résoudre des problèmes, de communiquer ou de collaborer. « Créer » qui se réfère au rôle de producteur de contenu dans un contexte éthique et social.

De leur côté, Martin et Grudziecki évoquent trois paliers de la littératie numérique (dont la version originale est disponible en annexe 2): la compétence numérique, l'utilisation numérique et la transformation numérique. Le schéma ci-dessous qui a été librement traduit démontre que la littératie numérique se développe d'abord par les compétences ou aptitudes et ne fait aucune mention de « l'accès ».

Schéma 4 : Les niveaux de la littératie numérique



Source: A. Martin et J. Grudziecki, « DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development », Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences, vol. 5, n° 4, p. 249-267, déc. 2006,

Ce modèle plus simple propose que le premier niveau de la littératie numérique soit axé sur les « compétences ». Il vient en opposition avec le tableau

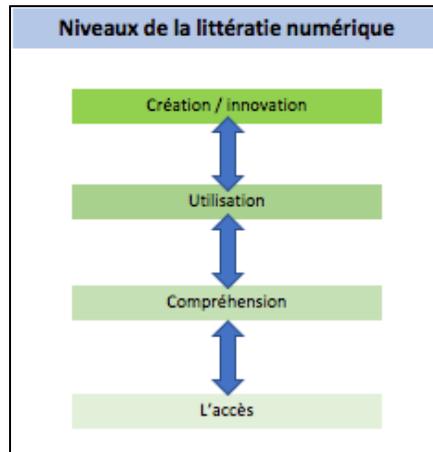
précédent où l'on évoque que le premier niveau de la littératie numérique serait « l'utilisation » et inversement pour le deuxième niveau.

Les deux propositions peuvent être valables. Dans une hiérarchisation des niveaux de la littératie numérique, doit-on le comprendre pour l'utiliser ou l'utiliser pour mieux le comprendre? Le dilemme de l'oeuf et de la poule.

Dans le cadre de ce travail, l'approche de Martin et Coll. est préconisée, car le modèle est plus simple à comprendre. On peut aussi faire le parallèle avec un outil de construction. Prenons par exemple l'utilisation d'une perceuse, on doit comprendre minimalement les fonctionnalités de base avant de l'utiliser : la gâchette d'activation, le bouton changement du sens de la rotation pour visser ou dévisser. Il s'agit de la même approche en numérique. Souvent, avant d'utiliser un outil numérique, quelqu'un se fera montrer les bases ou d'autres feront une recherche sur le web pour comprendre sommairement avant l'utilisation. Toutefois, on peut déduire qu'une fois le processus déclenché, l'utilisation génère davantage de compréhension et de ce fait, davantage de compréhension optimise l'utilisation. Pour illustrer cette dynamique, on retrouve des flèches directionnelles dans les deux tableaux. Finalement, plus on utilise un outil et plus on comprend son potentiel pour créer ou innover.

Voici un modèle qui a été créé, en s'inspirant des points forts des deux modèles précédents et qui seront utilisés pour la suite du travail. En débutant par le bas : « l'accès », « la compréhension », « l'utilisation » et finalement « la création / innovation ».

Schéma 5: Les niveaux de la littératie numérique pour le présent projet



Le problème avec la littératie numérique

On peut comprendre que des différences marquées des connaissances et des compétences numériques sont bien réelles et peuvent occasionner des frustrations de part et d'autre. D'un côté, pour l'individu qui possède une grande littératie numérique versus un autre individu qui ne possède peu ou pas de littératie dans un contexte donné. Comme en musique, un musicien professionnel aura de la difficulté à jouer avec un musicien débutant qui ne sait pas accorder son instrument et vice versa, comme ils ne sont pas au même niveau. On peut aussi faire le parallèle avec les équipes et ligues sportives où l'on regroupe des joueurs par catégories de sorte que les joueurs au sein d'une même équipe aient sensiblement des aptitudes similaires pour jouer ensemble, mais aussi pour affronter d'autres équipes d'un calibre équivalent.

Indirectement, cette façon de faire a pour but de réduire les inégalités et les frustrations des individus qui forment une équipe, mais aussi d'évoluer dans un environnement qui correspond à leurs niveaux. En littératie numérique, c'est une

tout autre réalité, chaque individu ou organisation peut être confronté à des littératies numériques diverses et sur une vaste échelle des niveaux.

La multiplication des outils numériques dans les pratiques quotidiennes amène un clivage ou une fracture numérique. D'un côté, ceux qui ont accès aux outils numériques et ceux qui ne possèdent pas. Mais aussi entre ceux qui savent les utiliser et ceux qui ne savent pas s'en servir convenablement (Hargittai, E. & Walejko, G. 2008)²².

L'exposition et l'accès aux environnements technologiques dans lequel un individu évolue sont des facteurs déterminants pour l'augmentation de littératie numérique dans un espace de travail. On peut comprendre qu'un individu pourra augmenter ou pas sa littératie numérique selon les individus qu'il côtoie. On peut faire le parallèle avec deux organisations de tous secteurs confondus où les individus ont accès et utilisent des outils numériques et une autre organisation qui n'y a pas accès et qui ne les utilisent pas.

On peut faire le rapprochement avec la théorie du fait social de Durkheim appliquée aux environnements de travail. Le fait social s'impose à l'individu, en d'autres mots l'environnement immédiat d'un individu a une incidence sur sa perception du monde et sur ses valeurs.

« Toute manière de faire, fixée ou non, susceptible d'exercer sur l'individu une contrainte extérieure; et, qui est générale dans

²² Hargittai, E. & Walejko, G. (2008). « The participation divide: content creation and sharing in the digital age ». *Information, Communication & Society*, 1468-4462, Volume 11, Issue 2, pp. 239-256.

l'étendue d'une société donnée tout en ayant une existence propre, indépendante de ses diverses manifestations au niveau individuel »²³.

L'un des critères pour reconnaître un fait social en profonde transformation peut se traduire par une résistance au changement, une forme de rejet à la manière d'un corps étranger. Pour les individus et les organisations, un tel changement peut représenter une charge de travail non désirée, voire imposée. Ce phénomène est aussi présent dans des organisations qui veulent entreprendre le virage numérique ou celles qui y résistent. L'adoption des outils numériques en organisation provoque un changement de culture et des valeurs qui s'y rattachent. La littératie numérique peut aussi varier selon le milieu d'où vous venez, votre âge, votre niveau d'études, votre secteur. Cela peut être aussi inclure la taille des organisations et les ressources respectives disponibles.

Changement de culture et des valeurs lié au numérique

Le numérique est partout et modifie le comportement humain. Dans quelles mesures et sous quels aspects ces changements s'opèrent dans la révolution numérique? Les intentions de départ de l'inventeur d'internet, Tim Berners-Lee, étaient d'offrir cette technologie au plus grand nombre de gens pour partager le savoir de l'ensemble de l'humanité pour l'ensemble de l'humanité.

On parle d'un changement de paradigme du comportement humain où « [...] le numérique est d'ores et déjà une culture, une civilisation. Le point de vue de l'auteur se montre par là d'une originalité radicale : il ne faut pas traiter le

²³ Émile Durkheim (1900), « La sociologie et son domaine scientifique. » pp. 13 à 36. Collection Le sens commun. Paris: Éditions de Minuit, 1975, 512 pages

numérique comme un outil, il ne faut pas en parler comme s'il pouvait être un simple objet d'étude ; le numérique est proprement sujet en ce qu'il engendre une culture, il produit une nouvelle façon de voir le monde, une nouvelle civilisation. »²⁴

De son côté, Milad Doueïhi introduit l'idée selon laquelle le numérique « induit des pratiques de masse, qui instaurent vite de nouvelles normes culturelles, et celles-ci remettent en cause des conventions et traditions établies »²⁵

Plus concrètement, l'utilisation des outils numériques se rapporte implicitement à des valeurs associées. Annie Chénier nomme ces valeurs applicables au milieu culturel comme suit : « La collaboration : plateforme collaborative, processus de co-création, etc. L'ouverture : open source (code source ouvert), données ouvertes, etc.

Le partage : partage des connaissances, partage des processus, réseaux sociaux, médias sociaux, etc. »²⁶

La définition choisie pour le concept de la littératie numérique

À la lumière des précédentes sections du travail de recherche, plusieurs questions émergent quant au diagnostic de littératie numérique des professionnels de la musique de concert. Quels sont les critères qui déterminent la littératie numérique de chaque individu et quelles en sont les variables (des environnements de travail, d'âge, de formations, postes formalisés en

²⁴Marcello Vitali-Rosati, *Une philosophie du numérique. Lecture de "Pour un humanisme numérique" de Milad Doueïhi (Seuil, 2011)*

²⁵ Milad Doueïhi, *La grande conversion numérique*, Seuil, Paris, 2008, 272 pages.

²⁶ https://competenceculture.ca/_perfectionnement/developpement-des-competences-numeriques/

numérique, etc.) ? Quels sont les facteurs internes et externes qui stimulent l'accroissement des littératies numériques pour les individus et les organisations dans un contexte professionnel? Dans quelle mesure le niveau de littératie numérique permet-il aux individus ou organisations d'atteindre leurs objectifs?

D'entrée de jeu, on distingue que la littératie numérique commence par les individus et que la littératie numérique d'une organisation est la somme des individus qui la constitue. La littératie numérique d'une organisation peut être évaluée par un employé, mais l'analyse reste subjective et est tributaire du niveau de littératie de l'individu, de sa perception et de sa connaissance de l'étendue des opérations de son organisation.

Pour un individu, l'augmentation de la littératie numérique commence par l'accès au sens large et le développement des compétences (connaissance des possibilités numérique). Si on ne sait pas que ça existe, on ne peut pas l'utiliser. Une fois les compétences acquises, il faut stimuler l'usage dans les pratiques professionnelles et quotidiennes. Plus on utilise le numérique, plus on comprend son potentiel, ce qui donne ultimement des moyens et un pouvoir de créativité numérique de sorte que le développement du potentiel d'innovation peut engendrer la transformation numérique.

La littératie numérique de chaque individu est intrinsèquement liée à des facteurs internes et externes. À la suite des constats qui ont été énumérés préalablement, voici une proposition d'une définition du cadre conceptuel de la littératie numérique pour les professionnels de la musique de concert qui pourrait être ainsi formulé :

Ensemble des connaissances et compétences permettant à un professionnel de la musique de concert d'avoir accès, de comprendre, d'utiliser et de créer avec les technologies numériques dans un contexte lié à son environnement de travail. Cela inclut aussi des ressources (interne et externe : financière et humaines) dont l'individu dispose dans la résolution de problème par des compétences numériques transversales et la possibilité d'évoluer dans un esprit d'ouverture, de partage et de collaboration en fonction des contextes organisationnels.

La définition du cadre conceptuel peut sembler large, mais de façon générale la littératie numérique propre au milieu des professionnels de la musique l'est tout autant, par la panoplie de types de profils individuels, de contextes organisationnels et sectoriels.

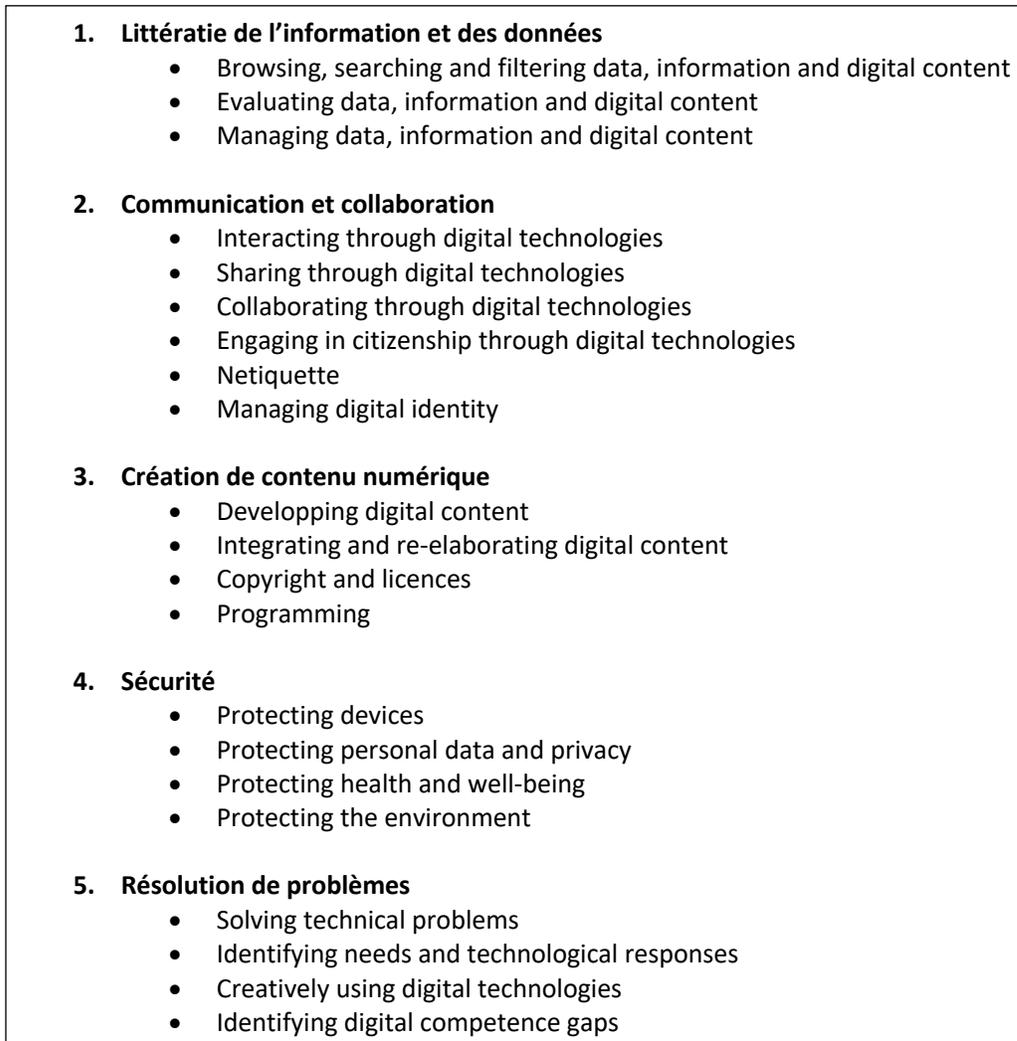
Afin d'établir un état des lieux de la littératie numérique des professionnels de la musique de concert, le but de ce travail a été de déterminer les facteurs favorisant la littératie numérique, mais aussi de définir quelles sont les causes qui pourraient freiner le développement du milieu. Pour la suite, il faudra aussi déterminer les champs de compétences clés de la littératie numérique applicables à l'ensemble des professionnels du secteur musical en les regroupant en dimensions et sous-dimensions.

Recensement des outils d'évaluation de la littératie numérique

De nombreux outils de diagnostic numérique existent dans plusieurs secteurs. À leur manière, chacun d'entre eux répertorie et regroupe les compétences numériques requises pour un ou des individus qui évoluent dans des secteurs d'opérations diverses. Chaque modèle apporte une perspective hétéroclite de la littératie numérique.

Du côté du vieux continent, la Commission européenne a conçu le DIGCOMP, un cadre de référence pour les compétences numériques. Ils ont regroupé 21 compétences numériques en cinq grandes familles. Cette approche est surtout applicable à l'ensemble des citoyens européens et vise à circonscrire la littératie numérique dans contexte social, soit: l'information et des données, la communication et collaboration, la création de contenu numérique, la sécurité et finalement la résolution de problèmes. Chaque dimension inclut des sous-dimensions qui n'ont pas été traduites afin de ne pas en altérer le sens.

Schéma 6: Les compétences numériques des citoyens européens selon DIGCOMP



Source: F. team, « DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: the Conceptual Reference Model. », EU Science Hub - European Commission, juin 01, 2016.

L'ensemble de ses dimensions et sous-dimensions sont intéressantes et pour la majorité des 21 compétences, seraient aussi applicables au contexte de travail des professionnels de la musique de concert. Toutefois, certaines compétences liées à la création, à la production et à la diffusion pourraient être regroupées différemment dans un contexte musical.

De son côté, le CEFRIO a développé un outil destiné aux dirigeants d'entreprises qui souhaitent innover par les moyens numériques. C'est un modèle qui propose huit dimensions liées aux changements organisationnels. Il s'adresse plus particulièrement aux leaders d'entreprises qui souhaitent démarrer ou accélérer leur transformation numérique.

Schéma 7 : Dimensions de la transformation numérique



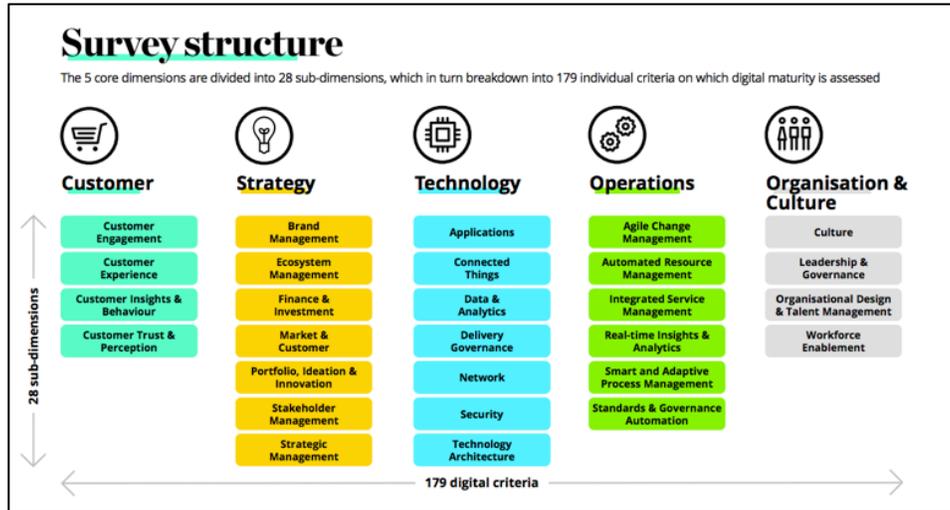
Source : <http://autodiagnostic.cefrio.qc.ca/fr/pages/a-propos-de-loutil/>

Ce modèle est lié aux valeurs numériques vues précédemment ou l'on évalue la culture de la collaboration et de l'expérimentation. Aussi, les deux catégories subséquentes mesurent la notion de changement qui impacte les organisations et les individus. Finalement, la dernière dimension nommée performance de l'entreprise repose sur l'analyse des données et l'intelligence d'affaires. Cette proposition peut facilement s'adapter aux gestionnaires d'entreprises culturelles.

Chez Deloitte, une entreprise qui offre des services d'audit, de consultation, de conseils financiers, de gestion de risques et de fiscalité propose un outil de diagnostic de la maturité numérique en 179 critères d'évaluation et 28 sous-dimensions regroupé en cinq grandes dimensions. Soit : la focalisation sur l'utilisateur et du consommateur, l'élaboration d'une stratégie numérique claire,

l'utilisation des technologies, l'optimisation des opérations et la culture organisationnelle

Schéma 8: Évaluation de la maturité numérique selon Deloitte



Source : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/deloitte-digital-maturity-model.pdf>

Leur sondage de maturité numérique est assez complet et offre un cadre vaste de la littératie numérique. Notamment, lorsqu'il est question de l'importance qu'on accorde au leadership et à l'expérience client dans les organisations. Bien que ce modèle soit inspirant, ce type d'évaluation est principalement destiné aux grandes entreprises ayant d'importantes capacités financières, d'infrastructures et de capitaux humains qui ne correspondent pas à la réalité de la majorité des entreprises culturelles.

De plus, on peut aussi se questionner sur la pertinence d'utiliser la terminologie « maturité numérique ». Par définition, la maturité est l'étape ultime où une personne ou une organisation atteint son plein développement. Or, le

numérique est en constante évolution et ne permet pas d'atteindre un objectif définitif ayant pour finalité la maturité.

Les outils de diagnostic dans le secteur culturel et de la musique

À travers 62 questions, le laboratoire Théâtre & Médiation Numérique propose un questionnaire qui est davantage quantitatif afin de faire l'état des lieux sur les pratiques numériques. Les questions sont davantage liées aux ressources informatiques et aux outils numériques que les organisations théâtrales utilisent et qui sont propres à leur milieu. De plus, ce questionnaire fait la distinction de la littératie numérique individuelle et organisationnelle. Elle mesure aussi l'impact d'un poste formalisé en numérique dans la dynamique organisationnelle. Le diagnostic est regroupé en cinq grands thèmes, qui a pour objectif d'évaluer la maturité numérique.

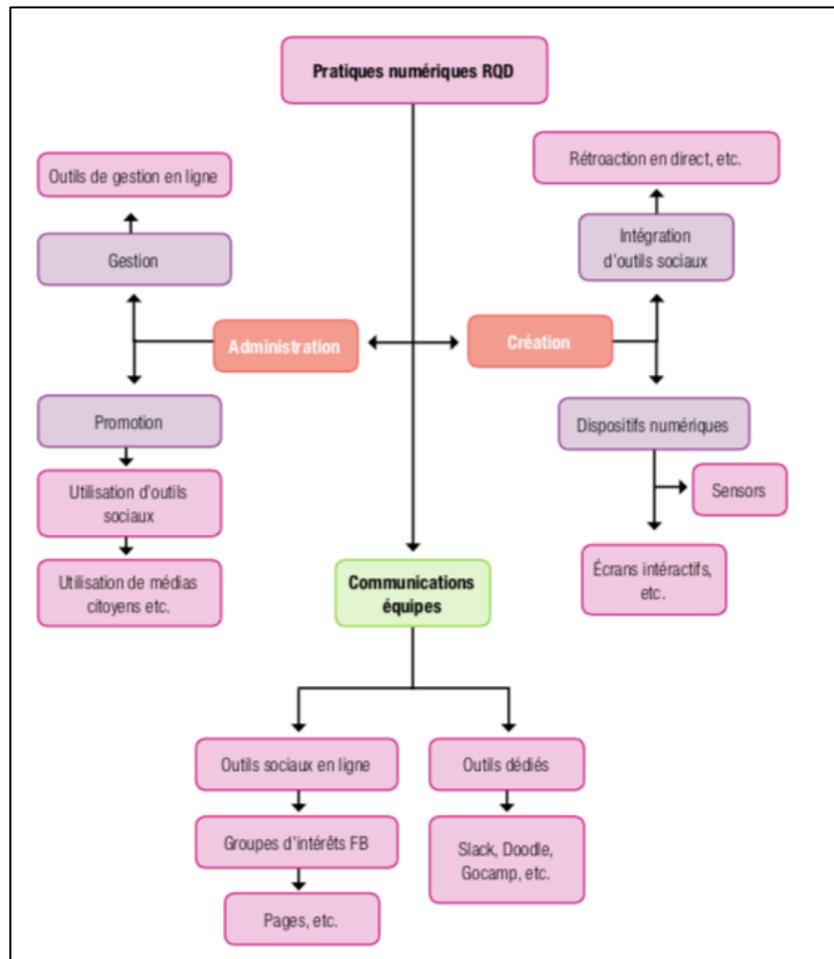
Schéma 9 : Thème et sous-thème l'appropriation du numérique par les établissements de spectacle vivant en France

QUESTIONNAIRE : APERÇU DES THÈMES ET SOUS-THÈMES	
Thèmes	Sous-thèmes
Votre organisation et le numérique	Logiciels mis à disposition des équipes Le matériel mis à disposition des équipes La formation et les compétences en numérique
Les services numériques proposés dans votre établissement	Le site Internet et la newsletter Les études de public Les services numériques à destination du public Les RSN Formalisation et évaluation de la communication numérique
L'évaluation et impact de la transition numérique	Le numérique dans la structure Les effets du numérique sur la structure
Le numérique et l'artistique dans votre structure	Dispositifs d'aide (DICRÉAM ou autres)
Votre structure	Statut Nombre d'équivalents temps plein Contacts

Source : <http://www.tmnlab.com/2016/11/21/letat-lieux-numerique-theatres-2016-infographie-rapport-complet/>

Dans une autre approche, le Réseau québécois de la Danse (RQD), regroupe les pratiques numériques sous trois grands axes, soient la création, l'administration et les communications des équipes. À noter que l'on inclut les « outils sociaux » à différents niveaux parmi les trois grandes dimensions de la littératie numérique.

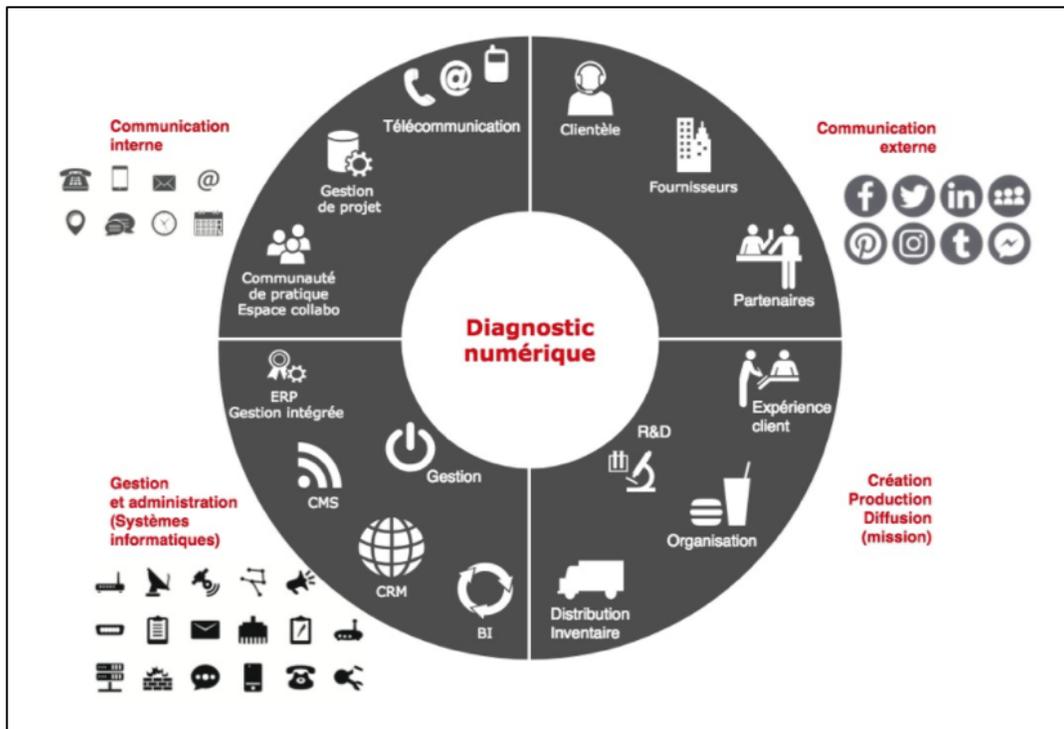
Schéma 10: Tableau analytique préliminaire des pratiques numériques en danse / Réseau québécois de la Danse (RQD)



Source : https://www.quebecdanse.org/images/upload/files/etude-numerique_rqd_2018.pdf

Autre modèle intéressant, tiré du site web cpour.ca, on propose de faire un autodiagnostic numérique sous quatre grandes catégories : communication interne, communication externe, gestion et administration (création, production, diffusion, mission). Dans cette proposition, on remarque que les communications prennent une place importante dans l'évaluation de la littératie numérique. Un autre aspect à souligner est que la portion droite du cadran sont des critères de la littératie numérique qui mettent en relation avec « l'externe », c'est-à-dire qu'on prend en compte la relation avec des clients, des fournisseurs, d'un public et de l'expérience client.

Schéma 11 : autodiagnostic numérique pour le milieu culturel / Annie Chénier



Source : https://competenceculture.ca/_perfectionnement/developpement-des-competences-numeriques/

En somme, il existe une multitude de modèles de diagnostics numériques. Chacun d'entre eux offre une vision subjective dans l'évaluation de la littératie numérique appliquée à un milieu donné et dans un temps donné. Les technologies et pratiques numériques sont en constante évolution. De ce fait, les outils de diagnostics numériques seront aussi appelés à être revus régulièrement.

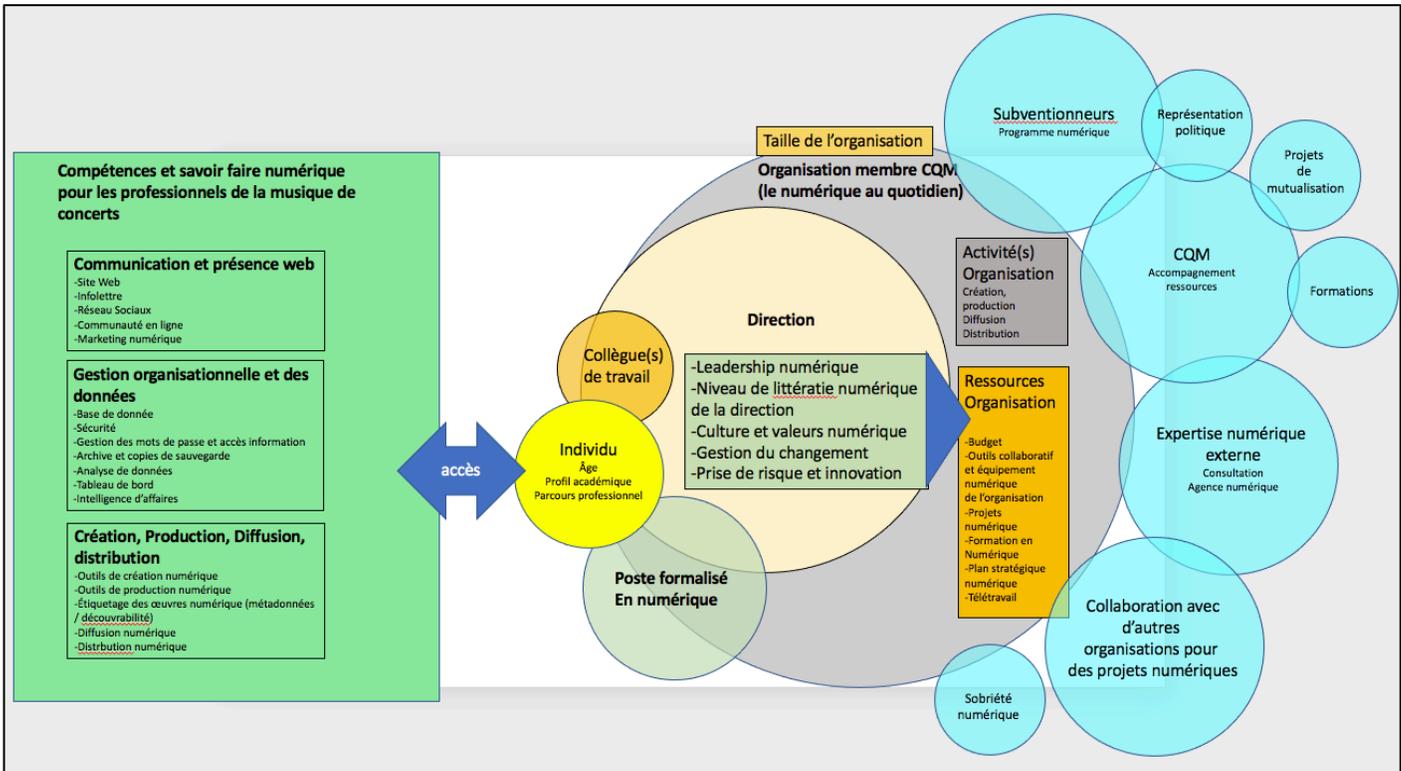
Inspiré par les modèles vus précédemment, un reclassement des dimensions et sous-dimensions a été effectué de manière à ce que l'inventaire des critères d'évaluation applicables de la littératie numérique corresponde à la réalité des professionnels de la musique de concert.

Schéma 12 : dimensions et sous-dimensions applicables de la littératie numérique correspondent à réalité des professionnels de la musique de concert.

<p>Profil du participant</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tranche d'âge -Parcours professionnel -Titre(s) professionnels actuels -Parcours académique <p>Profil de l'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> -Taille de l'organisation (NB employé) -Poste formalisé en numérique -Principales activités de l'organisation -Situation géographique <p>Le numérique au quotidien</p> <ul style="list-style-type: none"> -Définition du numérique -Accès (matériel et outils numériques) -Leadership numérique -Innovation et prise de risque -Projet numérique -Gestion du changement -Valeurs numériques (ouverture, collaboration, partage) -Télétravail <p>Communication et présence web</p> <ul style="list-style-type: none"> -Accès internet haute vitesse -Site Web -Infolettre -Réseaux sociaux -Communauté en ligne -Marketing numérique -Plan stratégique (référencement / contenu / communication) <p>Gestion organisationnelle et des données</p> <ul style="list-style-type: none"> -Base de données -Sécurité -Gestion des mots de passe et accès information -Archive et copies de sauvegarde -Analyse de données -Tableau de bord -Intelligence d'affaires <p>Création, Production, Diffusion, distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> -Outils de création numérique -Outils de production numérique -Étiquetage des œuvres numérique (métadonnées / découvrabilité) -Diffusion numérique -Distribution numérique <p>Transformation numérique : Impacts, Besoins et priorité</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plan stratégique numérique -Sources de financement pour projets numérique -Prochain investissement en numérique -Budget de formation en numérique <p>Sobriété numérique</p> <ul style="list-style-type: none"> -Impacts environnementaux de l'utilisation du numérique <p>Le CQM en mode numérique</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rôle du CQM dans l'accompagnement de la littératie numérique -Formation en numérique du CQM -Site Web du CQM / ressources en ligne
--

À la lumière de tout ce qui a été évoqué dans les sections précédentes, voici un schéma qui représente l'environnement des variables de la littératie numérique et des dimensions associées à un individu qui évolue dans le secteur de la musique de concert. Au centre, en jaune, l'individu et son profil, dans notre cas, un professionnel de la musique de concert. À gauche, l'ensemble des compétences numériques spécifiques à l'ensemble des professionnels de la musique de concert. À droite, l'étendue des environnements de travail d'un membre. En gris, le numérique au quotidien, soit l'organisation et la taille de celle-ci dans laquelle l'individu évolue et de la dynamique de la littératie numérique dans son environnement de travail auquel l'individu est exposé. Notamment, ses collègues, une ressource spécialisée en numérique, la direction qui influe sur la culture organisationnelle et la disponibilité des ressources. Finalement, en bleu, complètement à droite, d'autres facteurs d'influences externes extra organisationnelles de la littératie numérique de l'individu pouvant avoir un impact (subventionneurs, CQM, expertise numérique externe, collaboration avec d'autres organisations).

Schéma 13: Synthèse l'environnement des variables de la littératie numérique et des dimensions associées d'un individu qui évolue dans le secteur de la musique de concerts



4. Méthodologie

La première étape de ce projet a été de faire une recherche de littérature en ce qui a trait à la littératie numérique afin d'établir les paramètres du sujet comme nous l'avons vu dans les sections précédentes. Une autre grande partie du travail de recherche a été d'effectuer un recensement des questionnaires de diagnostic numérique qui ont été produits dans différents secteurs et aussi dans le milieu culturel. Des différents questionnaires et outils de diagnostic, une analyse des différentes dimensions et sous-dimensions afin de déterminer quels sont les aspects de la littératie numérique qui s'appliquent plus spécifiquement aux professionnels de la musique de concert.

Suite à ce processus, un guide d'entrevue a été créé et conçu pour faciliter l'échange avec les participants sur une multitude de thématiques en fonction de leur profil et de celui de leur organisation, mais avant tout en tenant compte des réalités du secteur culturel et du milieu de la musique de concert. Les entrevues semi-dirigées permettaient aux dix participants d'aborder d'autres enjeux ou problématiques liés à la littératie numérique et qui n'aurait pas été retenue ou prévus dans le guide d'entrevue.

De plus, afin d'assurer une représentativité similaire à l'ensemble des membres du CQM, il fallait aussi s'assurer d'une diversité dans la sélection des dix participants quant à leurs profils (âge, titre professionnel) et à l'organisation qu'ils représentent (taille, régions, style musical).

Création du guide d'entrevue

À partir des dimensions et des sous-dimensions de la littératie numérique recensées, on constate qu'il a plusieurs classifications possibles. La création de dimensions et de sous-dimensions est tributaire du contexte et du secteur que l'on veut évaluer. En l'occurrence, il s'agit globalement d'évaluer comment se manifeste la littératie numérique chez les professionnels de la musique de concert dans leur environnement de travail à travers les neuf dimensions suivantes :

<p>Profil du participant</p> <p>Profil de l'organisation</p> <p>Le numérique au quotidien</p> <p>Communication et présence web</p> <p>Gestion organisationnelle et des données</p> <p>Création, Production, Diffusion, Distribution</p> <p>Transformation numérique: Impacts, Besoins et Priorité</p> <p>Sobriété numérique</p> <p>Le CQM en mode numérique</p>
--

À travers ces dimensions inspirées de celles qui ont été recensées préalablement ont émergé une multitude de sous-dimensions desquelles ont été répertoriées plus de 60 questions dans un tableau (annexe 3) qui a servi de socle pour la création du guide d'entrevue. De plus, la création d'une grille comparative des diagnostics numériques mentionnée dans la section ci-haut a permis d'évaluer les points de convergence de ceux-ci dans leur interprétation et des catégorisations possibles de la littératie numérique (annexe 4). Cela a

permis de refaire une classification adaptée aux contextes de travail des professionnels de la musique de ce présent projet.

D'autre part, selon le profil du participant ou de l'organisation qu'il représente, certaines questions n'étaient pas pertinentes ou ne correspondaient pas à sa réalité, ou à celle de son organisation. Trois des dix entrevues se sont déroulées de manières accélérées par contrainte de temps, c'est pourquoi ce ne sont pas toutes les mêmes questions qui ont été posées à chaque participant. Il s'agissait plutôt de prioriser les questions qui semblaient les plus pertinentes, reliées au contexte du répondant afin d'approfondir l'évaluation de la littératie numérique.

Questionnaire pré entrevue

Une fois les invitations acceptées, les participants étaient invités à répondre à un court questionnaire de pré entrevue (annexe 6). D'une part, ce questionnaire en ligne permettait de communiquer les conditions d'entrevue et aussi d'obtenir leur consentement par une signature électronique.

(https://hecmontreal.eu.qualtrics.com/jfe/preview/SV_3CqOvJB1F3h2mKp?Q_SurveyVersionID=current&Q_CHL=preview)

Les dix participants ont été très généreux, au total c'est plus de 1250 minutes d'entrevue en télé présence recueillie.

Dans la présente recherche, nous nous concentrons sur les musiques de concert représentées par le CQM. C'est-à-dire les styles qui regroupent les musiciens professionnels et les ensembles des musiques classiques, baroque, jazz, électroacoustique et contemporaine. Ses membres œuvrent dans les secteurs

de la création, de la production, de la diffusion, de la recherche et de l'éducation. Par ses services individuels et collectifs, ils contribuent au développement de la communauté musicale québécoise et à son rayonnement. Il faut noter que cette recherche exclut les professionnels de musiques dites « populaires » comme le hip-hop ou le rock et qui sont représentées par d'autres réseaux de professionnels de la musique.

Les dix participants de cette recherche représentent bien l'ensemble du membrariat du CQM. On y retrouve une variété de profils individuels en termes de tranche d'âges et de statuts professionnels. En entrevue, des participants se définissent en tant que musicien interprète, musicien auteur-compositeur, producteur, gérant d'artiste, directeur d'organisme, travailleur culturel et diffuseur. Ci-bas, une synthèse des profils des participants et de leur organisation.

Schéma 14 : Synthèse des profils des participants

répondant	tranche Age	Votre statut professionnel	niveau d'études	formation en musique	Taille de l'organisation	poste formalisé en numérique	Principale(s) activité(s) de votre organisation
1	55-65 ans	Direction d'organisme	universitaire - 2e cycle	oui	1 à 5 employés	0	Production d'enregistrement sonore, Production de concerts, Diffusion, Édition
2	65 et +	Direction d'organisme, Travailleur culturel, Diffuseur	inconnue	non	1 à 5 employés	0	Diffusion
3	35-45 ans	Musicien interprète, Direction d'organisme	universitaire - 2e cycle	oui	1 à 5 employés	0	Production de concerts
4	45-55 ans	Musicien interprète	universitaire - 2e cycle	oui	1 à 5 employés	0	autre (Interprétation)
5	45-55 ans	Direction d'organisme	universitaire - 1er cycle	non	6 à 20 employés	0 (mais stagiaire en numérique)	Production de concerts
6	45-55 ans	Direction d'organisme	universitaire - 2e cycle	oui	6 à 20 employés	0	Diffusion
7	25-35 ans	Producteur, Travailleur culturel	universitaire - 1er cycle	non	1 à 5 employés	0	Production de concerts
8	35-45 ans	Travailleur culturel, Musicien interprète, Musicien auteur/compositeur	universitaire - 2e cycle	oui	1 à 5 employés	0	Production de concerts, Autre (Interprétation)
9	65 et +	Gérant d'artiste	universitaire - 2e cycle	non	1 à 5 employés	0	Maison de gérance, Agence de spectacle, Distribution
10	25-35 ans	Travailleur culturel, Autre	universitaire - 2e cycle	oui	20 employés et +	7	Production de concerts, Diffusion

Du côté organisationnel, les participants représentaient aussi un échantillon diversifié de l'ensemble des membres du CQM par la taille des organisations, des activités d'opération et des styles musicaux. Ce qui en soi offre une perspective assez large du milieu des professionnels de la musique.

5. Analyse de la littérature numérique des répondants

Tout d'abord, la diversité des profils de nos participants permet de dresser un portrait assez large de la littératie numérique des professionnels de la musique de concert. Cette analyse est un sommaire des points saillants de l'ensemble des entrevues et a pour objectif de faire l'état des lieux de la littératie numérique des membres du CQM. De plus, le caractère transversal qu'impose le numérique permet d'analyser des dimensions qui ont des terrains communs. Par exemple, la question des données peut se trouver dans plusieurs dimensions et sous-dimensions, car elle peut être abordée sous plusieurs angles selon le profil de l'individu et selon la nature de son statut professionnel.

Profil du participant

On peut déjà avancer que le contexte de travail des participants est très variable et implicitement évoque des compétences spécifiques à chaque profession et de surcroît différentes réalités numériques. Par exemple, un gestionnaire d'organisme n'a pas besoin des mêmes compétences numériques qu'un musicien interprète pour atteindre des objectifs spécifiques liés à leurs pratiques professionnelles. Lorsqu'un individu porte plusieurs rôles professionnels comme notre répondant numéro sept, qui déclare être travailleur culturel, musicien interprète, musicien auteur-compositeur, la multiplication des rôles aura pour incidence l'exposition à différents points d'accès, compréhension et utilisation d'outils numériques pouvant générer un potentiel d'une plus grande littératie numérique individuelle.

Le premier constat que l'on peut tirer chez nos participants est que 50% de nos répondants se considèrent comme ayant plus d'un statut professionnel. Ce qui,

en quelque sorte, démontre que ces participants ont une littératie numérique plus approfondie, car ils sont aussi exposés à différentes réalités numériques.

L'âge des participants est assez varié, nous retrouvons au moins un participant par tranche d'âge, sauf pour la tranche 18-24 ans pour qui nous n'avons pas eu de participants. Dans l'échantillonnage, les 45-54 ans sont ceux qui sont les mieux représentés dans cette enquête avec trois participants. Finalement, il y a un des participants dont il n'a pas été possible d'obtenir cette donnée.

Dans le cas qui nous intéresse, l'âge n'est pas un frein majeur, car dans l'exercice pratique professionnel ce facteur est amenuisé par la formation continue. Par contre, chez nos participants plus âgés, la perception de la charge de travail à entreprendre pour faire le virage numérique est perçue de façon beaucoup plus lourde. S'engager dans un processus d'augmentation de sa propre littératie numérique demande beaucoup d'énergie et chez un de nos participants, proche de sa retraite se demande « si tout ça en vaut vraiment la peine ».

Parcours professionnel

En ce qui concerne leur parcours professionnel, 60% des personnes interrogées ont une expérience passée ou présente comme musicien professionnel qui évoque implicitement une compréhension et une sensibilité du rôle de l'artiste. Plusieurs d'entre eux sont devenus au fil du temps des gestionnaires d'organisations culturels et sont retournés sur les bancs d'école afin de développer des compétences en gestion, ce qui favorise aussi le niveau de littératie numérique.

D'autre part, une de nos participantes a mentionné avoir habité en Corée du Sud dans le cadre de son parcours professionnel. Elle a évoqué que le fait d'avoir évolué dans un pays et un environnement où la technologie est adoptée à plus grande échelle dans la société constitue un facteur non négligeable de la littératie numérique d'un individu. En effet, cette expérience professionnelle a suscité une ouverture chez notre répondante et ce bagage peut potentiellement constituer un potentiel d'influence en organisation, lorsque partagé.

Quant à la littératie numérique liée au parcours professionnel de nos répondants, on peut constater qu'il y a un écart significatif entre les musiciens interprètes ayant eu un parcours plus linéaire comparativement aux gestionnaires ou aux travailleurs culturels. En effet, dans l'exercice de leurs fonctions, les travailleurs culturels sont exposés à différentes réalités numériques touchant à plusieurs dimensions. Dans le cas d'un musicien interprète en musique classique par exemple, la majorité de son travail se concentre principalement sur la maîtrise de son instrument. Il y a bien sûr d'autres aspects connexes du travail de musiciens liés au numérique (comme des partitions numériques ou des échanges de pistes audio par courriel), mais généralement le besoin d'accroître la littératie numérique pour un musicien interprète demeure un objectif secondaire. Tandis que pour des gestionnaires ou travailleurs culturels, la relation avec les outils numériques et les TIC s'accroît plus rapidement au fil du temps. On parle alors de deux environnements numériques distincts selon la profession.

Malgré la variété de statuts professionnels de notre échantillon, il est tout de même possible de regrouper les gestionnaires et les travailleurs culturels qui ont

des réalités numériques similaires qu'ils soient gérants, producteurs, directeurs généraux, chargés de communication ou même coordonnateurs. La structure et les opérations des organisations naviguent sensiblement dans les mêmes eaux numériques, notamment au niveau des communications et de la gestion des données. Cependant, il y a une nette distinction à faire avec les musiciens interprètes dont l'environnement numérique exige une compréhension et des compétences distinctes dans l'utilisation des technologies. Il sera néanmoins possible d'offrir un portrait plus général de la littérature numérique des professionnels de la musique en tenant compte de la différence de ces deux grandes catégories de profil et d'organisation.

Profil académique

Du côté académique, nos participants ont tous, sans exception, un parcours universitaire. Même que plusieurs d'entre eux ont plusieurs diplômes, de premier et même de deuxième cycle. La plupart ont des formations reliées au domaine de la musique, combiné à des formations en gestion ou en droit.

Selon le style musical, force est de constater qu'il semble y avoir peu d'enthousiasme à intégrer des notions numériques ou des outils technologiques notamment en musique classique et en musique traditionnelle, plus spécifiquement en création et en représentation scénique. Si la nature du métier de musiciens classique, par exemple, est forgée sur une identité qui invite à la préservation des façons de faire de l'époque, le numérique arrive donc plus difficilement à s'y frayer un chemin.

En contrepartie, des initiatives émergent de ces milieux et offrent des expériences numériques en mode test pour valider l'apport du numérique à

leurs productions. Dans certains cas, il y a tout de même une ouverture réelle, une participante gestionnaire d'une salle de concert a dit : « je rêve du jour où l'on pourra utiliser nos téléphones dans une section [dans une salle de concert] et offrir de la réalité augmentée. »

Naturellement, des compositeurs de musique contemporaine ou électroacoustique, par exemple, sont attirés par le numérique qui fait partie intégrante de la pratique et du caractère exploratoire de leur démarche. Généralement, il y aura une corrélation directe quant à l'intégration du numérique en concert ou en composition et qui varie grandement selon le style musical pratiqué.

Les cercles d'un style musical donné peuvent aussi avoir une influence sur l'ouverture générale au numérique. De plus, chez nos participants, seulement un professionnel a un poste formalisé en numérique et fait partie d'une organisation de plus de 20 employés, ce qui représente une minorité de l'échantillonnage.

Profil de l'organisation

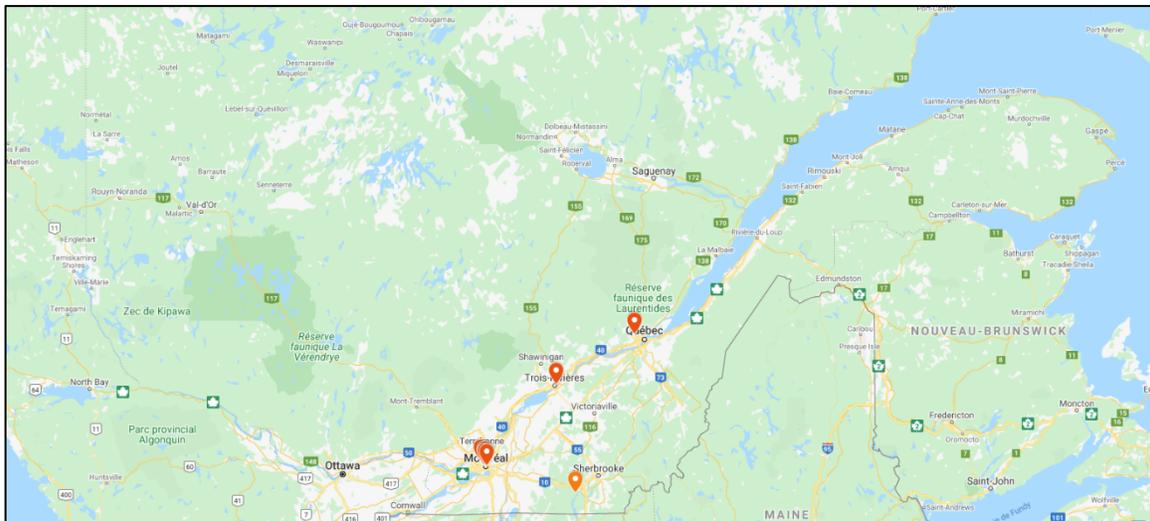
Afin de dresser le portrait de la littératie numérique d'une organisation, il faudrait idéalement analyser et « additionner » la littératie numérique de tous ses employés. Dans le cadre de ce projet, on doit comprendre que le profil des organisations est basé sur un point de vue subjectif et partiel d'un individu dont la perspective est limitée par sa propre littératie numérique et de sa connaissance de l'ensemble des opérations de son organisation. Par contre,

certaines variables comme l'emplacement géographique, la taille de l'organisation et la présence d'employé(s) ayant un poste formalisé en numérique, peuvent tout de même être des facteurs reliés à la littératie numérique du profil organisationnel.

Géographie

Concernant l'emplacement des organisations, les sièges sociaux des organisations sont principalement situés dans la grande région de Montréal, il y a aussi 2 organisations qui sont basées à Québec et une autre dans la région de Trois-Rivières. Finalement, une autre organisation provient d'un milieu rural. Tout compte fait, l'échantillonnage fait lors de cette recherche en ce qui a trait à la situation géographique des organisations est sensiblement assez similaire à l'ensemble des organisations membres du CQM, c'est-à-dire qu'il y a une forte concentration des activités dans la région de Montréal.

Schéma 15 : Provenance des participants du présent projet



Si on compare avec les 296 membres du CQM, les sièges sociaux sont en provenance à 67% de la région de Montréal, 7% de la région de la ville de Québec et 26% des autres régions de la province. La géographie d'une organisation peut être un facteur déterminant pour l'accès à des ressources expertes en numérique ou pour l'embauche d'une ressource spécialisée en numérique. Par exemple, une des participantes souligne la difficulté de trouver une autre ressource qui aurait les mêmes compétences numériques tout en ayant une compréhension approfondie et un intérêt marqué pour le secteur de la musique, car elle se trouve en région. Elle mentionne : « À Montréal, quand on ouvre un poste, on n'a jamais ce problème-là, on a tellement de candidats potentiels qu'on peut choisir le candidat vraiment en fonction de ce qu'on cherche précisément. » Cette participante arrive à ce constat, car elle a aussi travaillé à Montréal dans le cadre de son parcours professionnel et est en mesure d'en faire la comparaison.

Lorsque nous avons demandé aux participants dans le questionnaire d'entrevue, quelles sont les principales activités de votre organisation? Voici l'ensemble des réponses :

Tableau 2 : Principales activités opérationnelles des organisations participantes

Participant 1	Production d'enregistrement sonore, Production de concerts, Diffusion, Édition
Participant 2	Diffusion
Participant 3	Production de concerts
Participant 4	Autre : Interprétation
Participant 5	Production de concerts
Participant 6	Diffusion
Participant 7	Production de concerts

Participant 8	Production de concerts
Participant 9	Maison de gérance, Agence de spectacle, Distribution
Participant 10	Production de concerts, Diffusion

Faits à noter, 60% ont déclaré que leur organisation concentre leurs activités en productions de concerts. Quatre autres participants ont affirmé faire de la diffusion et finalement trois organisations ont plus d'un secteur d'activités parmi leurs opérations. De la même manière que la littératie numérique individuelle, la multiplication des secteurs d'activités d'une organisation sera un substrat des environnements numériques de celle-ci.

Taille des organisations et poste formalisé en numérique

La taille des organisations est un facteur considérable de la littératie numérique. En effet, pour un individu qui évolue dans une petite organisation, il n'aura pas nécessairement accès aux mêmes bassins de littératies numériques.

Sept des participants, incluant un musicien interprète (considéré comme travailleur autonome), sont issus d'organisations de petite taille dont le nombre d'employés à temps plein varie d'un à cinq employés. Deux autres organisations de taille moyenne font aussi partie de la recherche (6 à 20 employés). Plusieurs organisations ont des employés à temps partiel et des bénévoles dont le domaine d'expertise est souvent lié au domaine de la comptabilité, de la coordination ou des communications.

Finalement, l'organisation de grande taille (21 employés et plus) bénéficie de sept employés à temps plein dont le poste est formalisé en numérique en plus

d'avoir le soutien de ressources externes spécialisées en marketing numérique ou en sécurité des données, par exemple. Le fait d'avoir des employés ayant un poste formalisé en numérique dans son organisation est de facto lié directement à la littératie numérique globale de l'organisation. Aussi, en ayant un ou des employés dont le poste est formalisé en numérique constitue un réel vecteur de littératie numérique pour les autres employés avec qui ils ont des interactions. Que ce soit pour le partage de connaissances dans la compréhension et l'utilisation des outils numériques.

Tableau 3 : Tailles des organisations en fonction du nombre d'employés

Petite organisation 1 à 4 employés	7
Moyenne organisation 5 à 20 employés	2
Grande organisation 21 et + employés	1

Autre constat, l'impact de la pandémie a eu pour effet la mutation des rôles chez les diffuseurs de concerts vivants. Par exemple, les deux organisations qui se sont déclarées comme diffuseurs ont entrepris un virage en production numérique pendant la pandémie. Les organisations ont voulu bonifier leur offre en produisant des captations de concerts, provoquant une incidence sur les compétences et l'usage des outils numériques de captations à acquérir. En d'autres mots, il y a eu une nécessité d'augmenter leur littératie numérique dans leurs organisations et auprès de leurs employés.

L'organigramme des petites et moyennes organisations ne dispose d'aucune ressource interne dont la force de travail est entièrement dédiée au numérique. Il s'agit d'un facteur défavorable marquant pour le développement de la

littératie numérique au quotidien. Ce qui a pour conséquence, dans ces petites organisations, d'attribuer l'ensemble des tâches liées au numérique à la personne chargée des communications ou à de l'expertise externe.

Une seule personne parmi les petites et moyennes organisations interrogées a pu bénéficier d'une ressource entièrement dédiée au développement numérique dans le cadre d'un stage. L'expérience a été très bénéfique et la répondante qui occupe un poste de directrice générale considère que cette ressource dédiée a grandement accéléré la transformation numérique pendant une période de quatre mois.

Somme toute, la structure organisationnelle est un facteur important de la littératie numérique, il offre à un individu un environnement et un potentiel d'accès à des interactions ou à des ressources selon la taille de l'organisation. On peut aussi comprendre que les grandes organisations opèrent généralement dans des milieux urbains où s'y trouve une concentration d'expertise numérique. Pour les petites organisations en région, la réalité est tout autre, il est plus difficile de trouver des ressources dédiées au numérique. Bref, il s'agit de l'effet boule de neige, selon la taille de l'organisation et de la situation géographique, un individu aura des chances de se développer numériquement parlant en évoluant dans un environnement de travail favorable.

Le numérique au quotidien

Maintenant que nous avons une meilleure idée du profil des participants et des organisations qui représente l'ensemble du membrariat du CQM, commençons à décortiquer la littératie numérique des participants et des organisations. Dans cette dimension nommée « le numérique au quotidien », nous abordons principalement la dynamique des organisations dans l'utilisation des outils de

collaboration, la volonté d'innovation, la tolérance à la prise de risque et le leadership numérique. Mais avant tout, nous avons demandé aux participants, en leurs mots, quelle est leur définition du numérique. Voici ce qu'ils nous ont répondu:

-« Le numérique est une autre façon de capturer, de sauvegarder, de traiter et d'échanger des données. »

-« Technologie permettant un partage d'information visuelle et/ou auditive rapidement, voire instantanément, et ce à travers la planète. »

-“C'est l'univers dans lequel les informations sont codées avec des chiffres et des symboles.”

-“En lien avec les technologies et l'informatique. Autant une façon de communiquer que de partager du contenu.”

-«Le "numérique" est un mot-valise, un concept flou utilisé par certaines instances pour regrouper dans un outil de communication simple plusieurs pratiques culturelles complexes qui, souvent, n'ont que peu en commun si ce n'est d'utiliser des outils actuels. »

Si on fait la compilation des mots clés surlignés en gras, nous pouvons constater que la définition du mot numérique pour les participants est sommairement près de celles que nous avons retenues plus tôt. Même si les réponses sont succinctes, l'ensemble de ces réponses sont partiellement valable et offre tout de même un portrait vulgarisé de façon morcelée de ce que représente le numérique chez nos participants.

Ensuite, il a été demandé aux participants s'ils savaient ce qu'est la littératie numérique. Encore une fois le néologisme est relativement méconnu et représente un univers à définir pour eux. Cinq des répondants ont avoué ne pas connaître ce qu'est la littératie numérique et ce qu'elle représente.

À la suite de la lecture de définition de la littératie numérique du gouvernement du Québec aux participants, la totalité d'entre eux était surprise de l'ampleur du vaste cadre conceptuel qu'elle impose. En amorçant les entrevues avec ce petit exercice, l'objectif était d'établir un socle commun pour le restant de l'entrevue et que le participant considère ses réponses dans une optique élargie de la littératie numérique.

Les outils numériques de collaboration

Lorsqu'on aborde la dimension « le numérique au quotidien », une des caractéristiques qui se dégage est la relation que nous avons avec les appareils technologiques dans l'esprit de l'ubiquité numérique et tout ce qu'elle implique. En effet, depuis que le numérique prend de plus en plus de place dans nos vies, nos actions se concentrent davantage par l'intermédiaire d'un ordinateur ou d'une interface liée aux TIC. Au-delà des outils numériques, il y a aussi le facteur humain qui est à considérer, particulièrement tout ce qui touche à la notion de leadership et de la gestion du changement.

D'abord, l'accès, la compréhension et l'utilisation des outils numériques de collaboration, tels que documents partagés (Google docs et autres) ou des outils de visioconférence sont généralement utilisés de façon efficace en organisation. La plupart des participants ont personnellement une bonne

compréhension et utilisation de ces outils, peu importe l'âge ou la taille de l'organisation. Ils considèrent aussi que ces outils sont une façon efficace de générer davantage de productivité et que la pandémie leur a permis d'approfondir leur maîtrise des outils de collaboration numérique. Il en va de soi avec l'ouverture au télétravail, même dans un contexte post-pandémique.

D'ailleurs, un des aspects positifs de la pandémie est l'ouverture au télétravail et l'augmentation de la littératie numérique liée aux outils collaboratifs.

L'apprentissage accéléré des outils de visioconférence, de documents partagés ou d'applications collaboratives a eu un effet bénéfique sur la perception, l'usage des outils et des valeurs numériques. Pour nos répondants, travailleurs culturels et directeurs généraux, la possibilité de faire partiellement du télétravail devient graduellement une norme dans les conditions de travail. Même que certains participants ont perçu une meilleure productivité pendant les mois de confinement, ce qui concorde avec d'autres secteurs d'activités. Cette observation va dans le même sens de l'enquête de NETendances du CEFRIO.

Par contre, pour un musicien interprète, l'environnement de travail et de collaboration est tout autre, car la musique demeure un art vivant. Pour un musicien interprète, pour l'instant, il n'y a pas d'outils numériques adaptés ou suffisamment performants qui permettent de faire de répétitions à distance ou de recréer l'expérience en présentiel en groupe.

D'autre part, nous avons posé des questions qui sont directement liées aux valeurs numériques, c'est-à-dire dans l'esprit de collaboration : la co-création, la mutualisation et l'ouverture. Nous avons constaté que l'ensemble des

répondants sont plutôt « ouverts » à la collaboration. D'un côté, la collaboration avec d'autres organisations du secteur de la musique, mais aussi avec d'autres organisations d'autres secteurs connexes. De l'autre côté, la collaboration est aussi présente à l'intérieur des organisations.

Leadership

Nous avons constaté que la volonté de la collaboration est assez présente et que le leadership de l'organisation est souvent tributaire de l'enthousiasme d'adhérer aux valeurs numériques.

Au moins huit participants ont mentionné avoir un ou des projets numériques en cours de chantier. Pour trois de nos participants, ces projets numériques ont été mis en branle suite à l'arrêt des activités liées à la COVID-19. Du point de vue des facteurs internes, l'aval de la mise en œuvre des projets numériques est intimement lié aux décideurs et leur niveau de littératie numérique. En effet, la compréhension approfondie des dirigeants du potentiel innovant de certains projets numériques a un impact direct sur la nature des projets.

Comme nous l'avons vu sur le schéma 13 (Synthèse de l'environnement des variables de la littératie numérique et des dimensions associées d'un individu qui évolue dans le secteur de la musique de concerts), la direction ou les décideurs ont un impact significatif sur l'environnement de travail des organisations et des individus qui la constitue et cela va de soi pour la littératie numérique. Les décideurs sont ceux qui ont le dernier mot sur l'ensemble des accès aux ressources d'une organisation. L'incidence pour un individu se traduit plus concrètement aux budgets consacrés au numérique, à l'accès et aux choix

des outils numériques, aux infrastructures, aux choix des projets numériques, aux formations en numérique, etc. Il s'agit d'un point pivot important quant à l'ouverture et l'enthousiasme au développement de la littératie numérique.

Gestion du changement

Il en va de soi pour la gestion du changement, certains des directeurs ou décideurs se lancent dans des projets numériques sans vraiment avoir de plan pour accompagner les employés dans ces démarches.

Dans le contexte de la pandémie, beaucoup d'organisations ont voulu sauver la mise en se lançant dans des projets numériques, car des subventions ont été bonifiées pour les projets de cette nature. Alors, est-ce qu'on parle de leadership ou on parle plutôt d'opportunisme? Une participante a mentionné en ses mots ce phénomène : « Avec la pandémie, on s'est dit qu'il fallait prendre le bateau numérique ». Sans le facteur externe pandémique et la bonification des subventions accordées aux projets numériques qui ont bousculé les activités d'affaires de ses organisations, il n'est pas assuré qu'ils auraient entrepris l'intensification des démarches de projets numériques.

Chez trois de nos participants, on observe une résistance aux changements quant aux critères de collaboration imposés pour obtenir du financement des projets numériques. Les subventionneurs avaient la volonté de financer des projets numériques à condition qu'il y ait une démonstration d'une forme de collaboration inter organisation. De ce fait, on peut se poser la question, comme un de nos participants l'a fait : « Est-ce une volonté réelle de collaborer ou est-

ce une obligation pour avoir accès à du financement pour développer des projets numériques? ». L'adhésion aux valeurs numériques, comme l'ouverture, le partage et la collaboration font partie de la littératie numérique et deviennent un facteur d'obtention de financement pour des projets. Dans cette optique, la résistance à ce changement dans la façon de créer des projets pourrait considérablement impacter les budgets des organisations qui souhaitent faire cavalier seul.

Prise de risque

Il en va de soi pour la prise de risque liée à de grands chantiers numériques. Les petites organisations doivent prioriser et faire une sélection des projets souvent plus modestes, due aux risques encourus quant aux ressources disponibles. De plus, la notion de risque est plus importante lorsque la survie de l'organisation en dépend et que les projets sont issus des budgets de fonctionnement plutôt que de subventions par projet. Tandis que les moyennes et grandes organisations peuvent se permettre d'explorer plusieurs projets numériques et assumer une plus grande part de risque.

En somme, tout dépendants de la taille des organisations, les outils numériques de collaboration sont perçus positivement, car ils offrent un potentiel gain sur la productivité, la gestion des opérations et une économie de temps.

Cependant, les petites organisations n'ont pas nécessairement besoin de numériser l'ensemble de leurs opérations pour atteindre leur objectif. Par exemple, des outils de gestion de tâches qui viendraient alourdir le processus d'apprentissage de nouveaux outils pour des gains mitigés. En sommes, selon les profils individuels et d'organisations, les gestionnaires, travailleurs culturels

et musiciens comprennent globalement les outils numériques qui s'offrent à eux pour atteindre leurs objectifs.

Cependant, le leadership, la gestion du changement, l'intégration de postes formalisés en numérique et la prise de risques sont des facteurs importants dans la valorisation et l'augmentation de la littératie numérique d'une organisation qui vise la transformation numérique. Sommairement, l'importance de ces facteurs est sous-estimée dans les efforts possibles au quotidien. De façon générale, au-delà de la compréhension et l'utilisation des outils numériques, l'empreinte du leadership des décideurs, moins tangible, est un facteur important de la disposition des ressources, dans la mise en œuvre des projets numériques et de l'évaluation du potentiel innovant. Les décideurs d'organisations sont en quelque sorte les architectes de l'environnement de travail des autres employés. Leur niveau de littératie numérique peut jouer sur la littératie numérique globale de l'organisation et des individus qui la compose.

Communication et présence web

Chez nos répondants, l'accès à internet, aux applications et à des infrastructures n'est pas un enjeu majeur. Par contre, il est important de mentionner que l'accès à internet haute vitesse n'est pas répandu chez la totalité des membres du CQM et du milieu des professionnels de la musique et demeure la porte d'entrée principale pour la littératie numérique. Dans un contexte de crise sanitaire où le télétravail prend de l'importance, l'accès à une connexion internet haute vitesse est le premier facteur déterminant qu'il ne faut pas tenir pour acquis. Voici le portrait de la situation au Québec produit par le CEFRIQ.

Tableau 3 : proportion des adultes ayant une connexion internet à la maison / CEFRIO

Proportion des adultes ayant une connexion à Internet à la maison							
	Total	Hommes	Femmes	18-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55 ans et +
N	12 012	5 862	6 150	3 103	1 949	2 100	4 822
Total Oui	93 %	93 %	92 %	98 %	97 %	96 %	86 %
Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	80 %	80 %	80 %	81 %	83 %	83 %	77 %
Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Dispose de ces deux types de connexion Internet à la maison	10 %	11 %	10 %	14 %	13 %	11 %	7 %

Q : À la maison, disposez-vous d'une connexion Internet? (n=12 012)

Source : CEFRIO <https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2020/09/netendances-2019-00-portrait-ensemble-du-quebec.pdf>

À travers cette dimension, nous avons exploré la question des communications et la présence web. Plusieurs sous-dimensions ont été abordées, notamment : le site web, les réseaux sociaux, les infolettres, le marketing numérique, la stratégie de contenu et numérique, etc. L'objectif de cette dimension était de mesurer les compétences et l'usage, mais aussi l'importance qu'ils accordent aux communications numériques en termes de capacité et d'efforts.

Premièrement, l'ensemble des organisations possède un site web ce qui en soi démontre qu'il est désormais incontournable en 2020. Cependant, la gestion, les mises à jour du contenu et la découvrabilité du site sont très variables en fonction des ressources financières et humaines selon le type d'organisation. Les petites organisations réussissent tant bien que mal à maintenir un site web à jour en fonction de leurs activités. Par exemple, une petite organisation va mettre à jour le contenu de son site pour un lancement d'album, tandis que les moyennes et grandes organisations ont des ressources dédiées à la production et aux mises à jour des contenus.

Un autre phénomène observé dans les organisations culturelles et à vocation musicale, les postes de communication sont de plus en plus responsables de la question numérique. En effet, on délègue souvent, à tort ou à raison, toutes tâches qui requièrent des compétences numériques élargies aux personnes engagées pour faire des communications : « Les communications numériques constituent un sujet complexe et l’habitude de communiquer comme par le passé en adoptant simplement de nouveaux outils sans changer de stratégie est un gage d’insuccès et de surcharge de travail sur votre équipe des communications. »²⁷

Or, il y a une différence notable dans la manière de diffuser du contenu sur ces multiples canaux et assurer une présence dans les médias numériques et sociaux avec une réelle pensée numérique. Pour ce faire, la littératie numérique de la personne qui s’occupe des communications est un point pivot dans la manière de proposer du contenu et de la stratégie qui s’y rattache. Par exemple, plusieurs de nos participants n’ont pas de stratégie SEO pour la mise en ligne de leur contenu sur leur site web, ce qui peut affecter grandement leur découvrabilité.

Côté réseaux sociaux, la plateforme de prédilection pour l’ensemble des répondants est Facebook, simplement parce que leur auditoire s’y retrouve en presque totalité. Les moyennes et grandes organisations ont l’opportunité de développer des auditoires sur d’autres plateformes de réseaux sociaux, principalement ils ont des ressources issues d’une stratégie qui guide leurs actions. Mais pour l’ensemble des répondants, Facebook est un incontournable

²⁷ Lehmann, M. « Mettre à profit les liens naturels entre culture et pensée numérique » <https://www.cqam.org/wp-content/uploads/2019/02/3-formation-communication.pdf>

dans le milieu et demeure la meilleure façon d'atteindre le public sur les réseaux sociaux.

Même son de cloche en ce qui concerne la production d'infolettres. Les grosses organisations ont des stratégies et ont une segmentation dans la production des envois. C'est une tout autre réalité pour un directeur général nouvellement arrivé en poste qui a déclaré : « je ne sais pas comment sont gérées les infolettres, c'est une catastrophe ».

Une société d'image

Nous sommes dans une société où l'on communique de plus en plus par l'image sur les réseaux sociaux et sur le web. Il s'agit d'un phénomène social qui percole aussi dans le milieu de la musique. L'importance de l'image en musique gagne de plus en plus de terrain chez les professionnelles de la musique. Un constat étonnant de prime à bord, car la musique sollicite nos facultés auditives, mais lorsque nous basculons en mode numérique, on remarque que l'image prend de plus en plus de place dans la création et la production d'œuvres et/ou de contenu associé aux œuvres sonores. En d'autres mots, on assiste à la fusion de l'image et de la musique dans les façons de consommer celles-ci.

Les besoins de nouvelles littératies numériques liés à l'image s'accélèrent. Un musicien interprète a mentionné : « Si je mets du matériel en ligne, je veux que ce soit utile pour moi, pour mon image, ma présence en ligne...pour continuer d'avoir une vie dans les arts vivants ». Par exemple, pour les auditions chez les musiciens interprètes on demande maintenant des vidéos pour les auditions et non plus un simple fichier sonore. D'une part, on veut voir ce que l'artiste

« dégage ». En fait, on veut vérifier si l'artiste sera bien représenté dans l'œil de la caméra lors de captation vidéo.

En résumé, l'importance que l'image occupe dans les communications numériques mérite qu'on approfondisse cette question dans le milieu, mais surtout pour les musiciens interprète où l'image devient partie intégrante de la profession.

Ressources externes vs internes

Un autre aspect important de la littératie numérique des organisations est le fait de recourir à des ressources externes pour exécuter des tâches liées aux opérations communicationnelles. Par exemple, la directrice générale d'une organisation de moyenne taille ayant aussi une personne dédiée aux communications nous a déclaré : « Il n'y a aucun contenu qu'on est capable de changer sur le site ». C'est une ressource externe qui le fait pour eux et indirectement impose une contrainte, car il ne travaille pas le vendredi. Cet exemple démontre que l'accès et le savoir-faire numérique interne prennent de l'importance dans la résolution de problèmes, cette dynamique est le reflet des plus petites organisations qui sont tributaires de l'expertise externe pour l'exécution de certaines tâches.

En somme, dans un contexte numérique, les communications et la présence web évoquent un savoir-faire spécifique pour chaque canal et préférablement intégré dans une stratégie. Mais le manque de ressources financières, de temps et de ressources humaines qualifiées fait que les petites organisations doivent se tourner vers de l'expertise externe pour en quelque sorte s'acheter de la littératie numérique. Il y a une différence énorme dans la capacité de produire

du contenu de communication et à résoudre des problématiques numériques lorsqu'on compare la taille des organisations. Pendant que « ...des équipes qui se consultent » au sein des grandes organisations, un employé à temps partiel dans une petite organisation doivent trouver des solutions à lui seul. On peut comprendre qu'il y a un écart significatif du niveau de littératie numérique qui peut être généré selon le nombre de personnes assignées à la résolution de problèmes.

Gestion organisationnelle et des données

Une autre grande dimension de la littératie numérique est la gestion organisationnelle et de la donnée. En effet, la valorisation et l'organisation des données deviennent progressivement au cœur des opérations. Plusieurs sous-dimensions ont été analysées, notamment : les bases de données, l'outil de gestion client, la confidentialité, la sécurité, les archives, les copies de sauvegarde, les analytiques et les tableaux de bord.

Base de données

Le niveau de littératie numérique en valorisation de données est très variable selon le profil de chaque participant. Les musiciens interprètes ont peu ou pas de compétences en cette matière, ils ont peu d'intérêt à approfondir leurs connaissances en cette matière, car ils n'en ont pas vraiment besoin dans l'atteinte de leurs objectifs professionnelle. Ils ont des bases de données très rudimentaires, principalement sur des fichiers Excel épars.

À l'opposé, les travailleurs culturels ont un vif intérêt à tout ce qui touche à la donnée. Ces organisations possèdent des bases de données et pour la plupart

des participants et ils les maintiennent à jour. Ils comprennent aussi qu'il y a un immense potentiel lié à la donnée à développer.

Par exemple, pour une maison de gérance, la fondatrice a investi dans l'accès à une plateforme (<https://www.overture.bio/>) adapté au milieu de la musique où elle gère l'ensemble de ses données. Que ce soit pour les budgets, les contrats, les partitions, l'historique de la relation client et les contacts, etc. Depuis cinq ans, elle considère que ce virage numérique a permis de centraliser les informations et ainsi gagné une grande économie de temps et un gain énorme de productivité. Elle a déclaré : « c'est comme avoir deux personnes de plus au bureau ».

Sécurité des données:

L'ensemble des organisations, sauf une, n'affiche pas de politique de sécurité, de la confidentialité et de l'utilisation des données personnelles sur leur site web. Aussi, il y a rarement des politiques internes quant à la sécurité des données et à son utilisation par les employés. Il s'agit fréquemment d'ententes tacites où l'on mise sur l'éthique de chaque employé sur l'utilisation des bases de données dans un cadre de travail. Les participants sont conscients que l'enjeu de la donnée sensible a de l'importance, mais ne constitue pas une priorité.

En 2019, les caisses Desjardins ont été victimes de vols de données par un employé. Suite à cet événement, seule la grande organisation a réagi en embauchant une firme spécialisée pour encadrer la sécurité de leurs données. Même que pour avoir accès à certaines données sensibles, il faut détenir une clé

RFID. Ce cas d'exception chez nos participants renforce le clivage de littératie numérique des grandes organisations et des petites organisations.

Analyse de données et intelligence d'affaires

Pour cet aspect, il y a autant de variations quant à l'analyse des données et de l'intelligence d'affaires qu'il y a de participants.

Parmi les organisations, seule la grande organisation utilise des tableaux de bord dynamiques et conçus pour les gestionnaires selon le poste qu'ils occupent, car ils jouissent d'un entrepôt de données datant du début des années 2000. L'analyse des indicateurs clés de plusieurs sources de données et de la prise de décisions s'appuyant sur des données, oriente leurs stratégies. Notre participante va plus loin et a mentionné que les rapports d'analyse des données sont communiqués au directeur artistique et influence indirectement les choix de production. Pour les petites organisations, c'est une autre réalité, car les effectifs dédiés à cette dimension sont restreints, on analyse les données de façon plus rudimentaire, nombre de « like » sur les réseaux sociaux et nombre d'écoutes sur les plateformes d'écoutes en continu par exemple.

Les deux organisations de moyennes envergures, des diffuseurs, utilisent des outils d'analyse, notamment au niveau de la billetterie. Il est à noter que les diffuseurs ont certainement une longueur d'avance en littératie numérique pour le volet intelligences d'affaires, ils analysent leurs données régulièrement et prennent des décisions en fonction d'indicateurs de performances clés.

De ce fait, une des participantes qui avait aussi pris part au projet de mutualisation de données du CQM, a rappelé que l'initiative lui a permis d'améliorer ses connaissances et a contribué à augmenter le niveau de littératie numérique du milieu. Notamment, sur l'importance des bonnes pratiques de recueillir des données, nettoyer ses données, structurer ses données et finalement tirer des « insights » sur les croisements des données de façon granulaire.

Interconnectivité de l'écosystème numérique organisationnel

Lorsque nous avons demandé à nos participants s'ils possèdent un système de relation client (CRM), la participante de la grande organisation a répondu : « On n'en a pas un, on en a trois...et tout est interconnecté ». En d'autres mots, cette organisation est pleinement consciente du potentiel de la donnée et a bâti un écosystème numérique permettant d'en exploiter la puissance en dédiant des ressources spécialisées en numérique.

En résumé, les organisations qui ont le savoir-faire en valorisation de données ont clairement une longueur d'avance sur les organisations qui n'en développent peu ou pas le potentiel. Les données analysées peuvent ainsi être d'une grande aide pour la prise de décisions dans la gestion des opérations. Le pouvoir des outils numériques combiné aux données peut ainsi permettre à des organisations d'accéder à l'automatisation de certaines tâches.

Création, Production, Diffusion,

Selon le profil du participant ou de l'organisation, on distingue des compétences complètement différentes d'un métier à l'autre et du sous-secteur d'activité dans la chaîne de valeur du secteur musicale. Même si on parle du milieu de la musique, chacun des professionnels est exposé à des environnements et des outils numériques très différents.

De plus, le fait d'évoluer dans deux chaînes de valeurs (traditionnel et numérique) amène son lot de complexité et de façon de faire chez nos participants. D'autre part, la nature du style de musique pratiqué peut aussi avoir un impact sur l'ouverture au numérique.

Création

En création, on observe qu'il y a tout de même des outils numériques qui peuvent aider les musiciens. Par exemple, les partitions numériques sont une façon efficace de collaborer et de sauver du temps, notamment lorsqu'on veut apporter des modifications ou des annotations de la même façon qu'on pourrait le faire dans un Google doc partagé ou l'on peut modifier le contenu et/ou faire des commentaires.

Pour certains styles musicaux, comme l'électroacoustique, dont des éléments sonores sont enregistrés et reproduits par ordinateurs est évidemment génératrice de la littératie numérique, car elle est au centre du processus de création.

Par contre, la création en musique demeure essentiellement dans un cadre vivant et en présence physique dans la mesure où l'on pratique en vue d'un concert. Certains outils numériques ne sont pas au point pour reproduire cette expérience de façon efficace. Certaines plateformes tentent d'offrir un espace virtuel pour le faire, mais le décalage de millisecondes crée un inconfort chez les musiciens.

En somme, la nature du style musical dans les processus de création est certainement influente sur l'ouverture au numérique et de la littératie qui en découle.

Production

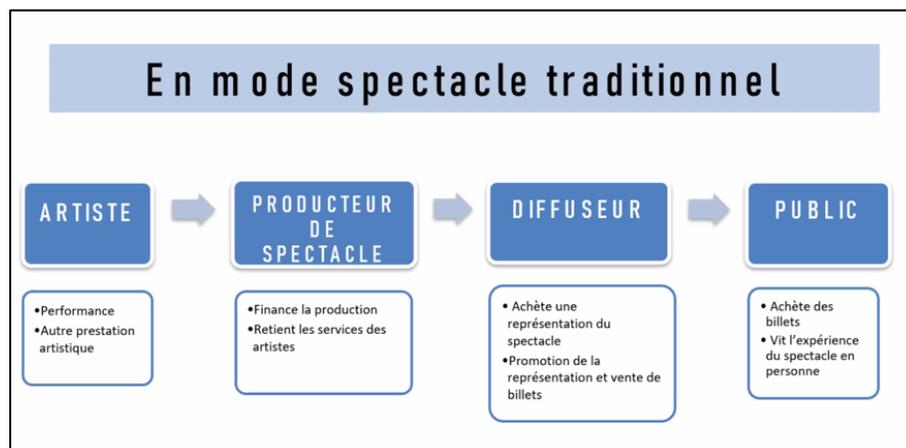
Même son de cloche du côté de la production que l'on parle d'enregistrement sonore, de concert vivant, de production vidéo ou de production en direct sur le web. Il y a de grandes différences selon chaque style musical, ce qui impose une pluralité de littératie numérique. Par exemple, en musique classique, on utilise les outils numériques pour enregistrer des instruments organiques, tandis qu'en musique contemporaine, on utilise les ordinateurs pour produire des sons.

D'autre part, un manque de connaissances et de compétences a été observé dans l'identification et l'étiquetage des œuvres numériques dans le processus de production. En effet, chez la majorité de nos participants on est conscient de l'importance des métadonnées, mais il y a un manque de compétences et de compréhension dans son application et son usage. Il y a certainement un manque de littératie numérique quant à la découvrabilité et de la circulation des œuvres en mode numérique.

Diffusion

En diffusion de concerts vivants, la chaîne de valeur traditionnelle est relativement simple et chaque intervenant a un rôle bien précis. Des spécialistes en gestion de droits dans les domaines de la musique et de l'audiovisuel l'ont schématisé ci-dessous (à la page suivante).

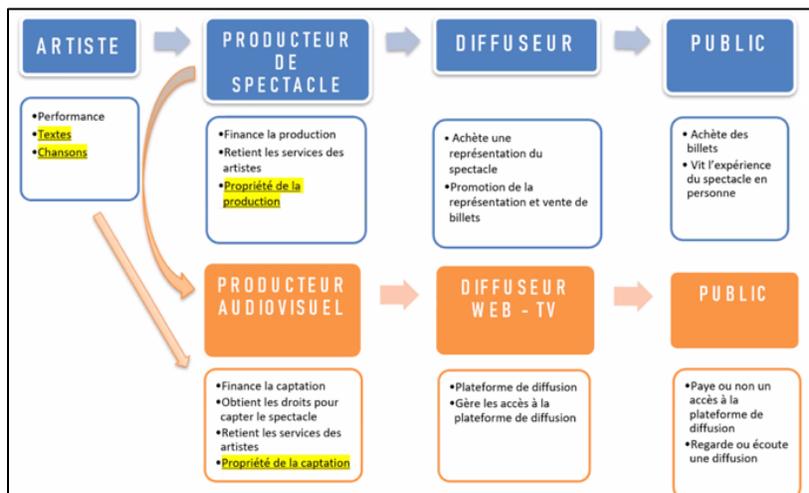
Schéma 17: Chaîne de valeur traditionnelle du spectacle en musique



Source : <https://davidmurphy.ca/>

La pandémie a certainement eu un impact majeur chez les diffuseurs de concerts vivants et leurs changements de rôles. Lorsqu'on les a interrogés, les diffuseurs ont subi une transformation numérique accélérée puisque nos participants ne pouvaient plus utiliser leurs salles ou en capacité réduite. Ils devaient trouver un nouveau moyen de générer des revenus. Ils sont alors devenus producteurs vidéo, ils ont donc dû augmenter leur littératie numérique en captation et offrir une nouvelle expérience en ligne pour les spectateurs. On assiste alors au renforcement d'une chaîne de valeur hybride où le diffuseur est aussi producteur audiovisuel.

Schéma 18: Chaîne de valeur hybride du spectacle en musique



Source : <https://davidmurphy.ca/>

D'autre part, chez les participants, depuis le début de la pandémie, il y a eu beaucoup de diffusion de concerts sur les réseaux sociaux et des plateformes comme lepointdevente.com. Dans une première phase, pendant le confinement, dans un effort de solidarité et d'efforts pour divertir les gens, beaucoup d'artistes diffusaient leur contenu gratuitement sur les plateformes numériques.

Plusieurs constats émergent de cette vague de diffusion numérique de masse pendant la pandémie. Premièrement, la valeur perçue des contenus musicaux est en baisse et a renforcé l'idée de gratuité par offre massive des contenus. De plus, l'expérience vécue chez les spectateurs est plutôt mitigée. Deux participants ont avoué ne pas avoir assisté à l'entièreté des prestations notamment par la mauvaise qualité du son et/ou de l'image. Et finalement, il y a eu un éveil du milieu quant au manque de réglementations claires du droit d'auteur en diffusion numérique. Bref, la diffusion de contenu musical sur les canaux numériques ouvre un nouveau pan de littératie numérique en cette matière. Une compréhension des enjeux liés à ces pratiques reste floue quant à

l'exploitation de la diffusion numérique et des modèles d'affaires qui en découle.

Dans le cadre de ces nouvelles pratiques de diffusion, il est limpide qu'il y a beaucoup de chemin à faire en matière de littératie numérique, de l'étiquetage des œuvres numériques et de la métadonnée afin de favoriser la découvrabilité des contenus (une nouvelle pratique à intégrer). De l'autre côté de l'écran, dans un horizon plus long terme, il y a aussi une littératie numérique à développer quant à l'expérience utilisateur qui ultimement, dans une optique d'innovation, pourrait proposer de nouvelles expériences de diffusion pour les consommateurs et ainsi générer des modèles plus rentables.

Sobriété numérique

L'impact environnemental de l'utilisation des outils numériques commence à faire surface. La majorité des répondants n'ont jamais entendu le terme, toutefois il y avait beaucoup d'intérêt à creuser cette question. En effet, les participants ne sont pas au point de mettre en oeuvre des politiques internes à ce sujet. Cet enjeu aura besoin davantage de rayonnement auprès du grand public avant que cela ne se fasse et devra s'inscrire dans une tendance du milieu et de la société. En somme, il faudra « tirer parti de nos capacités d'analyses pour construire un système numérique qui participe à créer un monde dans lequel ses apports sociétaux essentiels sont assurés d'être préservés. Dans un monde fini, cela signifie de limiter sa consommation de ressources de façon compatible avec les contraintes environnementales. »²⁸. Pour l'instant, la

²⁸ Hugues Ferreboeuf, Rapport intermédiaire Déployer la sobriété numérique, the shift project, 2020

sobriété numérique n'est pas un facteur dominant de la littératie numérique, cependant le sujet mérite qu'on y porte attention.

Transformation numérique: Impacts, Besoins et priorité

Pour le milieu, la création des oeuvres ou des concerts a une valeur inestimable pour célébrer la culture. Mais d'un point de vue purement économique et des consommateurs de musique, la gratuité ou la quasi-gratuité de la circulation des œuvres est un enjeu central.

On peut se poser la question suivante : « quels sont les besoins du milieu pour entreprendre une transformation numérique? » Une participante a d'ailleurs soulevé une observation qui reflète une réalité sur le terrain : « Si je regarde autour de moi, ma collègue (madame X), mon directeur (monsieur X) et même l'ensemble des membres du CA, y'a personne qui est calé en numérique.»

Mais depuis le début de la pandémie et l'annulation des concerts vivants, quel est le « core business » du milieu? C'est une véritable onde de choc qui touche l'ensemble des professionnels de la musique. Allant des musiciens eux-mêmes qui ne performant presque plus, des diffuseurs, des techniciens de salle de spectacles, etc.

Réplique des modèles existants

Chez nos participants, la transformation numérique est amorcée, plus de la moitié des participants ont entrepris des démarches qui vont dans ce sens. Par contre, pour l'ensemble des participants et organisations, il s'agit d'un très grand défi, car ils parcourent des territoires inconnus. Leur niveau de littératie numérique se limite à leur domaine professionnel et les empêche d'innover. Par exemple, plusieurs projets du milieu consistent à reproduire des modèles existants de plateforme de diffusion vidéo comme YouTube, mais du même souffle on veut aussi monétiser le contenu.

Deux des participants ont entrepris des démarches pour mettre en place une plateforme numérique proposant du contenu vidéo spécifique à un style de musique niché.

Le premier cas de figure est un projet qui a obtenu du financement : « Ce n'est pas une demande du public...mais vous ne le saviez pas encore, mais vous en aviez besoin... » Les initiatives ont principalement pour objectif de rassembler les acteurs du milieu et de créer une communauté visant le partage de contenu vidéo numérique. De ce point de vue, on ne peut pas être contre la vertu, car ces projets adhèrent aux valeurs numériques. Cependant, pour que ce type de plateforme soit pérenne, ne faut-il pas d'abord un nombre minimal d'utilisateurs payant où un modèle de revenu qui assure le maintien de la plateforme ?

Plus concrètement, il faut poser la question de la plus-value qu'offriraient en termes de quantité et de qualité de contenu ces nouvelles plateformes, comparativement aux modèles similaires existants et gratuits que sont YouTube,

Viméo et autres dont les revenus proviennent des données destinées aux régies publicitaires.

Est-ce que le modèle d'abonnement payant pour avoir accès à du contenu exclusif niché pourrait soutenir les opérations à long terme de l'initiative? Est-ce que le type et la qualité de contenu pourraient concurrencer de façon pérenne à d'autres types de contenu similaire, comme la diffusion de concert en direct et dont l'offre explose sur des plateformes comme *Spotify*, *musique bleue*, *medeci.tv* ou *le pointdevente.com*?

Le rapport les arts à l'ère numérique du Conseil des arts du Canada a fait le même constat : « les organismes artistiques gênés par une absence de culture numérique n'ont pas été en mesure de mettre sur pied des projets vraiment novateurs. »²⁹

Or, le manque de littératie numérique à ce niveau se traduit dans une vision utopiste chez plusieurs participants et organisations où il suffit de créer sa plateforme en répliquant des modèles existants à plus petite échelle. Cet exemple démontre que le milieu n'a pas atteint la maturité numérique pour être dans un mode innovant, soit le troisième stade de la littératie numérique du modèle de A. Martin et coll.

²⁹ « Les arts à l'ère numérique | Conseil des Arts du Canada ». <https://conseildesarts.ca/recherche/repertoire-des-recherches/2017/02/les-arts-a-l-ere-numerique-analyse-documentaire>

Financement

Lors de la crise sanitaire, certains subventionneurs ont bonifié les enveloppes liées à la captation vidéo, ce qui a généré une incompréhension, voire une frustration chez l'un de nos participants qui évolue dans le milieu jazz et qui mentionne : « L'argent va aux gens qui produisent de la vidéo et non pas aux musiciens ». De ce constat, il est important de remettre en question l'efficacité du financement accordé, est-ce que l'argent va à la bonne place? En quelque sorte, les programmes de subventions dictent le cursus des littératies numériques à pouvoir et soumettent un facteur d'influence sur les individus et organisations.

Indirectement les subventionneurs encouragent la captation de concerts pour aider le milieu musical ce qui provoque un glissement vers une littératie médiatique. Le même participant se questionne sur le bien-fondé de cette aide et fait le parallèle avec l'extinction des ours polaires qui selon lui sont comme les musiciens, destiné à une fatalité : « Est-ce qu'on devrait filmer les ours polaires et se dire dans 50 ans à quel point ils étaient magnifiques ou est-ce qu'on devrait investir pour les protéger des changements climatiques ». Pour les musiciens c'est un peu la même chose, ils font face à de nouveaux environnements numériques dans une chaîne de valeurs qui fragilise leur survie. Or, dans ce contexte, l'aide offerte par les subventionneurs n'est pas adaptée aux besoins plus profonds de littératie numérique pour l'ensemble des professionnels de la musique.

D'autre part, effectuer des demandes de subventions liées au numérique requiert un niveau de littératie minimal requis. Pour les demandeurs, il s'agit d'un obstacle considérable, car ils ne sentent pas en mesure de maîtriser le langage associé à des demandes spécifiques. Une des participantes a résumé ainsi : « On a récemment fait une demande et je dois dire qu'on s'est ennuyé de notre stagiaire [en numérique] qui comprenait toute la patente. »

6. Conclusion

Dans ce travail, nous avons exploré le concept de littératie numérique. Pour cela, nous avons vu que la littératie numérique est un concept dont on ne peut pas mesurer les frontières pour le moment. Dans le même ordre d'idées nous avons également vu que l'évaluation littératie numérique est vaste, multiple, transversale et évolutive qui s'applique à des individus évoluant dans des contextes spécifiques de vie.

Or, en s'inspirant des modèles existants, il a fallu déterminer les facteurs d'influences liés aux environnements de travail et d'en déterminer les dimensions clés dans un modèle de diagnostic adapté aux professionnels de la musique.

Intrinsèquement lié à l'évolution des innovations technologiques numérique dans le temps, ce type de diagnostic est évidemment appelé à être revue et corrigé dans des versions ultérieures. De manière à ce que l'ensemble des dimensions clés s'approfondissent, s'ajoutent ou soient appelées à disparaître.

Suite aux dix entrevues qui ont été effectuées à l'été 2020, l'analyse qualitative de l'échantillon nous a permis, à haut niveau, de souligner les grandes tendances du milieu en matière de littératie numérique et d'apporter des constats quant aux variétés des profils des répondants qui sont liés à des dynamiques organisationnelles issues du milieu de la musique de concert québécois.

La transformation numérique dans laquelle nous sommes plongés outrepassa la simple compréhension ou l'usage d'outils numériques. Que ce soit au travers des nouvelles technologies que sont la géolocalisation, les solutions

informatiques, les mégadonnées, mais aussi dans la façon de communiquer, la transformation numérique a des répercussions dans tous les secteurs et reste fondamentalement un processus humain.

Si l'on transpose le fait social aux professionnels de la musique comme étant des micros-sociétés, l'accroissement de la littératie numérique des individus et des organisations se construit en fonction des environnements ou des interactions auquel ils sont exposés.

Au niveau des facteurs d'influences internes, un leadership fort doté d'enthousiasme est nécessaire afin de diminuer la résistance aux changements. L'adoption des valeurs liées au numérique telles que la collaboration, le partage et l'ouverture ne s'intègre pas du jour au lendemain et dicte un état d'esprit favorable à l'accroissement de la littératie numérique. Or, la gestion du changement devient aussi un élément clé dans l'accompagnement et la transition vers la transformation numérique.

Au niveau individuel, le profil académique est un facteur déterminant de la littératie numérique acquise, surtout lorsque les compétences sont déployées à travers un poste formalisé en numérique dans une organisation et un milieu donné.

Du côté du profil organisationnel, une majorité des professionnels de la musique de concert évolue dans de petites organisations qui ont des ressources limitées et se trouvent généralement dans une position précaire qui, de surcroît, s'est accélérée pendant la pandémie. Généralement, l'ensemble des organisations atteignent leurs objectifs et n'ont aucun problème à atteindre le stade des

compétences, ils arrivent aussi à utiliser les outils numériques efficacement dans leur environnement de travail dans l'atteinte de leurs objectifs. Par contre, l'atteinte du palier de l'innovation semble être la marche qui est plus difficilement atteignable.

La formation continue est aussi une façon d'augmenter les compétences numériques et est aussi un moyen de diminuer les préjugés liés à l'âge. Par contre, il a été observé que ces nouveaux acquis ne se transforment pas systématiquement en littératie d'usage appliqué quotidiennement et encore moins au stade d'innovation.

Du côté des facteurs externes, la chaîne de valeur actuelle laisse beaucoup de professionnels de la musique en plan et qui subissent une pression externe pour accélérer leur transformation numérique. Il va de soi qu'il faut innover pour trouver de nouveaux modèles qui vont générer une chaîne de valeur pérenne et pour se faire, il faut accentuer la littératie numérique des professionnels de la musique.

L'accroissement des points d'accès à la littératie numérique est souhaitable. Cela peut se traduire par un maillage de l'expertise numérique. D'une part, pour combler les besoins techniques en organisation afin d'augmenter leur autonomie dans l'ensemble de l'utilisation des outils numériques.

D'autre part, l'intégration du numérique dans la production artistique de certains styles musicaux comme la musique classique, la musique baroque ou traditionnelle par exemple, peut être un frein au déploiement de la littératie

numérique, car la nature même de la pratique est d'en préserver l'authenticité de l'époque.

Aussi, les programmes de financement liés au numérique dictent indirectement les littératies à développer. Pendant la crise sanitaire, les subventionneurs ont bonifié certains programmes afin de favoriser la captation audiovisuelle. Or, cette approche favorise l'amplification et la multiplication des modèles existants de plateforme de diffusion de contenus musicaux dans un marché saturé. De plus, cette chaîne de valeurs ne permet pas, pour le moment, de générer des revenus significatifs pour l'ensemble des organisations interrogées. Le manque de réglementations claires sur le droit d'auteur sur les plateformes numériques devra être revu de manière à assurer la survie, notamment des petites organisations dans ce modèle.

Un autre phénomène observé est la mutation des rôles professionnels due aux programmes de subventions pour la captation audiovisuels. Par exemple, un diffuseur de concert vivant a réorienté ses opérations en devenant producteur audiovisuel pour obtenir des subventions lui permettant de traverser la crise. Dans le même ordre d'idées, un musicien interprète a aussi voulu créer sa propre plateforme de diffusion de contenu musical, car il y a de l'argent disponible pour ce type de projet. Ne serait-il pas plus efficace d'approfondir la littératie numérique de chacun des métiers du milieu de la musique, de sorte que le musicien interprète puisse approfondir, appliquer et intégrer ses compétences dans l'usage des outils numériques propre à sa pratique professionnelle quotidienne ? De la même manière qu'un diffuseur puisse réinventer l'expérience des concerts en salle à l'aide des outils numériques et non pas qu'il concentre ses efforts à devenir producteur audiovisuel.

Bref, l'idée serait de valoriser chaque profession, les soutenir dans l'exploration des possibilités numériques pour ultimement donner accès à un pouvoir d'innovation et potentiellement créer de la valeur.

Bien d'autres défis sont à l'horizon de la 4^e révolution industrielle en transformation numérique dans l'ensemble des secteurs, notamment la transformation des interfaces et de l'expérience client, la transformation des activités de production et de soutien et finalement la transformation des économies, des modèles d'affaires et des sociétés. Des technologies disponibles aujourd'hui comme l'intelligence artificielle, les objets connectés, l'impression 3D, les chaînes de blocs et les technologies d'exploitation de données massives sont à explorer. Et ce n'est qu'un début! le potentiel du développement numérique est exponentiel et d'autres technologies suivront. Un univers de littératies numériques sera à approfondir dans les prochaines années. Plus simplement, approfondir sa littératie numérique quotidiennement est de se donner des moyens pour créer, le numérique n'est pas une finalité, mais un véhicule pour innover.

Les limites de ce projet

Dans le présent projet, nous avons circonscrit le cadre la littératie numérique au contexte de travail dans l'exercice d'une profession liée au secteur de la musique. Nous avons mis de côté, les littératies numériques liées aux sphères privées et d'identité numérique du point de vue citoyen. Or, la littératie numérique est transversale, l'accès et les compétences acquises en dehors du contexte de travail sont des facteurs à considérer dans une évaluation plus large.

Le secteur de la musique n'échappe pas à la convergence de l'utilisation des nouvelles technologies numériques dans les contextes de travail. Nous avons pu regrouper en deux grandes familles les profils individuels, soit les musiciens interprètes d'un côté et de l'autre où l'on peut regrouper les travailleurs culturels et les gestionnaires. Quant aux organisations, chaque profession et sous-secteur d'activités du milieu de la musique (production, diffusion, gérance et interprétation) ont des besoins pointus en termes d'utilisations particulières des outils numériques liés à leurs pratiques.

La taille de l'échantillonnage qualitatif, soit dix participants, a permis d'évaluer la variété des profils individuels et des organisations à haut niveau permettant d'en dégager des tendances globales pour l'ensemble du milieu. Un échantillonnage plus grand et en mode quantitatif permettrait une évaluation plus granulaire de la littératie numérique des professionnels de la musique de concert en établissant des corrélations statistiques : par profil individuel, par organisation, sous-secteurs d'activités et par dimensions.

Bibliographie

- D. Bawden, « Origins and concepts of digital literacy », *Digital literacies: Concepts, policies and practices*, vol. 30, n° 2008, p. 17–32, 2008.
- D. A. Belshaw, « What is 'digital literacy'? : a pragmatic investigation », PhD Thesis, Durham University, 2012.
- M. Benedetto-Meyer et al., « MIEUX TRAVAILLER À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE : DÉFINIR LES ENJEUX ET SOUTENIR L'ACTION », p. 13.
- M. J. Berger et A. Desrochers, *L'Évaluation de la littératie*. University of Ottawa Press, 2011.
- R. Besson, « « Révolution numérique, révolution culturelle ? » de Rémy Rieffel / Rémy Rieffel, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Gallimard, Paris, 2014, 348 p. », sp, 2014.
- F. Bros, « Devenir e-lettré : quels leviers et voies d'accès à l'écrit à l'heure de la littératie numérique ? », *Savoirs*, vol. N° 38, n° 2, p. 73-90, nov. 2015.
- D. Buckingham, « Defining digital literacy-What do young people need to know about digital media? », *Nordic journal of digital literacy*, vol. 10, n° Jubileumsnummer, p. 21–35, 2015.
- N. Casemajor, G. Bellavance, et G. Sirois, *Rapport de recherche au programme Actions concertées. Pratiques culturelles numériques et plateformes participatives : opportunités, défis et enjeux*. Montréal: INRS - Centre Urbanisation Culture Société, 2018.
- P. Cavallari, « La culture numérique selon Dominique Cardon/Dominique Cardon, *Culture numérique*, Presses de Sciences Po, 2019 », Sens public, 2019.
- F. Cavazza, « Les capacités d'apprentissage et d'adaptation sont les piliers de l'entreprise moderne », *FredCavazza.net*, janv. 29, 2020.

J.-L. Chiss, « De la littératie aux littératies : conceptions et frontières », Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle, vol. 9, n° 9-2, Art. n° 2, janv. 2012.

C. M. Christensen, M. B. Horn, et C. W. Johnson, *Disrupting class: How disruptive innovation will change the way the world learns*, vol. 1. McGraw-Hill New York, 2011.

C. M. Christensen, M. E. Raynor, et R. McDonald, « What Is Disruptive Innovation? », *Harvard Business Review*, n° December 2015, déc. 01, 2015.

S. Corbillé, O. Foli, et J. Tassel, « Ce que les recruteurs font des outils numériques : pratiques, enjeux et paradoxes », *Communication Organisation*, vol. n° 53, n° 1, p. 19-38, juill. 2018.

D. Dagenais, « Littératies multimodales et perspectives critiques », *Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle*, vol. 9, n° 9-2, Art. n° 2, janv. 2012.

O. Erstad, Ø. Gilje, et T. de Lange, « Re-mixing multimodal resources: multiliteracies and digital production in Norwegian media education », *Learning, Media and Technology*, vol. 32, n° 2, p. 183-198, juin 2007.

P. Fastrez, « Quelles compétences le concept de littératie médiatique englobe-t-il ? Une proposition de définition matricielle. », *Recherches en Communication*, vol. 33, 2010.

P. Fastrez et T. De Smedt, « Une description matricielle des compétences en littératie médiatique », présenté à Colloque ACFAS #536: la littératie médiatique multimodale à l'école et hors de l'école, 2011, Consulté le: août 18, 2020.

P. Ferreira-Lopes et A. Sousa Dias, « MUSIQUE ET INTERACTION : ABOUTISSEMENTS, MUTATIONS, ET MÉTAPHORES DE L'INSTRUMENT DE MUSIQUE NUMÉRIQUE », août 2020.

C. B. Frey et M. A. Osborne, « The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? », *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 114, p. 254-280, janv. 2017.

C. Gava, « La littératie numérique : une nouvelle (r)évolution ? », p. 21.

J. Gerbault, « Littératie numérique. Les nouvelles dimensions de l'écrit au 21^{ème} siècle », Recherches en didactique des langues et des cultures. Les cahiers de l'Acedle, vol. 9, n° 9-2, Art. n° 2, janv. 2012.

M. Haight, A. Quan-Haase, et B. A. Corbett, « Revisiting the digital divide in Canada: the impact of demographic factors on access to the internet, level of online activity, and social networking site usage », Information, Communication & Society, vol. 17, n° 4, p. 503-519, avr. 2014.

M. Hébert et M. Lépine, « De l'intérêt de la notion de littératie en francophonie : un état des lieux en sciences de l'éducation », globe, vol. 16, n° 1, p. 25-43, 2013.

J. Jouët et R. Rieffel, *S'informer à l'ère numérique*. Rennes (Presses universitaires de), 2013.

A. Laborde, « Les incivilités numériques au travail: Problématiques émergentes dans le contexte de la transformation numérique des organisations », rfsic, n° 9, sept. 2016.

N. Lacelle, M. Richard, V. Martel, et M. Lalonde, « DESIGN DE COCRÉATION INTERINSTITUTIONNELLE FAVORISANT LA LITTÉRATIE EN CONTEXTE NUMÉRIQUE », recherchesImm, vol. 9, 2019.

C. J. Lankshear et M. Knobel, « Introduction: Digital literacies: Concepts, policies and practices », Peter Lang Publishing, 2008.

A. Martin et J. Grudziecki, « DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development », Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences, vol. 5, n° 4, p. 249-267, déc. 2006.

M. McLuhan et W. T. Gordon, *Understanding Media: The Extensions of Man*, Critical edition. Corte Madera, CA: Gingko Press, 2003.

E. Montreuil, « Les impacts de la transformation numérique sur le travail: quels effets sur la qualité de vie au travail? »

Y. Nicolas et S. Octobre, « Production, diffusion, consommation à l'ère de la «révolution numérique». Quelques enjeux de la définition du triplet », *Raison présente*, vol. 160, n° 1, p. 63-71, 2006.

OCDE et Statistiques Canada, *La littératie à l'ère de l'information: Rapport final de l'Enquête internationale sur la littératie des adultes*. OECD, 2000.

C. Ollivier, « Littératie numérique et approche socio-interactionnelle pour l'enseignement-apprentissage des langues », p. 102.

M. Pellerin, « L'usage des technologies numériques pour le développement de compétences multimodales en littératie au 21^e siècle », *ef*, vol. 45, n° 2, p. 85-106, 2017.

Québec (Province) et Ministère de l'éducation et de l'enseignement supérieur, *Cadre de référence de la compétence numérique*. 2019.

R. Rieffel, *Révolution numérique, révolution culturelle?* Gallimard Paris, 2014.

J. Roberge, R. Jamet, et A. Rousseau, *L'impact social des algorithmes de recommandation sur la curation des contenus musicaux francophones au Québec. Une Revue de littérature comparée*. Québec: INRS - Centre Urbanisation Culture Société, 2018.

J. Roberge, R. Jamet, et A. Rousseau, *L'impact social des algorithmes de recommandation sur la curation des contenus musicaux francophones au Québec. Enquête qualitative*. Québec: Institut national de la recherche scientifique, 2019.

M. E. Sinatra et S. Sinclair, « Repenser le numérique au 21^{ème} siècle », *sp*, 2015.

J.-N. Tronc, « Les industries culturelles et créatives sont l'avenir numérique de l'Europe », *Annales des Mines - Realites industrielles*, vol. Mai 2013, n° 2, p. 7-11, sept. 2013.

M. Vitali-Rosati, « Pour une définition du " numérique " », 2014.

M. Vitali-Rosati, « La littérature numérique, existe-t-elle? », *Digital studies Le champ numérique*, vol. 6, n° 1, févr. 2015, Consulté le: août 17, 2020.

Références WEB

« Définir la politique de littératie numérique et la pratique dans le paysage de l'éducation canadienne - Document de travail », HabiloMédias, mars 09, 2012. <https://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/utiliser-comprendre-et-cr%C3%A9er-un-cadre-de-litt%C3%A9ratie-num%C3%A9rique-pour-les-%C3%A9coles-canadiennes/d%C3%A9finir-la-politique-de-litt%C3%A9ratie-num%C3%A9rique-et-la-pratique-dans-le-paysage-de-l> (consulté le août 17, 2020).

« Littératie numérique », Wikipédia. juill. 31, 2020, Consulté le: août 18, 2020. [En ligne]. Disponible sur: https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Litt%C3%A9ratie_num%C3%A9rique&oldid=173440080.

« 120 – Mettre sur pied et animer un réseau d'agents de développement culturel numérique : Plan culturel numérique ». <http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/120-mettre-sur-pied-et-animer-un-reseau-dagents-de-developpement-culturel-numerique/> (consulté le août 18, 2020).

« À propos : Plan culturel numérique ». <http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/a-propos/> (consulté le août 18, 2020).

« Développement des compétences numériques », Compétence Culture. https://competenceculture.ca/_perfectionnement/developpement-des-competences-numeriques/ (consulté le août 18, 2020).

« Mesures clés ». <https://www.quebec.ca/gouv/politiques-orientations/vitrine-numeriqc/strategie-numerique/mesures-cles/> (consulté le août 18, 2020).

« Revue_litterature_numerique_musique_concert.pdf ». Consulté le: août 17, 2020. [En ligne]. Disponible sur: http://www.cqm.qc.ca/docs/Actualites/Revue_litterature_numerique_musique_concert.pdf.

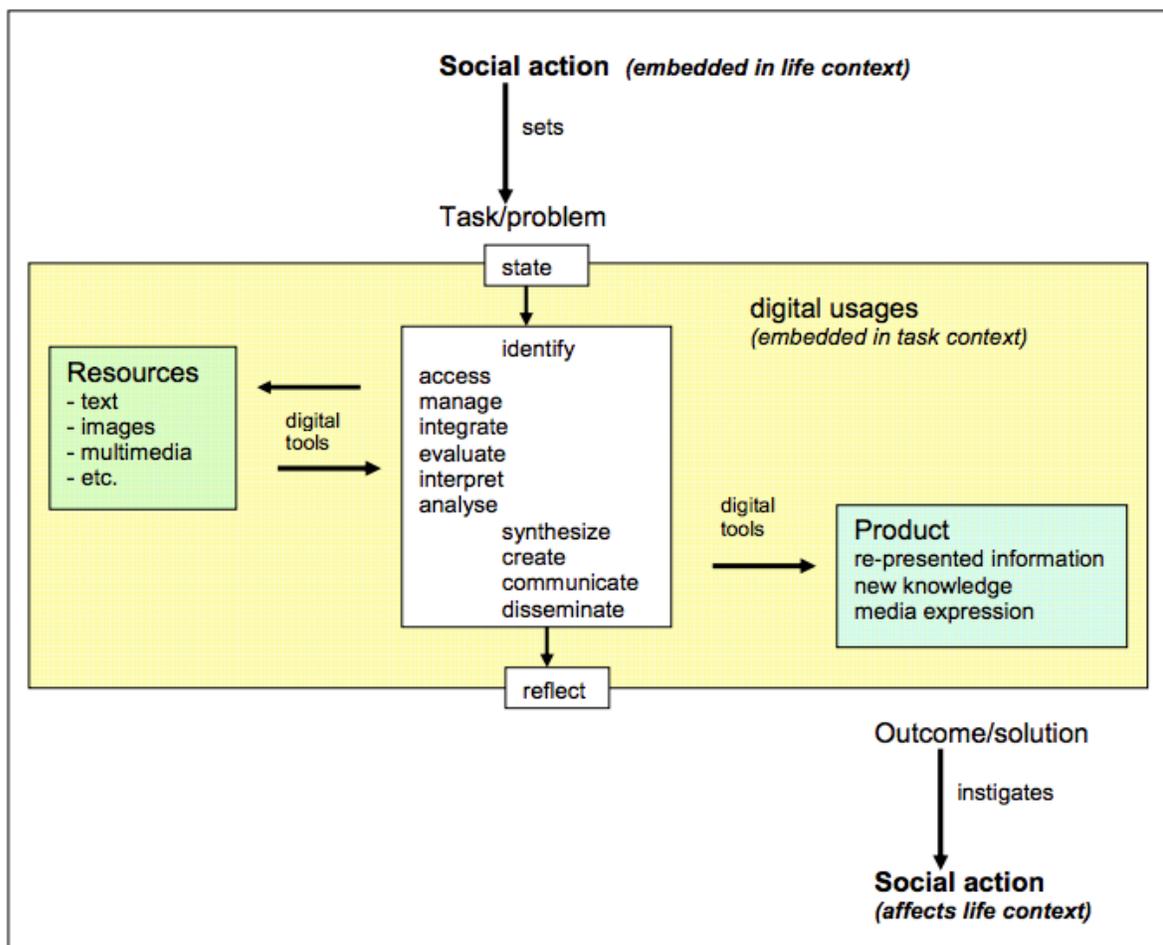
« What digital transformation really means », InfoWorld, juin 14, 2016.
<https://www.infoworld.com/article/3080644/what-digital-transformation-really-means.html> (consulté le août 17, 2020).

Annexe

Annexe 1

Version originale du schéma 2: l'incidence du niveau de la littératie numérique et de l'utilisation des outils numériques dans contexte de vie ou contexte social.

Source: A. Martin et J. Grudziecki, « DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development », Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences, vol. 5, n° 4, p. 249-267, déc. 2006,



Annexe 2

Version originale du schéma 4: Les niveaux de la littératie numérique

Source: A. Martin et J. Grudziecki, « DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development », *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences*, vol. 5, n° 4, p. 249-267, déc. 2006,

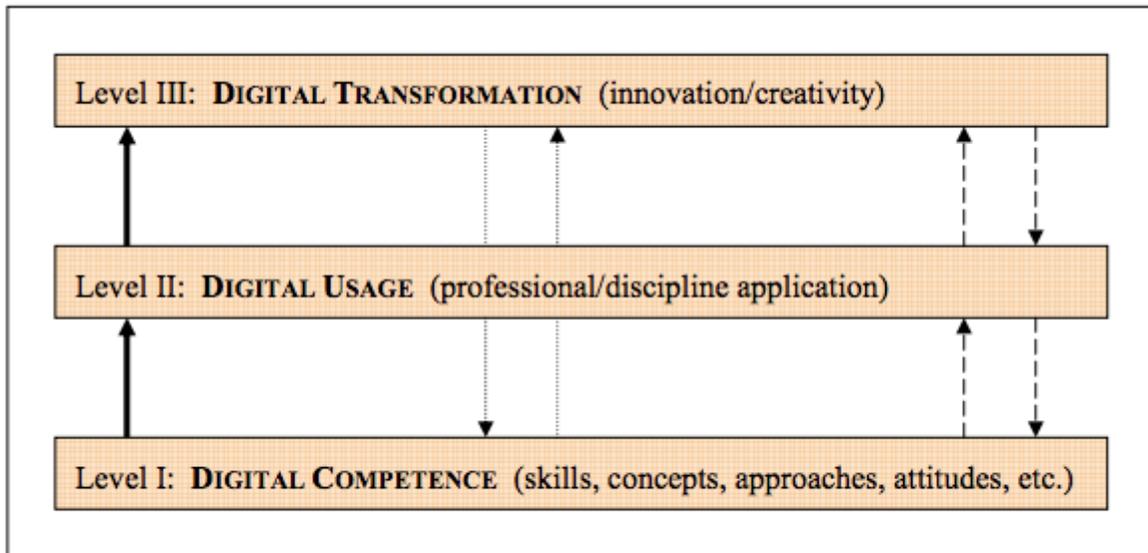


Figure 1. Levels of Digital Literacy

Annexe 3

Questionnaire quantitatif – diagnostic CQM

Diagnostic numérique - membre CQM

Début de bloc: Dimension A - Identification de la personne contact

Q1 Prénom de la personne contact

Q2 Nom de la personne contact



Q3 Adresse courriel professionnelle



Q4 Numéro de téléphone professionnel

Q5 Votre statut professionnel

- Musicien interprète
- Musicien auteur-compositeur
- Producteur
- Gérant d'artiste
- Direction d'organisme
- Travailleur culturel
- Diffuseur
- Autre _____

Fin de bloc: Dimension A - Identification de la personne contact

Début de bloc: Dimension B - Identification de votre organisation

Q8 Nom de l'organisation ou de l'individu membre du CQM

Q9 Type de membre CQM

- Membre corporatif
 - Membre ensemble non-incorporé
 - Membre individuel
 - Membre associé
 - Je ne sais pas
-

Q10 Principale(s) activité(s) de votre organisation

- Production d'enregistrement sonore
- Production de concerts
- Maison de disque
- Éditeur
- Maison de gérance
- Agence de spectacle
- Distribution
- Magasin et Plateforme
- Organisme de service
- autre _____



Q11 Code postal du siège sociale de votre organisation

Q12 Quelle est la langue travail principale dans votre organisation

Français

Anglais

Autre _____

Q13

Quel est le nombre d'employé(s) temps

plein par tranche d'âge

temps plein 18-25 ans : _____

temps plein 26-35 ans : _____

temps plein 36-45 ans : _____

temps plein 46-55 ans : _____

temps plein 55 ans et plus : _____

Total : _____

Q14

Quel est le nombre d'employé(s) temps

partiel par tranche d'âge

temps partiel 18-25 ans : _____

temps partiel 26-35 ans : _____

temps partiel 36-45 ans : _____

temps partiel 46-55 ans : _____

temps partiel 55 ans et plus : _____

Total : _____

Q15 Quel est le nombre d'employé par niveau de scolarité

Niveau secondaire : _____

Niveau collégiale : _____

Niveau universitaire 1er cycle : _____

Niveau universitaire 2e cycle : _____

Total : _____

Q16 Dans votre équipe, existent-ils des postes formalisés liés au numérique dans votre organigramme ?

- Oui
- Non
-

Q17 Si la réponse est oui, quel est le titre du ou des poste(s) et quelle est la formation?

Q18 Dans votre organisation, les personnes chargées du numérique détiennent:

- Un diplôme ou ont suivi une formation en lien avec le numérique
- Des compétences liées au numérique acquises de façon autodidacte
- Des compétences acquises à la suite d'une expérience professionnelle précédente
- ont recours à des spécialistes externes
- Ne s'applique pas
- autre _____

Fin de bloc: Dimension B - Identification de votre organisation

Début de bloc: Dimension C. Le numérique au quotidien



Q19 En une phrase ou deux, quelle est votre définition du numérique?

Q20 De manière globale, pour le personnel de votre organisation, le numérique représente...

- Un fardeau sans intérêt
 - Un mal nécessaire
 - Une manière de se simplifier la vie
 - Des possibilités inexploitées
 - Un solide allié
 - Une façon de penser
-

Q22 Pour les décisionnaires (leader) de votre organisation, le numérique représente

- Un fardeau sans intérêt
 - Un mal nécessaire
 - Une manière de se simplifier la vie
 - Des possibilités inexploitées
 - Un solide allié
 - Une façon de penser
-

Q23 Dans une échelle de 1 à 10, Quelle est l'engagement aux valeurs et outils numérique (1 étant nul / 10 étant maximal)

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ouverture aux projets Innovants (prise de risque)	
gestion du changement (ouverture aux nouvelles méthodes et outils de travail par l'équipe)	
Ouverture à la collaboration interne	
Ouverture à la collaboration avec d'autres organisations	
Utilisation d'outils de collaboration (Slack)	
Utilisation d'outils d'agenda partagé	
Ouverture au télétravail	
Utilisation d'outils de rencontre à distance (visio conférence)	
utilisation de document partagé (ex: Google sheets ou docs)	



Q25 Dans quelle(s) sphère(s) de travail votre organisation utilise-t-on le numérique ? Vous pouvez sélectionner plus d'une réponse.

- Gestion
- Création artistique
- Production de spectacle
- Production de contenu
- Promotion
- Archivage
- commercialisation / distribution
- outil bureautique

Fin de bloc: Dimension C. Le numérique au quotidien

Début de bloc: Dimension D. Communication et présence web

Q26 Avez-vous accès internet haute vitesse

- Oui
 - Non
 - Ne sais pas
-

Q27 Est-ce que votre organisation possède un site web

- Oui
 - Non
-

Q30 Adresse du site web de votre organisation

Q28 Quelle description correspond le mieux aux caractéristiques de votre site web?

- Notre site est désuet, nous ne faisons peu ou pas de mise à jour
 - Le site présente des informations élémentaires sur l'organisme et aurait besoin d'une refonte en raison de problèmes de stabilité ou d'esthétisme
 - Le site est fonctionnel et adaptatif (responsive), il présente des informations à jour
 - Le site offre les informations et fonctionnalités qui répondent aux besoins exprimés par les utilisateurs internes (employés) et externes
 - Le site une plateforme de gestion intégrée aux activités de l'organisme et est en constante évolution en fonction des besoins, mesurés en continu, des utilisateurs
-

Q29 La dernière refonte du site web de votre organisation date-t-elle...

- il y moins d'un an
 - Il y a un an ou deux
 - Il y a plus de 2 ans, mais moins de 5 ans
 - Il y a plus de 5 ans
 - Ne sais pas
-

Q32 Quelle type de transaction peut-on effectuer sur le site de votre organisation?

	Directement sur le site de l'organisation	par un tier externe	Ne s'applique pas	Ne sait pas
Adhésion membership	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
achat de billet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
achat de marchandise physique (cd, vinyl, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vente d'oeuvre numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
abonnement donnant accès à du contenu numérique exclusif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
accès à des performances ou contenu en direct	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
espace pour faire des dons ou pourboire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
socio financement pour des projets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q30 De quelle façon effectuez-vous vos transactions monétaires? (plusieurs choix possible)

- Chèque
 - Virement intérac
 - Carte de crédit
 - Tier externe Paypal / Stripe
 - Monnaie virtuelle
-

Q31 De quelle façon est géré votre site web?

- Entièrement géré à l'interne de façon autonome
 - La majorité des actions sont géré à l'interne
 - Environ 50 % à l'interne et 50% par un tier externe
 - La majorité des actions sont fait par un tier externe
 - L'entièreté des actions sont géré par une expertise externe. ex: agence
-

Q32 De quelle façon gérez-vous les infolettres?

- Nous ne produisons pas d'infolettre
 - Nous envoyons des infolettres lorsque nous avons des informations à partager
 - Nous envoyons des infolettres en fonction d'un calendrier préétablie
 - Nous avons une stratégie et une planification d'envoi en fonction des segments abonnés
 - Nous ajustons notre stratégie et notre segmentation des abonnés continuellement en fonction des analyses des données
-

Q33 êtes-vous présent sur les réseaux sociaux suivant?

- Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - YouTube
 - LinkedIn
 - TikTok
 - Cliquer pour renseigner le choix 8
 - Autre _____
-

Q64 Pourquoi avoir choisit celui-ci ou ceux-ci?

Q34 Y a-t-il une stratégie, une ligne éditoriale ou un ton qui préside à vos publications sur les médias sociaux?

- Nous ne sommes pas présent sur les réseaux sociaux
 - Nous sommes présents sur un ou des médias sociaux, mais nous n'avons pas de stratégie lié
 - Oui, nous avons une stratégie générale pour l'ensemble de nos médias sociaux
 - Oui, nous avons une stratégie en lien avec notre plan de communication
 - Oui, nous avons une stratégie en lien avec notre plan de communication et nous recherchons constamment des nouveaux médium
-

Q35 Participez-vous activement à des groupes ou communautés de pratiques en ligne, quel est la description qui représente le mieux votre situation?

- Nous ne faisons pas partie d'aucune communauté virtuelle
 - Oui, nous faisons partie de certaines communautés, mais nous ne participons pas activement aux échanges.
 - Oui, nous faisons partie de certains groupe en participant régulièrement aux discussions.
 - Oui, nous aimons initier des discussions dans plusieurs groupes et communauté en ligne.
 - Oui, nous avons mis sur pied notre propre espace afin de réunir les acteurs du milieu qui ont les mêmes intérêts que nous.
-

Q36 Est-ce que vous faites des investissements en marketing numérique? si oui, de quelle façon?

- Achat de mot clés
- Vidéo (ex: pre-roll sur YouTube)
- Régies publicitaire libre service sur les média sociaux
- Affichage numérique bannière
- Achat publicitaire avec des médias locaux sur le web
- Commendites avec des influenceurs
- Infolettre publicitaires payante

Q37 Quelle(s) sont les actions mis en place afin d'assurer la découvrabilité de votre site web?

- Nous n'avons pris aucune action
- Nous créons régulièrement du nouveau contenu sur notre site
- Nous avons une stratégie de référencement organique (SEO)
- Nous appliquons les principes de référencement en sélectionnant des mots clés d'opportunités et de lien "back link"
- Nous utilisons les métadonnées ainsi que des données enrichies et liés.

Fin de bloc: Dimension D. Communication et présence web

Début de bloc: Dimension E. Gestion organisationnelle et données

Q39 Est-ce que votre organisation possède une base de données

- oui
 - non
 - Ne sait pas
-

Q40 Selon vous, est-ce que cette base de données est mise à jour

- non
 - rarement
 - régulièrement
 - assidument
-

Q41 Est-ce que votre organisation possède un système de gestion relation client (CRM)

- oui
 - non
 - Ne sais pas
-

Q42 Est-ce que votre organisation possède et affiche sur son site web une politique relative à la confidentialité et à la protection des données personnelles?

- oui
 - non
 - Ne sais pas
-

Q43 Est-ce que votre organisation s'est dotée d'une politique interne de sécurité quant l'accès et le partage de ces informations parmi les employés?

- Oui
 - Non
 - Ne sais pas
-

Q44 De quelle façon gérez-vous les accès et mots de passe de votre organisation

- il n'y a pas de politique interne à cet effet
 - Nous avons rassemblé l'ensemble des mots de passe dans un fichier où tout les employés ont accès
 - Nous avons une ressource interne qui détient l'ensemble des mots de passe et gère les accès
 - Les mots de passes personnels sont gérés dans une application
 - L'organisation est doté d'une application de gestion de mots de passe
-

Q46 Les archives de votre organisation sont:

- aucunement numérisé
- un minimum
- partiellement numérisé
- majoritairement numérisé
- totalement numérisé

Q47 De quelles façons sont gérer les documents et les copies de sauvegardes?

- Chacun enregistre ses documents sur son ordinateur
 - La majorité des documents ont une copie sur un disque dur externe ou services info nuagique personnel des employés
 - La majorité des documents ont une copie sur un serveur local de l'organisation (LAN)
 - La majorité des documents ont une copie sur une solution nuagique d'organisation
 - La totalité des documents sont se trouve sur un espace nuagique de l'organisation et sur un disque dur
-

Q48 De quelles façons utilisez-vous les outils de bureautique?

- Chaque employé utilise les outils de bureautique selon ses préférences
 - Une partie des outils utilisé sont sur des comptes personnel et une autre partie est utilisé sur des comptes de l'organisation
 - Tous les outils de bureautique utilisés sont en ligne et lié à un compte de l'organisation
 - Utilisation standardisée à l'interne des différentes méthodes de partage de documents
 - Utilisation avancée des différentes méthodes de partage des documents à l'interne et à l'externe
-

Q69 De quelle façon gérez-vous les communications interne?

- Outils de communication interne multiples et changeants selon les habitudes des employés. Aucune différenciation entre les outils de communication personnels et professionnels
 - Outils de communication interne multiples, mais définis. Aucune différenciation entre les outils de communication personnels et professionnels
 - Outils de communication interne multiples, mais définies. Il existe une frontière claire entre les communications personnelles et professionnelles
 - Outils de communication internes limités et sélectionnés selon le type de communication (courante, officielle, avec des partenaires, personnelle, professionnelle, etc.)
 - Outils sélectionnés selon le type de communication et présence d'une politique de communication interne connue de tous
-

Q50 Analysez-vous les statistiques des outils numériques suivant? (cochez tout ce qui s'applique)

- Site web
- Infolettre
- Réseaux sociaux
- Billetterie
- publicité numérique
- Statistique de diffusion sur les plateformes d'écoute en continu

Q51 Intelligence d'affaires en organisation et utilisation de tableau de bord?

- Nous n'avons aucun outil d'analyse de données et/ou de tableau de bord
- Nous avons des outils d'analyse de données qui sont installé, mais nous les utilisons rarement
- Nous avons plusieurs outils d'analyses et nous produisons des rapports
- Nous consultons régulièrement les multiples outils d'analyse et tableaux de bord
- Nous avons produit des tableaux de bord personnalisable comprenant plusieurs sources de données

Fin de bloc: Dimension E. Gestion organisationnelle et données

Début de bloc: Dimension F. Création, Production, distribution et diffusion en musique

Q54 Quel sont les efforts d'identification des oeuvres, métadonnées et découvrabilité faites lors de la production, distribution et diffusion des oeuvres

- attribution d'un identifiant unique par œuvre et/ou artistes/ ISNI
 - déclaration des oeuvres dans les organismes de gestion de droit (Artisti, SOCAN, SOPROQ)
 - présence sur les plateformes d'écoute en continu
 - identification des oeuvres à l'aide des métadonnées
 - création d'une page wikipédia
-

Q71 Selon vous, quelles barrières vous empêchent d'utiliser le numérique dans vos activités de créations, productions ou distribution de votre organisation?

- Le manque de soutien financier
 - Le manque de connaissances et/ou d'accompagnement
 - Le manque de temps
 - le manque de ressources humaine interne
 - Le manque d'intérêt à l'égard du numérique
-

Q53 CRÉATION // Quels outils numériques utilisez-vous lors des créations

- intelligence artificielle
 - senseurs
 - projection vidéo multimedia et "mapping"
 - composition musicale assistée par ordinateur
 - partition numérique
 - Enregistrement sonore numérique
 - Matriçage (Mastering) par intelligence artificielle
 - internet des objets
 - imprimante 3D
-

Q66 DISTRIBUTION

- Cliquer pour renseigner le choix 1
 - Cliquer pour renseigner le choix 2
 - Cliquer pour renseigner le choix 3
-

Q67 DIFFUSION

- Cliquer pour renseigner le choix 1
- Cliquer pour renseigner le choix 2
- Cliquer pour renseigner le choix 3

Fin de bloc: Dimension F. Création, Production, distribution et diffusion en musique

Début de bloc: Dimension G. Besoins et priorités numérique

Q55 Quel sera votre prochain investissement en numérique?



Q56 Est-ce que votre organisation possède plan stratégique numérique?

- L'organisme n'a pas de stratégie numérique
 - L'organisme projette de faire un plan stratégique numérique
 - L'organisme possède un plan stratégique numérique, mais ne peut le mettre en oeuvre
 - L'organisme possède une stratégie numérique et l'appliquons
 - L'organisme possède un plan stratégique numérique et le révisé régulièrement afin de s'ajuster au fil du temps
-

Q73 Est-ce que votre organisation produit des projets numérique?

- L'organisme n'a pas de projets numériques
 - L'organisme a des projets numériques sporadiques pour mettre à jour les pratiques organisationnelles et communicationnelles
 - L'organisme a des projets numériques réguliers pour mettre à jour ses pratiques organisationnelles et communicationnelles
 - L'organisme a des projets numériques réguliers qui touchent aux aspects organisationnels, communicationnels et à la création
 - L'organisme a des projets numériques réguliers qui touchent aux aspects organisationnels, communicationnels et à la création, en collaboration avec d'autres organismes
-

Q57 Est-ce que votre organisation a prévu un budget dédié à la formation continue en numérique?

- aucun
 - nous n'avons pas de budget spécifique à cet effet, mais nous payons des formations en numérique occasionnellement
 - Nous avons un budget prévu, mais il est en dessous de 1% de la masse salariale
 - Notre budget de formation en numérique représente environ 1% de la masse salariale
 - Notre budget de formation en numérique est au dessus de 1% de la masse salariale
-

Q58 Est-ce que votre organisation a accès à de l'expertise en matière numérique dans l'accompagnement de votre transformation numérique?

- Aucune personne dédiée à la transformation numérique
 - La transformation numérique s'opère de façon organique
 - Nous procédons à des changements lorsque des suggestions sont fait par nos employés
 - La transformation numérique fait partie des tâches d'une personne à l'interne
 - Nous avons recours à un spécialiste interne ou externe dont c'est la principale tache et nous accompgne dans la transformation numérique
-

Q59 Est-ce que votre organisation a accès et est éligible a des sources de financements pour des projets numérique?

- Nous n'avons pas de projets numérique
 - Nous ne savions pas que nous pourrions obtenir du financement pour des projets numérique
 - Nous avons fait une ou plusieurs demande, mais nous ne l'avons pas obtenu
 - Nous avons fait une demande et nous l'avons obtenu
 - nous demeurons à l'affût des nouvelles mesures afin de déposer
-

Q70 De manière générale, de quelle(s) façons financez-vous vos projets numérique?

- subvention municipale
- subvention provinciale
- subvention fédérale
- investissement et partenariat privé
- Par des campagnes de don et/ou socio financement
- à l'interne, lié au budget de fonctionnement
- Par des actions bénévoles

Fin de bloc: Dimension G. Besoins et priorités numérique

Début de bloc: H. Sobriété numérique

Q61 Prenez-vous des mesures afin de réduire les impacts environnementaux quant à l'utilisation du numérique?

- L'organisation n'est pas informé des impacts de l'usage des outils numériques
- L'organisation est informée des enjeux, mais ignore comment s'engager dans une démarche
- Quelques actions isolées sont mises en place
- Stratégie d'actions à poser est définie et mise en place à court terme
- Stratégie d'actions à poser est définie et mise en place à long terme

Fin de bloc: H. Sobriété numérique

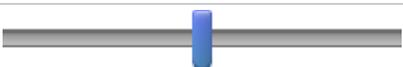
Début de bloc: I. Les services du CQM en mode numérique

Q62 Selon vous, quel(s) rôle(s) devrait jouer le CQM dans la transformation numérique ?

aucun intérêt

je considère que ça devrait être une priorité du CQM

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

<p>Incubateur numérique: Création d'un service d'accompagnement d'expert numérique afin de valider une idée et la transformer en projet concret.</p>	
<p>Offrir davantage de formations en lien avec le numérique</p>	
<p>Offrir davantage des formations à distance de façon synchrone (visioconférence)</p>	
<p>Offrir de la formation à distance de façon asynchrone</p>	
<p>Mettre sur pied un département de consultation / service conseil numérique en gestion pour les membres.</p>	
<p>Faire du développement de projets numériques par le CQM (ex: mutualisation de données)</p>	
<p>Mise en place d'un outil de veille automatisé des tendances numérique du milieu de la musique et la diffuser aux membres</p>	
<p>Faire de la concertation dans le milieu de la musique, culturel et numérique</p>	
<p>Accroître la représentation auprès des instances gouvernementales</p>	
<p>Laboratoire numérique: mise sur pied d'un espace physique dédié à la recherche-crédation musicale et expérimentations des outils numérique destiné à la production et diffusion.</p>	

Q63 Quelle(s) fonctionnalité aimeriez-vous retrouver sur le site web du CQM

- Un espace membre personnalisé selon les intérêts
 - Renouvellement membre automatisé
 - une plateforme d'échange de la communauté de pratique des professionnels de la musique
 - développer des partenariats et obtenir davantage de rabais membre
 - Mettre en place une page personnalisé de chaque membre afin de favoriser la découvrabilité
-

Q64 y'a-t-il d'autres aspects ou suggestions que vous aimeriez partager avec CQM?

Fin de bloc: I. Les services du CQM en mode numérique

Annexe 5

Guide d'entrevue - Diagnostic numérique CQM

BRÈVE INTRODUCTION ET MODALITÉS DE L'ENTREVUE

Bonjour, merci de nous accorder du temps pour réaliser cette entrevue.

Considérant que l'activité que nous visons à réaliser est de nature confidentielle et qu'elle sera utilisée à des fins de recherche et d'innovation au bénéfice du CQM; Accepteriez-vous que nous enregistrons l'entrevue vos réponses aux questions lors de cet entretien? Par ailleurs, par respect à vos droits et à notre code éthique d'intervention, nous désirons souligner votre pouvoir d'action durant la session, vous pouvez librement interrompre la session. Nous souhaitons que cette expérience vous soit agréable et que vous puissiez contribuer au meilleur de votre connaissance.

À cet effet, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses qui s'inscrivent dans un objectifs de performance. Il s'agit d'une entrevue semie dirigé qui favorise l'échange au sujet de la littératie numérique à travers 9 dimensions pré-définies.

Profil du participant

Profil de l'organisation

Le numérique au quotidien

Communication et présence web

Gestion organisationnelle et données

Création, Production, Diffusion, distribution

Transformation numérique:Impacts, Besoins et priorité

Sobriété numérique

Le CQM en mode numérique

Notez que les documents seront confidentiels et anonymisés. Les données qualitatives seront exclusivement utilisées par l'étudiants pour fin d'analyse afin d'établir un portrait des pratiques et compétences numérique des membre du CQM.

L'objectif du CQM

l'intérêt du CQM est avant tout d'offrir un accompagnement adaptés aux professionnels de la musique dans un contexte de transformation numérique.

Profil du participant

(ajouter les informations du questionnaire pré entrevue)

-Pouvez-vous me décrire brièvement votre parcours professionnel et/ou académique?

Profil de l'organisation

-Pouvez-vous me faire un bref historique de votre organisation et quel est la mission?

-De façon sommaire, Quel est votre rôle dans votre organisation et quelles sont vos tâches?

-Combien y'a t-il d'employés temps plein/temps partiel?

-Dans votre équipe, existent-ils des postes formalisés liés au numérique dans votre organigramme ?

-Si oui, quel est le titre du ou des poste(s) et quelle est la formation?

Le numérique au quotidien

(définition numérique du participant)

Que représente le numérique pour vous?

En vos mots, qu'est-ce que la littératie numérique?

Définition de littératie numérique du projet et pour la suite de l'entrevue

«Ensemble des techniques et des technologies de production, de stockage, de traitement, de diffusion et d'échange de l'information

et des applications de l'information, y compris les systèmes d'intelligence artificielle. Il fait référence, indistinctement, aux technologies de l'information et de la communication, aux technologies numériques, aux infrastructures numériques ainsi qu'aux données qu'elles produisent et recueillent»

Définition du gouvernement du Québec

Pour vous, quel est votre perception du numérique dans votre travail?

Ex: une façon de penser, un allié, un mal nécessaire ou un fardeau sans intérêt.

(si applicable)

Pour le ou les dirigeants de votre organisation, quel leur perception l'intégration du numérique dans l'environnement de travail?

Ex: une façon de penser, un allié, un mal nécessaire ou un fardeau sans intérêt.

Dans quelle(s) sphère(s) de travail votre organisation utilise-t-on le numérique?

(exemples, si besoin)

- Gestion
- Création artistique
- Production de spectacle
- Production de contenu
- Promotion
- Archivage
- commercialisation / distribution
- outil bureautique

Dans votre organisation, est-ce qu'il y a une ouverture aux projets innovants et de la prise de risque?

De quelle façon pouvez-vous décrire les processus de gestion du changement?

De quelle façon pouvez-vous décrire la collaboration interne?

De quelle façon pouvez-vous décrire la collaboration avec d'autres organisation?

Utilisez-vous des outils numérique de collaboration, si oui, lesquels:

(exemples, si besoin)

(slack, agenda partagé, documents partagés / google sheets)?

Quel est l'impact de ces outils sur l'efficacité et la productivité de votre organisation?

Dans quelle mesure la pandémie a eu un impact sur votre organisation et votre équipe?

Qu'est-ce qui a changé dans votre quotidien et dans l'utilisation des outils numériques
Télétravail? Avant, pendant et après?

-covid / impact? Ce qui a changé? Ce qui serait souhaitable (besoins) ?

Communication et présence web

SITE WEB

-Accès internet haute vitesse?

-La dernière refonte de votre site web remonte à...

-La fréquence des mises à jour sur votre site web

-responsive / version mobile

-site transactionnel?

Type de transaction?

(exemples, si besoin)

Adhésion membership
achat de billet
achat de marchandise physique (cd, vinyl, etc)
vente d'oeuvre numérique
abonnement donnant accès à du contenu numérique exclusif
accès à des performances ou contenu en direct
espace pour faire des dons ou pourboire
socio financement pour des projets

De quelle façon effectuez-vous vos transactions monétaires sur votre site web?

(exemples, si besoin)

- Virement interactif

- Carte de crédit
- Tier externe Paypal / Stripe
- Monnaie virtuelle

De quelle façon est géré votre site web?
(% de ressources interne vs ressources externe)

De quelle façon gérez-vous les infolettres?

êtes-vous présent sur les réseaux sociaux? Si oui, lesquels et pourquoi?

Y a-t-il une stratégie, une ligne éditoriale ou un ton qui préside à vos publications sur les médias sociaux?

Participez-vous activement à des groupes ou communautés de pratiques en ligne, quel est la description qui représente le mieux votre situation?

Est-ce que vous faites des investissements en marketing numérique? si oui, de quelle façon?
(exemples, si besoin)

- Achat de mot clés
- Vidéo (ex: pre-roll sur YouTube)
- Régies publicitaire libre service sur les média sociaux
- Affichage numérique bannière
- Achat publicitaire avec des médias locaux sur le web
- Commandites avec des influenceurs
- Infolettre publicitaires payante

Quelle(s) sont les actions mis en place afin d'assurer la découvrabilité de votre site web?
(exemples, si besoin)

- Nous n'avons pris aucune action
- Nous créons régulièrement du nouveau contenu sur notre site
- Nous avons une stratégie de référencement organique (SEO)
- Nous appliquons les principes de référencement en sélectionnant des mots clés d'opportunités et de lien "back link"
- Nous utilisons les métadonnées ainsi que des données enrichies et liés.

Gestion organisationnelle et données

Est-ce que votre organisation possède une base de données? Mise à jour?

Est-ce que votre organisation possède un système de gestion relation client (CRM)?

Est-ce que votre organisation possède et affiche sur son site web une politique relative à la confidentialité et à la protection des données personnelles?

Est-ce que votre organisation s'est dotée d'une politique interne de sécurité quant l'accès et le partage de ces informations parmi les employés?

De quelle façon gérez-vous les accès et mots de passe de votre organisation?

(exemples, si besoin)

- il n'y a pas de politique interne à cet effet
- Nous avons rassemblé l'ensemble des mots de passe dans un fichier où tout les employés ont accès
- Nous avons une ressource interne qui détient l'ensemble des mots de passe et gère les accès
- Les mots de passes personnels sont gérés dans une application
- L'organisation est doté d'une application de gestion de mots de passe

Les archives de votre organisation sont-elles numérisé, dans quelle mesure?

(exemples, si besoin)

- aucunement numérisé
- un minimum
- partiellement numérisé
- majoritairement numérisé
- totalement numérisé

De quelles façons sont gérer les documents et les copies de sauvegardes?

(exemples, si besoin)

- Chacun enregistre ses documents sur son ordinateur
- La majorité des documents ont une copie sur un disque dur externe ou services info nuagique personnel des employés
- La majorité des documents ont une copie sur un serveur local de l'organisation (LAN)
- La majorité des documents ont une copie sur une solution nuagique d'organisation
- La totalité des documents sont se trouve sur un espace nuagique de l'organisation et sur un disque dur

De quelles façons utilisez-vous les outils de bureautique?

(exemples, si besoin)

- Chaque employé utilise les outils de bureautique selon ses préférences
- Une partie des outils utilisé sont sur des comptes personnel et une autre partie est utilisé sur des comptes de l'organisation
- Tous les outils de bureautique utilisés sont en ligne et lié à un compte de l'organisation
- Utilisation standardisée à l'interne des différentes méthodes de partage de documents
- Utilisation avancée des différentes méthodes de partage des documents à l'interne et à l'externe

Analysez-vous les statistiques des outils numériques suivant? (cochez tout ce qui s'applique)
(exemples, si besoin)

- Site web
- Infolettre
- Réseaux sociaux
- Billetterie
- publicité numérique
- Statistique de diffusion sur les plateformes d'écoute en continu

Prise de décision, Intelligence d'affaires en organisation et utilisation de tableau de bord?
(exemples, si besoin)

- Nous n'avons aucun outil d'analyse de données et/ou de tableau de bord
- Nous avons des outils d'analyse de données qui sont installés, mais nous les utilisons rarement
- Nous avons plusieurs outils d'analyses et nous produisons des rapports
- Nous consultons régulièrement les multiples outils d'analyse et tableaux de bord
- Nous avons produit des tableaux de bord personnalisables comprenant plusieurs sources de données

Création, Production, Diffusion, distribution

En fonction des réponses du questionnaire pré-entrevue

Quel sont les efforts d'identification des œuvres, métadonnées et découvrabilité faites lors de la production, distribution et diffusion des œuvres?

(exemples, si besoin)

- attribution d'un identifiant unique par œuvre et/ou artistes/ ISNI
- déclaration des œuvres dans les organismes de gestion de droit (Artists, SOCAN, SOPROQ)
- présence sur les plateformes d'écoute en continu
- identification des œuvres à l'aide des métadonnées
- création d'une page wikipédia

Selon vous, quelles sont les barrières vous empêchent d'utiliser le numérique dans vos activités de créations, productions ou distribution de votre organisation?

(exemples, si besoin)

- Le manque de soutien financier
- Le manque de connaissances et/ou d'accompagnement
- Le manque de temps
- le manque de ressources humaines internes
- Le manque d'intérêt à l'égard du numérique

Quels outils numériques utilisez-vous lors des créations?

(exemples, si besoin)

- intelligence artificiel
- senseurs
- projection vidéo multimédia et "mapping"
- composition musicale assistée par ordinateur
- partition numérique
- Enregistrement sonore numérique
- Matriage (Mastering) par intelligence artificiel
- internet des objets
- imprimante 3D

Transformation numérique: Impact, Besoins et priorités

-Covid / impact? Ce qui a changé? Ce qui serait souhaitable (besoins)? la priorité? télétravail?

Quel sera votre prochain investissement en numérique?

Est-ce que votre organisation possède plan stratégique numérique?

Est-ce que votre organisation produit des projets numérique?

Est-ce que votre organisation a prévu un budget dédié à la formation continue en numérique?

Est-ce que votre organisation a accès à de l'expertise en matière numérique dans l'accompagnement de votre transformation numérique?

Est-ce que votre organisation a accès et est éligible à des sources de financements pour des projets numérique?

De manière générale, de quelle(s) façons financez-vous vos projets numérique?

(exemples, si besoin)

- subvention municipale
- subvention provinciale
- subvention fédérale
- investissement et partenariat privé
- Par des campagnes de don et/ou socio financement
- à l'interne, lié au budget de fonctionnement
- Par des actions bénévoles

Vos idées pour vous réinventer?

Selon vous, à quoi ressemble le concert de demain ?

Sobriété numérique

Prenez-vous des mesures afin de réduire les impacts environnementaux quant à l'utilisation du numérique?

Le CQM en mode numérique

Selon vous, quel(s) rôle(s) devrait jouer le CQM dans la transformation numérique?

Quelle(s) fonctionnalité aimeriez-vous retrouver sur le site web du CQM?

Qu'est-ce que vous aimeriez trouver dans l'espace membre du site du CQM?

Quelles formation en numérique aimeriez-vous que le CQM offre? Sous quelle forme?

y'a-t-il d'autres aspects ou suggestions que vous aimeriez partager avec CQM?

Voilà c'est terminé, merci énormément pour votre précieuse contribution.

Comment avez-vous trouvé l'expérience de cette entrevue?

Annexe 6

Questionnaire pré entrevue

Consentement et identification diagnostic - membre CQM

Début de bloc: Formulaire de consentement - Objectifs du projet et procédure

Diagnostic Numérique

Formulaire de consentement

Objectif et procédure

Le principal objectif de ce projet est d'établir un état des lieux en matière de littératie numérique du milieu des professionnels de la musique, plus particulièrement des membres du CQM. Dans le même ordre d'idée, nous visons à établir un portrait des pratiques et compétences numérique.

Dans le contexte de transformation numérique, le CQM reconnaît qu'il a un besoin qui s'accroît sur la question et l'intérêt du CQM est avant tout d'offrir un accompagnement qui répond aux besoins du milieu des professionnels de la musique.

La nature du projet aura nécessairement un impact sur le milieu. D'une part, une sensibilisation sur la culture et les valeurs numérique. D'autre part, la transformation du travail et des pratiques des professionnels de la musique. En réalisant des entrevues semi-dirigées d'une durée d'environ 40 à 60 minutes, les participants pourront livrer leur impressions et point de vue sur les multiples aspects de la littératie numérique qui seront abordés. Nous n'évaluerons en aucun cas votre performance, mais bien analyser la perception et les besoins des compétences numérique du milieu.

Anonymat et confidentialité

La session d'entrevue sera enregistrée sous forme vidéo et audio. L'entrevue auquel vous participez servira uniquement à recueillir des informations essentielles à cette étude et ne pourra en aucun cas servir à d'autres fins.

Toutes les données recueillies sont stockées de manière anonyme et confidentielle. Les enregistrements effectués durant votre passation seront exclusivement exploités par Jovanny Savoie, agent de développement numérique du CQM et Danilo Dantas, professeur agrégé département marketing à HEC Montréal et directeur de cette recherche.

Liberté de retrait

Votre participation à cette étude est volontaire. Vous êtes libre de vous retirer de cette étude à tout moment et sans justification.

Consentement

Je déclare avoir pris connaissance de ce formulaire de consentement et avoir compris les conditions de ma participation à cette étude.

En apposant votre signature électronique ci-dessous, vous reconnaissez que :

- Votre participation à l'étude est volontaire.
- Vous avez au moins 18 ans.
- Vous savez que vous pouvez choisir de mettre fin à votre participation à tout moment pour quelque raison que ce soit.

Fin de bloc: Formulaire de consentement - Objectifs du projet et procédure

Début de bloc: Dimension A - Identification de la personne contact

Q1 Prénom de la personne contact

Q2 Nom de la personne contact



Q3 Adresse courriel professionnelle

Q5 Votre statut professionnel

- Musicien interprète (1)
- Musicien auteur-compositeur (2)
- Producteur (3)
- Gérant d'artiste (4)
- Direction d'organisme (5)
- Travailleur culturel (6)
- Diffuseur (7)
- Autre (8) _____

Fin de bloc: Dimension A - Identification de la personne contact

Début de bloc: Dimension B - Identification de votre organisation

Q8 Nom de l'organisation ou de l'individu membre du CQM



Q11 Code postal du siège sociale de votre organisation

Q16 Adresse du site web de votre organisation (si applicable)

Q9 Type de membre CQM

- Membre corporatif (1)
- Membre ensemble non-incorporé (2)
- Membre individuel (3)
- Membre associé (4)
- Je ne sais pas (5)

Q10 Principale(s) activité(s) de votre organisation

- Production d'enregistrement sonore (1)
 - Production de concerts (2)
 - Maison de disque (3)
 - Diffusion (11)
 - Édition (4)
 - Maison de gérance (5)
 - Agence de spectacle (6)
 - Distribution (7)
 - Magasin et Plateforme (8)
 - Organisme de service (9)
 - autre (10) _____
-

Q12 Quelle est la langue travail principale dans votre organisation

- Français (1)
- Anglais (2)
- Autre (3) _____

Q19 Question optionnelle, En vos mots, quelle est votre définition du numérique?

Fin de bloc: Dimension B - Identification de votre organisation
