

La grande séduction technologique

Jean Bélisle

Numéro 115, hiver 2007–2008

De l'architecture au mobilier

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/17421ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (imprimé)

1923-2543 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Bélisle, J. (2007). La grande séduction technologique. *Continuité*, (115), 27–30.

La grande séduction technologique



Dans les années 1960, le Québec a opéré un virage radical vers le modernisme international.

Le développement de la technologie allait modeler les produits qui en sont issus :

le progrès doit ressembler au progrès...

par Jean Bélisle

Le XIX^e siècle est considéré à juste titre comme le siècle de la révolution industrielle. Mais quel visage retenir du XX^e siècle ? Celui de la crise économique de 1929 ? Des deux grandes guerres mondiales ? De la conquête de l'espace ? Les façons de voir sont aussi multiples que les champs d'intérêt le permettent.

Mais disons-le d'emblée, la vraie révolution du XX^e siècle, c'est celle de la communication. C'est elle qui a changé en profondeur nos rapports sociaux, nos vies mêmes.

Alors que l'électricité et ses étranges propriétés sont connues depuis fort longtemps, un signal radio est transmis entre l'Angleterre et Terre-Neuve le 12 décembre 1901: Marconi vient de relier les continents grâce aux ondes radio. En

Série d'appareils stéréo de la collection Forma de RCA, au design moderne typique des années 1960.

Photo: archives André Morin

1920, il crée une première station de diffusion radiophonique sur la rue William à Montréal. Rapidement, Marconi et ses associés réalisent qu'avoir une station émettrice, c'est bien, mais trouver des



Modèle SFA 1091, combiné RCA, conçu par André Morin et provenant de la collection du Musée des ondes Emile Berliner.

Photos : Jean Bélisle

auditeurs, ce serait mieux. À une époque où le poste de télégraphie sans fil est un objet rare et très mystérieux, cette situation va provoquer une des premières campagnes de marketing de l'ère moderne, celle du poste de radio.

En un siècle, on est donc passé de la télégraphie sans fil à la radio, puis de la radio à la télévision et enfin à l'ordinateur. Les frontières éclatent. L'Australie et le Québec communiquent maintenant en temps réel. La machine qui permet ce miracle est un bijou de performance, mais aussi d'apparence. Avec la technologie est né le design moderne, celui des appareils électroniques de consommation.

LE QUÉBEC S'OUVRE AU MONDE

La fin de la Seconde Guerre mondiale est marquée par le retour massif de nos soldats, qui entraîne la recrudescence de la natalité que l'on sait. C'est le baby-boom. Le 7 septembre 1959, le décès de Maurice Duplessis marque la fin de la Grande Noirceur. Le Québec peut enfin accéder au monde contemporain.

La Fondation québécoise du patrimoine décerne la deuxième bourse France-Gagnon-Pratte !

La Fondation québécoise du patrimoine décerne la bourse France-Gagnon-Pratte 2007, d'un montant de 5000 \$, à monsieur Mathieu Payette-Hamelin, étudiant au doctorat à l'Université de Montréal.

Cette bourse a pour objectif de soutenir la réalisation d'un projet de recherche d'un(e) étudiant(e) du 2^e ou du 3^e cycle universitaire du Québec susceptible de contribuer au développement des connaissances sur le patrimoine bâti ou de contribuer à l'évolution des pratiques de préservation et de mise en valeur du patrimoine bâti au Québec.

Monsieur Payette-Hamelin est étudiant au doctorat à l'Université de Montréal. Il poursuit un projet d'étude de 3^e cycle sur l'intégration du discours de la conservation du patrimoine bâti à la pratique urbanistique.



De gauche à droite : Gérard Beudet, directeur de l'Institut d'urbanisme de l'Université de Montréal et directeur du projet d'études de monsieur Payette-Hamelin, Mathieu Payette-Hamelin, étudiant et récipiendaire de la bourse, et France Gagnon Pratte, présidente de la Fondation québécoise du patrimoine.

Photo : Guy Mercier

La Fondation québécoise du patrimoine s'est donné pour mission de supporter des actions concrètes de protection et de mise en valeur du patrimoine bâti et des paysages culturels du Québec. En mettant ses ressources humaines et financières au service de la collectivité, la Fondation québécoise du patrimoine joue un rôle important de catalyseur dans l'action patrimoniale d'aujourd'hui et assure ainsi la pérennité des richesses de notre collectivité. La bourse France-Gagnon-Pratte est décernée chaque année et les candidatures sont reçues jusqu'au 31 mai.

FONDATION QUÉBÉCOISE
du patrimoine

www.cmsq.qc.ca/fondat.htm

Dans les années 1960, alors que la société de consommation se déploie avec force, les baby-boomers se transforment en consommateurs. Mais leurs goûts diffèrent sensiblement de ceux de leurs parents. Avec Expo 67, ils sont exposés aux tendances contemporaines. Les vicieries ne sont plus à la mode. La société veut oublier la Seconde Guerre mondiale. Du côté des États-Unis, la guerre du Vietnam ne fait pas recette. On veut créer une société plus optimiste. Le passé est dépassé !

La grande majorité des industries produisant des biens de consommation réorientent leur production vers les nouveaux besoins de la jeunesse. Modifier le design s'avère un des moyens privilégiés par les magiciens du marketing.

Le virage vers le modernisme international est particulièrement visible dans le secteur de l'électronique de consommation. Premier grand coup d'éclat: l'avènement du transistor. La miniaturisation cesse d'être du domaine de l'utopie pour devenir une réalité de la vie quotidienne. La radio comme la télévision deviennent

portatives. On peut même glisser son transistor dans une poche de veston sans qu'il soit visible!

La révolution technologique redéfinira également l'espace domestique. Les chaînes stéréo et les téléviseurs de plancher joueront un rôle majeur dans ce réaménagement.

LE DESIGN EN STÉRÉO

En 1958, la compagnie Clairtone voit le jour à Toronto. Elle engage le designer Hugh Spencer, qui révolutionnera le design industriel en créant la série G. La stéréo Project G, lancée en 1963 avec la complicité d'artistes tels Frank Sinatra et Dizzy Gillespie, fait un malheur. Poursuivant sur sa lancée, Clairtone introduit la G2 puis la G3. Le succès est immédiat. Les concurrents de Clairtone doivent réagir, leur marché est en péril.

La firme Electrohome de Kitchener, en Ontario (qui célèbre cette année son centenaire), engage le designer industriel Gordon Duern. La commande est simple: concevoir des appareils pouvant



Modèle hybride, combiné Clairtone, issu de la collection du Musée des ondes Emile Berliner.

Photo : Jean Bélisle

26 OBJETS
EN QUÊTE
D'AUTEURS

J comme Juke-box
et comme Jasmin (Claude)

Dès le 22 novembre 2007

Musée
STEWART
Museum

De Sainte-Hélène, Montréal

Info : 514 861 6701 — www.stewart-museum.org

Pour une
quincaillerie
décorative...

HORS SÉRIE
QUINCAILLERIE

355, Marais, local 115, Québec
418 . 681 . 7477 • 1 877 705 . 3212
Télec. : 418 . 681 . 1626
Fermé le dimanche

Quincaillerie pour
bâtiments anciens



Modèle 703 Circa 75, combiné Electrohome, conçu par Gordon Duern et provenant de la collection du Musée des ondes Emile Berliner.

Photos: Jean Bélisle



concurrer ceux de Clairtone. Duern créera ainsi la série Apollo, qui s'inspire de la conquête de l'espace. Pour contrer la popularité de la série G de Clairtone, Duern et son collègue McQuarrie mettent au point le spectaculaire combiné circulaire Circa 703 ainsi que son fauteuil haut-parleur 704. Le succès est instantané. Au Québec, la table est mise. En 1965, un jeune designer formé à l'Institut des arts appliqués de Montréal, André Morin, entre au service de la compagnie RCA Victor. De 1965 à 1974, Morin conçoit pour RCA une série d'appareils qui modifieront complètement l'image de la compagnie. Avant l'arrivée du jeune designer, RCA était surtout reconnue pour son conservatisme en matière de design. Malgré les succès de Morin, elle ne peut s'empêcher de mettre en marché d'énormes combinés coloniaux français. Les modèles Bergerac ST-13, Avignon SC-30, Provence SC-23 et Champagne SFD 1016 se vendent bien en 1968.

À la fin des années 1960, Morin convainc la compagnie de produire un appareil moderne: la SF 72, une petite stéréo avec haut-parleurs détachables. L'idée de Morin est de créer un appareil abordable au look très moderne utilisant des plas-

tiques de couleur, des formes angulaires sans référence au passé et une base en acier tubulaire plié. La clientèle cible demeure les jeunes baby-boomers. Comme la compagnie n'est pas certaine du potentiel du produit, elle en produit seulement une petite série. En moins d'une fin de semaine, la totalité est écoulee. RCA doit se rendre à l'évidence: il y a un marché pour le moderne.

La série Forma est donc née, avec ses appareils très bas conçus pour pouvoir s'intégrer à un environnement moderne. Devant le succès de cette série, Morin crée la série NéoForma puis la MultiForma. Ce dernier appareil est modulaire et peut être disposé de différentes façons selon le goût de son propriétaire. Dans une certaine mesure, l'utilisateur devient responsable du design de sa chaîne stéréo. La publicité explique que « le principe MultiForma consiste en quatre cubes que vous pouvez disposer comme bon vous semble, selon votre intérieur ou votre inspiration du moment ».

Le design industriel a grandement contribué à dessiner notre environnement quotidien. Curieusement, cette tendance sera rapidement confrontée à un retour vers les modèles anciens. En 1970 s'enclenche un

mouvement qui contiendra l'élan moderniste. En témoignent les publications successives de *L'Encyclopédie des antiquités du Québec*, puis de *L'Encyclopédie de la maison québécoise*. L'engouement pour le design industriel futuriste doit céder du terrain devant la valorisation des objets de mémoire...

■
Jean Bélisle est professeur en histoire de l'art à l'Université Concordia.