

## Table des matières

---

Remerciements .....	iii
Résumé .....	vii
Abstract .....	ix
Table des matières .....	xi
Liste des figures .....	xvi
Remarques liminaires .....	xvii
Introduction .....	xix
<b>Chapitre I : Problématique générale</b> .....	1
Introduction .....	1
1.1. Une étude communicationnelle de la culture .....	2
1.2. Une démarche qui s'inscrit dans un contexte de démocratisation culturelle.....	7
1.2.1. La naissance de la démocratisation culturelle comme finalité en France .....	8
1.2.2. La démocratisation culturelle comme finalité étatique au Québec .....	10
1.2.3. Démocratisation culturelle et organismes culturels .....	15
1.3. Une recherche dans la lignée des études sur les non-publics de la culture.....	19
1.3.1. Démocratisation culturelle et inégalités sociales .....	20
1.3.2. La Déclaration de Villeurbanne .....	22
1.3.3. Le concept de non-publics dans des travaux théoriques .....	24
1.3.3.1. Doit-on rejeter le concept de non-publics? .....	24
1.3.3.2. Doit-on utiliser le concept de non-publics selon sa définition de 1968? .....	26
1.3.3.3. Doit-on faire des non-publics un concept plus flexible? .....	28
1.3.4. Le concept de non-publics dans les travaux empiriques.....	30
1.3.4.1. Des traits sociodémographiques peuvent-ils agir comme prédicteurs? .....	31
1.3.4.2. La présence, l'absence, les publics et les non-publics .....	39
1.3.4.3. Les non-publics de la culture, un concept lié à la culture légitimée?.....	41
1.3.5. Discussion. Le concept de non-publics et la recherche scientifique.....	42
1.4. Questionnements généraux de recherche .....	45
<b>Chapitre II : Méthodologie. Notre posture de départ</b> .....	47
Introduction .....	47
2.1. Une recherche partenariale .....	48
2.2. Notre approche méthodologique, un choix lié à nos sensibilités et objectifs.....	51
2.2.1. Notre rapport à la connaissance .....	52

2.2.2. Notre rapport à la réalité sociale .....	54
2.2.3. Notre rapport à l'empirie.....	55
2.3. La méthodologie générale de la théorisation enracinée.....	56
2.4. Notre terrain : six corpus liés à la région de la Mauricie.....	59
2.4.1. Le contexte sociopolitique de la Mauricie .....	60
2.4.2. La culture en Mauricie .....	62
2.4.3. Description des corpus.....	65
2.4.3.1. Les non-publics du CPOOL .....	66
2.4.3.2. Les non-publics du MQCP.....	67
2.4.3.3. Les non-publics du SLTR .....	67
2.4.3.4. Les non-publics de la MCTR.....	68
2.4.3.5. Les non-publics du CCTR.....	68
2.4.3.6. Les non-publics du FVTR .....	69
<b>Chapitre III : Méthodologie. Notre trajectoire .....</b>	<b>71</b>
Introduction .....	71
3.1. Le concept de non-publics de la culture : d'une utilisation normative à une utilisation inductive .....	72
3.2. MTE et fréquentation culturelle : les défis d'un chercheur novice .....	75
3.2.1. La suspension des savoirs et la collecte de données enracinées dans le vécu des participants : des défis de taille.....	77
3.2.2. Les défis du maintien de la trajectoire inductive : l'atteinte du seuil de saturation théorique et la montée dans des voies de théorisation .....	82
3.3. Illustration de notre démarche .....	86
3.3.1. De l'entretien à la théorisation.....	86
Conclusion.....	90
<b>Chapitre IV : Résultats. Les raisons des non-publics du Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc .....</b>	<b>92</b>
Introduction .....	92
4.1. Les défis contemporains des églises québécoises.....	93
4.2. La patrimonialisation des églises catholiques québécoises : un phénomène social .....	95
4.3. La fréquentation : un enjeu central pour les sites muséaux et patrimoniaux.....	98
4.4. À la recherche des raisons de ne pas visiter le CPOOL .....	99
4.5. Six raisons de ne pas fréquenter le CPOOL .....	100
4.5.1. Une église demeure une église.....	101

4.5.2. Un lieu patrimonial n'est pas une église .....	102
4.5.3. La Mauricie, une région peu compatible avec les arts et la culture .....	104
4.5.4. Le CPOOL, une activité périphérique?.....	105
4.5.5. La visite du CPOOL : une activité destinée à un public bien défini .....	106
4.5.6. Un comité de protection, ça se visite?.....	107
Conclusion .....	109
<b>Chapitre V : Résultats : Les raisons des non-publics du Musée québécois de culture populaire</b> .....	113
Introduction .....	113
5.1. Les raisons de ne pas fréquenter le MQCP.....	118
5.1.1. La dissociation de la Vieille prison et du MQCP .....	118
5.1.2. Le musée : un lieu adapté à la mise en valeur de la culture populaire? .....	122
5.1.3. À mi-chemin entre Québec et Montréal : le MQCP en concurrence avec deux pôles culturels importants.....	125
5.1.4. Ne pas visiter un musée dans sa ville : le poids des expériences passées et le goût du changement .....	127
5.1.5. La visibilité du MQCP et son accessibilité .....	129
5.1.6. À la recherche de propositions culturelles plus variées et d'interactivité.....	130
Conclusion .....	131
<b>Chapitre VI : Résultats. Les raisons des non-publics du Salon du livre de Trois-Rivières.</b>	133
Introduction .....	133
6.1. Livre, lecture et lecteur .....	135
6.2. L'étude des raisons de ne pas visiter le SLTR.....	138
6.3. Quatre raisons pour ne pas visiter le SLTR .....	139
6.3.1. L'inclusion de la visite du SLTR : un coût de renonciation trop élevé .....	140
6.3.2. La lecture : une pratique conduisant (en théorie) à la visite du SLTR .....	142
6.3.3. Le SLTR, une activité culturelle? .....	144
6.3.4. La visite du SLTR, une activité pertinente?.....	146
Conclusion. Des freins à atténuer pour faciliter le passage des non-publics vers les publics du SLTR .....	148
<b>Chapitre VII : Résultats. Les raisons des non-publics de la Maison de la culture de Trois-Rivières</b> .....	151
Introduction .....	151
7.1. La Maison de la culture de Trois-Rivières .....	152

7.2. Centres d'exposition et salles de spectacles régionaux : fréquentation et non-fréquentation .....	154
7.3. À la rencontre des non-publics de la MCTR .....	157
7.4. La proximité et la recherche du plaisir : deux raisons pour ne pas fréquenter la MCTR ..	158
7.4.1. La proximité, une raison de fréquenter ou de ne pas fréquenter la MCTR?.....	159
7.4.1.1. Rompre avec le quotidien : une tâche difficile.....	160
7.4.1.2. Le centre-ville de Trois-Rivières : professionnel ou culturel? .....	161
7.4.1.3. La proximité de l'organisme culturel : des effets variés .....	162
7.4.2. La MCTR se concilie difficilement avec la notion de plaisir .....	163
7.4.2.1. Le plaisir n'est-il qu'une affaire de culture populaire? .....	163
7.4.2.2. L'image de la MCTR : terne et austère .....	166
Conclusion. La fréquentation de la MCTR, un loisir culturel? .....	168
<b>Chapitre VIII : Résultats. Les raisons des non-publics de Ciné-Campus Trois-Rivières ...</b>	<b>171</b>
Introduction .....	171
8.1. Les salles de cinéma québécoises et leur fréquentation .....	173
8.2. À la recherche des raisons de ne pas fréquenter CCTR .....	175
8.3. Six raisons de ne pas fréquenter CCTR.....	177
8.3.1. CCTR ne correspond pas à la représentation qu'on se fait d'une salle de cinéma .....	177
8.3.2. L'abonnement : une obligation qui contraste avec le désir de spontanéité.....	179
8.3.3. Nul besoin de se rendre à CCTR pour visionner les films qu'on diffuse dans ce lieu	180
8.3.4. CCTR, ça ressemble trop à l'école .....	182
8.3.5. CCTR : un cinéma fait <i>pour les autres</i> .....	184
8.3.6. Avant de fréquenter ce lieu, il faut en avoir entendu parler.....	184
Conclusion. Être non-public de CCTR : une pratique davantage liée au lieu qu'aux films.....	186
<b>Chapitre IX : Résultats. Les raisons des non-publics du FestiVoix de Trois-Rivières .....</b>	<b>190</b>
Introduction .....	190
9.1. Les non-publics de situations musicales.....	191
9.2. La fréquentation de festivals de musique au Québec .....	193
9.3. Étudier les non-publics du FVTR : considérations méthodologiques .....	194
9.4. Les trois principes fondateurs du FVTR : trois raisons pour ne pas le fréquenter? .....	196
9.4.1. La diversité comme raison de ne pas fréquenter.....	196
9.4.1.1. La musique du FVTR : diversifiée ou commercialisée? .....	198
9.4.1.2. L'inconnu musical comme frein.....	199

9.4.1.3. La diversité des publics : un frein au développement d'un sentiment d'appartenance .....	200
9.4.2. L'accessibilité : une question d'argent, d'offre culturelle et d'emplacement.....	202
9.4.2.1. Le passeport du FVTR : un gage d'accessibilité? .....	203
9.4.2.2. Une culture inaccessible pré-FVTR? .....	204
9.4.2.3. Le centre-ville de Trois-Rivières : lieu inaccessible ou extension du FVTR?.....	205
9.4.3. Les festivals offrent-ils un contexte de réception culturelle de qualité?.....	207
9.4.3.1. L'inconfort de la foule et d'être debout .....	207
9.4.3.2. L'incertitude de la météo.....	208
9.4.3.3. Ambiance chaotique et qualité d'écoute .....	209
Conclusion. Les particularités des non-publics du FVTR.....	211
<b>Chapitre X : Discussion</b> .....	214
Introduction .....	214
10.1. Une étude communicationnelle de faits culturels se déroulant en Mauricie .....	217
10.2. Les grandes lignes de notre étude.....	218
10.3. Premier constat. Les raisons d'être non-public ne relèvent pas de l'évidence .....	220
10.4. Deuxième constat. Les organismes culturels ne sont pas nécessairement reconnus comme tels.....	223
10.5. Troisième constat. Les pratiques culturelles et les organismes qui les valorisent : un lien qui ne va pas de soi.....	226
10.6. Quatrième constat. Publics et non-publics : une relation symbolique forte .....	229
10.7. Cinquième constat. Le paradoxe de la proximité géographique .....	232
10.8. Conclusion. Pour une perspective intégratrice des raisons exprimées par les non-publics d'organismes culturels établis en Mauricie .....	236
<b>Références</b> .....	241

## Liste des figures

---

### Chapitre V

Figure 2. Photographie du MQCP..... p. 120

### Chapitre VII

Figure 3. Logo de la MCTR au moment de l'étude..... p. 167

### Chapitre IX

Figure 4. Affiche du FestiVoix 2017..... p. 197

### Chapitre X

Figure 5. Modélisation de notre définition de la posture de non-public..... p.216

Figure 6. Relation à l'identité culturelle.....p. 225

Figure 7. Relation aux pratiques culturelles.....p. 228

Figure 8. Processus d'appariement identitaire.....p. 231

Figure 9. Effets de la proximité.....p. 234

Figure 10. Modélisation du continuum entre non-publics et publics.....p. 237

## Remarques liminaires

---

Au cours de la réalisation de cette thèse, nous avons cherché à publier plusieurs de ses composantes à des fins de diffusion des connaissances. Ainsi, une version légèrement différente du chapitre III a été publiée quelques mois avant le dépôt de la thèse. En juin 2019, le chapitre a été publié sous forme d'article dans la revue scientifique *Approches inductives* (vol. 6, no 1, hiver 2019) sous le titre « Non-publics et MTE : étudier les raisons de ne pas visiter des organismes culturels selon une démarche enracinée »; nous sommes le seul auteurs de ce texte.

Les chapitres IV à IX paraîtront aux Presses de l'Université du Québec dans un ouvrage collectif intitulé *Les non-publics d'organismes culturels en Mauricie* et dirigé par Jason Luckerhoff et Marie-Claude Lapointe; nous y avons agi à titre de premier auteur et nous avons demandé la collaboration de différents chercheurs, tous experts des domaines culturels liés aux thématiques des chapitres. Ces chapitres ont été évalués et acceptés pour publication par un comité de lecture composé de huit professeurs-chercheurs.

Le chapitre IV s'intitulera « Lieu de culte ou de culture? Les raisons de ne pas visiter le Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc à l'église Notre-Dame-de-la-Présentation »; notre coauteure pour ce chapitre est Martine Pelletier, professeure agrégée au Département de communication de l'Université de Sherbrooke.

Le chapitre V, « Un organisme lié à la culture classique ou populaire? Une étude des raisons de ne pas visiter le Musée québécois de culture populaire », a été coécrit avec Jason Luckerhoff, professeur titulaire au Département de lettres et communication sociale de l'UQTR, et Marie-Claude Lapointe, professeure agrégée au Département d'études en loisir, culture et tourisme de la même université.



Le chapitre VI de la thèse sera quant à lui publié dans le collectif sous le titre « Entre le commercial et le culturel : Étude des raisons de ne pas visiter le Salon du livre de Trois-Rivières »; nous l'avons préparé avec le professeur associé au Département d'information et de communication de l'Université Laval et au Département de lettres et communication sociale de l'UQTR Jacques Lemieux, de même qu'avec Claude Martin, professeur honoraire au Département de communication de l'Université de Montréal et associé au Département de lettres et communication sociale de l'UQTR.

Le chapitre VII, coécrit avec le professeur Hervé Guay du Département de lettres et communication sociale de l'UQTR, paraîtra sous le titre « Loisir culturel et proximité : Étude des freins à la fréquentation de la Maison de la culture de Trois-Rivières ».

Dans l'ouvrage reçu par les PUQ, le chapitre VIII, à paraître sous le titre « Les non-publics du Ciné-Campus Trois-Rivières : pourquoi ne fréquentent-ils pas ce lieu? », a été coécrit avec le maître de conférences pour l'unité de recherche Religion, culture et société de l'Institut Catholique de Paris, Michaël Bourgatte.

Finalement, le chapitre IX, qui sera publié sous le titre « Festival de musique et non-publics : les raisons de ne pas fréquenter le FestiVoix de Trois-Rivières », a été écrit avec la collaboration d'Emmanuel Ethis, recteur de l'Académie de Rennes, Chancelier des universités et vice-président du Haut Conseil de l'Éducation artistique et culturelle.



## Introduction

---

Notre thèse présente l'étude de raisons pour lesquelles des individus ne fréquenteront pas certains organismes culturels. Des recherches réalisées à partir de grandes enquêtes gouvernementales permettent d'identifier certains traits sociodémographiques chez ceux qui fréquentent des organismes culturels et chez ceux qui ne les fréquentent pas. D'autres, réalisées par les organismes culturels eux-mêmes, donnent accès aux profils ou aux expériences de leurs publics. En vue de réaliser notre projet doctoral, des propos d'individus affirmant ne pas fréquenter certains organismes culturels ont été amassés dans le cadre d'une collecte de données par entretiens qualitatifs. Ceux-ci ont été analysés afin de mettre en exergue les éléments expliquant pourquoi ces individus se retrouvent dans cette position à l'égard des organismes concernés.

L'objectif principal de cette thèse est de mettre au jour les raisons découvertes lors de notre démarche de recherche empirique. Le chapitre I aborde la problématique de recherche inhérente au projet; nous y présentons le cadre d'interprétation initial au sein duquel s'est inscrit notre intérêt général de recherche. Sans contribuer à former un cadre d'analyse appelé à être repris dans les chapitres de résultats, il présente les contextes dans lesquels s'inscrit notre intérêt de recherche, ceux-ci étant de natures disciplinaire, sociopolitique et scientifique.

Les chapitres II et III exposent les considérations méthodologiques ayant régi la réalisation du projet. Plus précisément, le chapitre II situe le contexte partenarial de cette recherche, clarifie nos postures ontologique et épistémologique, présente la méthodologie générale mobilisée et décrit les six terrains étudiés. Le chapitre III, en plus de présenter les fondements de l'approche utilisée, offre une synthèse des processus méthodologiques réalisés, de la collecte de données jusqu'à la théorisation. De surcroît, dans une perspective très personnelle, ce chapitre se veut une exploration

des défis et difficultés que peut poser la réalisation d'une recherche inductive par un chercheur novice.

Les chapitres IV à IX établissent une série d'éléments révélant les problématiques spécifiques aux six terrains étudiés, en plus de présenter les résultats obtenus pour chacun. L'étude de ces différents terrains s'est échelonnée sur plus de quatre ans, aussi l'ordre des chapitres respecte-t-il la chronologie de la réalisation de cette étude.

Plus particulièrement, le chapitre IV met au jour six raisons de ne pas visiter le Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc : l'identité religieuse de l'organisme serait trop présente; l'identité patrimonial et artistique serait problématique; la région de la Mauricie serait peu susceptible d'être l'hôte d'offres culturelles pertinentes; l'organisme ne s'inscrirait pas dans une offre culturelle mobilisatrice ; l'identification aux publics perçus est difficile; et le nom de l'organisme ne conduit pas à imaginer un lieu culturel fréquentable.

Ensuite, le chapitre V propose de porter attention à certaines raisons pour lesquelles des individus ne visitent pas le Musée québécois de culture populaire de Trois-Rivières. Nommément : une dissociation s'exerce entre le musée et sa proposition patrimoniale ; la perception d'une polarité entre culture populaire et culture savante ; la concurrence avec les pôles culturels que sont Québec et Montréal ; l'enracinement de la pratique anticipée dans des expériences passées non concluantes ; la perception d'une faible visibilité d'une accessibilité difficile ; le désir de variété et d'interactivité perçu en contraste avec le désir de fréquenter le musée.

Le chapitre VI relate notre étude des raisons de ne pas fréquenter le Salon du Livre de Trois-Rivières. À cet effet, nous avons découvert que quatre raisons sont particulièrement pertinentes à considérer : le coût de renonciation lié à la fréquentation de l'événement apparaît parfois trop élevé ; l'appréciation de la lecture peut freiner le goût pour la fréquentation ; la valeur culturelle du salon

peut sembler incertaine ; l'offre de l'événement présente un faible niveau de pertinence et de cohérence avec les champs de compétences et d'intérêts de non-publics.

Le chapitre VII expose nos découvertes au sujet des raisons exprimées par certaines personnes pour ne pas fréquenter trois dispositifs culturels situés à même la Maison de la culture de Trois-Rivières. Globalement, deux grandes raisons nous semblent pertinentes : la proximité physique de l'organisme vient l'inscrire dans le quotidien des participants et diminue le goût pour sa fréquentation ; les trois dispositifs de l'organisme sont difficilement associés à des pratiques plaisantes que l'on réalise lors de loisirs culturels.

Le chapitre VIII relate notre étude des raisons pour lesquelles des individus ne se rendent pas aux installations de Ciné-Campus Trois-Rivières afin d'y visionner des films. Tel que nous le comprenons, serait en place : une perception de cette salle qui ne correspond pas à l'image traditionnelle d'une salle de cinéma ; une résistance au fonctionnement par abonnement ; une préférence pour un visionnement domestique des films présentés par le ciné-club ; une association trop forte de l'organisme à l'univers scolaire ; une perception où les publics de l'organisme ont des traits nichés et différents ; une conception où les activités de communication de l'organisme sont peu efficaces.

Le chapitre IX permet d'aborder des raisons qu'ont certaines personnes de ne pas faire partie des festivaliers du FestiVoix de Trois-Rivières, événement musical populaire. Trois raisons sont ici discutées : le festival n'apparaît pas tel un événement musical diversifié ; l'accessibilité permise par le FestiVoix est remise en question ; la qualité des offres culturelles du festival peut sembler incertaine.

Le chapitre X, qui présente une discussion des résultats, ambitionne à faire la synthèse des raisons évoquées à l'égard des organismes culturels qui, malgré leur situation dans une même

région administrative québécoise, concernent des domaines culturels différents. En proposant d'amalgamer les résultats des six volets de notre recherche, cette partie de la thèse permet d'élaborer une théorisation globale des raisons de ne pas fréquenter des organismes culturels de la Mauricie. Cette théorisation propose la considération de quatre processus, soit : un processus par lequel est reconnu l'identité culturelle des organismes ; un processus où s'établit un lien entre les pratiques culturelles et les organismes qui les valorisent ; un processus par lequel l'identité des non-publics est évaluée par voie de comparaison avec les traits associés aux publics des organismes ; un processus où une distance symbolique est associée aux organismes en raison de leur proximité géographique.

# Chapitre I : Problématique générale

---

## Introduction

La recherche ayant conduit à la production de cette thèse a été réalisée dans un contexte particulier et, par voie de conséquence, doit être abordée en tenant compte de certaines particularités. Si, tel qu'annoncé en introduction, ce chapitre posant notre problématique générale ne sert pas, considérant notre posture inductive, à placer des savoirs théoriques utiles aux fins d'un cadre d'analyse, il permet néanmoins d'exposer les prémisses sociales et scientifiques auxquelles cette recherche est globalement liée. Tel que le remarquent Guillemette et Lapointe (2012), une démarche inductive n'implique pas de construire sur du vide; elle exige plutôt de reconnaître que « chaque chercheur a sa sensibilité; [qu']il est sensible à des aspects de la réalité plus qu'à d'autres, notamment à cause de sa formation disciplinaire et à cause de ses "connivences" théoriques » (p. 15). Cette thèse résulte par ailleurs d'une formation universitaire de troisième cycle et découle de notre intérêt et de notre curiosité pour le phénomène de la fréquentation culturelle. Ainsi, bien qu'elles ne soient pas systématiquement mises en relation avec les résultats qui sont présentés dans les chapitres IV à IX de ce travail, certaines considérations doivent être situées et exposées, tant à des fins de transparence que de cohérence.

Nous positionnons notre projet de recherche dans le champ des études en communication. Sachant que cette thèse se veut l'accomplissement d'un parcours au troisième cycle réalisé dans la concentration en communication sociale d'un programme de lettres de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR), nous y abordons les caractéristiques propres d'une étude communicationnelle de faits culturels (Luckerhoff et Jacobi, 2014).

Nos travaux sont également mis en contexte par un survol politico-historique de la démocratisation de la culture, finalité sociale inhérente à la vaste majorité des initiatives visant à mieux comprendre le phénomène de la fréquentation culturelle. Sont ainsi abordées les origines et motivations de l'adoption officielle de cette finalité dans les sociétés occidentales ainsi que ses manifestations dans les politiques culturelles québécoises de 1992 et de 2018.

Nous préciserons par la suite notre usage du concept de non-public. Appuyée sur une recension systématique des écrits scientifiques traitant de ce concept depuis sa première utilisation officielle en 1968, cette partie du chapitre a pour fonction d'explicitier les différents usages qui en ont été faits depuis les cinquante dernières années afin de mieux en cadrer l'emploi dans la démarche inductive à la base de nos travaux.

Finalement, ce premier chapitre de notre thèse synthétise les éléments formant la perspective de départ à travers laquelle nous nous sommes engagé dans le présent projet. Cette synthèse trouvera son terme dans la présentation de nos questionnements généraux de recherche. Ainsi, après être revenu sur l'origine de notre intérêt pour la fréquentation culturelle, nous exposons l'angle général sous lequel nous désirons y donner suite.

### **1.1. Une étude communicationnelle de la culture**

La présente recherche est menée dans un programme de communication et propose l'étude d'un phénomène relevant de la sphère culturelle. Ce point de jonction entre communication et culture mérite que l'on s'y attarde. En fait, les mutations profondes affectant les domaines d'activités de la communication de même que celui de la culture depuis les années 1980 font en sorte qu'on assiste aujourd'hui à une amplification des « recoupements entre phénomènes de communication et phénomènes culturels » (Caune, 2006, p. 5). Les faits de communication intègrent de plus en

plus une dimension culturelle : qu'il s'agisse de l'intégration de propositions culturelles aux stratégies de communication (on pense par exemple à l'œuvre linéaire *Bleu de Bleu*<sup>1</sup> commanditée par la Banque Nationale en 2017 pour le 375<sup>e</sup> anniversaire de la ville de Montréal) ou d'activités de communication s'ancrant dans un ensemble de référents culturels (un exemple de ce phénomène s'observe dans la campagne publicitaire de 2009 de Perrier, inspirée de *La persistance de la mémoire* de Salvador Dalí).

En outre, les propositions culturelles se voient élaborées autour de considérations communicationnelles toujours plus importantes, des stratégies de communication étant mises en place pour faciliter le contact entre la culture et ses publics. Par exemple, des auteurs livreront des lectures publiques de leurs œuvres ou prononceront des conférences sur leurs processus créatifs. D'autres propositions sont développées en tant que messages à l'attention de récepteurs. Par exemple, dans les milieux muséaux, on rencontre communément l'expression « média exposition », qui signifie que, dans son ensemble, l'exposition permet qu'une « relation [...] s'établ[isse] entre les objets et le public » (Davallon, 1999, p. 236). L'activité muséale, qui s'est vue transformée durant les dernières décennies notamment par une accélération du rythme de la production d'expositions temporaires (Jacobi, 2012), illustre bien le désir généralisé chez les acteurs culturels d'entrer dans une relation de communication avec le plus large public possible.

Ces recoupements entre culture et communication ont été remarqués et étudiés par des chercheurs en sciences sociales qui ont développé des perspectives pour l'étude de ceux-ci. Luckerhoff et Jacobi (2014) distinguent « l'étude culturelle de la communication » et « l'étude communicationnelle de la culture » (p. 56); la première, en suggérant d'aborder de façon

---

<sup>1</sup> L'œuvre *Bleu de Bleu* est une création d'Alain Paiement. Les installations faisant partie de l'œuvre sont situées aux abords de la route liant la ville de Montréal et l'aéroport international Pierre-Eliot-Trudeau. Sur une longueur de 8 km, ce déploiement de la couleur bleu a nécessité, entre autres, 2500 litres de peinture, 12 000 pieds de câblage électrique et 1000 heures de travail.



anthropologique le concept de culture<sup>2</sup>, suppose qu'on porte intérêt aux systèmes culturels au sein desquels des faits de communications sont produits. Par exemple, Yelle (2009) a étudié les écrits produits par des chercheurs francophones contribuant à la tradition des *cultural studies* en se penchant sur « la circulation de cette approche dans le monde anglophone – surtout – et sur un examen diachronique de son passage dans l'espace francophone » (p. 68). En intégrant les dimensions culturelles inhérentes à la production de ces faits de communication scientifique, le chercheur a constaté que, si

les *cultural studies* sont un projet intellectuel qui a émergé à un moment et dans un lieu précis, selon des intérêts et des objectifs formulés d'une manière unique, sous des conditions particulières, lorsque les médias, dans leurs dimensions culturelles et matérielles, ont commencé à s'articuler à des modes d'expression politiques et critiques en lien avec de nouvelles façons d'étudier la « culture de masse », elles possèdent également, comme l'ont répété Hall et Grossberg, une capacité de réarticulation et de réinvention selon les espaces, les lieux, les conjonctures (p. 90).

L'étude communicationnelle de la culture, sur laquelle nous nous attarderons davantage en raison des thèmes mêmes de nos travaux, repose sur une vision plus circonscrite du concept de culture, qui se définit par « l'organisation et la structuration en catégories de l'activité symbolique associée à l'identité d'une communauté et à l'univers des arts, du patrimoine et du secteur des industries culturelles qui l'anime » (Laplante *et al.*, 2014, p. 72). L'étude communicationnelle de la culture se rapporte ainsi à un intérêt envers les propositions culturelles émanant tant de la culture savante que de masse ou populaire. En fait, elle

constitue une approche, ou une perspective, qui ne considère pas les publics, les organisations ou les dispositifs techniques comme des entités que l'on peut étudier pour elles-mêmes. Elle propose de les étudier dans leur contexte d'échanges : une œuvre est destinée à rencontrer un public même si cette rencontre est différée et si l'auteur affirme s'en désintéresser (Luckerhoff et Jacobi, 2014, p. 56).

---

<sup>2</sup> Le concept de culture, dans une perspective anthropologique, peut être abordé comme « cet ensemble complexe qui inclut les connaissances, les croyances, les arts, les mœurs, les lois, les coutumes et toutes autres capacités et habitudes acquises par l'homme en tant que membre de la société » (Tylor, 1871, cité par Perrineau, 1975, p. 948).

Pour cette raison, bien qu'elle mobilise des propositions culturelles appartenant à des registres variés, l'approche communicationnelle n'est pas centrée sur celles-ci, mais plutôt sur les relations créées par la présence de ces propositions dans un univers social. Dans le cadre d'une étude menée selon cette approche, les individus, en venant activer (ou pas) les relations avec des propositions culturelles, se trouvent à l'épicentre des préoccupations. En effet, « le concept de public est [...] central dans une approche communicationnelle des faits culturels » (*ibid.*, p. 60).

Les chercheurs en communication s'étant intéressés à des objets culturels sont nombreux. Au Québec, entre 1975 (l'année de création du premier doctorat en communication à l'Université McGill) et 2015, quatre-vingt-neuf thèses (sur un total de 402) ont été réalisées dans l'objectif de caractériser des objets relevant de la culture savante ou de la culture populaire<sup>3</sup>. Ainsi, environ un chercheur doctoral québécois sur cinq en communication s'intéresse à pareil objet. Toutefois, ces travaux n'ont pas tous été réalisés selon une approche communicationnelle, que Luckerhoff et Jacobi (2014) distinguent des recherches en communication regroupées sous la dénomination « études culturelles »; selon eux, « l'approche communicationnelle et celle des études culturelles ont en commun de s'intéresser à toutes les formes de culture », mais elles se distinguent du fait que les études culturelles « relève[nt] à la fois de la critique culturelle et de la recherche sur la culture » (p. 58). De ce fait, à l'inverse des méthodes interprétatives mises de l'avant dans les études s'inscrivant dans une approche communicationnelle, celles qui sont utilisées par les chercheurs appartenant au courant des études culturelles « ne visent pas à comprendre ou expliquer, mais plutôt à critiquer la culture dominante » (*id.*).

---

<sup>3</sup> Merci à Marie-Chantal Falardeau d'avoir mis à notre disposition la base de données qu'elle a créée aux fins de sa thèse [à soutenir] intitulée « Caractéristiques de la forme et du contenu des mémoires de maîtrise et des thèses de doctorat (1973-2015) en communication au Québec et évolution des programmes et départements universitaires ». Celle-ci rassemble tous les mémoires et thèses produits en communication au Québec.

Or, le courant des études culturelles prédomine dans les travaux de troisième cycle en communication réalisés au Québec. Sur les quatre-vingt-neuf thèses publiées entre 1975 et 2015 et portant sur un objet culturel, soixante-huit s'inscrivent dans ce courant. Par exemple, Bruno Cornellier, dans sa thèse *La « chose indienne » : cinéma et politiques de la représentation autochtone dans la colonie de peuplement libérale* (2011), se montre critique face aux politiques touchant les autochtones canadiens, politiques qu'il juge discriminatoires en raison de leurs répercussions sur le cinéma canadien et autochtone. Ou encore, Murray W. Forman, dans sa thèse *The 'Hood Comes First': Race, Space and Place in Rap Music and Hip Hop, 1978-1996* (1998), s'intéresse au phénomène social de la ghettoïsation en examinant la musique rap et sa façon de définir les identités collectives et individuelles.

Ainsi, entre 1975 et 2015, vingt-et-un chercheurs en communication ont produit des thèses où ils se sont intéressés à des objets culturels en empruntant une approche communicationnelle. Par exemple, en 2003, Gaëlle Crenn a publié sa thèse *Le Biodôme de Montréal ou La nature médiatisée : patrimonialisation de l'environnement dans un dispositif d'immersion simulée*. Dans ses travaux de doctorat, la chercheuse s'est notamment intéressée à la manière dont l'institution patrimonialise l'environnement et à celle dont les visiteurs du lieu opérationnalisent le patrimoine. Une telle perspective porte l'idée voulant que le patrimoine soit activé et identifié comme tel par ses publics en raison de la reconnaissance sociale dont il jouit. Quant à la thèse de Jason Luckerhoff intitulée *Mutations des institutions culturelles : analyse du Musée national des beaux-arts du Québec et de l'exposition « Le Louvre à Québec. Les arts et la vie ». Dispositifs de médiation, d'interprétation et de communication dans et autour d'une institution d'éducation non formelle* (2011), elle est consacrée à la relation qu'entretient ce musée avec ses publics, à l'évolution de cette relation depuis l'ouverture de l'établissement en 1933, à la manière dont elle

est entretenue par les médias et aux rapports que créent les dispositifs de médiation culturelle mis à la disposition des visiteurs.

En dehors de la période 1975-2015, un autre exemple d'étude adoptant l'approche communicationnelle de faits culturels est la thèse de Stéphane Labbé, qui constitue la première thèse en communication de l'UQTR. Dans *L'achat et l'emprunt de livres au Québec : une analyse communicationnelle* (2018), Labbé s'est intéressé à un aspect précis de la relation entretenue entre les livres et leurs publics, soit le mode de procuration; il a ainsi pu comprendre comment le territoire, les technologies et les réalités variées vécues par les lecteurs influencent les rapports qu'ils entretiennent avec le livre.

Pour en revenir au présent projet de thèse, les démarches qu'il mobilise l'inscrivent dans une approche communicationnelle parce qu'elles gravitent autour d'une « prise en compte des modes de réception par différentes catégories de publics » (Luckerhoff et Jacobi, 2014, p. 60). Plus précisément, il s'agira de poser un regard sur la relation entretenue entre des individus et des propositions culturelles afin de comprendre pourquoi cette relation aboutit, dans le cas des propositions culturelles abordées, sur la constitution de non-publics.

## **1.2. Une démarche qui s'inscrit dans un contexte de démocratisation culturelle**

Une étude telle que la nôtre, c'est-à-dire qui se propose d'interroger le phénomène de la fréquentation culturelle, ne peut se dissocier de la question de la finalité que représente la démocratisation culturelle. Bien que nos travaux soient de nature académique et qu'ils ne relèvent pas directement d'objectifs politiques, il serait hasardeux de les aborder sans tenir compte du fait qu'ils sont réalisés dans un contexte particulier. Au Québec, la démocratisation culturelle représente une finalité étatique et l'enjeu de la fréquentation culturelle est accompagné d'idéaux,

tant sociaux qu'institutionnels. Ainsi, afin de bien placer le contexte de réalisation de notre recherche, nous abordons la particularité du contexte québécois, qui signale la pertinence sociale non seulement de notre recherche, mais aussi des travaux en sciences sociales qui, de différentes façons, s'intéressent aux publics de la culture. En effet, c'est parce que la fréquentation culturelle est un enjeu tant social, politique qu'économique qu'il devient judicieux de l'étudier.

Pour clarifier les implications de cette finalité, nous effectuons un saut dans le temps qui permet de revenir sur le contexte d'émergence des premières initiatives de démocratisation culturelle en France au milieu du 20<sup>e</sup> siècle. Ensuite, nous voyons comment, sur le modèle de la France, pareille finalité a été adoptée et officialisée par le gouvernement québécois de 1992, puis réitérée par celui de 2018. Une discussion quant aux répercussions de cette finalité sur le fonctionnement et les objectifs des organismes culturels censés y contribuer conclura ce survol.

### **1.2.1. La naissance de la démocratisation culturelle comme finalité en France**

Au milieu des années 1930, l'État français a entrepris de se porter garant de l'accès à la culture. Le Front populaire, parti qui gouverna la France entre 1936 et 1938, est d'ailleurs « le premier gouvernement à se doter d'une véritable politique culturelle » (Goetschel et Loyer, 2011, p. 94). Cela dit, l'occupation de la France durant la Deuxième Guerre mondiale marque une période où ces efforts ont été entravés. La fin du régime de Vichy en 1944 a toutefois mis en exergue le caractère essentiel de la culture pour la société française. Ainsi, l'article 13 de la Constitution du 27 octobre 1946 vient instituer le devoir de la nation française consistant à garantir « l'égal accès de l'enfant et de l'adulte à l'instruction, à la formation professionnelle et à la culture ».

Les intellectuels et les partis politiques de la seconde moitié des années quarante vont mettre en place des mesures et des entités publiques visant le développement du théâtre, du cinéma, des musées, de la peinture, de l'écriture et de la musique. À titre d'exemple, nommons la création de

la Direction des bibliothèques et de la lecture publique, du Centre national de la cinématographie et du ministère de la Jeunesse, des Arts et des Lettres.

C'est donc dans le contexte d'après-guerre qu'un mouvement politique concret s'est amorcé, qui a eu pour effet l'adoption d'une finalité générale de démocratisation de la culture et des tentatives de mise en place de nouvelles structures publiques visant à permettre l'atteinte de cette finalité. La première phase est donc celle où le gouvernement français a officiellement adopté le rôle de veiller à l'égal accès pour tous à la culture ou, plutôt, à certaines formes de culture.

Conséquence du nouveau droit constitutionnel à la culture : en 1959, le président Charles de Gaulle met sur pied le ministère d'État chargé des Affaires culturelles (maintenant le ministère de la Culture et des Communications) et place l'écrivain André Malraux à sa tête. Le premier article du décret fondateur de ce nouveau ministère précise que sa mission est de « rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel et de favoriser la création de l'art et de l'esprit qui l'enrichisse » (France, 1959, art. 1<sup>er</sup>, p. 7413). Ainsi, cette première structure gouvernementale stable dédiée à la culture et évoluant en marge du ministère de l'Éducation nationale officialise le fait que « les outils d'accès à la culture ne relèvent [...] plus d'une activité privée, mais du domaine public, du service public, la population tout entière étant concernée » (Caillet et Coppey, 2003, p. 16).

La mission de rendre accessibles les œuvres jugées importantes au plus grand nombre possible est donc affirmée par ce décret, en ce sens qu'il nomme une « volonté de lutter contre l'inégalité d'accès à la culture [qui se fonde] sur la confiance en l'universalité de la culture qu'il s'agissait de faire partager » (Caune, 2006b, p. 13). Aussi, la réponse imaginée par le ministère des Affaires culturelles envers cette inégalité réside-t-elle dans la diffusion de la culture valorisée : si le plus grand nombre possible de Français doit avoir accès à la culture, il importe que la culture se

rende à eux. Sous Malraux, le gouvernement français cherchera donc à réduire les inégalités culturelles en réduisant la distance géographique entre les citoyens et la culture, le frein à l'accès aux œuvres étant principalement conçu dans sa réalité physique.

À cet effet, l'intention derrière la création des maisons de la culture était de diffuser la culture dans des régions jusque-là dépourvues d'infrastructures officielles. Véritables emblèmes du programme de Malraux, ces établissements publics répartis sur le territoire français présentent le principe fondateur de « rendre possible pour chacun la rencontre, la confrontation directe et physique avec les œuvres et les artistes » (Urfalino, 1996, p. 78) et « couvrent une grande diversité de manifestations artistiques, proposées par des amateurs locaux ou des professionnels; théâtre, musique, danse, cinéma, arts plastiques » (*id.*).

Les premières démarches articulées sur la finalité de la démocratisation culturelle ont donc eu pour effet d'établir un idéal sur le plan des pratiques citoyennes (le bon citoyen est celui qui accède à la culture), de désigner certaines manifestations culturelles qu'il importe de valoriser (la culture savante) et d'instituer des initiatives visant à décentraliser les structures permettant la diffusion de cette culture valorisée.

### **1.2.2. La démocratisation culturelle comme finalité étatique au Québec**

Au Québec, l'intégration officielle de la finalité de la démocratisation culturelle a été plus tardive. La première politique culturelle exprimant de façon explicite son adoption a été émise en 1992. Mentionnons toutefois que, dès 1961, la province, alors sous le gouvernement libéral de Jean Lesage, s'est dotée d'un ministère des Affaires culturelles, l'État québécois manifestant de la sorte une volonté d'entamer des démarches similaires à celles observées en France; on note d'ailleurs que « Georges-Émile Lapalme, l'instigateur du projet de création du ministère des Affaires



culturelles, était un grand ami d'André Malraux et [qu']il s'est beaucoup inspiré de la pensée de ce dernier » (Berthiaume, 2011, p. 5).

Toutefois, les premières initiatives de ce nouveau ministère dirigé par Georges-Émile Lapalme n'ont pas ciblé directement les pratiques citoyennes, comme ce fût le cas en France, mais plutôt la production culturelle. La situation de la province de Québec dans un Canada majoritairement anglophone constituait une préoccupation majeure. Ainsi, « le besoin de protéger la langue française était bien sûr un déclencheur important » (*id.*) de la création du ministère des Affaires culturelles. Les actions posées dans ses premières décennies visaient donc davantage à protéger les productions culturelles cimentant l'identité des Québécois francophones qu'à les rendre accessibles.

Cela dit, plusieurs traces de valorisation d'un idéal citoyen lié à la réalisation de pratiques culturelles sont observables dans des documents gouvernementaux produits par le ministère des Affaires culturelles et datant d'aussi tôt que le milieu des années 1960 (Saint-Pierre, 2003). Toutefois, nombre de considérations politiques ont freiné l'officialisation de cet élan. Par exemple, les soixante recommandations formulées dans le *Livre blanc* de 1965, résultat d'études du ministre libéral des Affaires culturelles Pierre Laporte et qui avait « pour objectif de déterminer à court et à moyen terme les fins et les moyens d'une politique culturelle » (*ibid.*, p. 19), ne se sont vues « ni publiées, ni rendues publiques officiellement, ni déposées à l'Assemblée nationale » (*id.*), une mise aux oubliettes qui s'explique par l'arrivée d'un gouvernement de l'Union nationale après les élections du 5 juin 1966 et, par conséquent, du remplacement du ministre.

Une décennie plus tard, la même dynamique s'est produite à la suite de la publication du *Livre vert* du ministre libéral Jean-Paul L'Allier. Ayant toutefois fait son chemin jusqu'à l'Assemblée nationale, il donnait « la priorité à l'animation, à la diffusion et à l'accessibilité [en suggérant] le transfert de différents secteurs de l'administration à des organismes parapublics, dont

la Régie du patrimoine, la Société de gestion du patrimoine immobilier, la Commission de la bibliothèque et des archives nationales et la Commission des musées » (Saint-Pierre, 2003, p. 20). Cependant, le passage du gouvernement de la province aux mains du Parti Québécois en novembre 1976 mettra le projet sur la glace.

D'autres instances gouvernementales ont également, dès les années 1960, posé des actions exprimant une préoccupation envers la relation des citoyens à la culture. À titre d'exemple, le Conseil de l'instruction publique a commandé le *Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'enseignement dans la province de Québec* – plus communément nommé « Rapport Parent », ce dernier recommandant que « le développement de la sensibilité ne [soit] plus [...] marginal dans la formation intellectuelle » (Parent, 1963, p. 15); au contraire, y lit-on, « la culture artistique vient [...] renforcer et élargir l'élan créateur de l'intelligence » (*id.*). Par la suite, le ministère de l'Éducation, qui remplace le Conseil de l'instruction publique en 1964, a travaillé à l'élaboration du *Rapport de la Commission d'enquête sur l'enseignement des arts dans la province de Québec* ou « Rapport Rioux », dans lequel on peut lire que « [p]arler de culture dans notre société moderne, c'est parler de l'homme et de ses relations avec le monde; c'est parler de dépassement, de valeurs, d'imaginaire et de créativité; [...] c'est convier chaque homme et tous les hommes à la fois à réaliser toutes leurs possibilités » (Rioux, 1968, p. 40). Comme ces deux exemples en témoignent, la question des pratiques culturelles des Québécois est abordée comme un enjeu d'éducation : l'éducation culturelle contribuerait à la formation de « l'homme moderne ».

Il faudra cependant attendre 1992 pour qu'une première politique culturelle pose les bases du rapport souhaité entre les Québécois et la culture. La politique culturelle *Notre culture, notre avenir* a été officialisée et rendue publique le 19 juin 1992. Ce projet, piloté par la ministre des Affaires culturelles Liza Frulla-Hébert, est le premier à être approuvé par l'Assemblée nationale. « [A]ccompagnée d'une cinquantaine de mesures associées à un plan d'action et réparties dans des

enjeux concernant la collectivité, les milieux artistiques et les citoyens » (Saint-Pierre, 2003, p. 22), cette initiative, selon les propos introductifs formulés par la ministre Liza Frula-Hébert, s'appuie sur trois axes : « l'affirmation de notre identité culturelle, le soutien aux créateurs et à la création ainsi que l'accès et la participation du citoyen à la vie culturelle » (MACQ, 1992, p. vii).

Les deux premiers axes visent donc l'identification de la culture à protéger et à valoriser, de même que l'établissement de mesures facilitatrices en vue de la production de cette culture. Quant au troisième, centré sur les questions de « l'accès et la participation des citoyens à la vie culturelle » (MACQ, 1992, p. 97), il aborde les mesures visant à démocratiser cette culture légitimée socialement. En outre, selon cette même politique, les actions visant la démocratisation culturelle doivent contribuer à trois orientations : « renforcer l'éducation et la sensibilisation aux arts et à la culture » (*ibid.*, p. 98), « faciliter l'accès aux arts et à la culture » (*ibid.*, p. 107) et « favoriser la participation des citoyens à la vie artistique et culturelle » (*ibid.*, p. 116). La première orientation a pour conséquence de reconnaître l'école, les médias et les municipalités pour leurs contributions à l'éducation et à la promotion de la culture; ceux-ci se verront donc ciblés par les interventions étatiques. La deuxième valorise les effets positifs pouvant découler d'actions visant à assurer : une meilleure circulation des œuvres sur le territoire québécois, une proximité géographique entre citoyen et culture et un réseau de bibliothèque touchant toutes les régions. Aux fins d'améliorer la qualité de vie des Québécois, la troisième vient établir qu'il importe de poser des actions leur permettant de réaliser plus facilement des pratiques culturelles et des activités de bénévolat dans le milieu culturel.

En somme, la politique culturelle officialise la mission que se donne le gouvernement du Québec d'« atténuer les obstacles qui risquent d'éloigner le citoyen de la vie culturelle, mais aussi [de] faire en sorte que nul ne se sente exclu, à priori, de la fréquentation de la culture et de la pratique culturelle » (*ibid.*, p. 98). Parmi les mesures ayant directement suivi, quelques mois plus

tard, l'adoption de cette politique, pensons à « l'ajout de 57 millions de dollars “d'argent neuf” pour la mise en œuvre de la politique [et] de deux mesures législatives importantes, l'une modifiant la Loi sur le ministère des Affaires culturelles, l'autre proposant la création du Conseil des Arts et des lettres du Québec » (Saint-Pierre, 2003, p. 23).

Un saut en avant de vingt-six ans nous amène au renouvellement de la politique culturelle. En 2018, sous le gouvernement libéral de Philippe Couillard, dans lequel Marie Montpetit fut ministre de la Culture et des Communications ainsi que ministre responsable de la Protection et de la Promotion de la langue française, une politique renouvelée, publiée sous le titre *Partout, la culture*, propose de bâtir sur les acquis, notamment ceux créés par la politique de 1992, « tout en proposant des orientations adaptées aux enjeux actuels » (MCCQ, 2018, p. 2). Pensons, par exemple, à la mondialisation, qui crée un contexte dans lequel des propositions culturelles internationales, sous des formats numériques (mais pas exclusivement), entrent plus facilement en concurrence avec les propositions des artistes québécois.

Toutefois, à la différence de la politique culturelle de 1992, *Partout, la culture*, tel que le laisse entendre son titre, met un accent tout particulier sur le rapport entre culture et territoire. Qui plus est, une nouvelle orientation est ajoutée, visant à « accroître l'apport de la culture et des communications à l'économie et au développement du Québec » (*ibid.*, p. 43). Le gouvernement soutient en outre qu'afin de favoriser le développement économique du Québec, « il devient primordial de faire connaître le travail des acteurs culturels québécois et d'atteindre les publics cibles » (*id.*). L'État mettra donc en place des initiatives visant à « assurer la découvrabilité et la consommation d'une masse critique de contenus culturels québécois issus de toutes les disciplines, particulièrement en langue française, au Québec, au Canada et à l'étranger ainsi que sur les réseaux numériques » (*id.*).

Pour revenir au rapport au territoire, cette particularité de la politique de 2018 traduit une importance accrue accordée par l'État au rôle de la culture dans la qualité de vie des citoyens. Ainsi, dans un raisonnement similaire à celui que tenait André Malraux lorsqu'il décida de munir les régions françaises d'équipements culturels – en occurrence les maisons de la culture –, le gouvernement du Québec « s'engage [...] à revoir son offre de services de proximité et à faire preuve de souplesse et d'équité dans la planification de ses interventions afin de mieux répondre aux aspirations et aux besoins de chaque région » (*ibid.*, p. 39). Nuançons toutefois ce parallèle en précisant que cette similitude se limite à une prise en compte plus importante des régions; en effet, la politique de 2018, loin de se limiter à une diffusion plus large des propositions culturelles élaborées dans les grands centres, cherche à promouvoir l'idée que « la dynamique culturelle se manifeste différemment d'une région à l'autre et d'un secteur d'intervention à l'autre » (*id.*). « La réalité culturelle d'un milieu », y lit-on encore, « dépend notamment des expertises qu'on y trouve – que ce soit en matière de cinéma ou de métiers d'art, par exemple – ou de la mobilisation qui existe autour de projets patrimoniaux et d'événements musicaux » (*id.*).

Terminons ce survol de la politique de 2018 en ajoutant que la vision renouvelée qu'elle propose a été pensée tel un plan d'action échelonné sur cinq ans (2018-2023) et qu'une enveloppe budgétaire historique de 600,9 millions lui a été accordée (Services Québec, 2018). Comme quoi, plus que jamais, la question de la démocratisation culturelle révèle des enjeux sociaux, politiques et économiques.

### **1.2.3. Démocratisation culturelle et organismes culturels**

L'adoption de la finalité de la démocratisation culturelle ne s'est pas faite sans impact sur les organismes culturels ayant pour mandat de présenter, protéger, rechercher et valoriser la culture qu'il s'agit de démocratiser. Le contexte social dans lequel évoluent actuellement ces organismes

les pousse non seulement « à se conformer à une injonction », soit celle de « rationaliser leur fonctionnement » (Davallon, 2019, p. 54), mais aussi à l'« impératif » que serait devenue la démocratisation<sup>4</sup>. Les organismes tels que les musées, les salons du livre, les cinémas, les sites patrimoniaux, les salles de spectacle, les orchestres symphoniques ou les troupes de danse – pour lesquels, dans bien des cas, le financement public assure une grande part du budget de fonctionnement – doivent mettre leurs pratiques au diapason de la finalité étatique. Dès lors qu'un gouvernement adhère au principe voulant que la qualité de vie des citoyens se trouve augmentée lorsque ceux-ci sont épanouis sur le plan culturel et qu'il élabore des initiatives visant à rendre la culture accessible à tout un chacun, il va sans dire que les organismes financés par ce gouvernement doivent faire montre d'une participation active à ce principe. Pour le dire ainsi : « [L]a démocratisation culturelle, les politiques culturelles [...], notamment, ont engendré une certaine forme d'obligation de résultat » (Larouche *et al.*, 2017, p. 2), à bien des égards de nature quantitative : plus le public d'une proposition est important, plus cette proposition contribuerait à la finalité de la démocratisation culturelle (Falardeau *et al.*, 2017).

Afin de mieux illustrer l'impact de ces transformations socio-politico-économiques, attardons-nous sur l'exemple du musée, organisme culturel dont les transformations ont été particulièrement étudiées (Davallon, 1999; Jacobi, 2012; Luckerhoff, 2012; Jeanneret, 2019). Selon Davallon (1997), les musées auraient amorcé un tournant communicationnel et commercial dès les années 1980, dont les conséquences sont, notamment, l'accroissement du rythme de production d'expositions temporaires, la rénovation des infrastructures, la diminution des efforts de recherche et de conservation, l'augmentation des efforts de communication et de médiation et l'adoption d'une approche gestionnaire. Ce virage, considéré comme majeur par Gauvin (2012),

---

<sup>4</sup> Ici, Davallon tient un discours lié plus particulièrement au milieu muséal.

« au cours des deux dernières décennies, a radicalement transformé les fonctions et vocation historiques du musée » (p.27). En prenant l'exemple des musées de sciences et technologie, Gauvin explique que ces musées multiplient leurs initiatives à l'intention des publics, entre autres en proposant des dispositifs éducatifs toujours plus définis et encadrés. De fait, toujours selon le chercheur, « il est intéressant de noter qu'il existe une relation étroite entre l'émergence d'une programmation éducationnelle forte et le déclin du nombre d'objets présentés dans les salles d'exposition » (p.27).

Pareilles transformations résulteraient, notamment, de l'application des orientations gouvernementales à l'égard de la culture : « [C]omme beaucoup de musées sont sous la tutelle administrative et/ou financière d'institutions publiques, leur fonctionnement et leur devenir sont directement liés à l'émergence et à la rationalisation des politiques culturelles » (Davallon, 1997, p. 4). Ce serait parce que l'État valorise davantage les actions dirigées vers les publics que les responsables des musées diminueraient leurs activités de recherche et de conservation et augmenteraient les activités visant à entrer en contact avec le plus grand nombre : marketing, expositions vedettes, multiplication des techniques de médiation et de vulgarisation, intégration d'une culture plus populaire, etc. Ainsi, « l'action en direction du public devient [...] pour le musée un critère d'évaluation tant d'une bonne gestion que d'un accomplissement de sa mission » (Luckerhoff et Jacobi, 2014, p. 66-67).

Néanmoins, le financement étatique appliqué à la poursuite de la finalité de la démocratisation culturelle n'est pas la seule source de cet intérêt envers les publics; il faut également prendre en considération le fait que les politiques néolibérales instaurées depuis le début du 21<sup>e</sup> siècle placent plusieurs musées dans une dynamique de sous financement (Larouche *et al.*, 2017). Si, dans la foulée des initiatives visant la poursuite des idéaux nommés dans la politique culturelle de 1992, un support financier accru fût d'emblée accordé aux organismes culturels



démocratisant leurs pratiques, il est désormais attendu qu'ils fassent preuve d'une plus grande autonomie sur le plan du financement. La poursuite d'un public élargi ne relève donc plus simplement de la promotion d'idéaux; il s'agit, dans bien des cas, d'une question de survie.

Si l'on s'en tient à l'exemple des musées, l'accroissement constant des publics a pour effet d'augmenter les revenus à la billetterie, l'attractivité de ces institutions pour les commanditaires et les mécènes, la visibilité de lieux pouvant être loués par des tiers, de même que les revenus engendrés par la vente de produits dérivés (par exemple dans les boutiques). Toutefois, « [à] une époque où le succès des institutions muséales se mesure à l'aune de leur fréquentation » (Luckerhoff *et al.*, 2019, p. 228), les musées doivent également réduire leurs coûts de fonctionnement. Il s'agit donc ici de faire plus avec moins. Certains organismes vont d'ailleurs se tourner vers des méthodes d'amélioration continue, telles que le *Lean*<sup>5</sup>, afin de toujours gagner en efficacité (Falardeau *et al.*, 2017). Les initiatives muséales seront ainsi élaborées pour générer la plus grande fréquentation possible au plus faible coût possible.

C'est donc dans un contexte où la fréquentation culturelle est primordiale, tant pour le gouvernement du Québec que pour les organismes culturels de la province, que nous avons mené cette recherche. Comme nous l'avons mentionné, bien qu'il ne s'agisse pas d'une recherche s'inscrivant dans la poursuite d'objectifs étatiques, le sens de notre démarche émane néanmoins de ce contexte en mouvance, qui découle lui-même de la finalité de la démocratisation culturelle. Les connaissances produites par cette thèse portent donc avant tout sur un système visant à rendre des propositions culturelles accessibles au plus grand nombre. Elles doivent également être reçues comme une conséquence de ce système; en effet, notre intérêt de recherche ne saurait être dissocié

---

<sup>5</sup> La méthode de gestion *Lean* a été développée par le fabricant automobile Toyota dans les années 1970. Elle a pour but d'éliminer le gaspillage de ressources. Elle est appliquée dans des secteurs variés : santé, éducation et culturel (Falardeau *et al.*, 2017).

du contexte dans lequel il a émergé, caractérisé par un ensemble de pratiques (celles des gouvernements, des organismes culturels et des Québécois eux-mêmes) affectées, à différents niveaux, par la finalité de la démocratisation culturelle.

### **1.3. Une recherche dans la lignée des études sur les non-publics de la culture**

Si, à travers cette recherche inductive, nous maintenons des perspectives d'analyse très ouvertes et flexibles, nous nous intéressons toutefois au phénomène de la fréquentation culturelle en ciblant plus particulièrement les raisons incitant les individus à ne pas fréquenter des organismes culturels. De fait, cet intérêt s'inscrit dans une lignée d'études que nous ne prétendons pas ignorer, qui se penchent sur les non-publics de la culture. Notre connaissance préalable de même que notre inscription dans cette lignée d'études ne doivent toutefois pas être interprétées comme des contraintes rattachant nos préoccupations à un cadre d'interprétation ancré dans des écrits scientifiques. Nous y reviendrons dans les chapitres méthodologiques du présent travail.

Le titre de notre thèse indique qu'elle porte sur les non-publics de la culture. Or, le concept de non-publics peut prendre diverses significations et ses usages dans la recherche scientifique sont tout aussi variés. À ce propos, les chercheurs familiers avec les premières manifestations du concept peuvent être surpris de le voir mobilisé dans une recherche inductive. Aussi est-ce dans l'optique de bien positionner l'usage que nous en faisons que nous proposons de revenir sur son historique. Mais, avant toute chose, précisons que, si les chercheurs utilisent généralement le terme « notion » pour désigner le syntagme « non-publics de la culture » (Ancel et Pessin, 2004), nous faisons pour notre part le choix d'utiliser le terme « concept »; il est de notre avis que « non-publics » fait désormais référence à « un objet construit dans le monde scientifique ou savant » (Chartrand et De Koninck, 2009, p. 154) – point de vue que tendent à étayer les contributions des

cinquante dernières années –, alors que le terme « notion » réfère à « une connaissance intuitive, générale, qui synthétise les caractères essentiels d'un objet, mais ne prétend pas à la scientificité » (*id.*)

Dans les sections suivantes de ce chapitre seront abordées des considérations qui, nous l'espérons, amèneront le lecteur à comprendre notre position à l'égard du concept de non-publics. Seront d'abord exposées ses conditions d'élaboration au cœur critique des inégalités sociales créées par les premières initiatives de démocratisation culturelle dans la France des 1960. Nous présentons par la suite la première définition officielle du concept que l'on peut retracer dès 1968, dans la Déclaration de Villeurbanne. S'ensuivra une recension exhaustive des écrits scientifiques mettant de l'avant le concept de non-publics depuis sa première utilisation, c'est-à-dire 121 travaux publiés entre 1968 et 2019. La synthèse de ces travaux s'articulera d'abord sur les usages théoriques du concept, pour ensuite faire état de ses usages empiriques.

### **1.3.1. Démocratisation culturelle et inégalités sociales**

Vers la fin des années 1960, la mission et le projet dont le ministère de Malraux devait être le catalyseur sont en crise. En effet, les efforts de démocratisation déployés depuis la fin des années 1940 ont fait en sorte que « les inégalités sociales se sont aggravées et [qu']elles ont généré de nouvelles inégalités culturelles » (Caune, 2006, p. 14). De fait, la participation aux offres culturelles légitimées, telle que la visite de musées d'art, est devenue source d'un capital individuel confortant une appartenance à un champ social déterminé (Bourdieu et Darbel, 1966). Légitimer une culture a ainsi eu pour effet de valoriser socialement certaines pratiques culturelles. Le « bon citoyen » devient ainsi l'individu à même de prendre part à la culture légitimée. Toutefois, force est de constater que ce ne sont pas tous les citoyens qui accèdent à la culture : l'accès se révèle

inégal entre les différents champs sociaux auxquels appartiennent les individus et les mesures étatiques profitent surtout aux individus des champs sociaux supérieurs (Bourdieu et Darbel, 1966).

Devant ce constat, une grogne s'est fait entendre chez les acteurs du milieu culturel. Pour eux, le fait de rapprocher géographiquement les citoyens d'une culture légitimée n'est pas une solution satisfaisante. En effet, la simplicité de l'idée derrière la création des maisons de la culture, soit de transporter la culture hors de grands centres et dans des lieux plus proches des citoyens censés s'en rapprocher spontanément est considérée utopique. Une critique sévère se formule ainsi à l'égard d'

une action de rattrapage en ce sens qu'il y aurait action politique satisfaisante si les hommes étaient en mesure, d'emblée, grâce à l'équipement qui leur serait fourni depuis leur enfance, d'être des citoyens réels, mais il se trouve que les hommes sont très peu mis en mesure d'être des citoyens réels (Jeanson, 1968, dans Jeanson, 2009, p. 45).

Une facilité d'accès géographique n'est donc pas garante de l'accessibilité à une culture dans un contexte où des citoyens ne possèdent pas les référents nécessaires pour l'apprécier, notamment en raison d'une éducation culturelle et artistique insuffisamment élaborée pour apprécier les offres culturelles qui leur sont proposées.

Les acteurs du milieu culturel constatent de surcroît, que « le principe de démocratisation de la culture ne remet pas en question la culture savante, mais seulement l'inégalité de son accès » (Luckerhoff et Jacobi, 2014, p. 50). De ce fait, l'action des gouvernements « échoue perpétuellement, tourne en rond, se mord la queue et fonctionne sur des schémas périmés, dans la mesure même où elle ne s'ouvre pas sur l'ensemble des dimensions qui caractérisent l'individu en tant que susceptibles de participer à une lutte collective » (Jeanson, 1968, dans Jeanson, 2009, p. 47). Une part de l'échec des démarches politiques en ce qui a trait à la culture est attribuée au fait qu'elles créent une tension entre une « culture cultivée » et une « culture cultivante », que les mesures étatiques placent les individus et la culture légitimée dans une logique d'imposition

arbitraire (Bourdieu, 1971) et, enfin, que la violence symbolique portée par la désignation d'une culture valorisée vient imposer des pratiques citoyennes.

Toutefois, la dynamique que crée ce rapport de force fait en sorte que les individus pour qui la culture légitimée n'était pas préalablement accessible ne fréquentent pas les lieux comme les maisons de la culture. Par conséquent, un questionnement émerge à savoir si « ces énormes bâtiments ne sont pas voués, purement et simplement, à fournir un confort supplémentaire à des gens qui étaient déjà des privilégiés, qui n'avaient pas besoin de ça pour accéder à la culture » (Jeanson, 1968, dans Jeanson, 2009, p. 36). Ainsi, le potentiel de l'action culturelle, qui prône la diffusion d'une culture légitimée, est remis en question. La réelle égalité d'accès est plutôt considérée le résultat de la valorisation d'une culture en phase avec l'ensemble du peuple. Toujours selon les mots de Jeanson, il « semble que le créateur a besoin d'être mis en rapport avec ceux en direction desquels il prétend créer » (*ibid.*, p. 78).

### **1.3.2. La Déclaration de Villeurbanne**

Ce portrait d'une finalité de l'accès à la culture qui s'est institutionnalisée, de mesures étatiques mises en place pour contribuer à la démocratisation de la culture et d'acteurs des milieux culturel et académique forcés de constater que les mesures proposées par l'État ne contribuent pas forcément à l'atteinte du droit constitutionnel à la culture se montre nécessaire afin de comprendre la manière dont le concept de non-publics de la culture a initialement été défini. Ces constats permettent de mieux cerner le concept dans la mesure où ils nourrissent l'argumentaire de la Déclaration de Villeurbanne.

Cette dernière, bien que rédigée par l'homme de théâtre Francis Jeanson, est en réalité le fruit d'une consultation menée auprès de directeurs de théâtres populaires et de maisons de la culture réunis en comité permanent à Villeurbanne au printemps 1968. Ce comité, qui s'y est réuni afin de

comprendre le phénomène de l'exclusion culturelle et de mieux s'outiller face à ses effets, a formulé le constat global suivant :

[L]a simple « diffusion » des œuvres d'art, même agrémentée d'un peu d'animation, apparaissait déjà de plus en plus incapable de provoquer une rencontre effective entre ces œuvres et d'énormes quantités d'hommes et de femmes qui s'acharnaient à survivre au sein de notre société, mais qui, à bien des égards, en demeuraient exclus : contraints de participer à la production des biens matériels, mais privés des moyens de contribuer à l'orientation même de sa démarche générale. En fait, la coupure ne cessait de s'aggraver entre les uns et les autres, entre ces exclus et nous tous, qui, bon gré mal gré, devenions de jour en jour davantage complices de leur exclusion (*ibid.*, p. 120).

C'est d'ailleurs afin de nommer ces exclus de la culture que le concept de non-publics a été proposé, soit afin de désigner « une immensité humaine composée de tous ceux qui n'ont encore aucun accès ni aucune chance d'accéder prochainement au phénomène culturel sous les formes qu'il persiste à revêtir dans la presque totalité des cas » (*id.*). Ce concept a initialement été défini en opposition à celui de public qui, selon ces acteurs du milieu culturel, désigne « notre public, et peu importe qu'il soit, selon les cas, actuel ou potentiel (c'est-à-dire susceptible d'être actualisé au prix de quelques efforts supplémentaires sur le prix des places ou sur le volume du budget publicitaire) » (*id.*).

Ainsi, les signataires de la Déclaration de Villeurbanne déplorent la faible prise en compte accordée aux non-publics dans les politiques culturelles, affirmant par la bande que la population française serait composée de publics (actuels ou potentiels), pour lesquels la culture est accessible, et de non-publics, pour lesquels la culture, dans sa forme alors actuelle, demeure inaccessible. C'est pourquoi, pour ces signataires,

tout effort d'ordre culturel ne pourra plus que nous apparaître vain aussi longtemps qu'il ne se proposera pas expressément d'être une entreprise de politisation c'est-à-dire d'inventer sans relâche, à l'intention de ce « non-public », des occasions de se politiser, de se choisir librement, par-delà le sentiment d'impuissance et d'absurdité que ne cesse de susciter en lui un système social où les hommes [*sic*] ne sont pratiquement jamais en mesure d'inventer ensemble leur propre humanité (Jeanson, 1968, dans Jeanson, 1972, p. 121).

Les non-publics sont donc tous ces individus qui sont exclus, d'une façon ou d'une autre, des offres culturelles valorisées par l'État. De ce fait, l'action culturelle, pour être considérée inclusive et cohérente avec la vision d'une société démocratique, doit être centrée sur cette catégorie. C'est seulement en rejoignant les non-publics qu'il sera possible de prétendre à l'atteinte du droit constitutionnel à la culture pour tous.

### **1.3.3. Le concept de non-publics dans des travaux théoriques**

Notre analyse des 121 travaux publiés entre 1968 et 2019 qui mobilisent le concept de non-publics nous a permis de comprendre que, bien souvent, sa construction idéologique est l'objet auquel s'intéressent les chercheurs. Selon notre recension, soixante-deux travaux théoriques permettent de discuter du concept en regard de ses fondements énoncés dans la Déclaration de Villeurbanne. Trois types de positionnements sont maintenus face à la définition de Jeanson (1968). Alors que certains chercheurs se montrent critiques envers un concept considéré dépassé, absolutiste et ostracisant (Fleury, 2016; Fournier, 1996; Péquignot, 2004), d'autres, axés sur la démonstration de la validité des constats exprimés dans la Déclaration, présentent des argumentaires dans lesquels le concept de non-publics de la culture et les idéologies qui l'accompagnent sont considérés toujours valables au 21<sup>e</sup> siècle (Denizot, 2008; Heinich, 2006; Léontsini, 2004; Quémin, 2004). Finalement, un troisième type de travaux en appelle à une redéfinition du concept qui soit plus flexible et qui arrive à tenir compte du contexte sociopolitique au sein duquel il est utilisé (Caune, 1996; Lacerenza, 2004; Luckerhoff *et al.*, 2019; Passeron, 2003).

#### **1.3.3.1. Doit-on rejeter le concept de non-publics?**

Certains auteurs proposent d'éviter d'utiliser le concept de non-publics tel que défini dans la Déclaration de Villeurbanne (Ethis, 2004; Fleury, 2016) en raison de sa portée discriminante et



normative. Pareille analyse repose sur l'idée voulant qu'une application actuelle du concept soit forcément inadéquate puisque notre époque partagerait bien peu de caractéristiques avec celle qui l'a vu naître. Les non-publics, que Jeanson (1968) désignait comme l'« immensité humaine composée de tous ceux qui n'ont encore aucun accès ni aucune chance d'accéder prochainement au phénomène culturel » (dans Jeanson, 1972, p. 120), correspondent sans aucun doute désormais à une fraction beaucoup plus réduite de la population (Ethis, 2004). L'accès à la culture a beaucoup évolué depuis les cinquante dernières années; que l'on pense à la multiplication des infrastructures culturelles, aux nouvelles technologies, à l'accès à l'éducation supérieure, aux politiques culturelles, etc.

De surcroît, la définition proposée par Jeanson (1968) ne cadrerait pas avec l'analyse scientifique que l'on prétend conduire à partir du concept de non-publics; la Déclaration de Villeurbanne viendra plutôt positionner le concept au sein de revendications politiques. Ainsi, certains auteurs considéreront peu pertinente sa pleine application dans une étude que l'on veut scientifique, puisque celle-ci « ostraciser[ait] une frange du public potentiel en la reléguant dans un ailleurs, en l'exilant des lieux culturels » (Fleury, 2016, p. 33). Mais est-ce que cela implique nécessairement de rejeter le concept de non-publics hors de la science, et ce, afin d'« instaurer une distance critique pour ne pas se laisser enfermer dans cette catégorie négative et exclusive, à l'origine de processus de stigmatisation » (Fleury, 2004, p. 81)?

Nous croyons plutôt que l'apparence d'incohérence entre le contexte actuel et la définition initiale du concept de non-publics de la culture vient mettre en exergue la nécessité d'actualiser cette définition au fil de l'utilisation du concept. Si le discours de Jeanson est marqué par les préoccupations sociales d'après-guerre, notamment en matière d'éducation à la culture, c'est que le contexte d'énonciation est partie prenante de la définition du concept de non-publics de la culture. Ainsi, si les conditions d'accès actuelles font en sorte que « l'art n'est pas présent que dans

les seuls lieux institutionnels dédiés à son exposition, mais est présent partout : sur des billets de banque, des affiches publicitaires, des illustrations de magazines ou des boîtes de bonbon » (Péquignot, 2004, p. 29), cela ne veut pas nécessairement dire qu'« il n'y a pas, à proprement parler de non-public de l'art » (*id.*).

Dans la réalité des années 2000, où il n'est pas atypique de parcourir des centaines de kilomètres en quelques heures sous prétexte de visiter une exposition dans un musée et où il est possible à tout moment de se servir d'un appareil mobile pour en apprendre davantage sur une œuvre d'art, la perspective de Jeanson peut effectivement sembler théorique et discriminante. Il est aujourd'hui peu probable qu'un individu soit non-public de la culture légitimée en entier (Fournier, 1996). Mais le concept de non-publics est-il pour autant inadéquat? Si les difficultés d'accès physique et symbolique aux œuvres et à leurs médiations étaient encore des caractéristiques freinant la vie culturelle des citoyens à la fin des années 1960, il nous semble logique que ces caractéristiques fassent partie de la première définition du concept de non-publics. Sur la base de cette observation, il apparaît moins pertinent de l'évacuer que de se demander quelles sont ses implications pour la société actuelle et pour la recherche scientifique.

### **1.3.3.2. Doit-on utiliser le concept de non-publics selon sa définition de 1968?**

S'opposant aux travaux qui suggèrent d'éviter l'utilisation du concept, certains travaux mettront plutôt de l'avant la pertinence d'en poursuivre l'étude, et ce, en raison précisément de certains éléments propres à la définition de Jeanson qui apparaissent toujours pénétrants aujourd'hui (Caillet, 2008). Empruntant la posture maintenue dans la Déclaration de Villeurbanne, certains chercheurs endossent une posture critique à l'égard des politiques culturelles qui, encore aujourd'hui, ont pour effet de valoriser des formes spécifiques de culture et, de ce fait, d'instaurer des idéaux citoyens (Hélie et Champy, 2003). Il est donc important de prendre en considération les

laissés-pour-compte de ces politiques, ces individus qui, pourtant, devraient être au centre des actions gouvernementales (Heinich, 2006; Teillet, 2003), mais qui, bien souvent, demeurent marginalisés. En maintenant le concept de non-publics, certains chercheurs en viennent à rediriger les critiques d'exclusion vers les politiques culturelles. Le maintien de la catégorie conceptuelle « non-publics » révèle alors sa pertinence, dans la mesure où il offre une base théorique à la discussion sur l'inclusion et l'exclusion sociale découlant de ces outils étatiques. Les contributions de ces chercheurs actualisent de ce fait l'idée énoncée en 1968 voulant que la valorisation par les gouvernements d'une culture externe au peuple conduise à l'exclusion, en occurrence à celle des non-publics de cette culture.

De surcroît, la position reposant sur l'idée déjà mentionnée voulant que « la simple "diffusion" des œuvres d'art, même agrémentée d'un peu d'animation, appara[isse] déjà de plus en plus incapable de provoquer une rencontre effective entre ces œuvres et d'énormes quantités d'hommes et de femmes » (Jeanson, 1968, dans Jeanson, 1972, p. 120) a récemment été illustrée dans plusieurs retours sur le concept de non-publics de la culture (Ducret, 2004; Leontsini, 2004; Quémin, 2004; Vogels, 2004). L'argument central sur lequel elle s'articule veut que les mesures de démocratisation de la culture visant à en faciliter l'accès physique ne suffisent pas à contrer l'inégal accès à la culture. Ainsi, ces auteurs associent le concept de non-publics aux individus n'ayant pas les compétences pour apprécier la culture légitimée par les gouvernements (Girault et Guichard, 2000). Tout comme le soutenait Jeanson (1968), ces auteurs expliquent que la proximité physique à la culture importe peu si la population vers laquelle est dirigée cette culture n'est pas à même de l'apprécier.

Il nous semble en outre que cet usage des caractéristiques principales évoquées par Jeanson pour définir les non-publics actuels de la culture est mal adapté, dans la mesure où la plupart des institutions culturelles se voient désormais munies de services de médiation et accordent beaucoup

d'importance à l'accessibilité de leurs communications. Des lieux antérieurement réservés à la culture légitimée sont maintenant investis par des contenus populaires (Crenn, 2012). Des musées présentent des expositions populaires (pensons à *Abba*world au musée Powerhouse de Sydney, exposition gravitant autour du célèbre groupe de musique suédois Abba). Des orchestres symphoniques jouent des productions populaires (pensons au concert *Game of Thrones* par Ramin Djawadi durant lequel un orchestre symphonique accompagné d'une chorale présente des pièces tirées de la série télé ayant connu un succès planétaire). Des livres sont pensés afin de rejoindre des catégories de moins grands lecteurs (pensons à la série jeunesse fantastico-mythologico-médiévale *Amos Daragon* dont Bryan Perro a entrepris l'écriture à la suite d'une commande éditoriale de romans permettant de rejoindre les jeunes âgés de neuf à quatorze ans). Il nous semble donc limitatif d'aborder le concept de non-publics de la culture exclusivement en tant que symptôme d'actions gouvernementales élitistes couplées à une population présentant des individus inaptes à consommer de la culture.

### **1.3.3.3. Doit-on faire des non-publics un concept plus flexible?**

Devant l'argument voulant qu'une grande distance sépare la première définition du concept de non-publics et le contexte des années 2000 – qui ferait en sorte de rendre difficilement observables ses caractéristiques propres – des chercheurs ont choisi de l'utiliser en l'affranchissant des idéologies qui l'accompagnaient initialement (Donnat, 1993; Jacobi et Luckerhoff, 2009a; Luckerhoff *et al.*, 2019; Passeron, 2003). Bien qu'ils considèrent valides les critiques émises à l'égard du concept, ils développent néanmoins un ensemble d'arguments favorables à son utilisation. Il est vrai que le concept tel que défini par Jeanson peut nourrir une perception des non-publics de la culture en tant que catégorie absolue. Il est également vrai que les politiques culturelles en place peuvent favoriser certaines formes de culture et, de ce fait, la pratique et les pratiquants de celles-ci.

Toutefois, cela ne signifie pas nécessairement que le concept gagne à être investi tel quel dans la recherche ni qu'il ne soit préférable de l'éviter.

Certains travaux mobilisent le concept de non-publics en se référant à une définition plus flexible, qui implique de mettre de côté à la fois la séparation théoriquement absolue en les deux groupes distincts que constitueraient publics et non-publics ainsi que l'idée d'une influence directe et unilatérale des politiques culturelles sur les pratiques individuelles. Le déterminisme sur lequel repose une conception de l'individu qui, n'accédant pas actuellement à un phénomène culturel, n'aurait « aucune chance d'[y] accéder prochainement » (Jeanson, 1968, dans Jeanson, 1972, p. 120) est discutable, puisque « tout responsable d'équipement culturel sait bien que le principal réservoir de public est le non-public » (Jacobi et Luckerhoff, 2009a, p. 13). En ce qui concerne la question de l'influence unilatérale des politiques culturelles, les auteurs adoptant cette perspective face au concept de non-publics préconisent une intégration nuancée de cette influence, pour entrevoir le fait que les comportements désignés par le concept résultent autant des conditions structurelles – politiques culturelles, système éducatif, institutions culturelles, par exemple – que des choix individuels, dictés, notamment, par les goûts, la personnalité ou le mode de vie (Ortega-Villa, 2009).

Les non-publics de la culture, selon cette perspective flexible, ne constitueraient pas une catégorie en marge du phénomène de la fréquentation culturelle, ils en feraient partie. Les publics et les non-publics ne représenteraient pas deux systèmes distincts marqués par leur opposition, mais plutôt des postures au sein d'un même système et dont il est possible de se rapprocher ou de s'éloigner. Ce qui signifie que des individus peuvent être plus ou moins publics, plus ou moins non-publics (Azam, 2004). Certains ajouteront à ce spectre des dyades telles que publics assidus-publics occasionnels (Donnat, 1993) ou plus visiteurs-moins visiteurs (Eidelman, 2009). Les

concepts de publics et de non-publics gagneraient ainsi à être appréhendés comme des dynamiques mouvantes, voire des postures maintenues à l'égard de propositions culturelles.

On le voit : le concept de non-publics demeure pertinent lorsqu'il est actualisé et adapté pour assurer une meilleure cohésion entre sa définition et le contexte socio-politico-culturel actuel. Il gagne donc à être utilisé comme un concept flexible, centré sur les pratiques d'individus, sans que l'on cherche à travers lui à générer une catégorie sociale dotée de caractéristiques imaginées. De fait, « une telle approche montrerait les relations complexes que les acteurs sociaux entretiennent les uns avec les autres, et avec la culture » (Luckerhoff *et al.*, 2019, p. 241).

Précisons en outre que, en vue de la rédaction de cette thèse, c'est cette définition actualisée du concept de non-publics qui sera mise en avant. En effet, à travers notre projet, nous avons perçu que des individus adoptent des postures de non-publics à l'égard des propositions des six organismes culturels partenaires. Si nous référons au concept de non-publics, c'est parce que nous désirons étudier ces postures et mettre au jour les conditions ayant favorisé le maintien de celles-ci.

#### **1.3.4. Le concept de non-publics dans les travaux empiriques**

Toujours selon notre analyse des 121 travaux scientifiques identifiés lors de notre recension des écrits traitant du concept de non-publics, cinquante-neuf publications sont fondées sur des études empiriques reposant sur des investissements divers du concept. Ces études ont en commun de s'intéresser à la posture des non-publics, soit à leur abstention face à des propositions culturelles. Cela dit, les recherches présentées dans ces publications sont de natures très variées : certaines sont quantitatives, d'autres qualitatives; certaines ont été menées au Canada, d'autres en Israël, aux États-Unis, en Chine ou en Angleterre; certaines s'intéressent aux rapports entretenus avec des propositions muséales, d'autres avec les propositions culturelles de bibliothèques, de sites

patrimoniaux, de cinémas ou, plus globalement, d'organismes valorisant la culture légitimée. Ainsi, une connaissance assez diversifiée est disponible au sujet des conditions susceptibles d'expliquer le maintien de postures de non-publics.

Globalement, ces travaux s'efforcent de répondre à trois questions :

- 1) Est-ce que les postures de public ou de non-public peuvent s'expliquer par des traits sociodémographiques?
- 2) Est-ce que la présence ou l'absence d'un individu lors du déroulement d'une proposition culturelle est tributaire à elle seule de sa posture de public ou de non-public?
- 3) Est-ce que la posture de non-public est réservée aux propositions culturelles émanant de la culture légitimée?

Les sections suivantes se veulent une synthèse des éléments de réponses que nous avons été en mesure d'identifier dans les cinquante-neuf travaux scientifiques consultés.

#### **1.3.4.1. Des traits sociodémographiques peuvent-ils agir comme prédicteurs?**

Des travaux menés dans les années 1960-1970 ont permis de mettre de l'avant que les démarches de démocratisation culturelle pouvaient contribuer à créer un clivage entre des strates sociales socio-démographiquement différentes (Caune, 2006). Comme nous l'avons vu, la Déclaration de Villeurbanne a critiqué cette dynamique, tout comme s'en chargeront également les travaux de Pierre Bourdieu. Dans *La distinction* (1979), le sociologue « pose la question des déterminants socioéconomiques dans la formation du goût et dans la correspondance entre la segmentation des produits culturels et celle des classes sociales » (Luckerhoff et Jacobi, 2014, p. 53); il remarque notamment que les propositions culturelles valorisées par l'État français rejoignent davantage les individus appartenant aux classes sociales dites supérieures, puisqu'elles ne se révèlent pas spontanément accessibles et que leur appréciation est fonction d'une éducation aux arts et à la

culture. À ce propos, Bourdieu avance encore qu'une aisance envers la culture légitimée serait liée à l'accession aux classes supérieures de même qu'à leur maintien. Ainsi, les propositions culturelles valorisées rejoindraient des individus présentant des traits sociodémographiques tout aussi valorisés et leurs pratiques accentueraient le clivage entre les classes sociales. Mais est-ce toujours le cas? Est-ce que les individus qui s'adonnent à des pratiques culturelles légitimées présentent des différences sociodémographiques par rapport à d'autres qui ne les effectuent pas?

Devant de telles questions, force est de constater qu'une perspective consensuelle a peu de chance de s'énoncer; en effet, certains chercheurs arrivent à la conclusion que certains traits distinguent les publics des non-publics tandis que d'autres arriveront à la conclusion inverse. Alors que certains soutiennent que des traits sont présents seulement lorsqu'une enquête maintient un niveau de généralité très élevé sur le plan des propositions culturelles, d'autres, au contraire, affirment que le partage de traits est le fait des publics et des non-publics de propositions culturelles spécifiques.

Certaines études quantitatives permettent d'arriver à des portraits statistiques établissant un ensemble de traits individuels prédictifs quant à l'identification d'individus en tant que publics ou non-publics de la culture (Hood, 1996; Keng, Wirtz et Jung, 2003). Garon, par exemple, a « distingué le public du non-public et recherché les facteurs conduisant à la formation des publics » (2009, p. 93). C'est en analysant les données issues d'une enquête quinquennale conduite auprès de dizaines de milliers de Québécois depuis la fin des années 1970 qu'il conclut que le fait d'être public de pratiques culturelles relevant de la culture légitimée au Québec peut s'expliquer par des facteurs tels que : le niveau d'études, le groupe d'âge, la scolarité des parents, le type de région habitée, la taille du ménage et l'immigration. Ainsi, un individu partageant les traits suivants est statistiquement plus susceptible d'être public de pratiques culturelles légitimées : être Québécois de souche, être une femme, être âgé entre quarante-cinq et cinquante-quatre ans, avoir réalisé des



études universitaires, avoir des parents qui ont également une scolarité élevée, habiter une région centrale (Montréal ou Québec) et faire partie d'un ménage de deux personnes.

Le fait d'être non-public de la culture légitimée au Québec peut s'expliquer par les facteurs que sont : le groupe d'âge, la scolarité des parents, le genre, le statut d'immigration, la taille de l'agglomération de la ville habitée et la langue parlée à la maison. Un individu partageant les traits suivants est statistiquement davantage susceptible d'être non-public des pratiques culturelles légitimées : être un homme, être âgé entre dix-huit et vingt-quatre ans, avoir des parents moyennement scolarisés et issus de l'immigration, habiter une ville de moins de 100 000 habitants et avoir pour langue première une langue qui n'est ni le français ni l'anglais (Garon, 2009).

Un autre exemple, plus spécifique celui-ci, est l'étude menée par DiMaggio (1996), qui s'est intéressé aux déterminants à la fréquentation et à la non-fréquentation de musées d'arts aux États-Unis. Désirant vérifier si des traits individuels liés à des valeurs sociales pouvaient permettre de distinguer les publics des non-publics des musées d'arts, ce chercheur a élaboré un sondage composé de quatre-vingt-quatorze questions qu'il a soumises à 1606 répondants américains âgés de dix-huit ans ou plus. Les analyses quantitatives réalisées sur les données amassées lui ont aussi permis de constater des différences significatives entre les individus affirmant fréquenter les musées et ceux affirmant ne pas les fréquenter. Les visiteurs de musées d'art seraient « plus séculiers, plus confiants, plus libéraux, plus tolérants sur les enjeux raciaux, plus tolérants envers les autres cultures et modes de vie, et beaucoup plus tolérants et intéressés à la culture légitimée que les non-visiteurs » (p. 161).

Dans une volonté similaire à celle de DiMaggio (1996), Luckerhoff et ses collaborateurs (2008) ont comparé des données provenant de 401 personnes venant de visiter un musée d'art québécois avec celles de 394 personnes n'ayant pas visité de musées d'art depuis les trois dernières années. Ces 795 répondants ont rempli un questionnaire tenant compte de leurs traits

sociodémographiques, de leurs valeurs<sup>6</sup> et des contraintes inhérentes à la visite du musée. L'analyse quantitative des données collectées a permis de constater que les publics du musée avaient des revenus supérieurs à ceux des non-publics et que l'identification aux valeurs se rattachant à « la transcendance de soi » et à « l'ouverture au changement » peut être associée aux individus ayant visité le musée, alors que l'identification aux valeurs se rattachant à la « conservation » peut être associée aux individus non-publics des musées d'art.

Des résultats tels que ceux obtenus par Garon, DiMaggio ou Luckerhoff et ses collaborateurs contribuent certainement à consolider l'idée voulant que les postures de publics ou de non-publics de propositions culturelles soient, en réalité, associées au partage de différentes caractéristiques sociales. Or, ce ne sont pas toutes les études réalisées en vue de comparer les traits d'individus adoptant les deux postures à l'égard de propositions culturelles qui viennent appuyer la thèse d'une différence constitutive. À cet effet, les analyses statistiques de Kirchberg (1996) ont permis de constater que

le contraste social entre les publics des musées en général et les non-publics des musées en général n'existe pas. Certainement, il y a certaines différences sociales et démographiques entre les non-publics et les publics de musées d'art, mais celles-ci ne sauraient être généralisées à tous les types de musées. Au sein des non-publics et publics des types populaires de musées, les contrastes sont flous<sup>7</sup> (p. 256).

Le chercheur établit cette conclusion après avoir analysé les réponses de 16 862 Allemands obtenues lors d'un sondage national portant sur l'impact des caractéristiques socioéconomiques et démographiques des individus sur leur visite de musée. L'échantillon a été déterminé par quotas

---

<sup>6</sup> Le développement de ce questionnaire se fondait sur la *Théorie des valeurs* de Schwartz (1994). Cette théorie identifie dix catégories de valeurs individuelles qui peuvent être regroupées en quatre familles : la transcendance de soi, la conservation, l'amélioration de soi et l'ouverture au changement.

<sup>7</sup> Traduction libre de « the social contrast among the general museum visitor and the general museum non-visitor does not exist. Certainly, there are social and demographic contrasts between non-visitors and art museum visitor; but these cannot be generalized to all types of museums. Among non-visitors and visitors to the popular types of museums, these contrasts are blurred. »

afin d'être représentatif de la population allemande. Ce constat est justifié par des résultats qui indiquent des portraits statistiques différents selon le type de musée dont il est question. L'auteur a effectivement comparé les quatre types indiqués par la classification de l'UNESCO (en vigueur en 1996), soit les musées de sciences et technologie, les musées d'histoire, les musées d'histoire et de sciences naturelles et les musées d'art. Il a ainsi pu constater que l'étude des types de musées vient nuancer considérablement l'idée de différences sociodémographiques entre les publics et non-publics « des musées ». Il remarque, notamment, que l'âge affecte négativement la visite de musée d'histoire naturelle, mais positivement celle des musées d'art. Ou encore, qu'« avec une hausse de la taille du ménage, le nombre de visites au musée d'histoire naturelle augmente et le nombre de visites dans les musées d'art diminue » (p. 256<sup>8</sup>).

Ainsi, selon Kirchberg (1996) il est contre-indiqué de traiter des « non-publics des musées » dans leur acceptation générale. En effet, les publics et les non-publics de trois des quatre types de musées ne présentent pas de différences sociodémographiques suffisamment claires pour permettre de distinguer deux groupes et seuls les publics et les non-publics des musées d'art présentent suffisamment de différences pour qu'elles soient statistiquement significatives.

Les résultats obtenus par Krakover et Cohen (2001) vont plus loin que ceux de Kirchberg (1996), notamment parce qu'ils incitent à délaissier les types d'organismes culturels pour s'orienter vers une démarche au cas par cas. Leur étude consiste en une comparaison entre les traits des publics et ceux des non-publics de deux sites patrimoniaux israéliens, Massada<sup>9</sup> et Avedat<sup>10</sup>, donc

---

<sup>8</sup> Traduction libre de « with increases in the number of children, the number of visits to natural history museums increase and the number of visits to art museums decline ».

<sup>9</sup> Le site de Massada, inscrit à la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, prend place au sommet d'une montagne du désert de Judée. Il consiste en une agglomération de plusieurs palais et fortifications antiques construits en 37 av. J.-C.

<sup>10</sup> Le site d'Avedat, inscrit à la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, est situé dans le désert du Néguev, dans le sud d'Israël. Ce site valorise les structures toujours en place d'une ville nabatéenne datant du 3<sup>e</sup> siècle av. J.-C., ayant été en grande partie détruite par un tremblement de terre au 7<sup>e</sup> siècle.

de deux organismes du même type. Leurs analyses des 300 sondages menés sous forme d'entretiens individuels leur ont permis de remarquer que les caractéristiques des publics et celles des non-publics ne sont pas nécessairement les mêmes d'un site à l'autre. En effet,

les différences entre les caractéristiques sociodémographiques des publics et non-publics sont plus significatives à Massada qu'à Avedat. À Avedat, la seule différence significative entre ceux qui visitent et ceux qui ne visitent pas est l'âge, tandis qu'à Massada, ils diffèrent de façon significative selon trois variables : l'éducation, le salaire et le lieu de naissance<sup>11</sup> (p. 30).

Ainsi, même lorsqu'il est question d'organismes d'un même type offrant des propositions culturelles similaires, les chercheurs ont remarqué que la frontière entre publics et non-publics est floue. Cela dit, tout comme Kirchberg (1996), Krakover et Cohen (2001) incitent à prendre en considération la popularité d'un lieu étudié plutôt que le type d'institution dont il fait partie. Avedat est un lieu plus populaire et, de ce fait, accueille des visiteurs ayant des profils diversifiés. Massada est un lieu plus spécialisé qui accueille des visiteurs présentant des profils plus élitistes.

Les résultats des chercheurs allemands et israéliens dont nous avons fait état ci-haut incitent donc à ne pas aborder la question des publics et des non-publics selon l'idée voulant que ceux-ci correspondent à un profil fixe, qui serait lié à une catégorie générale d'organismes culturels. Ils incitent plutôt à aborder chaque cas de manière autonome. En ce qui a trait aux institutions muséales et patrimoniales, pour nous en tenir à ces exemples, il existerait « un continuum allant des non-publics, qui passe par les publics de musées populaires, et qui se termine par les publics des musées de haute culture » (Kirchberg, 1996, p. 257<sup>12</sup>). La grande variété d'institutions culturelles

---

<sup>11</sup> Traduction libre de « The differences between visitors and non-visitors with respect to their socio demographic characteristics are more significant at Massada than at Avedat. In the latter site, non-visitors statistically differ from visitors only by age, while in the former they differ significantly by three variables : education, income, and place of birth. »

<sup>12</sup> Traduction libre de : « a *continuum* ranging from non-visitors through visitors to popular museums to visitors of high-culture museums »

regroupées sous une même appellation – en l’occurrence, « les musées » –, rend difficile la généralisation de traits liés aux publics ou aux non-publics.

D’autres études, cette fois-ci qualitatives, reviennent également sur l’hypothèse que les non-publics de la culture pourraient constituer un regroupement d’individus ayant des caractéristiques suffisamment semblables pour que des traits soient généralisables. Globalement, ces études incitent à prendre nos distances face à la recherche de traits sociodémographiques qui permettraient d’identifier les contours de catégories sociales, puisque cette façon de faire écarterait les caractéristiques individuelles des publics et des non-publics. Qui plus est, les recherches fondées sur les traits sociodémographiques, bien qu’elles puissent se montrer critiques face à pareille considération, contribueraient à l’association du concept de non-publics à un phénomène d’exclusion sociale. Or,

interpréter toutes les non-pratiques comme des exclusions, refuser de voir en elles l’expression des préférences des individus finit par faire penser qu’il n’y a de société véritablement équitable qu’à partir du moment où tout le monde va au théâtre et dans les galeries d’art, apprécie l’art byzantin et le nouveau roman..., bref adopte les comportements et les goûts des milieux dits cultivés (Donnat, 1996, p. 11).

Certains auteurs vont ainsi soutenir que la position selon laquelle la non-fréquentation des propositions culturelles par certains individus découle unilatéralement de l’action culturelle serait limitative et laisserait dans l’ombre la possibilité d’un exercice autonome de ses propres choix face à ces propositions. Selon eux, envisager ainsi la non-fréquentation, c’est oublier que la distance entre une posture de non-public et celle de public peut s’expliquer, notamment, par la perception entretenue face à la culture et par les choix découlant de celle-ci.

Les observations de Jacobi et Luckerhoff (2009b) abondent d’ailleurs en ce sens, puisqu’elles reposent entre autres sur des « témoignages des non-visiteurs montr[ant] [...] qu’ils n’ignorent rien de l’offre muséale, mais qu’ils ne se sentent pas concernés » (p. 111). Cela dit, ils ont également

observé un paradoxe : les non-publics n'ont pas non plus une perception négative des activités culturelles; en fait, les personnes qui se disent non-publics « sont plutôt élogieuses lorsqu'elles en parlent. Lorsqu'on leur demande pourquoi elles n'y vont pas, elles ne dénigrent pas l'institution, mais expliquent que le musée n'est tout simplement pas pour elles » (p. 111). La posture de non-public se révèle ainsi justifiée par une reconnaissance de la situation culturelle se soldant par le choix de ne pas la fréquenter. Les non-publics peuvent s'expliquer leur non-fréquentation par les décisions qu'ils prennent et non par des dispositifs qui les excluent.

Dans cette veine, Bourgeon et Filser (1995) placent l'émotion au centre du processus décisionnel menant à consommer ou non une pièce de théâtre. Ils arrivent à la conclusion que, pour qu'un individu désire être public de ce lieu culturel, il doit en tirer un plaisir esthétique et émotif. Le choix de devenir public ou non-public est donc orienté par la personnalité des individus et leurs goûts pour le répertoire représenté, ces deux caractéristiques jouant sur le niveau d'implication envers l'offre culturelle. De son côté, Guionnet (2004) réitère que la compréhension des postures de publics ou de non-publics sous l'angle d'une exclusion touchant plus particulièrement les détenteurs de certains traits sociodémographiques semble moins à propos en ce début du nouveau millénaire. Elle soutient que « les configurations de l'intensité et des formes de la réception viennent défigurer les catégorisations habituelles » (p. 235). Son étude de l'acte de lire permet à l'auteure d'expliquer que les pratiques culturelles peuvent être cycliques et qu'elles évoluent selon les modes de vie. Être public ou non-public se trouve donc associé à une temporalité et à des contextes propres aux individus, qui rendent propices ou non certaines pratiques culturelles. Quelqu'un peut être un lecteur assidu dans la vingtaine, ne plus lire dans la trentaine en raison d'une vie familiale remplie, puis se remettre à lire dans la quarantaine. Encore une fois, la posture de non-public serait davantage liée à des circonstances individuelles qu'à un processus sociopolitique conduisant à l'exclusion.



En somme, si des travaux statistiques permettent d'établir certaines similitudes sociodémographiques entre les individus qui ne prennent pas part à des propositions culturelles légitimées, les non-publics ne sauraient être abordés comme une catégorie sociale figée. D'une part, les statistiques ne sont pas univoques et, d'autre part, certains chercheurs ont montré que les préférences, les perceptions, les goûts et la personnalité peuvent aussi influencer le choix de réaliser ou non une activité culturelle.

#### **1.3.4.2. La présence, l'absence, les publics et les non-publics**

Tel que nous l'avons abordé plus haut, plusieurs études empiriques approchent le concept de non-publics en l'articulant aux postures de participation ou d'abstention face à des situations culturelles données. Or, certains chercheurs soutiennent que ne pas être présent physiquement lors d'une situation culturelle n'est pas le seul critère devant être considéré pour établir qu'un individu adopte une posture de non-public. Nous avons recensé dix-sept publications portant sur le rôle de la présence physique en relation avec le concept de non-publics.

Le constat général que l'on peut tirer de ces travaux est que, bien qu'il soit parfois nécessaire, à des fins méthodologiques, de considérer les non-publics de la culture comme « ces personnes en situation, à l'instant *t*, de non-pratique culturelle, de non-contact avec un objet culturel donné » (Ghebaour, 2013, p. 1), la présence ne distingue pas à elle seule les publics des non-publics : le contact avec la culture n'abolit pas nécessairement la distance symbolique envers celle-ci. De surcroît, la présence n'est pas un gage de mobilisation de ressources attentionnelles (Dutheil, 2004). Ainsi, un individu présent lors du déroulement d'une situation culturelle peut, en fait, en être non-public.

L'étude des pratiques des publics et non-publics de la bibliothèque publique (Bertrand, 2003; Perez, Soldini et Vitale, 2004) propose de « [d]issocier fréquentation de la bibliothèque et rapport

à la lecture, explorer les modes de fréquentation détachés de la lecture [afin de] se donner les moyens de penser plus largement le public, mais également le non-public des bibliothèques » (Poissenot, 2001, p. 5). Un visiteur qui passe les portes de la bibliothèque pour utiliser les ordinateurs, pour se réchauffer ou tout simplement pour socialiser est, en fait, un non-public de l'offre culturelle de la bibliothèque (Perez *et al.*, 2004).

Un constat similaire a été réalisé dans le cadre d'études portant sur les non-publics du cinéma. En effet, « tout spectateur ne devient pas automatiquement membre d'un public » (Esquénazi, 2002, p. 318). La frontière entre publics et non-publics ne s'exprime pas uniquement au prisme de la présence lors d'une situation culturelle. Seuls les individus en mesure de percevoir et de pratiquer la fonction symbolique du lieu en constitueraient les publics; ceux pour qui la relation pratique suffit demeureraient non-publics, fréquentant « [les] salles de cinéma comme des non-lieux » (Bourgatte, 2009, p. 154). Les non-publics regroupent donc des individus qui ne sont pas présents lors d'une activité culturelle, mais aussi les individus présents dont le manque de compétences culturelles limite l'appréciation de l'offre.

L'étude des non-publics des situations musicales que constituent les boîtes de nuit, menée par Léard (2004), amène une nuance supplémentaire au rapport entre la présence lors d'une situation culturelle et les catégories de publics et de non-publics. En effet, ses analyses permettent de constater que, malgré l'importance et l'omniprésence de la musique dans l'expérience des boîtes de nuit, elle semble « non impliquante ». En effet, bien que les individus soient présents dans la boîte de nuit – véritable situation culturelle en ce qu'elle constitue « un pourvoyeur imposant de musique tout en s'éloignant au plus possible du système de représentation traditionnel que l'on connaît sous la forme du concert » (Léard, 2004, p. 166) –, bien qu'ils écoutent la musique et qu'ils l'intègrent au point où elle dicte leurs mouvements, leurs cris, leurs chants, ils peuvent en être non-



publics. L'importance secondaire donnée à la musique dans ce contexte de réception par des individus ne saurait permettre de les considérer publics de la musique.

Les divers constats dressés par ces chercheurs permettent ainsi de bonifier la compréhension du concept de non-publics de la culture, en ce sens qu'ils incitent à mieux apprécier d'autres rapports avec la situation culturelle que le rapport spatiotemporel. Nous retenons de ces travaux que la frontière entre les publics et les non-publics peut s'exprimer en regard de la présence d'un individu lors d'une situation, de sa capacité à apprécier la situation et de l'attention qu'il lui porte.

#### **1.3.4.3. Les non-publics de la culture, un concept lié à la culture légitimée?**

D'autres travaux ont investi le concept de non-publics en s'intéressant à la culture populaire. En général, ils ont montré que ce concept peut s'affranchir du rapport à une culture légitimée. Nous avons recensé douze travaux réalisés à cet effet.

Malgré un développement des connaissances entourant le concept de non-publics de la culture redevable à l'étude des rapports des individus à des propositions culturelles légitimées (Jacobi et Luckerhoff, 2009a), l'argument central des travaux auxquels nous nous intéresserons ici veut qu'une meilleure compréhension du concept passe aussi par l'étude des rapports aux propositions populaires. Ceci vaut tout particulièrement pour notre époque, où les pratiques culturelles des élites évoluent pour inclure la culture populaire (Peterson, 2004) et où la culture légitimée investit elle aussi les sphères populaires (Fourmentaux, 2004; Roquais-Bielak, 2004). Toutefois, la culture populaire, tout comme la culture légitimée, n'est pas consommée par toute la population : certains individus en sont publics et d'autres en demeurent non-publics.

Bien que peu de travaux portent sur le sujet, l'étude d'Hernandez (2004), qui traite de la réception de contes populaires racontés sur scène, incite à voir les non-publics de la culture populaire de la même façon que les non-publics de la culture légitimée. Pour lui, de la même

manière qu'un individu peut ne pas posséder les capacités pour pleinement apprécier un roman de Gustave Flaubert, un individu peut ne pas posséder « les codes, les us et coutumes du conte oral » (p. 223). Les registres populaires ou légitimés importeraient peu : ce serait l'acte de réception qui positionnerait l'individu sur le continuum entre publics et non-publics (Le Guern, 2004).

En outre, l'étude de la réception télévisuelle menée par Esquénazi (2002) a permis de comprendre que la compétence exprimée dans la réception de la culture populaire n'est pas la seule composante de la distinction entre publics et non-publics. Le chercheur a effectivement constaté que des individus peuvent décider de ne pas consommer un contenu télévisuel, et ce, en raison de leur compétence à le consommer. De fait, le choix de ne pas consommer l'offre télévisuelle découlerait de leur compréhension de cette dernière, comme quoi la compétence ne va pas toujours de pair avec l'intérêt. Cette dynamique qui est d'ailleurs très similaire à celle qu'a remarquée Lacerenza (2004) en ce qui a trait aux « non-publics contestataires » de la culture légitimée. Ces individus posséderaient les compétences pour apprécier la culture légitimée, mais décideraient néanmoins de ne pas la consommer, par exemple en raison de son caractère trop bourgeois.

Ainsi, bien que la problématique des non-publics de la culture populaire constitue une part très mince des écrits scientifiques sur le concept de non-public, les quelques travaux réalisés incitent à ne pas évacuer la question de la culture populaire sous prétexte qu'elle est pensée pour rejoindre le plus grand nombre. L'étude des non-publics de la culture populaire révèle des processus nuancés et tout aussi complexes que ceux révélés par l'étude des non-publics de la culture légitimée.

### **1.3.5. Discussion. Le concept de non-publics et la recherche scientifique**

Bien que ce ne fût pas l'intention de Jeanson (1968) dans sa première définition du concept des non-publics de la culture, les différents apports scientifiques produits au cours des cinquante

dernières années permettent d'en faire une catégorie empiriquement observable. En effet, le concept, tel qu'initialement défini par Jeanson (1968), rend difficile son observation, spécialement du fait qu'il désigne les non-publics comme étant une « immensité humaine ». Il ouvre également le concept de publics aux individus qui n'ont pas pris part à une situation culturelle, mais qui possèdent toutefois les compétences pour y participer. Cette première formulation est donc davantage idéologique que destinée à une utilisation scientifique, ce qui est tout à fait cohérent considérant la nature politique et partisane de la Déclaration de Villeurbanne. Toutefois, pour les chercheurs qui y voient une problématique sociale, la question – qui demeure sans réponse – se pose alors de départager non-publics et publics.

Cela étant, bien qu'il n'existe toujours pas de définition consensuelle de ce qui constituerait les publics et les non-publics, les travaux antérieurs ont permis de générer suffisamment d'éléments conceptuels pour qu'on arrive à investir ces concepts dans des usages variés. En effet, les résultats obtenus par les démarches théoriques et empiriques présentées plus tôt permettent de mieux comprendre certains phénomènes dans lesquels ces concepts ont été utilisés. Nous retenons cependant qu'ils gagnent à être utilisés en regard de propositions culturelles précises et qu'ils ne correspondent pas à des statuts figés et exclusifs. Il semble plus judicieux de les percevoir comme entrant dans une relation mouvante et formant un continuum. Qui plus est, l'adoption d'une posture ou d'une autre, de manière momentanée ou sur une plus longue durée, peut être vue comme la conséquence de processus sociopolitiques conduisant à des phénomènes d'inclusion ou d'exclusion. Au sein de contextes sociopolitiques donnés, les individus savent démontrer leur autonomie et leurs postures se trouvent, notamment, orientées par des considérations individuelles souvent liées à la personnalité, aux préférences et au mode de vie.

Nous retenons également que plusieurs critères permettant l'identification des postures associées aux publics et aux non-publics ont été identifiés dans les contributions scientifiques des

cinquante dernières années. Ainsi, les publics d'une situation culturelle peuvent être les individus qui prennent part à cette situation, dans la mesure où : ils sont présents, ils possèdent les capacités d'appréciation nécessaires à la pleine réception de l'offre culturelle présentée et ils accordent les ressources attentionnelles nécessaires à sa pleine réception. En contrepartie, les critères faisant en sorte qu'un individu soit considéré non-public d'une proposition culturelle peuvent être : l'absence physique de l'espace-temps où se déroule la proposition, la présence non accompagnée de compétences nécessaires pour apprécier la proposition, la non-mobilisation des ressources attentionnelles nécessaire à sa réception. Ainsi, par exemple, peut être considéré non-public d'un spectacle d'opéra un individu qui n'est pas présent dans la salle lors du spectacle, un individu qui est présent, mais qui ne perçoit de la prestation des artistes que des sons particulièrement graves ou stridents, ou un individu assis à la première rangée, mais qui passe l'intégralité du spectacle à répondre à ses courriels sur son téléphone cellulaire.

Pour conclure cette discussion sur le concept de non-publics, nous retenons que, pour le chercheur qui désire réaliser une étude empirique des raisons pour lesquelles des individus se retrouvent dans une posture de non-public à l'égard de propositions d'organismes culturels donnés, deux voies de recherche se présentent :

- s'intéresser aux individus qui sont présents lors des propositions, mais qui, en raison d'expérience de réception limitée (par la compétence ou l'attention), en sont non-publics. Cela permettant de comprendre les raisons de cette mauvaise adéquation entre l'offre culturelle présentée et ses récepteurs;
- s'intéresser aux gens qui sont absents lors de la tenue des propositions culturelles des organismes afin de comprendre les perceptions qu'en ont ces non-publics et le rôle de ces perceptions dans le maintien de leur posture.

La première avenue permet d'analyser les rapports entre les individus et les dispositifs de communication inhérents aux phénomènes culturels, tels que les œuvres elles-mêmes et les outils de médiation. La seconde – qui sera empruntée dans cette thèse –, faute d'être fondée sur une expérience de fréquentation des organismes culturels, permet de poser un regard sur les rapports entretenus entre les non-publics et la nature imaginée des propositions culturelles. Ces rapports incluent, par exemple, une variété de sources d'informations telles que les publicités, les politiques et le bouche-à-oreille.

#### **1.4. Questionnements généraux de recherche**

Au cours de notre projet doctoral, nous avons porté notre intérêt sur le phénomène de la fréquentation culturelle et, plus particulièrement, sur les raisons pouvant freiner cette fréquentation. Cet intérêt général, relativement large, s'exprime dans un contexte de recherche présentant plusieurs particularités qui infléchissent certaines orientations qui, elles-mêmes, se répercutent sur les questionnements que nous poursuivons. Rappelons que notre recherche se déroule dans un cadre partenarial ciblant la fréquentation de six organismes culturels, soit le Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc (CPOOL), le Musée québécois de culture populaire (MQCP), le Salon du livre de Trois-Rivières (SLTR), la Maison de la culture de Trois-Rivières (MCTR), Ciné-Campus Trois-Rivières (CCTR) et le FestiVoix de Trois-Rivières (FVTR). Au surplus, cette thèse s'est développée au cours d'un doctorat en communication et est réalisée dans un contexte sociopoliticoéconomique caractérisé par la valorisation de la démocratisation de certaines pratiques culturelles, ce qui a par exemple pour implication que certains écrits politiques et scientifiques pointent du doigt les non-publics de ces pratiques, puisqu'il ne saurait y avoir démocratisation sans volonté de les rejoindre.

Cela étant, si notre posture inductive nous pousse à ne pas chercher à anticiper le phénomène par le biais d'hypothèses, des questionnements généraux, associés aux particularités que nous venons d'évoquer, orientent notre intérêt envers les phénomènes observés et, de ce fait, notre démarche de recherche. Six questionnements ciblent chacun des six organismes culturels partenaires; s'y ajoute un questionnement plus général et visant notre projet dans sa globalité. Les démarches de recherche mobilisées au cours de la préparation de cette thèse permettent donc de donner suite aux sept questions de recherche que voici :

#### *Questionnements ciblés*

- 1) Pour quelles raisons des citoyens de Shawinigan sont-ils non-publics des propositions culturelles du CPOOL?
- 2) Pour quelles raisons des citoyens de Trois-Rivières sont-ils non-publics des propositions culturelles du MQCP?
- 3) Pour quelles raisons des citoyens de Trois-Rivières sont-ils non-publics des propositions culturelles du SLTR?
- 4) Pour quelles raisons des citoyens de Trois-Rivières sont-ils non-publics de propositions culturelles de la MCTR?
- 5) Pour quelles raisons des citoyens de Trois-Rivières sont-ils non-publics des propositions culturelles de CCTR?
- 6) Pour quelles raisons des citoyens de Trois-Rivières sont-ils non-publics des propositions culturelles du FVTR?

#### *Questionnement global*

- 7) Pourquoi des citoyens de la Mauricie sont-ils non-publics de propositions d'organismes œuvrant dans différents domaines culturels et établis dans cette région?

## Chapitre II : Méthodologie. Notre posture de départ

---

### Introduction

Tel que nous le mentionnions précédemment, notre projet de recherche s'ancre dans un ensemble de prémisses de nature à la fois qualitative et inductive. Notre recours à une méthodologie générale inductive implique plusieurs considérations et se veut le reflet de postures ontologiques et épistémologiques particulières.

D'entrée de jeu, spécifions que notre argumentaire, dans ce chapitre, s'en veut un de positionnement et non de défense. Cette thèse n'a pas pour objet les méthodes de recherche et nous adhérons à la perspective de Luckerhoff et Guillemette (2017) qui revendiquent qu'un étudiant ayant choisi d'utiliser les approches inductives « ne soit plus obligé de défendre le choix de cette méthode, tout au long de son parcours », tel que « cela avait été le cas pour la recherche qualitative dans les années 1970 et 1980 » (p.10).

Cela dit, ce deuxième chapitre nous donnera d'abord l'occasion de situer les partenariats à la base de notre projet, les considérations sur lesquelles ces partenariats reposent ayant été déterminantes dans le choix du terrain. Par la suite, nous exposerons les principes fondamentaux sous-jacents à notre démarche empirico-inductive de même que leurs conséquences sur notre projet doctoral. Pour ce faire, puisque notre démarche méthodologique implique la considération de nos sensibilités de chercheur, nous décrirons les perspectives que nous entretenons face à la connaissance scientifique, à la réalité sociale et à l'empirie. Nous caractériserons ensuite l'approche méthodologique générale adoptée, soit la méthodologie de la théorisation enracinée, afin de mettre en relief la pertinence de cette approche en regard de ces sensibilités et de nos objectifs. Finalement, nous présenterons la trajectoire qui a conduit à la composition des six corpus étudiés afin de mieux



comprendre les raisons pour lesquelles des citoyens de la Mauricie ne fréquentent pas certains organismes culturels établis dans leur région.

## **2.1. Une recherche partenariale**

Certaines particularités relevant du contexte dans lequel a été réalisée cette étude méritent qu'on s'y attarde d'entrée de jeu. Réalisée dans le cadre d'un partenariat chapeauté par l'UQTR et l'organisme Culture Mauricie<sup>13</sup>, elle ambitionne de mettre au jour les raisons d'être non-publics de six organismes culturels. La motivation derrière l'intégration de six volets distincts était de produire le portrait le plus diversifié possible des raisons susceptibles de freiner la fréquentation d'organismes culturels de la Mauricie. Furent ainsi étudiés les non-publics du site patrimonial Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc (CPOOL), du Musée québécois de culture populaire (MQCP), du Salon du livre de Trois-Rivières (SLTR), de la Maison de la culture de Trois-Rivières (MCTR), du ciné-club Ciné-Campus Trois-Rivières (CCTR) et du festival de musique FestiVoix de Trois-Rivières (FVTR).

Précisons que la direction scientifique de ce projet de recherche a été assurée par Jason Luckerhoff, professeur titulaire au Département de lettres et communication sociale de l'UQTR, et Marie-Claude Lapointe, professeure agrégée au Département d'études en loisir, culture et tourisme de cette même université. Spécifions également que ce projet a été approuvé par le Comité d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'UQTR<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> « Culture Mauricie regroupe les personnes et les organismes qui contribuent de façon professionnelle à la vie artistique et culturelle de la Mauricie. Il réalise les mandats qui lui sont confiés par le milieu culturel et par le ou la ministre de la Culture et des Communications du Québec. Il vise à favoriser le développement artistique et culturel régional par la concertation de ses membres qui conduit à des actions de sensibilisation, de représentation, de promotion, de formation et de développement. De plus, Culture Mauricie assume un rôle-conseil auprès des différents partenaires pour la défense des intérêts artistiques et culturels de la région » (Culture Mauricie, 2019).

<sup>14</sup> Le numéro du certificat éthique est : CER-14-203-07.06.



Tel que mentionné, en ce qui concerne le milieu de pratique, le partenaire principal était Culture Mauricie, ce qui signifie que la responsabilité de l'intégration des six autres organismes culturels et de la coordination du projet lui incombait. Les termes de cette entente partenariale stipulaient en outre la nature de la participation attendue lors du déroulement de la recherche. À ce propos, les responsables des six organismes culturels étudiés se sont engagés à effectuer le recrutement de participants aux projets. Chacun avait l'obligation de former dix groupes de discussion composés de cinq à dix personnes. En contrepartie, nous nous sommes engagé à mener des entretiens enregistrés auprès de ces groupes, à les transcrire, à les analyser et à vulgariser les résultats de ces processus de recherche sous la forme de présentations aux conseils d'administration des organismes et de chapitres de livre. Nous nous sommes également engagé à compléter la collecte de données en réalisant des entretiens individuels supplémentaires auprès d'individus que nous avons sélectionnés.

La visée générale du projet se résume à proposer des éléments de réponse au questionnement suivant : *Pourquoi des citoyens de la Mauricie sont-ils non-publics des propositions d'organismes œuvrant dans différents domaines culturels et établis dans cette région?*, l'objectif étant d'obtenir une compréhension satisfaisante des processus par lesquels se construisent les raisons de ne pas fréquenter les organismes culturels. Cette visée se justifie par des considérations tant scientifiques que pratiques. Sur le plan de la contribution scientifique, peu de recherches empiriques francophones mettent en lumière des raisons d'être non-public d'organismes culturels. En fait, « la catégorie du non-public, parce qu'elle considère un absent, intangible sociologique, conduit principalement à s'intéresser à des productions discursives et symbolique comme celles des acteurs collectifs ou des pouvoirs publics » (Bonaccorsi, 2009, p. 23). Qui plus est, à notre connaissance, aucune autre recherche n'a été menée, au Québec ou ailleurs, afin d'interroger simultanément des non-publics d'une même région face à des propositions relevant de différents domaines culturels.

Le fait de nous être concentré sur des non-publics de la région administrative québécoise de la Mauricie en nous intéressant à leurs relations à des organismes valorisant le cinéma répertoire, le patrimoine, les expositions muséales, les arts de la scène et visuels de même que le livre traduit un désir d'apporter une contribution originale à la connaissance scientifique des raisons d'être non-public d'organismes culturels.

Sur le plan des motivations expliquant le choix du milieu de pratique, plusieurs éléments éclairent l'intérêt qu'ont porté les six organismes à une démarche simplement guidée par une visée générale. En effet, le désir de disposer d'une meilleure connaissance de leurs non-publics émane de besoins variés. Pour le CPOOL, l'étude s'est inscrite dans un processus de restructuration global. Les interrogations exprimées par les responsables allaient du nom même de l'organisme à son image, en passant par sa façon de proposer une expérience culturelle. Ils espéraient que l'étude les aide à emprunter des orientations cohérentes en regard d'un objectif d'accroissement ses publics. Pour le MCCP, devant des statistiques de fréquentation indiquant une faible participation de la population de Trois-Rivières, les responsables se questionnaient sur les perceptions des Trifluviens. Pour eux, une meilleure connaissance des non-publics devait contribuer à établir des stratégies pour mieux cerner les attentes de ces gens qui, tout en résidant à proximité de l'institution, ne la visitent pas. Quant à l'équipe de l'organisme derrière l'organisation du SLTR, elle était déjà en réflexion au sujet de la formule « salon » et de ses publics cibles au moment de l'instauration du partenariat. Une incertitude s'exprimait déjà quant à la relation entre la mission de l'organisme et sa façon de s'adresser à ses publics, tant lors de l'événement que dans ses communications continues. Aussi les responsables souhaitaient-ils avoir accès à la perspective des non-publics afin de s'assurer de poser des actions en phase avec leur objectif de démocratiser les pratiques de la lecture et du livre. Pour leur part, devant une programmation présentant des propositions culturelles jugées moins accessibles compte tenu du registre culturel qu'elles activent, les gestionnaires de la MCTR

désiraient mieux comprendre les éléments pouvant limiter son accessibilité. Afin de faciliter le plus possible la rencontre des Trifluviens avec l'organisme, ils devaient trouver des pistes de réponse à un ensemble d'interrogations portant notamment sur la consolidation du sentiment d'exclusion culturelle et ce qui peut la nourrir. Quant à CCTR, l'étude de la clientèle montrant que l'organisme mobilise une catégorie bien précise et vieillissante de publics, une réflexion sur ce qui l'a conduit à rejoindre un public aussi niché a été amorcée. En posant des actions stratégiques cohérentes en regard des caractéristiques des non-publics, les responsables désiraient prendre contact avec de nouveaux publics tout en maintenant ceux qui fréquentent déjà l'organisme. Finalement, les responsables du FVTR ont exprimé un désir de connaître ses non-publics dans une visée d'amélioration continue. Afin que la fréquentation du festival augmente année après année, les responsables de l'événement souhaitaient mieux saisir les intérêts de la population trifluviennne qui représente par ailleurs plus de la moitié des publics du festival.

## **2.2. Notre approche méthodologique, un choix lié à nos sensibilités et objectifs**

L'adoption d'une démarche méthodologique résulte souvent d'un choix fondé sur deux considérations. Soit le chercheur choisit une méthode sur la base de la cohérence entre certaines procédures et sa problématique, soit il sélectionne d'abord une méthode avec laquelle il est à l'aise, avant d'élaborer ses questionnements par rapport à la problématique étudiée (Corbin et Strauss, 2015). Pour notre part, nous avons adopté une démarche générale inductive, choix qui, en réalité tient compte des deux considérations évoquées ci-haut. Même avec du recul, il demeure difficile d'évaluer laquelle a préséance sur l'autre. Notre choix a-t-il été dicté par le niveau de cohérence entre l'étude des non-publics et les approches inductives? Se motive-t-il plutôt par nos préférences en tant que chercheur?

Devant cette impasse, sans doute liée au fait que les choix méthodologiques relèvent de processus conscients et inconscients (Pierce, 1995), nous en sommes venu à considérer que les approches inductives se montrent pertinentes tant en regard de notre recherche que de nos sensibilités de chercheur. D'une part, comme nous l'avons mentionné, seulement quelques études portent sur les raisons expliquant l'adoption de postures de non-publics par certains individus à l'égard de propositions culturelles. Qui plus est, plusieurs écrits scientifiques incitent à procéder à des analyses au cas par cas. Devant cette situation, il nous semble préférable d'adopter une démarche inductive et ouverte aux nouveaux apports plutôt qu'une démarche qui viserait à vérifier la présence ou l'absence des apports existants dans de nouveaux terrains.

D'autre part, force est d'admettre que plusieurs éléments qui constituent notre identité de chercheur conduisent naturellement à l'adoption d'une approche inductive. Effectivement, nos façons d'aborder la connaissance scientifique, la réalité sociale et l'empirie s'harmonisent naturellement avec les prémisses inductives. Or, spécifions que cette identification de sensibilités en phase avec l'induction ne se veut en aucun cas un commentaire critique porté sur d'autres façons de faire. De fait, nous croyons qu'il est sain pour un chercheur d'explorer de multiples méthodes et de les mettre à l'épreuve. C'est d'ailleurs en raison de notre participation à des projets qualitatifs et quantitatifs, inductifs, déductifs et mixtes qu'il nous est aujourd'hui possible d'identifier les fondements qui sont les plus proches de nos sensibilités.

### **2.2.1. Notre rapport à la connaissance**

À la base de toute approche méthodologique se trouve une perspective épistémologique, c'est-à-dire une vision claire de ce qui constitue la connaissance (King et Horrock, 2010). Cette vision claire permet l'instauration d'une démarche intègre, et ce, à toutes les étapes d'un processus de recherche (Marshall et Rossman, 2006). De fait, le choix d'adhérer à une démarche déductive ou

inductive implique un rapport fondamentalement différent à la connaissance. Les démarches déductives, souvent associées à la perspective positiviste, prôneront l'édification de la connaissance vers l'atteinte de la vérité. La connaissance produite sera ainsi considérée scientifique en raison des procédures rigides, fixes et contrôlées qui ont été déployées. Selon cette perspective, la vérité existe et elle peut être atteinte par le biais d'une enquête rigoureuse, notamment en contrôlant les biais humains susceptibles d'altérer les résultats. Il s'agit de confronter, de questionner et de tester une même connaissance (qui agit à titre de vérité) jusqu'à ce qu'elle soit invalidée et remplacée par une version améliorée de celle-ci (considérée davantage vraie).

L'adoption d'une démarche inductive implique un rapport différent à la connaissance. Selon la position pragmatiste, « la réalité ne peut être détachée de la perspective de celui qui la découvre » (Corbin et Strauss, 2015, p. 20); le chercheur n'est donc pas perçu comme un obstacle à la vérité, mais comme faisant partie de celle-ci. De surcroît, la connaissance n'est pas jugée valide seulement en raison de la scientificité qu'on lui attribue; pour le chercheur qui adopte une perspective inductive, elle est aussi présente dans les actions quotidiennes (Dewey, 1929). La vérité est alors abordée tel un système de sens complexe qui ne saurait se construire exclusivement à travers les savoirs scientifiques. La connaissance n'est donc pas créée par la mise à l'épreuve des savoirs relatifs à une réalité; elle l'est par la prise en compte des diverses sources de connaissance relatives à une réalité, incluant celles du chercheur.

Pour le dire simplement, exercer un choix méthodologique, c'est endosser une perspective ou une autre sur le rapport de la connaissance à la réalité. D'une part, la réalité est constituée des connaissances scientifiques relatives à celle-ci. Elle peut donc être abordée par le biais de l'étude des connaissances scientifiques. D'autre part, la connaissance de la réalité est constituée par tous les éléments qui la constituent. Elle peut donc être abordée par l'étude de la réalité elle-même, par l'étude des éléments du système de sens qu'elle constitue (Corbin et Strauss, 2015).

D'ailleurs, le choix de procéder à une recherche menée selon une approche inductive se veut le reflet de notre conception d'une connaissance enracinée dans la réalité qu'elle prétend décrire, et ce, notamment parce que nous croyons qu'une meilleure compréhension des raisons que peuvent entretenir des individus pour être non-publics de propositions culturelles passe aussi par une meilleure compréhension des systèmes individuels dans lesquels s'inscrivent ces raisons.

### **2.2.2. Notre rapport à la réalité sociale**

La justification de notre positionnement épistémologique permet de le comprendre que nos choix méthodologiques sont également guidés par des considérations ontologiques, c'est-à-dire par la façon dont nous abordons la réalité sociale. Nous sommes du même avis que Blaikie (1993) qui soutient que « l'affirmation d'une approche particulière servant à aborder les problématiques sociales se doit de traduire la nature même de la réalité sociale » (p. 6), soit la manière dont les individus existent en ce monde.

Les positionnements ontologiques dont témoignent les écrits scientifiques sont généralement définis par la dualité formée par la perspective « réaliste » et la perspective « relativiste » (King et Horrock, 2010). La première veut que le monde réel existe, et ce, de façon indépendante par rapport aux différents individus qui le constituent. Le monde serait créé d'objets et de structures qui existent dans des relations de causalité observables. Les conditions sont existantes et les individus ne font que réagir à celles-ci. La seconde veut qu'il n'y ait pas qu'un seul monde réel, mais plutôt une juxtaposition de plusieurs mondes réels. La compréhension et l'expérience du monde par un individu dépendent ainsi de son bagage expérientiel; chacun éprouvant une réalité qu'il reconnaît comme réelle, le monde social constitue ainsi l'amalgame de ces réalités perçues. Le monde social n'est donc pas une structure préexistante, mais se réalise par les interactions mêmes des individus dont il est le produit. Il ne peut pas s'aborder en marge de ces interactions.

Cela dit, comme d'autres chercheurs (Bhaskar, 1991; Willig, 1999), nous pensons que cette dualité entre perspective réaliste et perspective relativiste ne saurait tout à fait représenter la réalité sociale. Notre perspective, située entre les deux, est représentée par ce qu'il convient de nommer la perspective du *réalisme critique* (Avenier, 2011; Deledalle, 1998), qui retient l'élément central du réalisme qui veut que les comportements et les expériences soient générés par des structures sous-jacentes, qu'elles soient biologiques, économiques ou sociales (King et Horrock, 2010). Toutefois, à la différence de la conception que s'en fait le réalisme, ces structures ne déterminent pas directement les actions individuelles. Dans une perspective relativiste cette fois, elles créent simplement des conditions susceptibles d'avoir un impact sur les actions.

Pour le dire brièvement, notre perspective repose sur la vision d'une réalité sociale constituée par des structures structurantes, de même que par une appréhension variable de celles-ci par les individus qui constituent le monde social. Nous croyons que, à des fins d'étude, la réalité sociale doit s'aborder par le biais des individus qui la composent et que la visée générale d'une recherche scientifique réalisée selon cette perspective est de comprendre la manière dont s'expriment les processus de négociation entre les conditions créées par les objets, les structures sociales et les réalités individuelles de chacun.

### **2.2.3. Notre rapport à l'empirie**

Notre positionnement épistémologique et ontologique nous amène en outre à nous situer au sujet de la source de connaissances que nous considérons la plus fiable au sujet de la réalité sociale, et ce, sur la base du constat voulant que « les données qu'il importe de collecter pour étudier les différentes versions de la réalité ne [soient] pas les mêmes » (King et Horrock, 2010, p. 9).

Afin de construire de la connaissance nouvelle à propos de la façon dont des individus structurent leur réalité dans un monde social partiellement régi par des structures préexistantes,

nous estimons que l'empirie est toute indiquée. En effet, l'empirie peut servir de base à la production d'une connaissance qui, à notre avis, aura tenu compte de l'aspect empirico-inductif du vécu des individus. Ainsi, elle ne saurait résulter de l'application de considérations théoriques et hypothéticodéductives, qui mettent davantage l'accent sur la vérification de l'impact des structures et des objets en place dans la société plutôt que sur le vécu réel de ceux qui constituent le social. Selon la perspective que nous avons adoptée, « les théories font violence aux données. Au mieux, elles rendent compte des matériaux de manière incomplète [...]; au pire, elles les forcent à emprunter un sens plutôt qu'un autre » (Lejeune, 2014, p. 23).

### **2.3. La méthodologie générale de la théorisation enracinée**

Conséquence de ces observations : nos sensibilités en tant que chercheur et la problématique qui nous a intéressé nous ont incité à mettre à profit une méthode :

- prônant un rapport intégrateur et non cumulatif à la connaissance;
- permettant de tenir compte des réalités individuelles de même que des structures et objets qui constituent la réalité sociale;
- plaçant les données empiriques au centre du processus de création de connaissances;
- adaptée à l'étude des problématiques sociales à propos desquelles peu de travaux ont été réalisés.

La méthodologie de la théorisation enracinée ou MTE (Corbin et Strauss, 2015; Luckerhoff et Guillemette, 2012) nous a ainsi semblé tout indiquée.

Nous utilisons ici la désignation MTE comme traduction de *grounded theory* (Glaser et Strauss, 1967), bien que d'autres auteurs lui aient préféré « méthode par théorisation ancrée » (Lejeune, 2014; Paillé, 1994). Toutefois, comme Luckerhoff et Guillemette (2012), il est de notre avis qu'« enracinée » illustre mieux les fondements de la *grounded theory*, en ce sens que « la



symbolique de l'enracinement est une façon de nommer le processus que constitue cette méthodologie, un processus qui consiste à constamment lier construction théorique aux données de terrain, un processus qui n'est jamais complètement terminé » (p. 7).

La MTE est pratiquée depuis la fin des années 1960 et propose des procédures à la fois denses et flexibles afin de générer et/ou d'analyser des matériaux empiriques, et ce, dans le but de procurer au chercheur une théorie enracinée dans les données relatives à la problématique étudiée (Glaser et Strauss, 1967). Le développement de cette méthode découle d'une étude empirique et exploratoire menée par Glaser et Strauss, qui portait sur le phénomène social – alors nouveau – que constituait la fin de vie en milieu hospitalier. Avant le milieu du 20<sup>e</sup> siècle, les rites sociaux liés à la fin de vie et à la mort se déroulaient principalement dans l'espace domestique, la transition des pratiques vers les hôpitaux ayant été accompagnée de plusieurs enjeux, à la fois pour les patients, les familles et les professionnels de la santé. Dans *Awareness of Dying* (1965), Glaser et Strauss relatent un processus de recherche adapté à l'unicité de l'objet étudié, mais qui ne correspond à aucune méthodologie générale déjà formalisée au moment de conduire leurs travaux. C'est ainsi qu'ils ont publié *Discovery of Grounded Theory* (Glaser et Strauss, 1967), qui fait état de ce constat et de ses conséquences méthodologiques. Globalement, nous croyons les manières de faire qu'ils proposent innovantes, car elles tiennent compte du besoin de procéder à des constructions théoriques qui nuancent, développent ou intègrent des concepts selon leur pertinence en regard des données à l'étude (Corbin et Strauss, 2015)<sup>15</sup>.

Dès sa formulation, la MTE s'est vue comparée aux perspectives sociologiques dominantes du milieu du 20<sup>e</sup> siècle : le fonctionnalisme et le structuralisme. Les principaux sociologues structuro-fonctionnalistes (Merton, 1968; Parsons, 1951), pour qui « le but institutionnel de la

---

<sup>15</sup> Afin d'éviter la redondance, nous limitons ici nos explications sur les particularités de la MTE. Nous reviendrons sur celles-ci dans l'article méthodologique que nous avons inséré dans cette thèse. Voir le point 3.2.

science est l'accroissement des connaissances vérifiées, le caractère cumulatif des résultats » (Tabonni, 2003, p. 262), adhèrent à une vision s'accordant davantage aux prémisses déductives (Strauss et Corbin, 1994). Globalement, la finalité de ces perspectives, en ce qui a trait aux sciences sociales, est l'identification des composantes de l'agir social, soit la production d'un modèle permettant d'appréhender les situations sociales, quelle qu'elles soient. De cette façon, bien que ces perspectives soient, à différents niveaux, ouvertes aux découvertes, aux nuances et à la nouveauté, elles visent au final la densification d'un cadre théorique.

Les fondements de la MTE sont en grande partie influencés par l'approche de l'interactionnisme symbolique et par le pragmatisme américain (Labbé, 2018). De l'interactionnisme symbolique (Becker, 1963; Mead, 1934), les fondateurs de la MTE retiendront que le sens donné à des phénomènes sociaux n'est pas le reflet direct de ceux-ci puisqu'il est le résultat d'interprétations; il est en conséquence fondamentalement subjectif, un constat montrant l'importance de tenir compte du contexte au sein duquel il a été formé, soit de l'ensemble des processus individuels et interindividuels ayant contribué à la construction du cadre interprétatif. Il s'agit donc de concevoir le sens donné à un phénomène comme le résultat de l'interaction entre le phénomène et l'acteur qui, au sein d'un contexte particulier, veut l'interpréter.

Du pragmatisme américain (Dewey, 1933; Peirce, 2002), Glaser et Strauss retiendront l'idée centrale voulant que les phénomènes sociaux s'expliquent dans leurs implications pratiques, notamment en ce qui concerne les expériences des acteurs, vues comme constituant un phénomène révélant le sens même de ce phénomène. Il s'agit ainsi d'une pensée radicalement empiriste; en effet, comme dans le cas de l'interactionnisme symbolique, la signification donnée à un phénomène ne peut être abordée séparément de ses conditions humaines de production. Une vérité unique et objective au sujet du sens d'un phénomène n'existerait pas, dans la mesure où celui-ci se définit par la somme des perspectives entretenues à son égard. Le pragmatisme américain place ainsi

l'expérience humaine au centre des préoccupations du chercheur qui désire mieux comprendre un phénomène : c'est en comprenant les perspectives des acteurs vivant le phénomène qu'il est possible lui donner un sens. Notons ici que ce sens est, à son tour, lié à l'expérience du chercheur.

Bref, les prémisses de la MTE ont été établies devant le constat voulant que les phénomènes sociaux puissent être étudiés à travers le sens qui leur est donné. Qui plus est, Glaser et Strauss adhèrent à l'idée voulant qu'une vérité ne sache être préalablement attribuée à un phénomène : pour eux, il n'existe pas de vérité unique puisque chaque individu prenant part à une situation s'exprime différemment sur ce qui la compose. Ainsi, la clé d'une meilleure compréhension de la façon dont un phénomène peut être abordé par des acteurs de la société réside dans l'étude empirique des sens variés qui lui sont accordés. D'ailleurs, les procédures de la MTE doivent être perçues telles des indications à suivre afin de produire une connaissance scientifique rigoureuse qui sache tenir compte de cette manière de concevoir les phénomènes sociaux.

#### **2.4. Notre terrain : six corpus liés à la région de la Mauricie**

Notre recherche cible six organismes culturels établis dans la région administrative québécoise de la Mauricie et les partenaires principaux de l'étude sont l'UQTR, une université située dans la ville la plus peuplée de la Mauricie, et Culture Mauricie, un organisme ayant pour mandat de favoriser le développement artistique et culturel dans la région mauricienne. Il va donc sans dire que le territoire englobant les corpus étudiés ainsi que le projet doctoral lui-même est à considérer. Afin de clarifier ces implications territoriales, nous proposons d'aborder certaines particularités liées au contexte sociopolitique de la Mauricie de même qu'à son milieu culturel. Nous décrirons par la suite la composition des six corpus constitués dans le cadre de cette recherche.

### 2.4.1. Le contexte sociopolitique de la Mauricie

Selon les données de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ, 2017), la région administrative de la Mauricie regroupe six municipalités régionales de comté (MRC), soit Mékinac, Shawinigan, Trois-Rivières, Les Chenaux, Maskinongé et La Tuque. D'une superficie de 35 448 km<sup>2</sup>, cette région est la douzième la plus densément peuplée sur les dix-sept que compte le Québec<sup>16</sup>, avec un ratio de 7,6 habitants par km<sup>2</sup>; la taille de sa population, établie à 268 200, est la onzième en importance. Toutefois, la population de la Mauricie n'est pas uniformément répartie dans ses six MRC. En réalité, plus de la moitié de cette population (135 900 personnes) réside dans la MRC de Trois-Rivières (*id.*). La région mauricienne présente en outre plusieurs particularités sociodémographiques. Alors que sa population présente un taux de croissance près de quatre fois plus lent que la moyenne québécoise (2% par rapport à 7,8%), toujours selon les données de l'ISQ (2017), elle est plus âgée que la population québécoise moyenne (45,7 ans par rapport à 41,9 ans). Par comparaison avec la normale québécoise, cette population présente un débalancement, en ce sens qu'elle regroupe davantage d'individus âgés de plus de soixante-cinq ans que d'individus âgés de moins de dix-neuf ans. La Mauricie regroupe aussi une moins grande part d'individus reconnus comme faisant partie de la population active (c'est-à-dire âgé entre vingt et soixante-quatre ans) que la normale québécoise.

L'éducation de ses habitants constitue également une dimension intéressante à soulever. Selon le *Panorama des régions du Québec* (ISQ, 2018, p. 102), 15,4% de la population de la Mauricie âgée entre vingt-cinq et soixante-quatre ans n'a aucun diplôme,

---

<sup>16</sup> Abitibi-Témiscamingue; Bas-Saint-Laurent; Capitale-Nationale; Centre-du-Québec; Chaudière-Appalaches; Côte-Nord; Estrie; Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine; Lanaudière; Laurentides; Laval; Mauricie; Montérégie; Montréal; Nord-du-Québec; Outaouais; Saguenay-Lac-Saint-Jean.

- 18,9% détient un diplôme d'études secondaires ou une attestation d'équivalence (par rapport à une moyenne québécoise de 13,3%);
- 24,9%, un certificat ou un diplôme d'apprenti ou d'une école de métier (moyenne québécoise : 18,5%);
- 20,5% détient un certificat ou un diplôme d'études collégiales (moyenne québécoise : 19,8%);
- 20,4% a un certificat, diplôme ou grade universitaire (moyenne québécoise : 29,4%).

Pour nous limiter aux trois différences les plus importantes que pointe la mise en comparaison des statistiques en matière d'éducation de la Mauricie avec celles de l'ensemble du Québec, davantage d'habitants de la Mauricie n'ont pas de diplôme (+ 2,1%) ou détiennent un certificat ou un diplôme d'apprenti ou d'une école de métier (+ 5,1%), la différence la plus marquée étant sans contredit la proportion d'individus détenant un diplôme universitaire. En effet, nettement moins d'habitants de la Mauricie ont un certificat, diplôme ou grade universitaire en comparaison à la moyenne québécoise (- 9%), écart encore plus important si la comparaison est faite avec la région de Montréal. De fait, il y aurait plus de deux fois plus d'individus (44,8% par rapport à 20,4%) ayant un certificat, diplôme ou grade universitaire à Montréal qu'en Mauricie (*id.*).

Plusieurs éléments sont également à noter au sujet de la situation socioéconomique de la Mauricie. Si elle compte légèrement moins de familles à faible revenu<sup>17</sup> que la moyenne québécoise (8% par rapport à 8,2%), le revenu médian après impôts des ménages comptant un couple est toutefois bien inférieur en Mauricie qu'ailleurs au Québec (61 950\$ par rapport à 68 570\$). Les revenus d'emploi moyens par habitant sont en outre plus bas en Mauricie qu'ailleurs au Québec. Un individu déclarant un revenu et âgé entre vingt-cinq et soixante-quatre ans, au Québec, gagne

---

<sup>17</sup> Les familles à faible revenu sont les familles dont le revenu familial correspond à moins de la moitié du revenu familial médian québécois.

en moyenne 39 332\$, alors que la moyenne mauricienne s'établit à 34 613\$ (ISQ, 2017). Plus globalement, par rapport à l'ensemble des régions administratives, le produit intérieur brut (PIB) par habitant, établi à 32 516\$, arrive quatorzième au Québec, bien en dessous de la moyenne québécoise, établie à 42 507\$ (*id.*). En ce qui a trait aux origines de ce PIB, si le secteur des industries productrices de biens diminue en moyenne de 1,8% annuellement, celui des services augmente de 2,8%. Le PIB lié à la production de biens, en Mauricie, est particulièrement influencé par les secteurs de la fabrication du papier et de produits métalliques (*ibid.*, p. 15). Le PIB lié aux services est particulièrement influencé par les regroupements sectoriels suivants : finances-assurances-services immobiliers, soins de santé-assistance sociale et services d'enseignement (*id.*).

#### **2.4.2. La culture en Mauricie**

Notre recherche repose sur un intérêt envers les rapports qu'entretiennent des citoyens de la Mauricie avec ses organismes culturels. Le contexte dans lequel ils évoluent est donc inhérent à cette recherche. Il nous apparaît notable que la Mauricie présente une offre culturelle particulièrement vaste :

Cette région compte ainsi 21,3 établissements culturels par 100 000 habitants, soit un nombre supérieur à celui déterminé pour l'ensemble du Québec (17,9). L'infrastructure culturelle de cette région est supérieure au nombre établi pour l'ensemble du Québec en ce qui a trait aux institutions muséales (7,5 établissements par 100 000 habitants comparativement à 5,1), aux librairies (6 établissements par 100 000 habitants comparativement à 4,1) et aux écrans de cinéma (10,1 écrans par 100 000 habitants comparativement à 8,9). Par contre, le nombre de salles de spectacles est inférieur au nombre établi pour l'ensemble du Québec (6,4 établissements par 100 000 habitants comparativement à 7,5) (ISQ, 2017, p. 31).

Si ce contexte se caractérise par une concentration d'organismes culturels supérieure à la moyenne québécoise, il est d'abord et avant tout fonction de la relation qu'entretiennent les citoyens de la Mauricie avec les offres culturelles. Toutefois, nous remarquons que ceux qui demeurent en

Mauricie pratiquent de manière paradoxale les organismes culturels établis dans leur région. Si l'on se réfère toujours aux statistiques cumulées par l'ISQ et présentées en 2017, on constate par exemple que, si l'offre muséale est plus importante en Mauricie que dans le reste du Québec, la fréquentation des musées y est nettement plus basse. En effet, les musées mauriciens cumulent un ratio de 1147 entrées annuellement par tranche de 1000 habitants, tandis que le ratio pour l'ensemble du Québec est à 1696 entrées par tranche de 1000 habitants. À l'inverse, si l'offre de salles de spectacle est moindre en Mauricie qu'ailleurs au Québec, la fréquentation y est supérieure. Les statistiques liées aux salles de spectacle de la Mauricie font état d'un ratio de 879 entrées annuellement par tranche de 1000 habitants tandis que le ratio pour l'ensemble du Québec est à 816 entrées par tranche de 1000 habitants.

Les citoyens de la Mauricie alloueraient également un peu moins d'argent que la moyenne québécoise à l'achat de livres neufs, soit 45,38\$ par année, pour une moyenne québécoise de 47,20\$ (ISQ, 2017, p. 32).

Selon le diagnostic produit par Culture Mauricie en 2015, le secteur des arts et de la culture est très important pour la vitalité de la Mauricie, en ce sens qu'il contribuerait à 2,3% du PIB de la région, qu'il engendre 2367 emplois directs et indirects rémunérés à temps plein et qu'il s'agit d'un investissement rentable : « Pour un investissement de 15,5 M\$, les différents paliers de gouvernements tirent des revenus de 19,2 M\$, dont 12,6 M\$ au niveau provincial et 6,6 M\$ au niveau fédéral » (Culture Mauricie, 2015, p. 8). Ce diagnostic permet également de cibler certains enjeux avec lesquels le milieu culturel de la Mauricie doit composer. À ce propos, il semble que le tourisme en Mauricie soit majoritairement divisé en deux axes : la « grande nature » et « les composantes historiques, patrimoniales et culturelles » (*ibid.*, p. 9). Toutefois, un manque de ressources financières serait constaté par les organismes culturels de la région, qui estiment ainsi ne pas arriver à bien se positionner dans l'industrie touristique. Cette situation tiendrait à la faible

culture philanthropique en place en Mauricie, ce qui limiterait le financement par mécénat. En outre, les diffuseurs culturels reconnaissent avoir de la difficulté à « rejoindre les publics des différentes générations » (*ibid.*, p. 6), une difficulté qui semble aller de pair avec le « besoin de définir l'identité mauricienne » (*id.*).

Pour contribuer à la vitalité des organismes culturels de la Mauricie, un support accru des gouvernements provincial et municipal se montre nécessaire. Sur le plan provincial, la région reçoit un financement non négligeable : « Comparativement à la moyenne des régions intermédiaires, la Mauricie reçoit un montant supérieur en culture par habitant, tant pour les investissements totaux de l'administration publique québécoise (76,63\$ contre 51,93\$), totalisant 20 M\$, que pour les investissements directs attribués au milieu culturel (63,41\$ contre 44,58\$), totalisant 17 M\$ » (*ibid.*, p. 8). En ce qui concerne les municipalités, diverses initiatives ont été prises pour favoriser le développement culturel. Puisque cinq des six organismes partenaires sont établis dans la ville de Trois-Rivières, l'autre étant établi à Shawinigan, nous concentrons notre argumentaire sur la politique culturelle formulée par la Ville de Trois-Rivières.

Désignée capitale culturelle du Canada en 2009, Trois-Rivières a publié sa politique culturelle en 2010 sous le titre *La culture, une question capitale*. Selon ce document, la mission culturelle de la ville se traduit par la poursuite d'actions s'inscrivant dans cinq valeurs : le leadership, l'appartenance, la vie culturelle et la vie quotidienne, l'éducation ainsi que la préservation et la valorisation des richesses culturelles (Ville de Trois-Rivières, 2010, p. 11). Par cette politique, l'administration municipale reconnaît le fait que

le développement culturel joue un rôle essentiel à l'épanouissement du milieu et à l'affirmation de son identité[,], que les valeurs culturelles constituent des facteurs importants d'intégration sociale[, qu'elle doit] soutenir les créateurs et les organismes qui contribuent au développement culturel durable de leur communauté, [qu'elle doit] favoriser et développer les mécanismes d'éducation populaire et d'éveil aux arts pour tous les citoyens, en particulier pour les jeunes, les enfants et les adolescents, et ceux qui socialement ou économiquement



sont moins favorisés [et qu'elle doit] contribuer à la visibilité des artistes et des organismes en accentuant la promotion et la diffusion de leurs œuvres et de leurs activités (*id.*).

Afin de permettre de poursuivre les idéaux promus par cette politique, la Ville s'est engagée « à maintenir et à actualiser le financement accordé à la culture » (*id.*). Ainsi affecte-t-elle une part importante de son budget annuel aux loisirs et à la culture. De fait, en 2019, c'est le secteur des loisirs et de la culture qui constitue le secteur pour lequel le plus d'argent est dédié, soit 17,7% du budget (48 407 000\$ sur un budget total de 274 300 000\$). Par comparaison, la sécurité publique reçoit 17,6% du budget, le service de la dette, 15,7% et le transport, 14,5% (*ibid.*, p. 3).

### **2.4.3. Description des corpus**

Les corpus amassés aux fins de ce projet sont constitués des perspectives d'individus demeurant dans une région ayant un contexte sociopoliticoéconomique particulier. De surcroît, le milieu culturel ainsi que les initiatives étatiques en matière de culture placent les citoyens de la Mauricie dans un rapport particulier aux propositions culturelles de la région. Cela dit, ce ne sont pas les individus demeurant en Mauricie qui ont été ciblés par notre étude, mais plutôt les individus adoptant une posture de non-public à l'égard de propositions particulières. Plus spécifiquement, a été considéré adopter une telle posture un individu habitant la ville hôte de l'organisme culturel étudié et ne l'ayant jamais fréquenté ou pas fréquenté depuis plus de cinq ans. Ce sont là les critères qui ont guidé le recrutement des participants à l'étude.

De façon sommaire, si l'on combine les collectes ayant permis de composer les six corpus, on compte 466 individus considérés non-publics et ce, par le biais de quarante-quatre entretiens de groupe, chacun composé de cinq à onze participants, et 159 entretiens individuels<sup>18</sup>. De façon

---

<sup>18</sup> La composition d'un pareil corpus global n'aurait pas été possible sans l'aide des organismes culturels (pour le recrutement de participants) et sans la participation des étudiants du cours PCO-1022 (groupes automne 2014, automne 2015 et automne 2016) donné à l'UQTR par Jason Luckerhoff. Si 316 participants ont été rencontrés par les chercheurs

générale, les entretiens, réalisés entre septembre 2012 et novembre 2016, ont duré entre trente et quatre-vingt-dix minutes. Les individus rencontrés sont des femmes et des hommes âgés entre dix-huit et quatre-vingt-cinq ans issus de milieux très différents. Certains sont des professionnels ayant complété une formation universitaire tandis que d'autres reçoivent des prestations d'aide sociale et n'ont pas terminé leurs études secondaires. Certains sont célibataires tandis que d'autres vivent en famille. Certains sont étudiants et d'autres sont à la retraite. Toutefois, loin de chercher à constituer des quotas représentatifs des différentes strates de la population, nous avons fait l'effort de chercher des participants provenant de milieux diversifiés, qui seraient selon nous susceptibles d'apporter des données tout aussi diversifiées.

Dans la suite de ce chapitre méthodologique, seront décrits les différents corpus de données qu'il nous a fallu amasser afin d'atteindre une saturation théorique<sup>19</sup> quant aux raisons d'être non-public des six organismes culturels mauriciens étudiés.

#### **2.4.3.1. Les non-publics du CPOOL**

L'atteinte d'une telle saturation théorique s'appliquant aux raisons exprimées par des habitants de la région de Shawinigan pour ne pas fréquenter le site patrimonial CPOOL a nécessité la rencontre, dans le cadre de deux entretiens individuels et de onze entretiens de groupe, de soixante-dix-neuf personnes s'identifiant aux non-publics de cet organisme. Un total de soixante-dix-sept individus ont été rencontrés durant ces entretiens formés d'entre cinq et neuf personnes. Ces entretiens ont duré entre trente et soixante-dix minutes.

---

principaux, 150 l'ont été par les étudiants de ce cours qui agissaient à titre d'auxiliaires de recherche. Spécifions toutefois que les résultats présentés dans cette thèse sont uniquement le fruit des analyses menées par les chercheurs principaux. Les perspectives des 466 participants ont été analysées par les chercheurs principaux.

<sup>19</sup> Le concept de la saturation théorique est expliqué au point 3.2.2.

Ajoutons ici que, puisque le CPOOL œuvre dans la niche plutôt restreinte du patrimoine religieux, les raisons évoquées pour ne pas fréquenter le lieu ont rapidement mené à la saturation recherchée, la nature particulière du lieu évoquant certaines considérations partagées par plusieurs. Nous avons toutefois poursuivi la collecte afin de tenir compte des nuances exprimées par les participants. Cela dit, la richesse des données amassées lors des entretiens de groupe nous a incité à cesser la collecte après seulement deux entretiens individuels d'approfondissement.

#### **2.4.3.2. Les non-publics du MQCP**

Afin d'atteindre la saturation théorique souhaitée sur la base des données recueillies par le biais des entretiens réalisés auprès des habitants de la région de Trois-Rivières s'identifiant comme non-publics du MQCP, nous avons rencontré 116 individus, individuellement ou en groupe. Alors que soixante-dix-sept personnes ont été rencontrées dans le cadre de onze entretiens de groupe, chacun comptant entre cinq et onze personnes, trente-neuf entretiens individuels ont été conduits afin d'approfondir certaines dimensions du phénomène. La durée de ces entretiens, individuels ou de groupe, a varié entre trente-cinq et quatre-vingt-dix minutes.

En donnant suite aux entretiens de groupe par des entretiens individuels, nous avons créé des conditions dans lesquelles tant la diversité des raisons de ne pas fréquenter ce musée que la profondeur des discours accompagnant ces raisons ont été favorisées.

#### **2.4.3.3. Les non-publics du SLTR**

Avant d'en arriver à une compréhension satisfaisante des raisons pour lesquelles des individus vivant à Trois-Rivières ne fréquentent pas le SLTR, nous avons réalisé sept entretiens de groupe et quarante entretiens individuels. Ainsi, au total, nous avons rencontré quatre-vingt-deux individus

non-publics du SLTR. Les groupes formés en vue de ces entretiens, qui durèrent chacun entre trente et quatre-vingts minutes, comptaient entre cinq et dix participants.

Nous avons procédé de la sorte puisqu'un très grand nombre de thèmes ont été abordés lors des entretiens de groupe. Ainsi, afin de nous assurer de bien saisir les nuances nécessaires à l'obtention d'une modélisation fidèle des raisons de ne pas fréquenter le SLTR, nous avons cru bon faire suivre la collecte de données par entretiens de groupe par des entretiens individuels, ce processus ayant conduit à la réalisation de quarante entretiens individuels supplémentaires.

#### **2.4.3.4. Les non-publics de la MCTR**

Afin d'arriver à une compréhension satisfaisante des raisons pour lesquelles des résidents de la région de Trois-Rivières n'ont jamais fréquenté les salles de spectacle Louis-Philippe-Poisson et Anaïs-Allard-Rousseau de même que le Centre d'exposition Raymond-Lasnier ou, tout au moins, qui ne s'y sont pas rendus depuis cinq ans, nous avons réalisé huit entretiens de groupe, chaque groupe comptant entre cinq et onze participants, pour un total de cinquante-cinq. Encore une fois, les durées de ces entretiens de recherche furent variables, le plus bref ayant duré environ quarante-cinq minutes et le plus long, soixante-quinze.

La conduite d'entretiens individuels ne s'est pas montrée nécessaire dans ce cas, les données amassées lors des entretiens de groupe s'étant montrées suffisamment riches et nuancées pour apporter une compréhension claire des raisons de ne pas fréquenter ces lieux gérés par la MCTR.

#### **2.4.3.5. Les non-publics du CCTR**

La saturation théorique se rapportant aux raisons qu'expriment des résidents de Trois-Rivières pour ne pas fréquenter le CCTR a été obtenue à la suite de huit entretiens. Nous avons rencontré cinq groupes formés de six à dix participants de même que trois personnes lors d'entretiens individuels.

Ces derniers ont été réalisés afin d’approfondir certains thèmes qui avaient été abordés en groupe. Au final, nous avons rencontré quarante-trois individus que nous reconnaissons comme des non-publics du CCTR.

Précisons d’emblée que, si le nombre de participants rencontrés est inférieur à celui des autres volets de la présente thèse, les rencontres ont généralement été plus longues – le plus bref ayant duré cinquante-cinq minutes et le plus long, quatre-vingt-cinq – et plus denses. De surcroît, la variété de l’offre culturelle du CCTR est restreinte par rapport à celle de lieux ou d’événements tels que le MQCP ou le FVTR. Cette offre très nichée nous a fait rapidement constater que les raisons de ne pas fréquenter ce lieu sont également plus restreintes et partagées entre les participants à l’étude.

#### **2.4.3.6. Les non-publics du FVTR**

Finalement, afin de comprendre la non-fréquentation du FVTR par les résidents de la ville de Trois-Rivières, nous avons rencontré quatre-vingt-onze individus s’associant aux non-publics de l’événement. Plus précisément, seize participants ont été rencontrés lors de deux entretiens de groupe, chacun composé de huit personnes. Ensuite, soixante-quinze participants ont été rencontrés lors d’entretiens individuels. Les durées de ces entretiens oscillent entre trente et quatre-vingts minutes.

Afin d’étudier les raisons énoncées par des Trifluviens pour ne pas pratiquer l’offre du FVTR, nous avons davantage eu recours aux entretiens individuels qu’aux entretiens de groupe. Bien que nous ayons commencé par réaliser deux entretiens de groupes, nous avons rapidement constaté que la nature même du festival devait nous inciter à adopter une approche plus individualisée. En effet, la grande variété de l’offre de l’événement de même que la façon qu’a le FVTR de se réinventer en renouvelant sa thématique chaque année engendrent des réactions très diversifiées face à

l'événement. Elles ont d'ailleurs été plus facilement prises en compte lors des soixante-quinze entretiens individuels.

## Chapitre III : Méthodologie. Notre trajectoire<sup>20</sup>

---

### Introduction

Dans la foulée des « étude[s] communicationnelle[s] des faits culturels » (Luckerhoff et Jacobi, 2014, p. 47), nous proposons d'examiner la démarche méthodologique inductive que peut impliquer ce genre de recherche. Nous nous sommes intéressé aux raisons mentionnées par des individus de la Mauricie pour ne pas faire la visite de six organismes culturels établis dans cette région<sup>21</sup>: le Musée québécois de culture populaire (MQCP), le lieu historique national Ozias Leduc en Mauricie (OLM), le Salon du livre de Trois-Rivières (SLTR), la Maison de la culture de Trois-Rivières (MCTR), le FestiVoix de Trois-Rivières (FVTR) et le Ciné-Campus Trois-Rivières (CCTR).

Cette recherche s'inscrit dans un contexte particulier qui se caractérise, d'une part, par une forte pression s'exerçant sur les organismes culturels pour « conquérir de nouveaux publics, locaux et touristiques » (Larouche, Luckerhoff et Labbé, 2017, p. 2) et, d'autre part, par le modèle de développement des industries culturelles québécoises, qui confère un statut prioritaire aux publics :

Dans une économie de système que certains qualifient de processus de mondialisation ou de convergence des entreprises, l'impératif de rejoindre son public, pour un produit ou un service culturel donné, prend l'allure d'un déterminant avec lequel on doit composer (Durantaye, 2012, p. 268).

---

<sup>20</sup> Ce chapitre, dans une version légèrement différente, a été publié sous forme d'article dans la revue *Approches Inductives*. Nous sommes le seul auteur de cet article. Il a pour titre « Non-publics et MTE : étudier les raisons de ne pas visiter des organismes culturels selon une démarche enracinée » et a été publié dans le vol.6, n°1 de la revue scientifique. Cet article est en libre accès au lien suivant : <https://www.erudit.org/fr/revues/approchesind/2019-v6-n1-approchesind04618/1060047ar/>

<sup>21</sup> Toutes sont partenaires de la présente étude. Elles ont contribué financièrement à la réalisation de la recherche et ont facilité la collecte des données. Nous explicitons davantage la nature de ce partenariat au point trois du présent texte.

Devant ce désir de rejoindre le grand nombre, force est de constater qu'une importante source de publics potentiels pour un organisme réside dans la masse de gens qui, jusqu'à maintenant, ne le fréquentent pas (Jacobi et Luckerhoff, 2009). Mais pour être en mesure d'intéresser ces individus, il importe de mieux comprendre ce qui, pour eux, justifie ce pour quoi ils n'ont pas, jusqu'à maintenant, visité les organismes.

De façon plus spécifique, ce chapitre a trois objectifs. Dans un premier temps, nous expliquons comment, lors de notre démarche inductive, nous avons mobilisé le concept de non-publics de la culture sans utiliser la définition politique qui l'accompagne généralement depuis sa première utilisation (Jeanson, 1972). Dans un second temps, nous exposons les principaux défis auxquels nous avons fait face en tant que chercheur novice. Dans un troisième et dernier temps, en nous inspirant de recherches en sciences de l'éducation (Lapointe et Guillemette, 2012), en arts (Plouffe et Guillemette, 2012) et en communication (Allard-Gaudreau et Lalancette, 2018; Ben Affana, 2012), nous décrivons notre application des principes de la méthodologie de la théorisation enracinée<sup>22</sup> (Glaser et Strauss, 1967; Luckerhoff et Guillemette, 2012).

### **3.1. Le concept de non-publics de la culture : d'une utilisation normative à une utilisation inductive**

Notre étude des raisons de ne pas visiter certains organismes culturels s'inscrit dans la lignée des recherches menées sur le concept de non-publics de la culture (Ancel et Pessin, 2004; Ghebaour, 2017; Jacobi et Luckerhoff, 2009). Toutefois, des nuances s'imposent ici puisqu'il s'agit d'un concept qui a été appliqué à une panoplie d'approches depuis les cinquante dernières années. Certains responsables gouvernementaux, militants ou chercheurs l'ont utilisé afin de désigner et

---

<sup>22</sup> Nous employons la traduction de *grounded theory* proposée par Luckerhoff et Guillemette (2012).



d'étudier des phénomènes d'exclusion culturelle, tandis que d'autres l'ont mobilisé sans préalablement conclure à un phénomène d'exclusion, et ce, afin de mieux comprendre pourquoi des individus décident de ne pas prendre part à certaines activités culturelles. La première perspective traduit une vision déterministe où les dispositifs en place dictent les pratiques culturelles. La deuxième laisse davantage de place aux individus en étant ouverte à la possibilité que les comportements de ceux-ci révèlent leurs propres volontés. Développons concernant ces deux approches.

En 1968, après avoir constaté que les mesures de démocratisation culturelle mises en place depuis une vingtaine d'années par le gouvernement français ne portaient pas les fruits escomptés, différents acteurs du milieu culturel français se sont réunis dans la ville de Villeurbanne. La Déclaration de Villeurbanne, manifeste issu de cette réunion et dont l'auteur principal est Francis Jeanson, s'adressait aux décideurs politiques de l'époque. Parmi les actions de démocratisation culturelle qui y sont critiquées figure l'établissement dans les différentes régions de France des Maisons de la culture (Urfalino, 1996). Selon Jeanson et les cosignataires de la Déclaration, celles-ci n'auraient pas vraiment fait en sorte d'améliorer l'accès à la culture. Apparemment, les citoyens absents de la culture n'avaient pas été atteints par les mesures de démocratisation. Aussi est-ce pour désigner ces absents que le terme *non-public* a été mis de l'avant pour la première fois dans ce document. Il s'agissait, par la création de cet antonyme inusité, de désigner l'« immensité humaine composée de tous ceux qui n'ont encore aucun accès ni aucune chance d'accéder prochainement au phénomène culturel sous les formes qu'il persiste à revêtir dans la presque totalité des cas » (Jeanson, 1972, p. 120).

Cette définition hautement politisée est lourde d'absolus, en ce sens qu'elle insiste sur le fait que les non-publics de la culture sont composés de personnes qui, malgré les mesures de rapprochement mises en place par l'État, n'auraient en quelque sorte aucune chance d'accéder à la

culture. Cela revient à dire qu'une portion de la population se montrerait à ce point démunie face aux différentes propositions des organismes culturels que même le rapprochement géographique que représentent par exemple les Maisons de la culture ne saurait faire en sorte qu'elle y prenne part. Aborder le concept de non-publics selon cette définition implique donc d'établir préalablement que ce qui mène des individus à ne pas visiter des organismes culturels est que ces organismes les excluent (parfois symboliquement) sur la base de leurs compétences culturelles.

Depuis le début des années 2000, des chercheurs ont pris leurs distances face à cette définition initiale du concept des non-publics (Ancel et Pessin, 2004). Sans automatiquement l'associer à l'impossibilité d'accéder à la culture, ils l'appréhendent comme un construit résultant de l'action de dispositifs multiples et complexes (Jacobi et Luckerhoff, 2009). Ces chercheurs désirent donc dépolitiser le concept et le rendre plus flexible. Plutôt que d'imposer un cadre explicatif à des pratiques sociales, ils désirent comprendre les vécus des individus venant constituer ces pratiques. En contraste avec la première approche où le point de départ d'une démarche est théorique, cette nouvelle façon d'approcher le concept de non-publics implique un point de départ empirique.

Ainsi, dans ces recherches récentes, le concept s'est vu définir selon des critères méthodologiques, en ce sens qu'il désigne désormais un terrain à examiner. Donnons deux exemples. Ghebaour (2017) s'est intéressée aux non-publics d'expositions de photographies extérieures en s'adressant aux habitants de la ville française de Fleury qui ne visitent pas les expositions. De leur côté, Nadeau, Lapointe et Luckerhoff (2017) se sont penchés sur les non-publics des musées d'art en allant à la rencontre d'individus âgés de quinze à vingt-quatre ans et qui n'avaient pas visité un musée d'art dans les trois dernières années. Lors de telles recherches, les caractéristiques politiques et idéologiques du concept ont été abandonnées afin d'aborder avec grande ouverture ce pour quoi des individus ne visitent pas certaines propositions culturelles.

La présente recherche s'inscrit dans la continuité de cet emploi méthodologique du concept des non-publics de la culture puisque, tout comme Ghebaour (2013), nous nous sommes intéressé à des « personnes en situation, à l'instant  $t$ , de non-pratique culturelle, de non-contact avec un objet culturel donné » (p. 1). Autrement dit, nous avons intégré à notre étude des individus selon les seuls critères qu'ils résidaient, au moment de l'enquête, dans les villes où sont installés les six organismes culturels et qu'ils ne les ont pas visités depuis au moins cinq ans. Nous avons adopté ces critères afin de maximiser nos chances d'obtenir un portrait diversifié et riche des raisons expliquant cette absence de visite. Ainsi, le critère géographique se motive du fait qu'un individu résidant à une très grande distance des organismes culturels a de bonnes chances d'attribuer principalement son absence de visite à l'éloignement. En revanche, un individu habitant la ville hôte de ces organismes a beaucoup plus de chances d'exprimer des raisons variées. Aussi, le critère temporel d' « au moins cinq ans » constitue un autre effort d'ouverture à la diversité. En effet, les offres culturelles d'un organisme changent, du moins en partie, sur une période de cinq ans : les expositions temporaires sont remplacées, l'offre de spectacles ou de films varie, etc. Ainsi, l'intérêt d'un individu pour des propositions datant de plus de cinq ans n'exclut pas l'expression d'un désintérêt envers les propositions actuelles. Notre utilisation méthodologique du concept des non-publics implique de chercher à mieux comprendre les vécus d'individus dont les pratiques les ont amenés à *ne pas* visiter ou à *ne plus* visiter les organismes culturels ciblés.

### **3.2. MTE et fréquentation culturelle : les défis d'un chercheur novice**

Au cours de cette recherche visant la compréhension des raisons de ne pas visiter des organismes culturels de la Mauricie, nous avons voulu maintenir une démarche cohérente en regard de la MTE, soit « une approche inductive dont la finalité est de générer des théories » (Corbin, 2012, p. vii) et qui a été formalisée à la fin des années 1960 (Glaser et Strauss, 1967). Proposant des procédures denses, mais flexibles, elle ambitionne de générer et/ou d'analyser des matériaux empiriques, et

ce, dans le but d'obtenir une théorie s'enracinant dans les données concernant une problématique étudiée. L'unicité de cette méthode découle, notamment, de deux particularités générales (Corbin et Strauss, 2015) :

- les cadres dans lesquels sont organisés les résultats de la recherche ne sont pas choisis à priori; en effet, les apports théoriques font partie d'une théorisation enracinée seulement s'ils entretiennent un bon niveau de cohérence avec la compréhension que se fait le chercheur des données collectées;
- le processus de recherche en MTE n'est pas linéaire : « l'analyse et la collecte des données [y] sont interreliées »<sup>23</sup> [traduction libre] (Corbin et Strauss, 2015, p. 7).

Si ces deux particularités semblent simples, leur portée est complexe et commande une interprétation nuancée. De fait, plusieurs auteurs ont relevé la difficulté que posent les principes de la MTE pour les chercheurs novices (Corbin et Strauss, 2015; Lejeune, 2014; Luckerhoff et Guillemette, 2012). Le maintien de procédures cohérentes implique de savoir se positionner en équilibre « entre la distorsion et la conceptualisation »<sup>24</sup> [traduction libre] (Strauss, 1993, p. 12) et donc, de développer une sensibilité permettant d'alterner avec aisance entre des phases de production d'interprétations complexes des données et des phases consistant à effectuer des montées en abstraction, le tout en synthétisant et en simplifiant ces interprétations, et ce, afin de produire des théories.

La recherche discutée ici est au cœur de notre projet doctoral. Bien que nous ayons été initié aux approches inductives lors d'expériences de recherche antérieures, il n'en demeure pas moins que nous avons rencontré plusieurs défis au cours de l'étude exposée ici, qui constitue notre

---

<sup>23</sup> Traduction Libre de: « in grounded theory, research analysis and data collection are interrelated » (Corbin et Strauss, 2015, p. 7).

<sup>24</sup> Traduction libre de: « to keep a balance between distortion and conceptualization » (Strauss, 1993, p. 12).

engagement le plus prolongé envers la MTE. Ces défis, autour desquels se construit la portion suivante du présent chapitre, prennent deux formes et relèvent de l'application de procédures inductives et du maintien d'une trajectoire de recherche cohérente en regard de la MTE. Nous proposons ainsi de présenter certains principes de la MTE, d'exposer les défis qu'elles peuvent poser chez un chercheur novice et de décrire les processus mobilisés afin de les relever.

### **3.2.1. La suspension des savoirs et la collecte de données enracinées dans le vécu des participants : des défis de taille**

Le premier défi que nous avons dû relever lors de notre recherche doctorale concerne notre rapport aux théories en place et relevant directement de notre objet d'étude. Nous avons entamé notre projet sur la base d'une connaissance établie du concept des non-publics de la culture. Si cette connaissance nous a permis de formuler des critères méthodologiques appropriés aux approches inductives, elle a également impliqué de consulter un nombre considérable de travaux abordant les multiples raisons qu'ont des individus de ne pas visiter des organismes culturels. Cela dit, rappelons que notre objectif est de produire une théorie relative à notre problématique qui serait enracinée dans les données. Dans ce contexte, comment reléguer cette connaissance à l'arrière-plan pour laisser le plus de place possible aux données?

Inévitablement, un intérêt envers une problématique traduit une certaine connaissance de celle-ci, mais cela n'implique pas pour autant que cette connaissance constitue un cadre théorique. Pour respecter les principes de la MTE, Guillemette et Luckerhoff (2009) suggèrent aux chercheurs de procéder à une « suspension temporaire » (p. 10) des savoirs théoriques en ce qui a trait aux données à analyser. Pour ce faire, il importe de prendre conscience de ce qui est su de la problématique.

Ensuite, lorsque confronté à des données relatives à celle-ci, il faut toujours remettre en question la compréhension que nous nous faisons des données (Guillemette, 2006). C'est d'ailleurs la manière dont nous avons procédé aux premiers instants du présent projet en nous questionnant constamment à savoir si l'évolution de notre compréhension de la problématique était redevable des données ou plutôt de notre bagage de connaissances préalables, questionnement que nous avons méticuleusement documenté. La prise de notes sur le positionnement du chercheur par rapport à sa propre compréhension se montre essentielle (Corbin et Strauss, 2015).

Si nos connaissances préalables ont été identifiées et suspendues, nous ne les avons toutefois pas évacuées de notre recherche. En fait, le rôle omniprésent du chercheur dans la production de connaissances est l'une des caractéristiques épistémologiques fondatrices de la MTE (Glaser et Strauss, 1967); sa sensibilité théorique est donc valorisée : « [C]haque chercheur a sa sensibilité; il est sensible à des aspects de la réalité plus qu'à d'autres, notamment à cause de sa formation disciplinaire et à cause de ses "connivences" théoriques » (Guillemette et Lapointe, 2012, p. 15). Encore une fois, il doit identifier ses propres concepts sensibilisateurs (*sensitizing concepts*; Bowen, 2006), sans toutefois les forcer sur sa compréhension. Par exemple, lorsque nos analyses des données étaient cohérentes en regard des éléments théoriques sur les raisons de ne pas visiter différents organismes culturels, nous les avons intégrées à notre théorisation enracinée. En contrepartie, nous ne nous sommes pas accroché à ces connaissances. Si tel avait été le cas, nous aurions appliqué nos concepts sensibilisateurs de la même manière que nous aurions pu le faire des éléments d'un cadre théorique, ce qui aurait été irréconciliable avec les fondements de la MTE.

Le deuxième défi auquel nous avons été confronté concerne l'adoption d'une technique de collecte de données consistante par rapport à nos objectifs inductifs. Lors d'une étude menée selon les principes de la MTE, plusieurs techniques de collecte de données peuvent être utilisées. Un phénomène peut être étudié sur la base de données invoquées, c'est-à-dire qui existent à l'extérieur

du projet de recherche, qu'il s'agisse d'articles de journaux, de rapports d'entreprises, de politiques ou de documents historiques. Il peut aussi être étudié à partir de données générées, c'est-à-dire qui n'existent qu'en raison de la démarche de recherche, par exemple des données collectées grâce à des entretiens, de l'observation ou la tenue d'un journal (Corbin et Strauss, 2015).

Dans le présent projet, notre intention a été d'étudier ce pour quoi des individus ne visitent pas des organismes culturels établis dans la région où ils vivent et dont, bien souvent, l'offre leur est destinée. À cet effet, nous avons suivi le conseil de Kvale (1996) : « [S]i vous voulez savoir comment les gens comprennent leur monde et leur vie, pourquoi ne pas leur demander? »<sup>25</sup> [traduction libre] (p. 1). Nous avons ainsi recruté des participants non publics des organismes partenaires et nous avons conduit auprès d'eux des entretiens non structurés, soit le type d'entretiens qui, parce qu'ils « ne sont pas menés en suivant une structure préétablie[,] constituent la plus riche source de données servant à bâtir une théorisation »<sup>26</sup> [traduction libre] (Corbin et Strauss, 2015, p. 38)<sup>27</sup>. Plus concrètement, nous avons mené des entretiens individuels et de groupe ayant comme unique point de départ un questionnement le plus large possible concernant les raisons freinant leurs visites. Lors de ces entretiens, une grande place a été laissée aux interviewés, particulièrement en ce qui a trait aux thématiques abordées, cette position traduisant un désir d'en apprendre davantage sur des réalités que nous admettions alors ne pas connaître (Mayer et Ouellet, 2000).

Au cours des entretiens, nous avons tenté de demeurer le plus ouvert, neutre et attentif possible afin de ne pas suggérer d'éléments de réponse qui éloigneraient les individus de ces réalités

<sup>25</sup> Traduction libre de: « If you want to know how people understand their world and their life, why not talk with them? » (Kvale, 1996, p. 1).

<sup>26</sup> Traduction libre de : « unstructured interviews—those not conducted according to a prestructured interview guide—provide the richest source of data for theory building » (Corbin et Strauss, 2015, p. 38).

<sup>27</sup> Corbin et Strauss (2015) identifient trois types d'entretiens qualitatifs : non structurés (*unstructured*), semi-structurés (*semi-structured*) et structurés (*structured*).

qui nous étaient inconnues. Nous avons donc évité les questionnements non directement enracinés dans les vécus rapportés par les interviewés. Il importe néanmoins de préciser ici qu'il ne faut pas confondre absence de questions préétablies et absence de préparation (Corbin et Strauss, 2015). En réalité, la collecte s'est montrée très exigeante, comme elle l'est généralement pour les chercheurs novices (Mayer et Ouellet, 2000), et ce, notamment parce que ce type d'entretiens provoque un sentiment de dissymétrie chez les individus rencontrés, « la plupart des personnes interviewées s'attend[ant] à ce que ce soit l'intervieweur qui pose les questions » alors qu'elles « se limit[eraient] [...] à répondre à ces dernières » (Poupart, 1997, p. 190). Notre choix de technique de collecte implique donc de conserver un haut niveau d'activité lors des entretiens afin de conforter et de valoriser les individus dans leur rôle (Rogers, 1951). Il devient alors difficile de ne pas se laisser entraîner dans une conversation, écueil à éviter absolument, puisque

l'entretien ne sert pas à développer une relation avec le participant, [mais] plutôt [à] permettre au chercheur de recueillir une description et une interprétation d'un processus ou d'un événement, et ce, d'une façon que le participant reconnaîtrait comme vraie (Champagne-Poirier, 2016, p. 19).

Comme nous l'avons précisé, nous avons eu recours tant à des entretiens individuels qu'à des entretiens de groupe. Entre septembre 2012 et décembre 2016, quarante-quatre entretiens de groupe et 159 entretiens individuels ont été menés. Au total, 466 participants identifiés comme appartenant aux non-publics ont été rencontrés lors des six différentes périodes de collecte de



données<sup>28</sup>. Afin de favoriser la diversité des participants, des personnes issues de milieux très variés ont été recrutées et ces dernières avaient entre dix-huit et quatre-vingt-cinq ans. Certaines étaient des professionnelles ayant une formation universitaire tandis que d'autres recevaient des prestations d'aide sociale et n'avaient pas terminé leurs études secondaires. Certaines étaient célibataires tandis que d'autres vivaient en famille. Enfin, certaines étaient étudiantes alors que d'autres étaient retraitées. Bref, loin de chercher à obtenir des quotas représentatifs des différentes strates de la population, nous avons plutôt fait l'effort de chercher des participants susceptibles de nous procurer des données diversifiées.

Nous avons en outre combiné deux types d'entretiens. Si les entretiens individuels permettent de cerner plus en profondeur le vécu de chaque interviewé (Kvale, 1996), les entretiens de groupe sont reconnus pour favoriser des échanges plus naturels et proches des interactions quotidiennes (King et Horrocks, 2010). Par conséquent, nous avons entrepris la collecte en réalisant les

28

<b>Volets</b>	<b>Périodes de collecte</b>	<b>Recrutement effectué par :</b>	<b>Entretiens effectués par :</b>
Lieu historique national Ozias Leduc en Mauricie	09/12-01/13	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membres du CA de l'organisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auxiliaires de recherche Cindy Fex et Marie-Andrée Gauthier (UQTR)</li> <li>• O. Champagne-Poirier</li> </ul>
Musée Québécois de culture populaire	09/13-12/14	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membres du CA de l'organisme</li> <li>• Olivier Champagne-Poirier</li> <li>• Étudiants du cours PCO1022 (UQTR, professeur Jason Luckerhoff, automne 2014)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants du cours PCO1022 (UQTR, professeur J. Luckerhoff, automne 2014)</li> <li>• O. Champagne-Poirier</li> </ul>
Salon du livre de Trois-Rivières	03/15-02/16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membres du CA de l'organisme</li> <li>• Olivier Champagne-Poirier</li> <li>• Les étudiants du cours PCO1022 (UQTR, professeur J. Luckerhoff, automne 2015)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants du cours PCO1022 (UQTR, professeur J. Luckerhoff, automne 2015)</li> <li>• O. Champagne-Poirier</li> </ul>
Maison de la culture de Trois-Rivières	05/15-01/16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Employés de l'organisme</li> <li>• O. Champagne-Poirier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O. Champagne-Poirier</li> </ul>
Ciné-Campus Trois-Rivières	11/15-11/16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membres du CA de l'organisme</li> <li>• O. Champagne-Poirier</li> <li>• Employés de l'organisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O. Champagne-Poirier</li> </ul>
FestiVoix de Trois-Rivières	06/16-12/16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Étudiants du cours PCO1022 (UQTR, professeur J. Luckerhoff, automne 2016)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants du cours PCO1022 (UQTR, professeur J. Luckerhoff, automne 2016)</li> <li>• O. Champagne-Poirier</li> </ul>

entretiens de groupe, ce qui nous a permis d'aborder rapidement un large spectre de raisons. Les entretiens individuels, quant à eux, nous ont donné l'occasion de nous assurer que des éléments importants n'avaient pas été escamotés lors des entretiens de groupe, que ce soit par manque de temps, par timidité ou en raison des effets attribuables au biais de désirabilité sociale (à la fois face aux autres participants et à l'intervieweur). De surcroît, les entretiens individuels nous ont permis d'étudier davantage certaines raisons soulevées lors des entretiens de groupe, mais dont nous n'avons développé qu'une compréhension partielle.

### **3.2.2. Les défis du maintien de la trajectoire inductive : l'atteinte du seuil de saturation théorique et la montée dans des voies de théorisation**

Le parcours itératif intrinsèque à la MTE nous est apparu comme une source de défis. Comme nous l'aborderons dans la section suivante, ce premier contact extensif avec l'approche a été ponctué de questionnements concernant la taille d'un corpus suffisant et les procédures susceptibles de faire évoluer des données vers des catégories conceptuelles.

Précisons d'emblée que, malgré l'ampleur de notre collecte, notre objectif n'a jamais été de rassembler un échantillon comptant suffisamment de données semblables pour être considéré comme représentatif d'une population. Nous avons plutôt cherché à collecter des données suffisamment variées pour que celles-ci, lorsqu'analysées, puissent mener à la meilleure compréhension possible des multiples raisons pour ne pas faire la visite des six organismes partenaires. Cela dit, l'abandon des balises liées à la représentativité a provoqué l'interrogation suivante : comment être certain que notre collecte de données enrichira réellement notre compréhension? Comme tout chercheur, nous étions craintif devant l'accumulation de données qui, en fin de compte, pourraient se montrer plus ou moins utiles.

Afin de limiter ce risque, Corbin et Strauss (2015) proposent une façon de faire contribuant à un échantillonnage non pas statistique, mais bien théorique. En MTE, l'échantillonnage ne vise pas l'accumulation de données, mais plutôt l'accumulation d'éléments alimentant la compréhension du chercheur. La taille de l'échantillon n'est donc pas déterminée par la quantité de données amassées, mais plutôt par la qualité des données, par la complexité du phénomène étudié et par la capacité du chercheur à donner du sens aux données. C'est d'ailleurs pour cela que le nombre d'individus rencontrés dans le cadre de ce projet a varié selon l'organisme concerné. Par exemple, lors du volet CCTR, soit l'avant-dernier volet réalisé, nous avons rencontré quarante-trois individus appartenant aux non-publics avant d'obtenir une compréhension satisfaisante du phénomène. Ils se sont montrés volubiles et ont énoncé des raisons riches, en nombre restreint, mais suffisant, ce qui a fait en sorte que nous étions à l'aise avec le processus de recherche. En revanche, lors du volet MQCP, nous avons rencontré 116 participants. Les raisons abordées lors des entretiens furent nombreuses, mais, s'agissant d'un des premiers volets réalisés, nos réflexes et notre sensibilité n'étaient pas aussi développés que lors des derniers volets.

Nous avons effectivement remarqué que notre capacité à relever (lors des entretiens et de l'analyse) les éléments susceptibles de nous aider à comprendre le phénomène s'est grandement améliorée au fil des épisodes de collecte des données. Cela nous a permis d'aller chercher plus rapidement une profondeur dans les entretiens des derniers épisodes.

Chaque volet du projet a été constitué par une alternance entre des périodes de collecte de données et des périodes d'analyse. Ce processus nous a donné la capacité de vérifier le cheminement de notre compréhension. Si nous avions collecté les données en une seule fois, « l'échantillonnage théorique [se serait montré] difficile ou impossible, car », en procédant de cette manière, « le chercheur ne peut pas relancer sa collecte afin d'aller chercher les données nécessaires

à la formation de concepts riches<sup>29</sup> » [traduction libre] (Corbin et Strauss, 2015, p. 69). Nous avons donc adopté ce que Plouffe et Guillemette (2012) nomment une « trajectoire hélicoïdale » (p. 97), c'est-à-dire une trajectoire permettant d'avancer vers une meilleure compréhension du phénomène en effectuant de multiples allées et venues entre des périodes de collecte et d'analyse. En pratique, cette procédure nous a incité à comparer continuellement ce que nous comprenions des nouvelles données avec ce que nous avions compris des données déjà amassées.

Toutefois, si les phénomènes sociaux sont infiniment complexes, est-ce à dire que leur étude ne peut trouver son terme? Dans une perspective telle que la nôtre, la réponse est théoriquement oui. Cela dit, le concept de saturation théorique (*theoretical saturation*; Glaser et Strauss, 1967) a su nous éclairer et nous sortir d'une telle impasse. Celui-ci nous a permis de convenir du stade de notre recherche où, à la suite de nombreuses itérations entre collecte et analyse, nous avons jugé détenir une compréhension suffisante de la problématique étudiée, et ce, tout en demeurant conscient que de nouvelles collectes et analyses pourraient sans doute encore nuancer notre compréhension, bien qu'à un rythme très lent.

L'atteinte de seuils de saturation théorique lors des six volets de notre recherche a impliqué de nombreux processus d'analyse mobilisant des niveaux d'abstraction différents. Les aspects invoqués par les participants lors de notre recherche ne constituaient pas, en eux-mêmes, une suite logique d'éléments conceptuels permettant de formuler une théorie sur les raisons de ne pas visiter les organismes culturels mauriciens. La mise en commun des différents vécus des individus rencontrés a plutôt constitué un enchevêtrement complexe et parfois contradictoire d'idées plus ou moins claires et complètes concernant le phénomène étudié.

---

<sup>29</sup> Traduction libre de: « theoretical sampling is difficult or impossible because the researcher can't follow up and gather the type of data necessary to develop a concept fully » (Corbin et Strauss, 2015, p. 69).

Devant le besoin d'organiser les données, nous avons entrepris, parallèlement aux épisodes de collecte, un processus inductif de codage. Les écrits méthodologiques dégagent généralement trois étapes du codage inductif : le codage ouvert, le codage axial et le codage sélectif (Labelle, Navarro-Flores et Pasquero, 2012; Lejeune, 2014). Bien que, dans les faits, ces étapes ne se réalisent pas de façon linéaire, il est suggéré de commencer l'analyse des données en identifiant les unités de sens susceptibles de contribuer à l'avancement de notre connaissance (Lejeune, 2014). Ces unités peuvent prendre des formes diverses : mots, phrases, paragraphes, etc. Le processus de synthétisation commence dès l'étape du codage ouvert, puisque le chercheur y détermine déjà l'essence des unités de sens en leur attribuant des codes, soit des étiquettes (Lejeune, 2014). La montée en abstraction se poursuit lors de l'étape du codage axial. En se concentrant sur les propriétés des codes déterminés préalablement, le chercheur tente alors d'établir « les liaisons possibles entre les codes » (Labelle *et al.*, 2012, p. 77). Ce sont donc les premières interprétations du chercheur qui sont ici analysées, et ce, afin de créer des amalgames qui réduiront le nombre de codes.

Finalement, devant les codes axiaux, le chercheur doit déterminer si des catégories conceptuelles sont présentes et si elles permettent bel et bien de mieux comprendre le phénomène étudié. Il s'agit de l'étape du codage sélectif. En effet, il « est vraisemblable que, bien qu'intéressantes, ces catégories éclairent un autre phénomène que celui étudié » (Lejeune, 2014, p. 115). Le résultat de notre codage sélectif prend donc la forme du maintien des catégories permettant la conceptualisation ce qui amène des personnes à ne pas visiter les organismes partenaires.

### **3.3. Illustration de notre démarche**

Afin d'illustrer davantage la manière dont s'est articulée notre démarche, nous proposons ici de revoir comment ont été appliqués les principes de la MTE. Il s'agit donc de décrire la manière dont nous avons procédé afin de transformer un intérêt général de recherche en une proposition de compréhension du phénomène qui consiste à ne pas visiter des organismes culturels établis en Mauricie, soit : le MQCP, le lieu historique national OLM, le SLTR, la MCTR, le FVTR et le CCTR. D'évidence, nous ne saurions, dans le cadre de cet article, offrir un portrait précis du déroulement de chacun des six volets de notre étude. Nous concentrons donc la portion suivante de cet article sur des processus qui se sont répétés durant les différents volets et que nous identifions comme des processus-clés.

#### **3.3.1. De l'entretien à la théorisation**

Nos différents volets ont commencé par le recrutement de participants. À ce sujet, précisons qu'en raison des termes de notre partenariat, ce sont les responsables des six organismes partenaires qui ont formé les groupes de discussion. Ils ont recruté des individus de profils variés, résidant dans les villes où sont établis les organismes (Trois-Rivières ou Shawinigan) et qui ne les ont pas visités depuis au moins cinq ans. Pour notre part, avec la collaboration d'assistants de recherche, nous avons recruté et interviewé les personnes ayant participé aux entretiens individuels. Le bouche-à-oreille a été utilisé pour le recrutement des 466 participants.

En ce qui concerne le déroulement de la collecte, lors des premiers entretiens, nos apports verbaux ont été minimes. Une question de départ large, soit « comment vous expliquez-vous le fait de ne jamais, ou pas depuis au moins cinq ans, avoir fréquenté [nom d'un des six organismes culturels]? », a ouvert chacun de nos entretiens. Par la suite, à l'appui de techniques telles la reformulation, l'écho, la valorisation constante et l'approbation non verbale, nous avons incité les

personnes appartenant aux non-publics à aborder les enjeux dont elles reconnaissaient elles-mêmes la pertinence. Notre objectif, à ce stade, était de maximiser les chances que des raisons riches et variées soient évoquées. Tout au long de ces entretiens, nous avons pris des notes, mais nous sommes surtout demeuré attentif et actif face aux participants.

Immédiatement après ces premiers entretiens, nous les avons transcrits dans un logiciel de traitement de texte et en avons normalisé la présentation de façon à maintenir les éléments susceptibles de favoriser la compréhension des phénomènes et d'éliminer les autres. Il est à noter que les hésitations, les répétitions involontaires ou les tics verbaux n'ont pas été transcrits et que les anglicismes ont été corrigés. Bref, nous avons produit des transcriptions dans un français correct afin de maximiser nos chances de construire du sens à partir de celles-ci.

Le passage de ces entretiens de l'oral à l'écrit réalisé, nous avons procédé à leur analyse formelle; l'analyse informelle s'était quant à elle amorcée dès les phases d'entretiens et de transcriptions. D'ailleurs, cette analyse informelle motive à elle seule la prise de notes dès lors que du sens commence à se dégager, et ce, peu importe l'étape de réalisation. Lors de la phase d'analyse formelle, nous avons utilisé *NVivo*, un progiciel d'analyse qualitative qui s'est montré très utile pour organiser les données selon les significations qu'elles nourrissent et pour conserver des traces du processus cognitif ayant présidé à la formation de ces significations.

À cette étape, nous avons consulté les transcriptions et lié des extraits de celles-ci à des codes. Ces codes peuvent être plus ou moins précis selon le sens qu'ils évoquent. Notre mot d'ordre était assurément une pratique assidue de la prise de notes. Nous n'avons pas tenu pour acquis que le sens liant un extrait à un code était évident, et ce, même si le code était repéré tel quel dans un extrait. La prise de notes s'est montrée d'autant plus primordiale que nous détenions une connaissance théorique préalable des phénomènes étudiés. C'est en outre grâce au processus

d'explicitation du sens donné que nous avons évité de forcer une signification théorique sur les données (Glaser, 1992).

C'est ainsi que nous avons effectué le codage ouvert des propos que nous ont confiés les participants lors des premiers entretiens. À ce stade primaire du projet, notre compréhension du vécu des participants s'est montrée partielle et insatisfaisante.

Néanmoins, nous avons fait l'effort de ne pas forcer ces premiers processus d'analyse, que nous souhaitons flexibles et provisoires. Ces entretiens ont donc contribué à bâtir une certaine compréhension du phénomène étudié et, surtout, à relever des pistes demandant à être sondées.

Parce que nous avons alors l'impression de seulement commencer à effleurer la complexité des phénomènes, lors des six volets, nous avons pris la décision de réaliser une deuxième ronde d'entretiens en nous montrant encore une fois ouvert et attentif aux discours des personnes rencontrées. Toutefois, et c'est là une différence, nous avons aussi cherché à comparer le sens dégagé des premières données collectées à celui de ces nouveaux apports. Précisons que cet exercice comparatif s'est le plus souvent effectué de façon naturelle, n'ayant pas systématiquement nécessité d'interventions verbales de notre part. En effet, certaines dimensions du phénomène ont été réitérées d'un entretien à l'autre; il a donc fallu être très attentif aux nuances formulées par les participants.

Les phases de transcription et d'analyse des discours recueillis ont également suivi ces deuxièmes entretiens. Si la procédure de transcription n'a pas changé, en revanche, le processus d'analyse s'est montré relativement différent. L'analyse des premiers entretiens ayant permis de former des codes, certains ont pu être réinvestis. Toutefois, nous avons encore été attentif à ne pas forcer un sens sur nos nouvelles données. Ainsi, lorsque nous avons associé des codes existants à de nouveaux extraits, nous nous sommes systématiquement interrogé à savoir si ces derniers apportaient des éléments de compréhension supplémentaires. Nous avons d'ailleurs consigné nos



réflexions à ce propos. En outre, bien que le processus d'analyse était toujours embryonnaire, nous avons commencé à nous questionner, sans trop d'insistance, sur les liens unissant les différents codes et ce, afin d'entamer un processus de condensation. C'était le début de notre codage axial.

Cette deuxième période d'analyse formelle a eu pour effet de multiplier nos questionnements et de provoquer un besoin d'informations supplémentaires. Nous étions, en effet, encore loin d'une compréhension satisfaisante des six volets du phénomène. Sans surprise, pour chacun des volets, nous avons entrepris un troisième épisode de collecte. Nous allons toutefois arrêter ici notre illustration des allées et venues entre collecte et analyse, puisqu'elle nécessiterait plusieurs dizaines de pages et se montrerait vite redondante. Précisons néanmoins que chacun de ces cycles a rendu notre compréhension de la problématique plus complète. En suivant la trajectoire hélicoïdale évoquée précédemment, nous avons alterné les phases de collecte et d'analyse en nous assurant de rassembler des données qui nous renseigneraient non seulement au sujet de nouveaux aspects du phénomène, mais aussi sur les nuances à apporter aux analyses déjà réalisées, le tout avant de procéder à leur amalgame et à leur conceptualisation.

Ce processus a permis la transformation de 199 transcriptions portant sur des vécus complexes en centaines de codes ouverts. La montée en abstraction a consisté à synthétiser et à colliger ces codes afin que la mise en commun de leurs propriétés permette la formation d'une douzaine de codes axiaux riches et denses. À notre avis, parmi ceux-ci, la portée conceptuelle de cinq codes sélectifs contribue à comprendre d'une manière suffisamment complète les raisons pour lesquelles les 466 individus rencontrés ne visitent pas les organismes mauriciens.

## Conclusion

Dès le commencement de notre projet, il nous est apparu clair que les voies inductives n'étaient pas les plus directes et que la richesse des résultats qu'elles permettent doit se payer d'efforts considérables. L'adoption d'une démarche inductive aura impliqué le maintien d'une posture particulière et parfois inconfortable à l'égard des savoirs théoriques concernant notre problématique, des participants rencontrés, des données collectées, de la trajectoire d'analyse suivie et de l'apport scientifique propre au processus de recherche. Étant donné qu'il s'agissait pour nous d'un premier investissement prolongé de la MTE, cette posture ne s'est pas maintenue sans difficulté. L'effort de sensibilité et d'introspection inhérent à l'induction nous a fait réaliser que certains réflexes déductifs n'abdiquent pas facilement.

Cela dit, si, pour prendre cet exemple, devant des propos faisant état d'une éducation culturelle jugée faible ou insuffisante, nous avons cessé de nous intéresser à la question sous prétexte que nos données confirmaient les théories mettant de l'avant les déterminants culturels, nous aurions certes gagné beaucoup de temps d'analyse, mais nous n'aurions pas découvert l'effet dissuasif que l'éducation est susceptible de provoquer. Bref, notre utilisation d'un concept ayant une portée moins explicative que méthodologique, de même que la prudence dont nous avons fait preuve lors des moments où la théorie tentait de prendre le dessus sur l'empirie ont favorisé la réalisation d'une démarche de recherche permettant de remettre en question certains poncifs.

Également, et nous terminons sur ce point, lors de la période de réalisation de notre recherche, nous avons remarqué une multiplication des démarches visant à démystifier et à faciliter le recours à la MTE. Depuis les dix dernières années, de nombreuses initiatives ont entraîné, dans le domaine des approches inductives, la publication de guides pratiques (Corbin et Strauss, 2015; Lejeune, 2014; Luckerhoff et Guillemette, 2012) et de démonstrations exemplaires (Allard-Gaudreau et Lalancette, 2018; Guillemette et Lapointe, 2012; Labelle *et al.*, 2012), toutes ayant grandement

facilité notre appropriation des processus en cause. En tant que chercheur novice ayant grandement bénéficié de ce genre de contributions, nous ne pouvons que saluer et encourager leur production. Nous espérons d'ailleurs que le présent chapitre concourra lui aussi à mettre en exergue la pertinence des approches inductives et à faciliter leur adoption, notamment par les nouveaux chercheurs.

## Chapitre IV : Résultats. Les raisons des non-publics du Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc<sup>30</sup>

---

### Introduction

Dans le cadre de cette recherche, nous nous sommes intéressés aux raisons pour lesquelles des individus ne visitent pas le Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc (CPOOL), sis à l'église Notre-Dame-de-la-Présentation (NDP), bâtiment patrimonial situé dans la ville québécoise de Shawinigan. Le CPOOL est un organisme en patrimoine artistique<sup>31</sup> géré par un conseil d'administration portant le même nom. Durant la saison estivale et touristique, soit de juin à septembre, il est possible de visiter une exposition permanente et une exposition temporaire. L'exposition permanente proposée par l'organisme se compose de « 15 peintures marouflées aux dimensions imposantes et aux couleurs douces et apaisantes » (Culture Shawinigan, 2017); il s'agit d'œuvres qui, avant de devenir objets d'une exposition, ornaient déjà l'intérieur de ce lieu de culte. L'exposition temporaire, quant à elle, est renouvelée annuellement et est généralement constituée d'œuvres d'artistes locaux, d'artefacts associées à Ozias Leduc ou entretenant un fort niveau de cohérence avec sa vie et son travail. Dernier projet d'Ozias Leduc, l'église NDP est considérée comme son testament artistique. Décédé à l'âge de quatre-vingt-dix ans, en 1955, soit un an avant la fin des travaux de décoration de l'église, il y aura consacré treize ans de sa vie. Bien que ses

---

<sup>30</sup> Ce chapitre, coécrit avec Martine Pelletier (Département de communication, Université de Sherbrooke), paraîtra sous le titre « Lieu de culte ou de culture? Les raisons de ne pas visiter le Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc à l'église Notre-Dame-de-la-Présentation », dans J. Luckerhoff et M.-C. Lapointe (dir.), *Les non-publics d'organismes culturels en Mauricie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

<sup>31</sup> Selon l'article 13201.03 du Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec, les organismes en patrimoine artistique québécois sont « les établissements dont l'activité principale consiste à étudier, acquérir, gérer, conserver, restaurer, protéger, entretenir, promouvoir et mettre en valeur par des actions de sensibilisation, de diffusion et d'animation des biens meubles dont la conservation présente d'un point de vue esthétique un intérêt public. Leur action porte souvent sur les œuvres d'art religieuses » (OCCQ, 2004).

œuvres recouvrent les murs d'une église, certaines ont un caractère profane; de fait, six scènes ont une connotation historique puisqu'elles « relatent le passage des bâtisseurs de la Mauricie » (*id.*).

En 2013, au moment d'entreprendre le projet de recherche dont nous rendons compte ici, les responsables du CPOOL s'interrogeaient sur le positionnement de sa proposition culturelle, particulièrement au sein de la population de Shawinigan. Selon les données de fréquentation accumulées par l'organisme, le public était alors composé d'environ 90% de touristes. Sur les 1500 visiteurs annuels (en moyenne), entre 150 et 200 habitent Shawinigan, une statistique considérée trop basse par les responsables du CPOOL. Dans ce contexte, comment susciter l'intérêt des individus qui ne sont pas publics du CPOOL?

#### **4.1. Les défis contemporains des églises québécoises**

La situation des bâtiments patrimoniaux, et plus particulièrement des églises, est préoccupante. Selon Turgeon (2005), au début des années 1980, environ 80% de la population du Québec était pratiquante et fréquentait les églises catholiques. En outre, les données fournies par Wilkins-Laflamme (2014) nous apprennent que le Québec est désormais la province canadienne où la pratique religieuse est la plus faible : seulement 11,1% de la population déclarent assister à des services religieux sur une base hebdomadaire<sup>32</sup>. De surcroît, « de 1995 à 2003, le nombre de prêtres a diminué de 25% et la moyenne d'âge de ceux encore en activité s'élève aujourd'hui à 65 ans » (Turgeon, 2005, p. 19). Devant ces enjeux, un changement de structure dans les diocèses s'est imposé. Par exemple, le diocèse de Québec, qui comptait 269 paroisses en 1995 – ce qui en fait l'un des plus importants de la province –, a dû se réorganiser pour en maintenir actuellement soixante-quatre (ÉCDQ, 2019). En procédant de la sorte, les diocèses concentrent leurs activités.

---

<sup>32</sup> Cette situation ne caractérise pas seulement les églises catholiques. Il s'agit d'une moyenne pour la pratique de toutes les églises établies au Québec.

Cette tendance à la fusion implique le délaissement de certaines églises. Au Québec, « en moyenne 30 lieux de culte ferment chaque année » (CPRQ, 2012, p. 2). À la suite de leur fermeture, ces lieux sont généralement vendus : soit les municipalités s'en portent acquéreuses afin d'y tenir des activités municipales, soit leur destin est déterminé par des intérêts privés. Ainsi, « selon les us et coutumes, en cas de cessation des activités cultuelles, il ne reste plus qu'à désacraliser l'église, la fermer, puis la démolir ou la réaménager pour d'autres fonctions » (Gauthier, 2005, p. 43).

Au fil du temps, plusieurs églises québécoises ont été transformées : en bibliothèques publiques (église Sainte-Marguerite à Magog et église Saint-Denys-du-Plateau à Québec); en entreprise d'économie sociale (cuisine et restaurant communautaires installés dans l'église Saint-Mathias-Apôtre à Montréal); en restaurant (église Sainte-Thérèse de Sherbrooke). L'architecture des églises en a aussi fait des lieux très intéressants pour la pratique de certaines activités exigeant un espace important (centre d'escalade aménagé à même l'église Christ-Roi à Sherbrooke, une école de cirque sise dans l'église Saint-Esprit de Québec). Plusieurs ont été converties en copropriétés (églises Saint-Jean-de-la-Croix à Montréal ou Notre-Dame-de-la-Paix à Québec); dans le domaine de l'habitation, d'autres ont été détruites et remplacées par des immeubles à appartements locatifs (église Saint-François d'Assise à Trois-Rivières).

Selon Noppen et Morisset (2005), bien que ces transformations soient le fruit du délaissement de certaines pratiques par les Québécois, elles sont néanmoins à la source d'un « sentiment diffus de perdre aujourd'hui ce qui nous définit » (p. 44). La destruction ou le changement de vocation des églises seraient ainsi perçus comme une atteinte au patrimoine, dans le sens où, historiquement, elles « ont dominé l'environnement, l'architecture et les arts au Québec; elles ont déterminé les rapports des Québécois au territoire, ont façonné leur manière d'inventer l'histoire, de pratiquer la médecine, d'écrire les lois et de considérer les usages sociaux » (*ibid.*, p. 73). Plusieurs exemples actuels illustrent ce lien qu'ont les Québécois et les Québécoises avec les églises : par exemple, à

l'été 2018, un sondage réalisé auprès de la population de Québec concernant la destruction potentielle de l'église Saint-Cœur-de-Marie indique que 51% des citoyens désirent que l'église soit rénovée et conservée, 24% sont en faveur de la démolition et 25% sont indifférents (Lachance, 2018). Un autre cas illustrant le lien entre les citoyens et le patrimoine religieux est celui de l'église Saint-Charles de Limoilou : afin d'assurer de la conservation du bâtiment, un regroupement de résidents de cet arrondissement de Québec s'en est porté acquéreur. Au moment d'écrire ces lignes, un processus est en cours afin de transformer l'église en une coopérative d'espaces collectifs et multifonctionnels destinée à la population (Gallichan et Lajoie, 2018).

Les fabriques de certaines églises, loin de voir dans cette baisse de l'usage des lieux de culte le signe de l'obsolescence sociale des églises, ont entrepris d'en diversifier les fonctions. En intégrant des activités civiles et profanes entre les murs de ces édifices souvent majestueux, elles appliquent « des solutions qui [font] en sorte de repousser le plus loin possible leur abandon à des fins purement séculières » (Simard, 1998, p. 50). La finalité de telles pratiques est de « garantir leur usage culturel le plus longtemps possible » (Gauthier, 2005, p. 43). Cela dit, contrairement aux transformations permises par la désacralisation et la vente d'une église, la diversification des fonctions implique la conservation d'un bon niveau de cohérence avec les activités religieuses. En outre, les usages liés au culte limitent les réaménagements possibles au sein des églises.

#### **4.2. La patrimonialisation des églises catholiques québécoises : un phénomène social**

Selon le Conseil du patrimoine culturel du Québec, le patrimoine est constitué de « tout objet ou ensemble, matériel ou immatériel, reconnu et approprié collectivement dont la connaissance, la sauvegarde, la transmission ou la mise en valeur présente un intérêt public » (CPCQ, 2019); cette définition inclut notamment les lieux et objets liés à la mise en application des traditions de la religion catholique au Québec. Cela dit, le recul de celle-ci durant les dernières décennies est venu

mettre en exergue sa valeur patrimoniale et symbolique pour la société québécoise. Selon Groulx (2009), « la disparition de ces monuments [les églises] de notre patrimoine affecte toute la communauté » (p. 17).

C'est d'ailleurs devant ce constat qu'au début des années 1990, la question de la préservation du patrimoine religieux a gagné en importance (Côté, 2005). Plusieurs composantes inhérentes aux pratiques religieuses – « le patrimoine bâti, les objets et les archives, l'art et le patrimoine immatériel » (Lefebvre, 2009, p. 19) – ont été ciblées par un désir de préservation. Mais qui doit protéger ce patrimoine? Une portion de ce questionnement concerne effectivement une responsabilité de préservation. Aussi la baisse de fréquentation des activités liées au culte provoque-t-elle un repositionnement des responsabilités face à la conservation des églises. En effet, « s'il semble normal que l'Église n'entretienne pas pour mission ou pour désir de veiller au patrimoine collectif – dont celui des collectivités que ces rites n'inspirent plus-, on ne peut pas en dire autant de l'État, c'est à dire des gouvernements auxquels les Québécois accordent successivement le pouvoir et le mandat d'agir en leur nom » (Noppen et Morisset, 2005, p. 385).

Afin de faire face à ces nouvelles responsabilités, la Fondation du patrimoine religieux du Québec a été créée en 1995 dans l'objectif de contribuer à la restauration du patrimoine religieux québécois. Cet organisme, aujourd'hui connu sous le nom du Conseil du patrimoine religieux du Québec, est financé par le ministère de la Culture et des Communications. Toutefois, ce n'est pas le maintien des activités liées au culte qui est ciblé par cette intervention de l'État. Certes, l'aide financière permet de préserver des lieux dans lesquels se déroulent toujours des activités religieuses, mais, depuis 2014, le critère d'admissibilité lié à l'usage religieux d'un bâtiment a été aboli, ce qui fait en sorte que des projets de préservation non associés aux activités religieuses peuvent être subventionnés. La valeur de ce patrimoine matériel et immatériel, selon la perspective



étatique, ne réside pas dans le fait que celui-ci soit utilisé activement à des fins de culte, mais plutôt dans la symbolique des lieux et objets religieux.

Tout de même, devant ces mesures de soutien étatiques ciblées, les fabriques de plusieurs églises vont chercher à valoriser le caractère patrimonial des lieux qu'elles protègent. Ainsi, de nombreuses églises québécoises ouvrent désormais leurs portes tant aux croyants qu'aux visiteurs curieux d'histoire et de patrimoine (Simard, 2005). Par exemple, la Basilique-Cathédrale Notre-Dame-de-Québec, monument historique inscrit à la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, offre des visites guidées durant la période estivale et présente des expositions variées. Grâce aux capteurs électroniques dont est doté le lieu, il est possible de constater que plus d'un million de personnes le fréquentent annuellement (SNQ, s. d.). Un autre exemple est la Cocathédrale Saint-Antoine-de-Padoue de Longueuil qui consacre son sous-sol à un musée. Dans ce cas-ci, la fabrique a décidé de diviser le lieu selon des fonctions distinctes : sans bousculer les activités de culte, on vient leur adjoindre une activité culturelle. Moyennant une donation volontaire, il est possible de visiter le musée, qui propose une collection d'artefacts permettant de retracer l'histoire de la Cocathédrale jusqu'en 1698.

Le défi de la diversification des usages des lieux religieux incite ainsi plusieurs églises à miser sur leur valeur patrimoniale et culturelle. Il s'agit là d'une alliance naturelle qui met en valeur le patrimoine matériel et immatériel des églises et favorise la fréquentation, tout en facilitant l'obtention de subventions étatiques qui contribuent au bon maintien des lieux. La patrimonialisation des églises apparaît telle une solution à la précarité de ces institutions québécoises. Cela dit, endosser cette double identité afin de pallier aux enjeux de fréquentation ne vient pas sans son lot de défis : les musées et sites patrimoniaux composent eux aussi avec des enjeux liés à la fréquentation et au financement.

### **4.3. La fréquentation : un enjeu central pour les sites muséaux et patrimoniaux**

Les églises ne sont pas les seules institutions à devoir examiner leurs pratiques en raison de cette considération accrue pour la fréquentation. Des transformations sociales et politiques ont aussi changé le contexte de fonctionnement des institutions muséales et patrimoniales. En effet, depuis le début des années 1980, elles ont amorcé un tournant commercial et communicationnel (Davallon, 1997); le trait emblématique de cette transformation est sans contredit une inquiétude omniprésente nourrie par le souci d'accroître le nombre des visiteurs, qui incite les institutions muséales et patrimoniales à revoir leurs objectifs. Si ceux-ci concernaient généralement la conservation des collections, la recherche d'originalité et la pertinence des propositions culturelles présentées, ils ont maintenant davantage à voir avec l'atteinte de scores élevés à la billetterie (Luckerhoff et Jacobi, 2014). Contrastant avec la situation qui prévaut dans les églises catholiques québécoises, cet intérêt envers les visiteurs des musées et sites patrimoniaux n'est pas lié à une baisse de leur affluence; il l'est plutôt à des décisions politiques en matière de démocratisation culturelle. Au Québec, la politique culturelle *Notre culture, notre avenir* (1992) vient responsabiliser l'État québécois envers les pratiques culturelles citoyennes en rendant le gouvernement québécois responsable de l'accès de tous les Québécois et Québécoises à une vie culturelle satisfaisante. Les investissements de fonds publics doivent donc avoir pour effet d'augmenter le nombre de citoyens se sentant concernés par la culture québécoise. Les subventions gouvernementales constituent une grande part du budget de fonctionnement des sites muséaux et patrimoniaux du Québec; aussi s'attend-on à ce qu'ils soient administrés conformément aux orientations étatiques. C'est d'ailleurs cette dynamique qui fait en sorte que « l'action en direction du public devient [...] pour le musée un critère d'évaluation, tant d'une bonne gestion que d'un accomplissement de sa mission » (Luckerhoff et Jacobi, 2014, p. 66-67).

Cela dit, bien que le gouvernement du Québec se soit porté garant de la démocratisation de la culture il y a un peu plus de vingt-cinq ans, les actions étatiques des dernières années en matière de financement de la culture laissent croire à une volonté d'inciter les organismes culturels à faire preuve d'une plus grande autonomie financière. Les musées et sites patrimoniaux doivent maintenant composer avec des « restrictions budgétaires importantes découlant des politiques néolibérales appliquées par les différents paliers gouvernementaux en Amérique du Nord » (Larouche, Luckerhoff et Labbé, 2017, p. 1). Ce faisant, les gouvernements posent des défis financiers qui « incitent de plus en plus les musées à augmenter leur fréquentation et à diversifier leurs sources de financement » (Bergeron et Dumas, 2008, p. 30). L'accroissement des publics n'est donc plus seulement associé à la démocratisation de la culture, il l'est aussi à l'augmentation des revenus autonomes. Par ailleurs, ceux-ci se voient non seulement affectés par le nombre d'entrées payantes, mais aussi par les partenariats privés susceptibles d'être mis en place si les organismes culturels mobilisent une large audience.

Devant ce mouvement, plusieurs vont réaliser des études qui leur permettent de connaître les profils des gens qui les fréquentent (Le Marec, 2007), ce qui implique de comprendre à la fois les motivations de ceux qui visitent et de ceux qui ne visitent pas les institutions muséales et patrimoniales. En procédant de la sorte, il devient possible de poser des actions visant à fidéliser les premiers et à attirer les seconds.

#### **4.4. À la recherche des raisons de ne pas visiter le CPOOL**

L'organisme en patrimoine artistique qu'est le CPOOL tient une position à l'intersection du lieu culturel et du lieu de culte, ce qui accentue l'importance de bien saisir les enjeux inhérents à sa fréquentation. À cette fin, dans le cadre d'un partenariat de recherche entre l'UQTR et Culture

Mauricie<sup>33</sup>, nous avons étudié les raisons qu'énoncent des citoyens de Shawinigan pour expliquer ce pour quoi ils ne visitent pas le CPOOL. À l'appui d'une démarche inductive (Corbin et Strauss, 2015), nous avons conduit des entretiens de recherche qualitatifs (King et Horrocks, 2010) auprès de soixante-dix-neuf personnes affirmant n'avoir jamais visité le CPOOL ou ne pas l'avoir fait depuis au moins cinq ans. Elles ont été rencontrées lors de onze entretiens de groupe et deux entretiens individuels d'une durée de trente à soixante-dix minutes. Durant ces entretiens, les interviewés ont été invités à s'exprimer très librement sur le sujet proposé.

Précisons d'emblée que le recrutement des participants s'est effectué informellement au sein des réseaux de contacts des membres du conseil d'administration du CPOOL et d'assistants de recherche ayant participé au projet<sup>34</sup>. Afin d'accéder à une grande diversité de raisons, des personnes de profils variés ont été rencontrées : nous avons ainsi interviewé des gens qui fréquentent l'église NDP à titre de lieu de culte, d'autres qui se déclarent athées, des étudiants, des jeunes parents, des professionnels, des retraités, des gens ayant un niveau de scolarité universitaire et d'autres peu scolarisés, des fervents de lieux patrimoniaux et des gens ayant affirmé faire peu de sorties culturelles. Bref, le recrutement a été pensé pour maximiser les chances d'aborder de nombreuses dimensions inhérentes au phénomène étudié.

#### **4.5. Six raisons de ne pas fréquenter le CPOOL**

La transcription et l'analyse inductive (Lejeune, 2014) des entretiens nous ont permis de dégager six grandes raisons expliquant ce pour quoi les individus rencontrés ne visitent pas le CPOOL : l'identité religieuse du CPOOL serait trop présente; l'identité patrimonial et artistique serait

---

<sup>33</sup> Le CPOOL est une institution culturelle membre de Culture Mauricie.

<sup>34</sup> Les auteurs remercient chaleureusement les assistantes de recherche Marie-Andrée Gauthier et Cindy Fex pour leur participation essentielle à ce processus de collecte de données.

problématique; la région de la Mauricie serait peu susceptible d'être l'hôte d'offres culturelles pertinentes; le CPOOL ne s'inscrirait pas dans une offre culturelle mobilisatrice, ce qui constituerait par ailleurs une caractéristique de l'offre culturelle mauricienne en général; il est difficile de s'imaginer faire partie des publics perçus du CPOOL; et la dénomination « CPOOL » elle-même ne serait pas associée à une possibilité de fréquentation du lieu.

#### **4.5.1. Une église demeure une église**

Certaines personnes interrogées ont mentionné que le CPOOL ne constitue pas, à leur avis, un lieu culturel, mais bien une église. Or, une église n'est pas un lieu dont on fait la visite dans un contexte culturel. Cette raison s'enracine dans deux perspectives différentes. D'une part, ces personnes ignorent que l'église NDP est également l'hôte d'un organisme en patrimoine artistique que l'on peut visiter : « J'y vais [à l'église NDP] pour des mariages, des services ou l'exposition de crèches. Mais je ne savais même pas que les œuvres étaient de Monsieur Leduc » (Maryse<sup>35</sup>). Ainsi, bien que la participante citée ait fréquenté le lieu à de multiples reprises, elle n'en a pas saisi la double vocation. Pour elle, la présence des nombreuses œuvres recouvrant les murs de l'église ne lui confère pas la qualité d'organisme culturel. En effet, les églises sont généralement décorées, on ne les fréquenterait pas avant tout pour les œuvres. En outre, elle ne s'était jamais questionnée au sujet de l'artiste à l'origine de celles-ci. Qui plus est, selon elle, rien au sein du lieu ne susciterait un tel questionnement.

D'autre part, des personnes interviewées affirment savoir que l'église NDP cumule des fonctions associées à un lieu de culte et à un lieu de culture, mais n'accorderont pas de légitimité aux secondes sous prétexte qu'elles n'auraient pas leur place dans une église. Selon cette

---

<sup>35</sup> Des noms fictifs ont été attribués aux participants et aux participantes afin de préserver leur anonymat.

perspective, les personnes qui reconnaissent l'intérêt des œuvres d'Ozias Leduc mentionneront qu'il serait plus pertinent de « présenter [ses] œuvres dans des symposiums. Afficher les œuvres ailleurs, ça serait plus attirant » (Jacques). De façon contrastée, certains déclareront avoir un faible intérêt pour l'art présenté dans les églises. Une participante affirme, par exemple, qu'afin de visiter le CPOOL, il est nécessaire d'apprécier à la fois l'art et la religion, alors qu'elle-même « aime la religion, mais pas les arts » (Julie).

Certaines personnes conçoivent mal que le lieu de culte qu'elles fréquentent ait également une vocation culturelle. Pour elles, une église n'est pas le bon endroit pour valoriser l'art, puisqu'il s'agit d'un lieu devant d'abord servir aux célébrations religieuses. La visite du CPOOL impliquerait donc de reléguer à l'arrière-plan la vocation traditionnelle de l'église, ce qu'elles ne sont pas prêtes à faire. C'est pourquoi elles vont affirmer éprouver soit une absence d'intérêt pour les œuvres d'Ozias Leduc, soit en éprouver potentiellement dans l'éventualité où les œuvres seraient déplacées vers un lieu artistique conventionnel.

#### **4.5.2. Un lieu patrimonial n'est pas une église**

À l'inverse de la raison présentée ci-haut, des individus qui sont davantage intéressés par le caractère artistique et patrimonial de l'église NDP vont affirmer avoir un problème avec le fait que le lieu conserve sa fonction liée au culte. Une participante expliquera par exemple que le cumul des deux vocations la rend mal à l'aise : « Au début, je pensais que l'église n'était plus fonctionnelle et qu'elle était transformée en lieu touristique qu'on pouvait visiter à notre guise. Mais le fait que c'est encore une église, un temple, on ne peut pas relaxer. J'ai l'image de protection du lieu, lugubre » (Adèle). Ainsi, le fait que le CPOOL ne corresponde pas à l'image conventionnelle que se fait la participante d'un site patrimonial contribue à expliquer ce pour quoi elle ne désire pas le visiter.

Ce conflit entre ce qui est habituellement attendu d'une visite au musée ou dans un site patrimonial et la fréquentation d'une église est aussi présent dans la perception du coût d'entrée et des modalités de visite. Un participant exprime ainsi son incompréhension face à une église qui veut opérer sous le modèle d'un site patrimonial et qui, pour cette raison, impose un accès tarifé : « Ça fait soixante-dix ans que l'église existe et ça fait quinze ou vingt ans qu'on nous la vend. C'est quoi l'attrape? » (Serge). Ce commentaire sur le coût d'entrée au CPOOL (soit 8\$ par adulte en 2018) exprime un questionnement sur la nature d'une visite méritant paiement. Selon des personnes rencontrées, on ne devrait pas déboursier d'argent pour visiter une église, alors qu'il est normal de le faire pour accéder à un musée ou à un site patrimonial.

Des personnes estimant intéressante la proposition culturelle du CPOOL vont toutefois exprimer des attentes précises, notamment face aux diverses modalités de visite permises par les différents dispositifs de médiation. Parmi les participants rencontrés, certains entretiennent la perception où le CPOOL ne se fréquente que lors de visites guidées et estiment qu'elles seraient plus confortables si l'organisme mettait à leur disposition des aides à la visite habituellement présentes dans les musées ou sites patrimoniaux : « Je préfère visiter seule. J'utilise habituellement les audioguides ou je lis les cartels. [Avec les visites guidées,] si j'ai envie de passer quatre minutes à regarder une œuvre et dix à en contempler une autre, je ne peux pas le faire » (Adèle). D'autres vont aller plus loin en expliquant que leur fréquentation d'activités muséales ou patrimoniales se justifie habituellement par l'unicité de l'expérience attendue de la visite. Une participante mentionnait ainsi que la visite du CPOOL pourrait être intéressante si elle permettait d' « [a]pprendre les techniques employées pour faire les œuvres, comme dans un cours d'art » (Sonia).

Nous cernons dans cet ensemble de raisons une perception du CPOOL qui ne cadre pas avec celle que les personnes interviewées entretiennent à propos des musées et sites patrimoniaux. Si

elles affirment généralement aimer et rechercher la pratique de ce type d'organismes culturels, elles estiment que le CPOOL n'en est pas un, problème qui semble relever de son identité culturelle trop forte.

#### **4.5.3. La Mauricie, une région peu compatible avec les arts et la culture**

La situation géographique du CPOOL semble à l'origine de perceptions agissant à leur tour comme raisons de ne pas le visiter. Selon certains individus rencontrés, l'emplacement de l'organisme en patrimoine artistique engendre deux problèmes. D'une part, plusieurs estiment qu'il représente une proposition « touristique » s'adressant aux voyageurs et non aux habitants de la région. D'autre part, certaines personnes ont évoqué le fait que peu d'initiatives de conscientisation et d'éducation aux propositions culturelles de la région soient actuellement en place en Mauricie.

Les propos que nous avons recueillis nous permettent de conclure à une perception de la pertinence des propositions culturelles mauriciennes en tant qu'activités touristiques. Plusieurs affirmeront ainsi que le CPOOL ne s'adresse tout simplement pas à eux et qu'ils ne le visiteraient que dans le cas où ils accompagneraient des connaissances de passage dans la région. Ils expliquent toutefois que, lorsqu'ils partagent les activités de ces personnes, ces dernières ne sont pas tant attirées par les attraits culturels de la Mauricie que par ses attraits naturels : « Je voulais y aller [au CPOOL] avec mes petits-fils. Mais quand ils viennent ici, c'est la nature qu'ils veulent voir » (Rolande). Ainsi, afin de combler les attentes de ses visiteurs, cette participante se fait ambassadrice des activités de plein air offertes par la région.

En outre, des individus allégueront la faible disponibilité de l'éducation aux arts et à la culture en région afin d'expliquer leur malaise face à l'idée de visiter le CPOOL : « Il y a de grosses lacunes dans l'éducation en arts dans la région. Ce qui fait en sorte que les parents ne sont pas intéressés non plus » (Denise). La fréquentation du CPOOL est encore une fois associée à la volonté



de faire découvrir une proposition culturelle à une tierce personne. L'intention éducative agit ici telle une raison pour éventuellement visiter le CPOOL. Or, plusieurs personnes interviewées estiment qu'en Mauricie, les différents systèmes éducatifs valorisent peu les arts et la culture. Des parents interviewés expliquent ainsi que le programme scolaire suivi par leurs enfants ne les inciterait pas à développer un goût pour des activités culturelles telles que celles proposées par le CPOOL. Qui plus est, ils mentionnent que ce goût ne leur a pas été transmis lors de leurs propres parcours scolaires.

Le CPOOL est donc associé à une pratique dont la pertinence est conditionnelle à la possibilité de faire découvrir un contenu culturel. Toutefois, il appert que, selon les personnes qui se sont exprimées à ce sujet, l'éducation offerte en Mauricie ne mettrait pas suffisamment l'accent sur l'art et la culture pour nourrir une envie de découverte culturelle chez les jeunes. L'éducation qu'affirment avoir reçue les parents ne se montrerait pas non plus suffisante afin qu'ils puissent contribuer au développement d'une curiosité pour la culture chez leurs enfants. Bref, les entretiens que nous avons menés nous portent à croire que l'éducation à la culture en Mauricie contribuerait à générer un cycle de pratiques transgénérationnel n'incitant pas à la visite du CPOOL.

#### **4.5.4. Le CPOOL, une activité périphérique?**

Pour certains, il n'apparaît pas intéressant de visiter le CPOOL, car l'organisme ne permettrait pas de vivre une expérience culturelle complète. Des individus stipulent ainsi qu'ils ne se déplaceraient pas dans le seul objectif de voir les œuvres d'Ozias Leduc. D'une part, ils mentionnent que l'offre du CPOOL gagnerait à être bonifiée. Si la visite de l'exposition présentée à même les murs de l'église NDP ne semble pas suffire, l'idée d'inclure cette visite dans un itinéraire semble plus satisfaisante : « Ça m'attirerait si c'était dans un réseau d'églises. Je ne veux pas en voir une seule » (Alexandre). Une autre personne conseille de manière encore plus spécifique de « faire un circuit

comme au Sanctuaire du Cap [c.-à-d. Notre-Dame-Du-Cap]<sup>36</sup> ou un circuit avec les autres églises du coin » (Serge). Selon ces commentaires, ce ne serait pas tant la nature de l'offre qui poserait un problème que sa densité. De fait, si elle permettait d'entrer en contact avec davantage d'éléments de culture et d'art religieux, elle serait susceptible d'intéresser; en tant qu'offre individuelle, celle du CPOOL semble incomplète.

D'autre part, certaines personnes ayant participé à notre étude mentionnent qu'elles sont à la recherche d'une expérience culturelle amalgamant plusieurs types d'offres : elles en appellent à la diversification. Contrairement aux participants cités plus haut, elles ne désirent pas la densification de l'offre, mais plutôt sa dilution. Une personne mentionne ainsi qu'afin de l'intéresser, le CPOOL devrait faire « un jumelage avec d'autres activités à Shawinigan » (Maryse); une autre évoque la pertinence de « faire une alliance avec le Tour de Ville [de Shawinigan] ou la Cité de L'Énergie » (Jeannine). Ainsi, à la différence des individus en appelant à davantage de culture et d'art religieux, certains expliquent qu'ils seraient intéressés par la proposition du CPOOL dans l'éventualité où celle-ci se verrait adjointe à d'autres offres. Nous percevons dans les exemples mentionnés lors des entretiens que les offres dont il y est question constituent des attractions majeures de Shawinigan; dans ce contexte, la visite du CPOOL apparaît conditionnelle à sa nature périphérique par rapport à un ensemble d'activités à plus grand déploiement.

#### **4.5.5. La visite du CPOOL : une activité destinée à un public bien défini**

Parmi les personnes rencontrées, nous avons constaté que certaines entretiennent une perception voulant que la visite du CPOOL s'adresse à un public bien précis, mais auquel elles n'estiment pas

---

<sup>36</sup> Le Sanctuaire Notre-Dame-du-Cap est une église située dans la ville québécoise de Trois-Rivières. Très populaire pour le pèlerinage, elle a accueilli le Pape Jean-Paul II en 1984.

appartenir. À leurs dires, la clientèle cible du CPOOL est composée de gens âgés et de grands connaisseurs d'art. Elles expliquent ainsi que leur perception de ne pas être le public cible de l'organisme constitue une raison pour ne jamais avoir pensé le visiter. Par exemple, des individus qui se considèrent jeunes et actifs affirmeront avoir l'impression que le CPOOL s'adresse à des gens d'un certain âge, des retraités recherchant une activité calme et incitant à la contemplation. D'autres, se considérant néophytes en art, vont affirmer que le goût de visiter l'exposition des œuvres murales d'Ozias Leduc doit nécessairement s'accompagner de solides capacités d'appréciation. Une personne interviewée, qui considère ne pas connaître l'art, opposera ainsi son propre profil à celui « de gens qui connaissent l'art » (Dominique).

De manière plus nuancée, si le fait de ne pas correspondre aux traits caractéristiques des publics perçus peut agir à titre de frein à la visite du CPOOL, l'accompagnement par un membre de ces publics peut agir à titre de motivation : « J'aurais pu envisager cela [la visite du CPOOL] comme activité avec ma grand-mère » (Léa). Le sentiment de ne pas faire partie du public cible n'implique donc pas nécessairement un désintérêt envers le CPOOL; c'est plutôt la proposition de l'organisme qui est perçue comme une activité réservée aux initiés, ce qui fait en sorte que certaines personnes se sentent peu confiantes devant la perspective de s'y adonner de manière autonome. L'initiation par un proche pourrait amoindrir le caractère intimidant que revêt pour certains individus la visite du CPOOL.

#### **4.5.6. Un comité de protection, ça se visite?**

Les perceptions qui accompagnent la dénomination « Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc » font partie des raisons pour lesquelles les personnes avec lesquelles nous nous sommes entretenus ne visitent pas l'organisme : « Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc, ça fait lourd, sérieux, et pas du tout intéressant » (Marie). Plusieurs éléments ont été identifiés pour

éclairer cette perception. D'une part, le nom serait trop long : les participants sont ainsi parvenus au consensus voulant que si le nom d'un organisme culturel est difficile à mémoriser en raison de sa longueur, les chances d'en considérer la visite sont minces. D'autre part, ce nom ne semble pas porteur d'une identité culturelle suffisante : « Ce nom représente la structure derrière ce qui est à visiter. Ça n'intéresse personne. Les visiteurs sont attirés par autre chose que la conservation et la protection » (Alexandre). En arborant un nom mettant l'accent sur les fonctions des responsables du lieu, le CPOOL ne positionne pas son offre et, par conséquent, n'anime pas l'envie de le visiter.

Un autre avis entendu lors des entretiens veut qu'en mettant l'accent les termes « Comité de protection », le nom éveille une atmosphère de surveillance et d'hostilité. L'idée de visiter un comité de protection se voit ainsi interprétée par plusieurs comme une occasion, non désirable, de s'exposer aux regards scrutateurs d'individus se donnant pour mandat de préserver les œuvres contre des visiteurs importuns et non de faire découvrir un lieu de diffusion culturelle : « Le nom fait penser à un comité de personnes qui protègent. Je n'ai aucune idée ce qu'ils font à part protéger. J'imagine qu'ils protègent un temple dans lequel on ne doit pas parler fort et où on avance tranquillement » (Benjamin). Suivant un tel scénario, la perspective de visiter le CPOOL engage un contexte peu agréable, où les publics sont perçus comme des intrus dans un lieu servant essentiellement à la protection d'œuvres artistiques

Certaines personnes vont plus loin en expliquant que, pour elles, le nom « Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc » n'évoque pas un lieu ouvert aux visiteurs : « Le nom m'influence. "Comité de protection", dans ma tête, ça fait lieu historique qu'on conserve. La protection, il faut faire attention... J'ai l'impression que ce sont des bénévoles qui gardent et conservent. Pas un lieu à visiter » (Julien). Ainsi, la perception entretenue à l'égard de l'organisme ne lui attribue pas l'objectif de recevoir des visiteurs et agit donc comme une raison de plus pour

ne pas le fréquenter. Comment désirer découvrir un lieu si celui-ci n'apparaît pas d'emblée visitable?

### **Conclusion**

Les raisons pour ne pas faire la visite du CPOOL sont multiples et complexes. Il appert toutefois qu'elles relèvent globalement d'un problème identitaire. Les individus rencontrés ne savent que faire du CPOOL, car ils ont du mal à définir la nature de l'organisme. Ce flou identitaire est engendré par la rencontre des fonctions culturelles de l'église NDP et de la proposition culturelle du CPOOL. Rappelons ici que des activités religieuses se tiennent toujours dans ce bâtiment, par ailleurs désigné lieu historique national du Canada. Qui plus est, les œuvres d'Ozias Leduc y jouent deux rôles : celui d'images ayant pour finalité de susciter la piété et la dévotion chez les fidèles, puis celui d'objets esthétiques que l'on appréciera avant tout sur la base de critères tels le goût ou la connaissance de l'art, ce qui confère au lieu un statut quasi muséal dont découle l'application d'un coût d'entrée.

Cet amalgame de fonctions – qui caractérise tant le lieu que les œuvres – provoque un conflit chez les individus rencontrés qui les empêche de percevoir le CPOOL comme un organisme culturel dont on peut faire la visite. *A contrario*, d'autres musées et sites patrimoniaux qu'ils affirment fréquenter semblent davantage destinés à accueillir un public. La perception que nourrit l'organisme shawiniganais n'est donc pas celle d'« un dispositif producteur de signification à destination d'un public » (Davallon et Flon, 2013, p. 20).

Cela dit, afin de désirer être public d'une proposition culturelle, il faut être pleinement conscient de cette possibilité. Si l'on en croit Davallon (1999), afin qu'il apparaisse clairement à l'esprit des gens que l'offre culturelle d'un organisme muséal ou patrimonial s'adresse à eux, il se doit de rendre explicites deux niveaux d'intentionnalité : l'intentionnalité *constitutive* et

l'intentionnalité *communicationnelle* (p. 11). Si l'on se fie aux avis recueillis lors des entretiens que nous avons menés auprès de soixante-dix-neuf citoyens de Shawinigan qui n'ont jamais visité le CPOOL ou ne l'ont pas visité depuis au moins cinq ans, ces deux niveaux ne seraient pas rendus explicites par le CPOOL.

En ce qui a trait à l'établissement de l'intentionnalité constitutive – c'est-à-dire, pour l'organisme, le fait de rendre manifeste le fait que sa visite est orientée autour d'une proposition culturelle, par exemple une exposition –, trois éléments apparaissent problématiques. Le premier consiste en l'identité fortement liée au culte du lieu qui fait en sorte que certains individus ne reconnaissent pas qu'il peut cumuler plusieurs fonctions, n'étant tout simplement pas conscients (ou du moins ne l'étaient pas avant leur participation à cette recherche) qu'une proposition culturelle a été constituée par le CPOOL à même l'église NDP. Le deuxième concerne une certaine difficulté à s'imaginer la manière dont les œuvres présentes à l'église NDP peuvent constituer en elles-mêmes une activité culturelle satisfaisante. Pour des personnes rencontrées, la proposition du CPOOL est incomplète. Elle gagnerait en attrait si elle s'inscrivait dans un circuit touristique. Le troisième s'explique par le fait que certains individus n'arrivent pas à reconnaître dans le nom « Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc » un organisme culturel qu'ils pourraient visiter, voire une proposition culturelle. Faute de comprendre qu'une visite du CPOOL implique de réaliser un parcours durant lequel il est possible d'apprécier des œuvres de grande envergure, il devient difficile de justifier celle-ci.

En ce qui concerne la perception de l'intentionnalité communicationnelle, qui « renvoie à un vouloir communiquer avec le visiteur selon un certain mode » (*ibid.*, p. 11), la manière dont le CPOOL entre en relation avec ses non-publics serait problématique pour trois raisons. Premièrement, des personnes ont exprimé des attentes vis-à-vis la façon dont elles vont faire la visite d'une exposition artistique. Elles souhaitent notamment avoir accès à une variété de

dispositifs de médiation reconnus comme normalement présents dans un musée ou un site patrimonial : audioguides, cartels, activités d'interprétation et de création et visites guidées ont été mentionnés. Cela dit, pour certains participants à notre étude, seule une visite en compagnie d'un guide serait satisfaisante; cette présence n'est toutefois pas souhaitée par tous et peut même constituer un frein à la visite. Deuxièmement, plusieurs expriment le point de vue selon lequel l'offre culturelle du CPOOL ne s'adresserait pas aux gens de la Mauricie ou, du moins, pas à tous les citoyens de cette région. Ils perçoivent le « vouloir communiquer » de l'organisme, mais le croient dirigé vers les touristes ou une catégorie restreinte de gens âgés et/ou très cultivés. Le résultat étant que ces personnes vont tout simplement affirmer que le CPOOL ne s'adresse pas à elles. Troisièmement, le nom « Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc » laisse croire à plusieurs que l'organisme ne désire pas rejoindre le grand public : un « comité de protection » serait généralement constitué de bénévoles et son objectif serait d'œuvrer au recrutement d'individus désirant contribuer à la protection de certains objets en raison de leur valeur. Le nom de l'organisme ne communiquerait pas nécessairement l'objectif d'attirer un public visiteur.

Afin de rejoindre les gens qui ne fréquentent pas le CPOOL ou qui ne l'ont pas fait depuis les cinq dernières années, il est de notre avis que l'organisme doit effectuer certains ajustements, qui impliqueront de poser des actions sur trois fronts : 1) la désignation de l'organisme; 2) la consolidation de l'identité culturelle de l'église NDP et 3) la médiation culturelle mise à disposition des visiteurs.

- 1) Afin d'éviter toute confusion au sujet des activités du CPOOL, son nom devrait être repensé afin de désigner, sans l'ombre d'un doute, un organisme culturel dont on peut faire la visite.
- 2) L'image du CPOOL semblant « absorbée » par celle de l'église NDP, des activités de communication devraient être déployées afin de marquer une frontière entre les fonctions culturelles et culturelles du lieu, spécialement dans le cas où l'accès aux secondes requiert

paiement, ce qui rend impératif la description détaillée de leurs particularités. Qui plus est, ces activités de communication montreront la pertinence de la visite du CPOOL auprès des individus demeurant à Shawinigan qui ne jugent pas posséder de connaissances particulières sur les arts.

- 3) Les stratégies de médiation culturelle devraient faire l'objet d'une révision afin d'en accentuer la flexibilité et de favoriser la satisfaction des visiteurs, qu'ils souhaitent se familiariser avec les lieux par eux-mêmes ou avec un guide. L'organisme devrait envisager d'actualiser ces stratégies afin de tenir compte des récentes tendances qui, en intégrant les nouvelles technologies, sont centrées sur l'interactivité et sur l'expérience des publics.

Nous ne saurions achever ce parcours sans réitérer la particularité du terrain d'étude que constituent les églises réinventées : en cumulant plusieurs fonctions, elles invitent à repenser la place qu'elles occupent dans notre société. Si la fonction culturelle a été principalement abordée ici, la recherche pourrait tout aussi pertinemment s'interroger sur le rapport entre la fonction culturelle des églises et les nouvelles activités qui y sont proposées. Comment les pratiquants perçoivent-ils les usages profanes des églises? Comment ces transformations affectent-elles leurs vécus? Bref, quels sont les impacts de ce cumul de vocations sur les pratiques traditionnellement associées aux lieux sacrés?



## Chapitre V : Résultats : Les raisons des non-publics du Musée québécois de culture populaire<sup>37</sup>

---

### Introduction

Robert-Lionel Séguin est initié très jeune à la conservation du patrimoine par sa mère, qui l'intéresse à la plus ancienne seigneurie de Vaudreuil, celle de la famille Séguin. Chercheur au Musée du Québec (aujourd'hui Musée national des beaux-arts du Québec), puis au Musée national du Canada, il deviendra par la suite chargé de cours à l'Université Laval, qui lui décernera un doctorat en lettres et en histoire. Après avoir soutenu une deuxième thèse en lettres et sciences humaines à Paris V, il entamera de nouvelles études de troisième cycle en lettres et ethnologie à l'Université de Strasbourg dans les années 1970; un troisième doctorat lui sera remis en 1981. Dès 1967, il prend position pour la valorisation des arts et traditions populaires au Québec :

On n'avait pratiquement rien écrit sur l'Habitant, ce principal artisan de la Nouvelle-France. Pourquoi ce désintéressement, cette sorte de conspiration du silence à l'égard d'une figure dominante de la société canadienne-française? Trop de travailleurs n'ont cherché que des sujets à panache. La valeur d'une œuvre historique s'estime pourtant à d'autres normes. Les coutumes, les mœurs et les conditions économique-sociales de l'homme du terroir méritent sûrement un meilleur sort (Séguin, 1973 [1967], p. 7).

Il a travaillé auprès des équipes du Musée national des arts et traditions populaires (MATP), sous la direction de Georges-Henri Rivière, célèbre muséologue et spécialiste de la culture populaire française. En 1971, à l'UQTR, il fonde le Centre de documentation en civilisation traditionnelle, qu'il dirigera jusqu'à son décès en 1982. C'est en sillonnant le territoire québécois pendant plus de

---

<sup>37</sup> Ce chapitre, coécrit avec Jason Luckerhoff (Lettres et communication sociale, UQTR) et Marie-Claude Lapointe (Études en loisirs, culture et tourisme, UQTR), paraîtra sous le titre « Un organisme lié à la culture classique ou populaire? Une étude des raisons de ne pas visiter le Musée québécois de culture populaire », dans J. Luckerhoff et M.-C. Lapointe (dir.), *Les non-publics d'organismes culturels en Mauricie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

trente ans que Robert-Lionel Séguin a collectionné plus de 35 000 objets représentatifs de la culture matérielle ayant précédé l'urbanisation et l'industrialisation de la société québécoise dans l'objectif d'illustrer les moments de la vie quotidienne. Le fonds Robert-Lionel-Séguin est reconnu « bien culturel » par le ministre des Affaires culturelles du Québec en 1979.

À cette époque, un musée d'archéologie avait aussi été développé à l'UQTR à partir des collections de René Ribes, qui avait dirigé des fouilles archéologiques sur le territoire de la Mauricie. Les 30 000 artefacts préhistoriques ou amérindiens s'ajoutaient donc au fonds Séguin pour constituer un musée au sein de l'université, dont la direction a cependant considéré à l'époque qu'il serait plus approprié de confier les collections à un musée indépendant. Une corporation privée a donc été mise sur pied en 1985 afin de développer ce projet.

Gilles Boulet, qui avait travaillé à l'acquisition de la collection Séguin alors qu'il était recteur de l'UQTR (entre 1969 et 1978) avant de devenir président de l'Université du Québec (UQ), avait en outre participé à la mise sur pied initiale du musée d'archéologie, dont il a accepté la direction générale après avoir quitté la présidence de l'UQ. En décembre 1990, le projet a été financé pour un montant de 6,5 millions de dollars par le gouvernement fédéral et de 7,5 millions par le gouvernement provincial – ce dernier financement ayant été conditionnel à l'obtention d'une contribution de 1,5 million de la population. La construction du MATP a débuté en octobre 1993, l'UQTR ayant concédé à l'institution la gestion du fonds Séguin et du musée d'archéologie depuis 1991. Il fallait, pour débiter la construction du nouvel édifice, que le ministère de la Culture accorde une aide au fonctionnement dans une proportion de 55%.

En juin 1996, la construction achevée – y compris la réserve et les salles d'archives – de même que la rénovation de la Vieille prison de Trois-Rivières, l'institution a pu enfin ouvrir ses portes. Le musée était alors doté de six salles d'exposition de différentes dimensions, d'une salle multimédia et de deux ateliers pédagogiques. Une salle était consacrée à l'ethnologie et l'autre à

l'archéologie. La Vieille prison permettait aux visiteurs d'observer une vingtaine de cellules, dont la visite s'offrait comme support pour raconter la vie des prisonniers qui y ont vécu un temps donné de 1822 jusqu'en 1986.

Selon Gilles Boulet, premier directeur du musée, ce dernier n'est pas dédié aux arts savants. Il est dédié aux traditions et au culte de la beauté que les gens bien ordinaires de chez nous respectaient dans l'agir quotidien qui était le leur. Il témoigne, en quelque sorte, de l'histoire de notre culture. Si le Québec d'aujourd'hui est le foyer d'artistes de toutes disciplines qui sont d'un dynamisme exemplaire, si le Québec d'aujourd'hui vit avec autant d'intensité la création de ses artistes des arts visuels, des arts de la scène, de la littérature, du cinéma, de la télévision, c'est qu'avant eux des hommes et des femmes ont eu constamment le désir de faire de ces choses dont ils avaient besoin tous les jours, des choses extrêmement belles. Nous disons souvent de notre Musée qu'il est le musée de la culture québécoise, tout en sachant qu'il y a bien d'autres musées qui témoignent, à leur façon, de cette culture. Mais nous voulons être le témoin des origines et des racines de cette culture (Boulet, 1997, n. p.).

Dès le départ, donc, cette institution s'éloignait des arts savants, habituellement associés aux musées et ce, tant par les publics que les non-publics. Ce qui est « ordinaire », quotidien et propre à la culture québécoise trouverait donc une place de choix en ces lieux, qui se donnaient pour mandat d'en valoriser les origines et les racines. C'est donc, dès le départ, à un certain exercice de définition de la culture que se prêtait ce musée.

Selon Cécile Gélinas, alors directrice de l'ethnologie et des activités muséales,

les arts et traditions populaires peuvent être considérés comme l'ensemble des formes, des modes d'expression et des savoirs par lesquels un peuple manifeste son humanisme, sa personnalité et son identité. Le Musée propose d'aborder l'univers des arts et traditions populaires en présentant le cheminement de la société par l'expression artistique et les savoirs du peuple lui-même. Ses interventions s'articulent autour de trois grands thèmes fédérateurs : la perception et l'expérience de vie, l'habitation et le quotidien, la relation avec le milieu naturel. Afin de mettre en valeur et de rendre accessible ces riches collections, nous avons basé le choix de nos thèmes d'exposition sur des sujets très près de nos collections. Dans le contexte d'un musée des arts et traditions populaires, les valeurs, les savoirs et les manières de faire donnent à réfléchir sur l'ingéniosité de nos ancêtres, sur leur sens pratique et sur leur capacité d'adaptation à l'environnement » (Gélinas, 1997, n. p.).

Cette définition spécifique de la culture était alors constitutive de l'identité de ce musée; c'est d'ailleurs cette même définition qui allait informer l'orientation des expositions de courte durée, que l'on nomme aujourd'hui « expositions temporaires ».

Par exemple, en 1997, les outils dédiés au travail du bois – rabots, bouvets, dados, moulurières et galères – ont été présentés afin de faire revivre l'univers et la vie des gens de métiers. La mission du musée se centrait alors tant sur le collectionnement que sur la recherche, travail qui se réalisait alors en laboratoire et au centre de documentation. Du reste, l'institution s'était donnée pour objectif de continuer à réaliser des fouilles archéologiques et de poursuivre l'enrichissement des collections, et ce, même après l'ouverture du MATP.

Or, le tournant communicationnel des musées avait déjà provoqué des changements importants un peu partout dans le monde. De nouvelles perspectives en muséologie avaient placé le visiteur au centre des préoccupations; la conception des expositions devait ainsi tenir de plus en plus compte de la réception, du regard du visiteur. Après avoir connu une bonne fréquentation la première année (dont des centaines de personnes lors de l'ouverture), de graves difficultés se sont présentées par la suite, jusqu'à provoquer sa mise en dormance en 1999, soit à peine trois ans après son ouverture officielle. En 2001, Agnès Maltais, alors ministre d'État à la Culture et aux Communications et ministre responsable de la Charte de la langue française, de même que Paul Bégin, ministre du Revenu, annoncent l'octroi d'une aide financière pour soutenir le développement du Musée québécois de culture populaire (MQCP), qui remplacera le MATP. Madame Maltais avait alors déclaré :

L'ancien musée disparaît pour mieux faire place au tout nouveau Musée québécois de culture populaire. Ce virage majeur de la mission du musée est le résultat d'un large processus d'analyse et de consultation auprès des intervenants régionaux et des meilleurs experts québécois en muséologie. De l'avis de tous, le nouveau concept muséal est extrêmement prometteur. Je suis ici pour apporter mon soutien concret à ce que je considère être une formule gagnante (MCCQ, 2009 [14 décembre 2001], n. p.).

De l'avis de Benoit Gauthier, qui a été directeur du nouveau MQCP, plusieurs facteurs sont à l'origine des difficultés rencontrées par le MATP; parmi celles-ci, on note la fréquentation, qui ne reposait que sur la population trifluvienne, et le concept scénographique démodé, qui ne faisait appel qu'au sens de la vue. Par exemple, des rabots en grand nombre pouvaient être disposés sur un mur afin que les visiteurs puissent les apprécier. La présentation d'un même objet à répétition s'inscrivait dans un ensemble de paradigmes muséologiques plus anciens, et davantage liés à la conservation et à la recherche, et moins au souci du visiteur, à la diffusion, à l'éducation et à la communication. Les textes des cartels (étiquettes descriptives fixées à proximité des objets) étaient considérés trop longs et trop complexes pour le visiteur moyen.

Benoît Gauthier explique le succès de la relance de l'institution par une programmation axée sur la mise en valeur de toutes les cultures populaires, une stratégie de développement de la région par le biais de divers partenariats, notamment avec le milieu scolaire, ainsi qu'une revalorisation de la Vieille Prison. En mettant de l'avant les cultures populaires, le Musée a pu présenter des expositions sur les jeux de société, sur les crimes qui ont marqué l'histoire du Québec ou des émissions télévisuelles, par exemple *Passe-Partout* (en 2007) et *La Petite Vie* (en 2013). En 2003, il se donnait pour missions de :

- reconnaître, préserver et mettre en valeur le patrimoine matériel et immatériel produit, consommé et légué par les cultures populaires;
- contribuer au développement et au rayonnement culturel de Trois-Rivières;
- participer au développement de l'industrie touristique locale et régionale;
- rendre les lieux accessibles aux personnes démunies;
- soutenir les actions culturelles des groupes et des organismes communautaires de la ville de Trois-Rivières.

En 2013, un peu plus de dix ans après la réouverture, il nous apparaissait pertinent, ainsi qu'à la direction, de mener une démarche d'enquête qualitative dans le but de mieux comprendre la perception de l'institution chez les non-publics de l'institution, de même que les raisons qu'ils invoquent pour expliquer leur désintérêt face à elle ou, plus simplement, le fait qu'ils ne l'ont pas visitée et ne comptent pas le faire.

### **5.1. Les raisons de ne pas fréquenter le MQCP**

Nous avons analysé les discours de gens demeurant à Trois-Rivières et n'ayant pas fréquenté le MQCP depuis au moins cinq ans. Au total, lors d'une démarche de recherche générale inductive (Corbin et Strauss, 2015) nous avons mené onze entretiens de groupe et trente-neuf entretiens individuels. Ces entretiens réalisés auprès d'un total de 116 individus avaient pour but de permettre l'expression des raisons pour lesquelles ceux-ci n'ont pas fait la visite du MQCP.

Nos analyses nous permettent de comprendre que les participants à cette étude ne se rendent pas au MQCP pour plusieurs raisons : la dissociation entre la Vieille prison et le musée, l'appartenance du musée et de la culture populaire à une polarité entre culture populaire et culture savante, la concurrence avec les pôles culturels que sont Québec et Montréal, les expériences passées et le goût du changement, la visibilité et l'accessibilité, et, finalement, la variété des propositions culturelles et l'interactivité.

#### **5.1.1. La dissociation de la Vieille prison et du MQCP**

Les participants à notre étude ne concevaient pas le Musée et la Vieille prison de Trois-Rivières comme formant une seule institution; aussi, selon eux, rien n'indique que ce bâtiment soit un musée. En effet, il ne leur apparaissait pas clairement que la visite-expérience de ce bâtiment patrimonial fait partie de la proposition du Musée. Cette difficulté de voir dans la réunion des deux établissements un lieu unique s'est manifestée assez explicitement dans les discussions sur les

pratiques culturelles des participants qui, tout en affirmant ne pas avoir fréquenté le MQCP depuis au moins cinq ans, nous ont dit avoir récemment visité la Vieille prison de Trois-Rivières<sup>38</sup>. La raison la plus communément donnée pour expliquer cette situation révèle une dissociation de la Vieille prison et du Musée : « On dirait que c'est tellement deux choses distinctes [...] que dans ma tête je pensais que c'était deux organismes distincts qui s'occupaient chacun de leur partie » (Loïc<sup>39</sup>). Cette difficulté à appréhender la Vieille prison comme un musée s'explique notamment par les expériences culturelles qui peuvent être vécues dans l'un et l'autre bâtiments. Les participants perçoivent ainsi une faible cohérence dans cette organisation qui propose, d'une part, la visite expérientielle d'un ancien établissement carcéral classé monument historique et, d'autre part, une visite muséale prenant une forme plus classique et qui, en outre, ne propose aucune exposition ayant pour thème la vie en milieu carcéral. En outre, ils ne constatent pas de démarches entreprises par le MQCP afin de clarifier la relation entre les deux bâtiments.

L'organisation physique des lieux et le mélange des styles architecturaux amèneraient aussi les participants à penser qu'il s'agit de deux organismes distincts. En effet, des participants mentionnent que l'architecture même de la bâtisse du MQCP, très contrastée, nourrit cette difficulté : un édifice moderne et contemporain abritant les expositions du Musée d'une part et un édifice d'apparence ancienne de la Vieille prison, d'autre part (voir fig. 2).

---

<sup>38</sup> Face à cette situation inattendue, nous n'avons pas exclu ces personnes sous prétexte qu'elles ne répondaient pas à nos critères; nous avons plutôt cherché à comprendre pourquoi elles se sont retrouvées dans l'enceinte du MQCP sans savoir que la Vieille prison y est rattachée.

<sup>39</sup> Des noms fictifs sont donnés aux participants afin de préserver leur anonymat.



Figure 2. Photographie du MQCP<sup>40</sup>

Bien que les bâtiments communiquent, les visiteurs les perçoivent, de l'extérieur, comme distincts. Aussi, bien qu'il y ait une entrée unique au Musée pour les visiteurs, ceux qui s'étaient présentés sur le site pour voir la Vieille prison ont expliqué qu'ils croyaient devoir passer par un bâtiment municipal ou un centre des congrès pour y accéder :

En entrant, il y a comme une grosse roue de moulin<sup>41</sup>, mais on dirait que ça ne communique pas assez... Je ne pensais pas que c'était un musée! Je me disais qu'il y a plein d'endroits gouvernementaux qui en ont des statues artistiques [c.-à-d. des œuvres intégrées à l'architecture, la plupart du temps des sculptures]. C'est comme une norme gouvernementale<sup>42</sup>! Je n'avais jamais eu l'impression que c'était un musée et qu'il y avait des salles d'exposition au deuxième étage (Thomas).

Ainsi, même depuis l'intérieur du MQCP, cet interlocuteur n'avait pas conscience de se trouver dans un musée. Il a d'ailleurs complété ses explications en mentionnant le fait que, le Musée jouxtant le Palais de justice de Trois-Rivières, la similitude architecturale entre les deux institutions

<sup>40</sup> Source : site *Ta Tribu*.

<sup>41</sup> Est ici évoquée la « pièce monumentale constituée d'une grande roue de 4,27 mètres de diamètre et d'un système d'engrenage [qui,] actionné par des bêtes[,] servait de force motrice pour battre le grain »; il s'agit d'une « pièce maîtresse [ayant] inspiré l'architecte du Musée qui a dessiné, pour la mettre en valeur, une rotonde dans le grand hall » (Musée Pop, 2019, n. p.).

<sup>42</sup> Le participant fait ici référence à la politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics du Québec (voir MCCQ, 2015).



aura sans doute contribué au fait qu'il croyait que le MQCP était aussi un bâtiment gouvernemental. Le lien a donc été plus facilement établi entre le MQCP et le Palais de justice qu'entre le MQCP et la Vieille prison.

À la question architecturale s'ajoutent celles de l'affichage à l'extérieur et de l'organisation physique intérieure du lieu. Au moment de conduire notre étude, rien n'indiquait, sur le bâtiment ou à proximité, qu'il s'agissait d'un musée. En outre, une fois qu'on y est entré, l'absence de salles d'exposition au rez-de-chaussée renforce cette impression chez le visiteur. Pour certains, l'aménagement intérieur et la signalétique déficiente ajoutent au flou :

Personnellement, je déteste les colonnes qui sont dans le fond du Musée. [...] je trouve qu'elles sont tellement mal positionnées. Quand tu entres, tu les as directement dans la face [...]. La première impression que tu as, c'est boum, boum, six grosses colonnes en plein milieu de la place. Tu te demandes : comment ils vont faire une exposition? Comment ça va être positionné pour faire un chemin logique et cohérent? L'addition du fait qu'il y a de petites salles, les colonnes, que ce soit sur deux étages, la signalisation pour les escaliers... ce n'est pas si clair que les installations sont en haut (Éric).

Ce témoignage confirme bien que la « médiation des lieux » a un impact concret sur les visiteurs. En effet, selon Chaumier et Mairesse (2013), « c'est le lieu même qui devient le premier dispositif permettant l'accueil du public » (p. 44). La réflexion architecturale à l'origine de l'aménagement d'un lieu muséal doit conduire à considérer pleinement « les conditions par lesquelles le public va prendre connaissance de l'existence du lieu, l'identifier, y accéder, s'y trouver à son aise et l'utiliser » (*id.*). Pour certains participants à notre étude, la prise de contact avec le lieu et son identification semblent poser problème.

La reconnaissance du lieu semble aussi plus difficile en raison des activités non proprement muséales qui s'y tiennent. Depuis plusieurs années, le contexte financier des musées les a incités « à augmenter leurs ressources propres à travers la création de boutiques, de restaurants, de programmes payants ou de locations de salles » (Tobelem, 1992, p. 58). De fait, on trouve au rez-

de-chaussée du bâtiment principal du MQCP des salles offertes en location pour différents événements, activité commerciale devenue nécessaire pour accroître la part de revenus autonomes. Ainsi il est arrivé que des visiteurs de la Vieille prison croisent hommes et femmes d'affaires à leur sortie du bâtiment, ce qui a renforcé en eux la perception que le bâtiment principal du Musée constituait un édifice municipal ou d'un centre de congrès.

Cette situation se révèle particulièrement difficile pour les musées dans la mesure où ils doivent, d'une part, poursuivre leurs missions de conservation et de préservation des œuvres, d'éducation des publics, de recherche et, d'autre part, diversifier leurs sources de financement et accroître la part de revenus autonomes. Dans le cas du MQCP, il semble que la diversification des usages nuise à son identification et à la compréhension de son rôle. Certains individus interviewés y ont vécu des expériences qui les ont laissés dans l'impression que la vocation première du lieu n'était pas de nature muséale, mais plutôt administrative ou événementielle. L'impression laissée par les lieux ne leur a pas permis de comprendre qu'ils se trouvaient dans un lieu de conservation, d'étude et d'éducation.

### **5.1.2. Le musée : un lieu adapté à la mise en valeur de la culture populaire?**

L'une des raisons pour ne pas fréquenter le MQCP mentionnées par les participants est la tension qu'il y perçoivent entre culture populaire et culture savante. Leurs discours indiquent en effet une réticence – voire une incompréhension – face à la gestion et à la présentation d'un contenu s'inscrivant dans un registre de culture populaire par une institution s'inscrivant traditionnellement dans un registre savant. Certains sont d'avis qu'un musée n'est pas un endroit où l'on se sent à l'aise d'entrer en contact avec la culture populaire, qu'il n'est pas nécessaire qu'une telle institution traite d'un tel sujet et que, conséquemment, un musée n'est pas un lieu de diffusion adéquat.

D'autres croient qu'un tel établissement devrait présenter uniquement des contenus associés à la culture savante.

Au moment de réfléchir aux modalités par le biais desquelles ils souhaiteraient entrer en contact avec la culture populaire, le musée et l'exposition ne viennent pas à l'esprit des participants à notre étude. À titre d'exemple, un participant a mentionné qu'au MQCP, « il y a un côté formel qu'il ne devrait pas y avoir. Tu arrives et c'est tellement formel que tu te dis : "Je vais me tenir droit, je vais me dépêcher à lire, la file avance." Je crois que si l'ambiance était plus relaxe, moins stricte, ce serait plus intéressant » (Étienne). D'autres ont renchéri en ajoutant qu'afin de se sentir à l'aise dans ce contexte normé, il est nécessaire de faire partie d'une fraction très éduquée de la population. À cet égard, un participant expliquait que « le musée est associé à l'élite. Le musée, c'est pour les gens cultivés. Il y a beaucoup de gens qui n'ont pas eu la chance d'aller faire des études et je crois que ces gens ne se sentent pas à leur place dans un musée. Comme si la culture n'était pas pour nous autres » (Georges). Ainsi, pour certaines personnes rencontrées, la culture populaire gagnerait à être présentée dans un format plus accessible; l'offre muséale actuelle ne semble pas permettre ou favoriser l'accessibilité souhaitée.

Ces impressions sont entretenues par les non-publics alors même que le MQCP a innové dans les contenus proposés; en effet, il expose la culture populaire alors que, traditionnellement, les musées s'appliquent à collectionner, étudier et diffuser les arts, la science ou l'histoire. Cela dit, sa manière de faire demeure celle des musées et cette manière ne semble pas concorder avec une volonté de mettre en valeur la culture populaire : d'abord parce que les gens n'associent pas les idées *musée* et *culture populaire*; ensuite parce que des éléments tels l'accueil des visiteurs ou la forme des expositions offrent en tout point une expérience s'apparentant à celle que l'on peut faire dans tout autre musée.

Selon plusieurs participants, la consommation de contenus culturels populaires se fait de façon plus naturelle par le biais des médias traditionnels ou des médias numériques (sites web, applications). Une participante expliquait ainsi pourquoi l'exposition *Québec en crimes*, présentée entre 2009 et 2014 au MQCP, ne l'intéressait pas : « Si je veux de l'information sur différents crimes célèbres, je vais sur Internet, je ne vais pas au musée » (Louise). Autrement dit, ce contenu peut être consommé de manière autonome parce que la culture populaire n'aurait pas besoin d'une médiation muséale; en tant que proposition, elle ne deviendrait pas plus accessible une fois interprétée et présentée par des muséologues. Dans le même ordre d'idées, pour notre interlocutrice, il n'apparaît pas pertinent de se déplacer et de payer pour avoir accès à des informations par ailleurs disponibles en tout temps sur des appareils courants (ordinateur, tablette, téléphone intelligent). Une autre a renchéri :

La culture populaire, je baigne dedans tout le temps, alors j'ai moins le sentiment que j'ai envie de voir une exposition là-dessus. J'y suis constamment exposée! [...] Donc si j'ai à choisir, puisque je ne peux pas tout voir ou tout faire, ce n'est pas vers cela que je vais me tourner. Je vais aller voir des trucs qui me sortent de ce dans quoi je baigne tout le temps. Ce n'est pas le fait que ce soit de la culture de masse. C'est que la culture de masse, je suis toujours dedans, alors je ne prendrai pas de temps pour aller voir une exposition là-dessus. J'ai l'impression que c'est redondant. Mais ce n'est pas par rejet ou mépris de la culture populaire. J'aime les chansons. Je n'ai rien contre *La Petite Vie*. Au contraire. Mais je n'aurais pas le goût d'aller voir une exposition là-dessus. Tant qu'à ça, j'aimerais mieux le réécouter [c.-à-d. programme télévisé]. J'aurais plus envie de faire ça (Lola).

Ainsi, à la différence des personnes exprimant le désir de consommer de la culture populaire, mais estimant que les expositions muséales ne constituent pas un média approprié pour le faire, il appert que d'autres souhaitent visiter des musées, mais ne sont pas à la recherche de propositions culturelles populaires. Pour certains, un musée ne devrait pas chercher à intégrer la culture de masse. Un participant se décrivant comme un amateur de pratiques muséales affirmait : « Je n'ai jamais aimé le Musée québécois de culture populaire, car, pour moi, “musée” et “populaire”, ça ne

va pas ensemble. Pour moi, un musée peut être vide [c.-à-d. dépourvu de visiteurs] et ce n'est pas grave » (Claude). Pour lui, la nature même du MQCP entre en contradiction avec la mission qu'il attribue aux institutions muséales et les musées ne devraient pas entretenir l'objectif de valoriser des offres culturelles sur la base de leur popularité, avérée ou potentielle.

D'autres ont exprimé une difficulté à définir leurs attentes face à un musée qui présente de la culture populaire. Une participante mentionnait par exemple que, « juste le nom du Musée québécois de culture populaire, ce n'est pas clair. La "culture populaire", qu'est-ce que c'est que ça? On voit quoi dans un musée de culture populaire? On dirait que ce n'est pas clairement défini... » (Sarah). Selon ce que nous avons compris du discours de cette participante, une identité culturelle claire motivera la visite d'un musée, caractéristique qu'elle ne retrouve pas dans un musée dont le nom comporte, selon elle, un concept flou.

### **5.1.3. À mi-chemin entre Québec et Montréal : le MQCP en concurrence avec deux pôles culturels importants**

La ville de Trois-Rivières est située à mi-chemin entre les deux grands pôles culturels du Québec que sont les villes de Montréal et de Québec. Un temps de transport en automobile variant entre une heure quinze et une heure trente minutes est nécessaire pour se rendre dans l'une ou l'autre à partir de Trois-Rivières, proximité relative qui fait en sorte que certains des participants rencontrés ont comparé l'offre culturelle locale avec celle de Québec ou de Montréal, en défaveur de l'offre trifluvienne :

Les produits culturels de Trois-Rivières... Moi je me dis que si je veux de la culture, je vais aller à Montréal ou à Québec. Je ne resterai pas à Trois-Rivières pour ça. [...] Les grosses expositions, on les voit à Montréal et à Québec. On ne les voit pas ici. Alors on associe la culture à ces grands centres, pas à Trois-Rivières (Éric).

La relative proximité géographique des grands musées que sont le Musée des beaux-arts de Montréal, le Musée d'art contemporain, le Musée national des beaux-arts du Québec et le Musée de la civilisation, pour ne nommer que ceux-là, incite certains à faire une comparaison qui défavorise le MQCP. Pour eux, le temps de route permettant d'accéder à des propositions culturelles jugées supérieures, de plus grande envergure ou plus intéressantes leur paraît tout à fait raisonnable.

Outre les commentaires concernant la qualité des offres culturelles, certains individus ont également mentionné qu'il est plus simple d'aller visiter des lieux culturels à Montréal ou à Québec qu'à Trois-Rivières; c'est par exemple le cas d'enseignants au secondaire et au collégial qui ont expliqué qu'il est plus facile de faire découvrir les propositions culturelles montréalaises ou québécoises à leurs étudiants. Un enseignant au collégial à Trois-Rivières raconte : « Je trouve que parfois, en région, il n'y a pas de situations facilitantes. Peut-être que c'est normal, je ne sais pas. Par exemple, je veux amener mes étudiants au théâtre. J'ai essayé de faire ça à Trois-Rivières depuis des années et c'est très complexe » (Claude). Bien que la contrainte exprimée ici soit d'ordre professionnel, elle demeure selon nous liée aux pratiques culturelles personnelles. En effet, les enseignants ont témoigné du fait qu'il est plus facile et moins coûteux d'organiser une activité culturelle dans une institution de Montréal que dans une institution trifluvienne; c'est pourquoi ils ont développé l'habitude de se renseigner à propos des lieux situés à l'extérieur de Trois-Rivières et d'y limiter leurs propres pratiques de visiteurs, qu'ils intégreront éventuellement à leurs enseignements.

Pour revenir au cas du MQCP, il semble que les sorties culturelles réalisées dans un cadre scolaire s'arriment difficilement aux contenus des cours : « Si on me propose, comme enseignante, quelque chose dans la thématique du cours, je n'ai aucun problème à l'inscrire à mon plan de cours et à dire qu'on va faire une visite du Musée. Ça devient une activité extraordinaire. Mais là, ça ne

cadre pas assez » (Ève). En somme, les propositions culturelles offertes à Trois-Rivières souffrent de l'ombrage et de la comparaison que leur portent celles de Québec et Montréal.

Harvey (2005) avait déjà remarqué que, sur le plan culturel, les villes avoisinant les grands centres, par exemple Laval, Longueuil et Lévis, disposent « d'une autonomie d'action relative compte tenu de leur proximité » (p. 63). Toutefois, si l'éloignement de la ville de Trois-Rivières justifie son statut de « métropole culturelle régionale » (p. 59), les propositions culturelles de Montréal et de Québec influencent néanmoins les perceptions des individus rencontrés lors de notre recherche, perceptions que la distance géographique n'atténue pas. Québec et, surtout, Montréal se voient ainsi d'emblée associées à la culture, ce que confirme la politique culturelle du Québec, qui stipule, par exemple, que Montréal occupe un « rôle central [...] dans la vie culturelle québécoise » (MCCQ, 2018, p. 40). En l'occurrence, c'est parce que certains considèrent les propositions culturelles de Montréal ou de Québec comme supérieures à celles de Trois-Rivières et qu'ils ne voient pas la distance géographique comme un frein qu'ils ne fréquentent pas les institutions culturelles de la région telles que le MQCP.

#### **5.1.4. Ne pas visiter un musée dans sa ville : le poids des expériences passées et le goût du changement**

Certaines personnes rencontrées dans le cadre de notre étude estimaient que, pour les citoyens de Trois-Rivières, la visite d'un musée situé dans cette ville présente un intérêt restreint, et ce, pour deux raisons :

- le rapprochement avec les expériences culturelles passées et la connaissance du milieu, qui désavantagent l'offre trifluvienne, qui y perd l'attrait de la nouveauté;
- la nécessité de faire concorder la visite avec la période des vacances, qui équivaut souvent à un séjour en dehors de la ville, voire de la région.

Le fait que le MQCP se trouve dans un milieu culturel au moins partiellement connu des participants facilite l'association entre le Musée et d'autres lieux culturels, ce qui est susceptible d'influencer leurs choix de pratiques; autrement dit, au moment d'envisager une nouvelle pratique culturelle, ils se questionnent à savoir si, la dernière fois où ils ont réalisé une pratique similaire, ils ont eu une expérience positive. Ainsi, lorsqu'ils planifient une visite au MQCP, ils tiennent compte des autres pratiques muséales ou culturelles qu'ils ont réalisées à Trois-Rivières. Des expériences culturelles antérieures négatives ou insatisfaisantes décourageront les participants à tenter de nouvelles expériences culturelles :

Je ne suis jamais allée me renseigner sur ce que contenait le Musée, car, en général, à Trois-Rivières, tu paies cher pour ce que tu as à voir. Il faut dire aussi qu'avant l'ouverture du Musée québécois de culture populaire, il y avait, au parc portuaire [de Trois-Rivières], le Musée du papier. La visite m'avait quand même coûté assez cher et ça ne m'avait pris que dix minutes faire le tour... Alors, tu sais, le Musée québécois de culture populaire, je sais que je ne passerai pas la journée là! Est-ce que ça va me coûter 17\$ et après trente minutes c'est terminé? (Louise).

On note ici que le rapport coût-bénéfice calculé selon son expérience antérieure n'est pas favorable à la fréquentation d'un lieu culturel local.

Plusieurs personnes rencontrées ont expliqué que la fréquentation du MQCP constitue pour eux une activité touristique; or, pour eux, les activités touristiques, y compris les visites muséales, ne s'effectuent généralement pas dans la ville de résidence : « J'y ai pensé en venant ici : j'associe beaucoup la visite d'un musée à une activité qui se fait dans une autre ville que la mienne. Et ça, c'est quelque chose que j'ai toujours fait » (Lise). Une autre participante estimait difficile de se mettre dans une disposition propice aux pratiques muséales lorsque l'on ne quitte pas son milieu de vie quotidien; elle a ainsi mentionné que, « quand on va ailleurs, c'est comme si on est en vacances et on veut penser à autre chose. Mais quand tu es chez vous, tu penses à tout ce que tu as à faire à la maison, les commissions que tu as à faire... Alors on ne pense tout simplement pas à



aller au musée » (Sarah). Aux dires de certains individus interviewés, la rupture avec le quotidien est essentielle au désir de réaliser une pratique muséale. Enfin, certains associant la visite des musées à la période des vacances, ils se demandent si l'offre culturelle muséale ne s'adresse pas aux touristes plutôt qu'à eux : « Il y a des bateaux qui viennent ici, alors il doit y avoir des touristes quelque part. On imagine que ça doit être plus publicisé auprès d'eux. Finalement, on se demande si on [c.-à-d. les résidents de Trois-Rivières] est le public cible de ce Musée » (Éric).

### **5.1.5. La visibilité du MQCP et son accessibilité**

Certaines personnes ayant pris part à notre étude ont justifié leur non-fréquentation du Musée par des raisons liées à la visibilité, y compris la publicité, ainsi qu'à son accessibilité. D'emblée, elles ont mentionné ne pas entendre suffisamment parler du Musée : « On dirait que je suis plus au courant qu'il y a une exposition sur les impressionnistes à Montréal que des expositions du Musée québécois de culture populaire » (Chantal). Une autre renchérit : « Je sais que le Musée québécois de culture populaire existe, mais je n'ai jamais vu passer une publicité. Mais peut-être que je ne m'en souviens pas non plus. Je n'ai pas le souvenir d'avoir vu passer une publicité qui m'aurait accrochée sur une exposition particulière » (Josiane). Ce problème de visibilité s'explique selon elles par le fait que l'attention, notamment médiatique, portée à la visite-expérience de la Vieille prison est beaucoup plus grande que celle qu'on porte au Musée, de sorte qu'on en viendrait à l'oublier : « [J]e trouve qu'on voyait beaucoup de publicité sur la Vieille prison, des dépliants sur la Vieille prison... Ça, c'était vraiment mis de l'avant. Mais du côté du Musée, on n'en entend pas beaucoup parler » (Léo).

On note aussi l'effet d'une concentration des commerces et services sur le boulevard des Forges<sup>43</sup>, alors que le Musée, bien que situé au centre-ville de Trois-Rivières, se situe entre cinq à dix minutes de marche de cette importante artère : « À Trois-Rivières, on dirait qu'il y a l'effet "rue des Forges". Tout se passe là » (Thomas), ce que confirme une participante : « Je sais qu'on ne peut pas changer où est située la bâtisse, mais elle est mal située dans le centre-ville. Ce n'est pas sur la rue des Forges » (Carole). En outre, pour certains, la situation du Musée au cœur du centre-ville de Trois-Rivières occasionne son lot d'irritants, dont la recherche de stationnement, ce qui constitue une entrave à l'accessibilité. Certains mentionnent que, de manière générale, ils évitent les activités culturelles qui se déroulent au centre-ville pour cette raison. Une participante considérait d'ailleurs que le MQCP devrait disposer de stationnements réservés, car, pour elle, « le stationnement, au centre-ville, c'est un problème » (Audrey).

#### **5.1.6. À la recherche de propositions culturelles plus variées et d'interactivité**

Des participants ont mentionné s'adonner à des activités culturelles en famille, avec enfants et petits-enfants; pour eux, l'offre actuelle du MQCP n'incite pas à ce type de fréquentation : « Ce que je recherche, c'est quelque chose de concret, que l'enfant puisse faire quelque chose. Mes petits-enfants ne sont pas vieux. Donc je ne suis pas certaine que juste une exposition... Ils n'ont pas le "background" historique pour apprécier ou questionner ça. Ça prend quelque chose à faire ensemble » (Rosa). À cela s'ajoute la diversification de l'offre, qui devrait aller au-delà de l'exposition : « Pour les [enfants], initier davantage à la culture, ça pourrait être une option intéressante s'il y avait des activités proposées avant les expositions » (Éric).

---

<sup>43</sup> Il s'agit d'une des artères principales de la Ville de Trois-Rivières qui tire son nom des Forges du St-Maurice. Elle se rend jusqu'au fleuve St-Laurent et plusieurs restaurants et autres commerces y ont pignon sur rue.

D'autres mettent l'accent sur l'interactivité, par exemple le besoin de toucher afin de ne pas limiter l'expérience muséale à la contemplation : « Ma génération [la participante a vingt-trois ans] est plus interactive. Pïtonner et toucher, on aime ça. Quand personne ne regarde, tu essaies de toucher. Si on peut faire des actions quand on est au musée et pas juste lire et regarder, ben je pense que ça rend déjà la chose plus attrayante » (Myriam). On note donc un désir de participation plus grande lors de la visite.

### **Conclusion**

Nous avons donc vu que la dissociation entre la Vieille prison et le musée provoque une certaine ambivalence dans la perception du lieu. À cela s'ajoute une appartenance à la fois au domaine muséal, considéré comme de la culture classique, et à la culture populaire, raison d'être de ce musée. Cette identité floue n'aide en rien pour attirer les visiteurs qui sont aussi visés par des publicités concernant les offres culturelles de Montréal et de Québec. Les non-visiteurs mentionnent aussi que les expériences passées peuvent nuire à l'attractivité d'un tel musée. Finalement, ils mentionnent que le musée pourrait être plus visible et accessible et qu'il pourrait avoir des propositions plus variées et interactives.

Ces raisons exprimées par des individus ne visitant pas le MQCP réitèrent l'importance d'étudier les impacts qu'a l'inclusion de la culture populaire dans l'univers muséal sur la fréquentation des musées. Si ce phénomène vient, en théorie, simultanément contribuer à la démocratisation culturelle et à promouvoir une démocratie culturelle, en ce sens qu'il vise à rendre plus accessibles les pratiques culturelles légitimées que sont les visites de musées, mais qu'il vise aussi à valoriser toutes les formes de culture, il semble néanmoins connaître certaines limites. Tout comme l'a remarqué Crenn (2015) lorsqu'elle s'est intéressée à la réception de l'exposition *AbbaWorld. The Music. The Memories. The Magic* présentée au Powerhouse Museum

de Sydney<sup>44</sup>, l'entrée de la culture populaire dans les musées vient repositionner la place de ces organismes dans notre société et, de ce fait, mène à certaines tensions. En effet, même pour les amateurs d'Abba, « la présence de la culture populaire n'est acceptable au Powerhouse Museum que dans la mesure où il est un lieu dédié aux expériences éducatives et pour autant qu'il soit bien entendu qu'il est destiné aux enfants » (Crenn, 2015, p. 209). Comme quoi le succès de la rencontre entre culture populaire et musée, pour certains, est fragile et conditionnel à ce que cette rencontre prenne place dans certains musées et qu'elle concerne certaines manifestations culturelles populaires. Un constat qui n'est pas sans mettre en exergue que « la construction de la culture populaire dans les médiations muséales reste-t-elle un chantier ouvert, propice à l'observation des dynamiques de légitimation et d'invention des pratiques culturelles contemporaines » (Crenn, 2015, p. 211).

---

<sup>44</sup> L'exposition a été présentée en 2010-2011 et était consacrée au populaire groupe de musique suédois Abba.

## Chapitre VI : Résultats. Les raisons des non-publics du Salon du livre de Trois-Rivières<sup>45</sup>

---

### Introduction

Dans la lignée des recherches visant à mieux comprendre les limites des initiatives de démocratisation culturelle (Bonnacorsi, 2009; Ghebaur, 2017; Turbé, 2017), nous nous proposons d'interroger le phénomène de la fréquentation d'un salon du livre. Au Québec, ce type d'événement est reconnu pour avoir participé à la démocratisation des pratiques de la lecture et du livre. Selon l'Association québécoise des salons du livre (AQSL), les organismes à but non lucratif qui les organisent ont pour mission « de favoriser l'accès à la lecture, la création et la diffusion du livre » (AQSL, s. d.), ce qui les place, entre autres, dans la relation entre livre et lecteur.

Nous nous intéressons plus particulièrement à la fréquentation du Salon du livre de Trois-Rivières (SLTR), événement culturel d'importance pour la Mauricie et le Centre-du-Québec qui, depuis 1988, « a pour mission de promouvoir le livre, les auteurs et les illustrateurs et de faire rayonner la lecture sur l'ensemble du territoire » (CSLTR, 2018). Chaque année, généralement à la fin du mois de mars, la Corporation du SLTR propose une programmation échelonnée sur quatre jours, période durant laquelle plus de 15 000 personnes visitent les kiosques de plus de 100 maisons d'édition et participent à certaines des activités qui figurent à la programmation (l'édition 2018 de l'événement en comptait 123). Les visiteurs du SLTR peuvent notamment se faire conseiller dans

---

<sup>45</sup> Ce chapitre, coécrit avec Jacques Lemieux (Information et communication, Université Laval et Lettres et communication sociale, UQTR) et Claude Martin (Communication, Université de Montréal et Lettres et communication sociale, UQTR), paraîtra sous le titre « Entre le commercial et le culturel. Étude des raisons de ne pas visiter le Salon du livre de Trois-Rivières », dans J. Luckerhoff et M.-C. Lapointe (dir.), *Les non-publics d'organismes culturels en Mauricie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

l'achat de livres par des représentants des maisons d'édition, rencontrer des auteurs, assister à des conférences et à des émissions radiophoniques en direct ou participer à des ateliers d'illustration.

Le SLTR est ouvert à tous et adopte une approche orientée vers la démocratisation des pratiques de la lecture : l'organisme exprime en effet la volonté d'accueillir un nombre toujours croissant de visiteurs qui s'y sentiront les bienvenus. La programmation proposée compte des activités destinées à une diversité de publics, des élèves des écoles primaires aux résidents de maisons de retraite. Cela dit, selon les données recueillies par le SLTR par le biais de sondages réalisés auprès des publics de salons antérieurs, le visiteur type est une mère de famille âgée entre 45 et 65 ans ayant complété des études universitaires. D'ailleurs, selon Madame Julie Brosseau, directrice générale, les activités de communication de l'organisme ciblent ces femmes, dont on s'attend à ce qu'elles agissent à titre de leaders d'opinion et incitent leur conjoint.e, enfant.s et ami.e.s à visiter le salon. En procédant de la sorte, la Corporation adopte le *two-step flow* (Katz et Lazarsfeld, 1966), soit un modèle de communication de masse visant à mobiliser une catégorie précise d'acteurs afin qu'elle transmette l'information auprès de ses réseaux immédiats.

Quel est l'impact de cette stratégie sur la mission de l'organisme? Cibler un public aussi défini n'éloigne-t-il pas le salon de sa mission de faire rayonner le livre et la lecture auprès de la population des régions de la Mauricie et du Centre-du-Québec? Certes, les statistiques produites par la Corporation du SLTR ces dernières années indiquent une légère augmentation du nombre de visiteurs<sup>46</sup>. Toutefois, les profils sociodémographiques des individus sondés semblent davantage révéler une efficacité grandissante de la stratégie de communication de l'organisme auprès d'une catégorie précise et éprouvée de public qu'un gain en popularité dans la population en général. Désireux d'œuvrer à une démocratisation permettant non seulement de densifier la fréquentation

---

<sup>46</sup> Ici, nous faisons référence aux années antérieures à la recherche. Celle-ci ayant été effectuée en 2015.

du SLTR, mais également de diversifier le profil des visiteurs, ses responsables ont exprimé un intérêt pour les individus qui ne visitent pas sa proposition annuelle.

### **6.1. Livre, lecture et lecteur**

Le rapport entre livre et lecteur est fondamental : « [U]n texte n'existe que parce qu'il est un lecteur pour lui donner signification » (Cavallo et Chartier, 1997, p. 7). Cette relation entre l'objet culturel et ceux qui en font la pratique revêt un caractère primordial, car il en maintient l'existence (De Certeau, 1980; Manguel, 1998); elle constitue donc une préoccupation pour plusieurs, et ce, pour une variété de raisons. Des démarches visant à mieux la comprendre sont ainsi entreprises par différents acteurs, provenant tant de la chaîne du livre que des milieux éducatifs, scientifiques ou gouvernementaux. Elles servent des objectifs tout aussi diversifiés : mieux cerner la consommation dans le secteur du livre (Bouvaist, 1990; Rouet, 2000), faciliter l'apprentissage de méthodes de lecture chez des apprenants (Chauveau, 2013), étudier les usages sociaux de la lecture de livres (Mauger et Poliak, 1998) ou mesurer la pratique de la lecture chez les citoyens (Garon et Lapointe, 2009).

Une connaissance riche et variée de la dyade livre-lecteur est donc déjà en place. Aussi les travaux réalisés en socio-économie de la culture nous apprennent-ils que le livre constitue aujourd'hui un secteur relevant prioritairement de l'économie marchande (Miège, 2017) et que les bestsellers occupent une grande place dans les habitudes de lecture des Québécois (Lemieux, 1994). Des recherches en sciences de l'éducation indiquent par ailleurs que l'école et la famille sont des instances de première importance dans l'apprentissage et le goût de la lecture (Écalte et Magnan, 2002) et que la lecture a un impact favorable sur le développement cérébral des apprenants (Cohen et Söderbergh, 1999; Epstein, 2001). En outre, les études littéraires ont montré que

l'expérience esthétique positive d'un livre gravite autour de son potentiel hédoniste permettant aux lecteurs d'en tirer un profit « au plan cognitif, émotif et éthique » (Schaeffer, 2011, p. 107).

Quant aux publications gouvernementales, elles permettent de constater que des processus visant à rapprocher le plus possible le lecteur et le livre sont en place au Québec. En fait, la politique culturelle du Québec de 1992 stipulait à propos de la vitalité d'une culture qu'elle « se révèle [...] par une multitude [de] facteurs qui [...] convergent vers l'ensemble des citoyens », avant de poursuivre : « Certes, un musée, une bibliothèque ou une œuvre ne peuvent pas exister sans public et ce sont, dans une large mesure, les citoyens qui donnent vie à la culture » (MACQ, 1992, p. 24). Plus précisément, la politique de la lecture et du livre signée en 1998 par la ministre de la Culture et des Communications, Madame Louise Beaudoin, insiste sur le fait que, « [s]i la lecture, comme pratique culturelle, demeure libre et volontaire, le gouvernement et l'ensemble des acteurs municipaux et privés ont néanmoins la responsabilité de créer les conditions les plus favorables à l'éclosion, au développement et au maintien des habitudes de lecture » (MCCQ, 1998, p. 5).

Parmi les interventions du gouvernement du Québec en la matière, on retient les mesures fiscales mises en place afin de faciliter l'achat de livres, notamment le programme de détaxation sous le régime de la TVQ pour les livres vendus au Québec. Certaines mesures visent à appuyer les acteurs de la chaîne du livre qui contribuent à son rayonnement. Par exemple, les maisons d'édition québécoises bénéficient de crédits d'impôt remboursables et les droits d'auteur que touchent les auteurs de livre sont sujets à des déductions d'impôt. D'autres initiatives prennent la forme d'aides financières au fonctionnement ou par projet. Citons, notamment, le programme d'aide au fonctionnement des bibliothèques publiques, qui vise à faciliter la tenue d'« activités d'animation et de promotion de la lecture et du livre » (MCCQ, 2018, n. p. ). L'aide octroyée aux salons du livre fait également partie des interventions privilégiées; de fait, les organismes en charge de ces événements sont financés par l'État québécois à hauteur de 36% de leur budget de



fonctionnement (Jutras et Ménard, 2003), cette aide se justifiant par le concours qu’offrent les salons du livre à un État souhaitant « soutenir la promotion des livres québécois ainsi que la lecture à travers des activités collectives réunissant plusieurs segments du domaine du livre » (SODEC, 2017).

De telles mesures sont mise en place, car le rapport des Québécois à la lecture de livres ne va pas nécessairement de soi et demande qu’on s’y attarde. Alors que 16% des Québécois âgés entre 16 et 65 ans sont analphabètes fonctionnels, 33% présentent des compétences très faibles ou limitées sur le plan de la littératie (Baillargeon, 2012). Selon une enquête menée par l’Institut de la statistique du Québec en 2003 et rapportée par Baillargeon, autant dire que « la moitié des Québécois de 16 ans ou plus n’avaient pas [alors] de compétences suffisantes en lecture pour aisément avoir accès au contenu des livres qui leur étaient destinés » (*ibid.*, p. 52). Toujours selon Baillargeon, les interventions du Gouvernement du Québec pour encourager la lecture de livres – financement des bibliothèques publiques, des salons du livre, des programmes d’alphabétisation et d’éducation permanente – seraient favorables et gagneraient à être développées davantage. Or, grâce à l’Enquête sur les pratiques culturelles au Québec réalisée par le ministère de la Culture et des Communications tous les cinq ans, il est possible de constater que, malgré les mesures étatiques, la proportion de citoyens affirmant lire régulièrement des livres est relativement stable depuis 1979, soit environ 50% (Martin, Carignan et Gauthier, 2012). Ainsi, avant de conclure à la nécessité, pour les différents paliers gouvernementaux et les acteurs de la chaîne du livre, d’intensifier leurs initiatives existantes afin d’augmenter la proportion de Québécois s’adonnant à la lecture de livres, ne serait-il pas pertinent d’interroger les rapports qu’entretient la population québécoise avec elles? Ces mesures répondent-elles aux besoins de la population? Existe-t-il actuellement des éléments susceptibles de nuire à la participation citoyenne à des mesures tels les bibliothèques publiques ou les salons du livre?

## 6.2. L'étude des raisons de ne pas visiter le SLTR

Nous proposons en ces pages une démarche de recherche à même d'éclairer les raisons pour lesquelles certains individus ne vont pas visiter le SLTR. Il s'agit plus spécialement de mieux comprendre ce qui peut freiner la visite de l'événement par des citoyens de Trois-Rivières. Notre intérêt pour un tel objet d'étude place nos travaux dans la foulée de ceux qui se penchent sur les non-publics de la culture (Jacobi et Luckerhoff, 2009) et qui tentent de saisir les motivations des individus qui ne font pas la visite d'organismes culturels dont les offres leur sont pourtant destinées. Si pareil regard a déjà été posé sur les non-publics des musées (Nadeau, Lapointe et Luckerhoff, 2017), du cinéma d'art et d'essai (Bourgatte, 2009), des arts de la scène (Turbé, 2017) ou des bibliothèques (Bonnacorsi, 2009), aucune étude n'a encore permis de mieux comprendre les non-publics d'un salon du livre.

La recherche dont fait état le présent chapitre a été élaborée dans le cadre d'un partenariat entre l'UQTR, Culture Mauricie et la Corporation du SLTR. Étant donné la nature exploratoire de notre démarche, nous avons adopté une approche générale inductive (Corbin et Strauss, 2015; Luckerhoff et Guillemette, 2012) qui a guidé la réalisation d'une série d'entretiens qualitatifs individuels et de groupe auprès d'individus non-publics du SLTR. Nous avons mis de l'avant trois critères formels afin de sélectionner les participants à cette étude; ils devaient : être résidents de Trois-Rivières ou des environs; être âgés de 18 ans ou plus; ne pas avoir visité le SLTR depuis au moins cinq ans.

Ensuite, de façon spontanée et en aucun cas systématique, nous avons cherché à rencontrer des individus appartenant à différentes catégories sociodémographiques : des hommes, des femmes, des étudiants d'une vingtaine d'années, des professionnels dans la quarantaine, des retraités de plus de 80 ans, des individus détenant des diplômes d'études secondaires, d'autres des diplômes d'études universitaires, des parents de jeunes enfants, des parents d'adolescents ou des

grands-parents. Le mot d'ordre dans ce processus de recrutement fut la recherche de variété dans les profils de participants, et ce, afin de maximiser nos chances d'accéder à un éventail riche et complexe de discours. Toutefois, cette façon de faire ne permet en aucun cas de discuter de déterminants sociaux. En effet, comme en attestent nos résultats, ce n'est que dans la mesure où les participants eux-mêmes accordaient de l'importance à un trait sociodémographique que nous en avons tenu compte dans nos analyses.

Grâce à un recrutement mené par bouche-à-oreille, nous avons réalisé sept entretiens de groupe (chacun comprenant de cinq à dix personnes) et quarante entretiens individuels<sup>47</sup>. Ceux-ci ont duré entre trente et quatre-vingts minutes et ont été menés entre mai et décembre 2015. Au total, quatre-vingt-deux individus non-publics du SLTR ont été rencontrés, leurs propos, transcrits et analysés.

### **6.3. Quatre raisons pour ne pas visiter le SLTR**

Plusieurs éléments ont été invoqués par les participants afin d'expliquer pourquoi ils n'ont pas visité le SLTR depuis au moins cinq ans. Nos analyses ont mis au jour quatre raisons principales faisant en sorte que l'événement trifluvien n'arrive pas à mobiliser les individus rencontrés :

- 1) Les propos tenus par les personnes interviewées à l'égard de leurs pratiques quotidiennes révèlent que le coût de renonciation lié à la visite du SLTR leur apparaît trop élevé.
- 2) Les différentes perspectives entretenues envers la pratique de la lecture peuvent freiner la visite du SLTR.

---

<sup>47</sup> Ce processus de collecte de données aurait été difficile, voire impossible, sans la précieuse collaboration des membres du conseil d'administration de la Corporation du SLTR, de même que celle des étudiants du cours « Communication et culture », offert à l'automne 2015 dans le cadre du programme de baccalauréat de communication sociale à l'Université du Québec à Trois-Rivières et dispensé par le professeur Jason Luckerhoff.

- 3) La reconnaissance de la valeur culturelle du SLTR est incertaine pour plusieurs, ce qui fait en sorte que sa visite est perçue comme illégitime.
- 4) Pour certaines personnes, la proposition du SLTR présente un faible niveau de pertinence et de cohérence en regard de leurs champs de compétences et d'intérêts.

### **6.3.1. L'inclusion de la visite du SLTR : un coût de renonciation trop élevé**

Plusieurs participants nous ont confié ne pas avoir visité le SLTR parce qu'ils n'arrivent pas à concilier l'événement et leur emploi du temps : « La fin de semaine, je trouve qu'on n'a déjà pas beaucoup de temps. On a tous des vies bien remplies. Une maison, des enfants, des activités, des soupers... Je n'ai pas le temps pour une activité de deux ou trois heures. Je n'ai pas le temps » (Anne-Marie<sup>48</sup>) commentaire qui n'est pas sans rappeler que le temps libre se fait de plus en plus rare pour les Québécois depuis le début des années 2000. En fait, entre 1998 et 2010, il a diminué de trois heures hebdomadairement (Pronovost, 2015).

Le manque de temps n'est toutefois pas le seul élément explicatif que laissent entrevoir de tels propos. Force est de constater que, si certains affirment qu'ils n'ont pas le temps de faire la visite du SLTR parce qu'ils consacrent plutôt leur temps au sport, au cinéma, aux repas entre amis ou au repos, ce choix ne relève pas d'un simple manque de temps libre, mais plutôt d'un processus de comparaison de la valeur de la visite et de celle des autres options qui s'offrent à eux. Par suite de cet exercice de différenciation, les individus souhaitant ajouter une nouvelle activité à leur horaire bien rempli sentent qu'ils doivent renoncer à une pratique déjà intégrée et qu'ils apprécient. C'est donc un calcul coûts-bénéfices qui les incite à ne pas intégrer la visite du SLTR.

---

<sup>48</sup> Des noms fictifs ont été donnés aux participants afin de protéger leur anonymat.

Deux théories peuvent contribuer à mieux faire saisir les implications d'un tel raisonnement. En effet, la *time-displacement theory* (Lee et Leung, 2006) et la théorie économique de l'intérêt (Lapidus, 1987) décrivent toutes deux des processus similaires à ceux que nous avons observés chez les participants à notre étude. La première a pour objectif d'expliquer les changements observés dans les pratiques médiatiques engendrés par Internet (Lee et Leung, 2006; Ha et Fang, 2011). Selon les travaux qui s'y rapportent, le temps que les gens allouent aux médias traditionnels (télévision, journaux, radio) diminue en proportion de leur utilisation d'Internet<sup>49</sup>. Le temps destiné à l'usage des médias en général ne diminue donc pas : il se déplace des pratiques traditionnelles vers les pratiques en ligne. Cette transition est justifiée par la perception qu'entretiennent les usagers, selon laquelle Internet serait un média supérieur aux médias traditionnels puisque les contenus produits par ces derniers peuvent également être consultés en ligne (Ha et Fang, 2011). En appliquant ce raisonnement à la situation qui nous intéresse, nous comprenons que l'incorporation de la nouvelle activité que constitue la visite du SLTR dans l'arène close du temps libre implique de délaissier des activités traditionnelles. Toutefois – et pour revenir au sujet de notre étude –, à la différence de ce qui s'observe dans la dynamique entre Internet et les médias traditionnels, la visite du SLTR n'est pas perçue comme une activité suffisamment riche et globale pour justifier de délaissier d'autres activités.

La théorie économique de l'intérêt, deuxième modèle contribuant à orienter notre façon de considérer les propos émis par les participants, ne réfère pas quant à elle à une plage horaire limitée, mais plutôt à un processus décisionnel se fondant sur l'évaluation des coûts-bénéfices associée à un choix. Initialement élaborée dans le cadre de réflexions portant sur des décisions financières, cette théorie stipule que le choix d'épargner de l'argent n'implique pas seulement d'en mettre de côté,

---

<sup>49</sup> On notera cependant que cette diminution n'est pas directement proportionnelle, puisqu'une part du temps d'utilisation d'Internet est empruntée aux heures de sommeil (Veenhof, 2006).

mais également de mettre de côté son utilisation. Par exemple, la décision d'épargner 30 000\$ implique aussi de renoncer à l'achat d'un bien d'importance, comme une automobile ou une propriété immobilière. À l'inverse, l'achat de ce bien d'importance implique de renoncer à l'épargne – par exemple en vue de la retraite. Ainsi, une décision financière ne s'associerait jamais à une seule finalité, mais à un ensemble de possibilités, chacune entraînant une impossibilité une fois l'argent utilisé.

Selon la théorie économique de l'intérêt, chaque décision serait donc consciente (à différents niveaux) et régie par une évaluation des pour et des contre dont le résultat devrait tendre à une majorité de pour. Vue sous ce jour, la décision des participants rencontrés consistant à ne pas visiter le SLTR s'ancrerait dans un processus réflexif similaire à celui que décrit Lapidus; c'est parce qu'ils décident d'occuper leur temps libre en allant au cinéma ou en faisant de la randonnée pédestre qu'ils décident de ne pas fréquenter le l'événement culturel en question. En outre, lorsqu'interrogés à savoir s'ils renonceraient à la pratique de leurs activités habituelles afin de visiter le SLTR, les participants qui invoquaient initialement le manque de temps répondaient par la négative : le coût de renonciation à leurs activités est perçu comme trop élevé pour y renoncer.

### **6.3.2. La lecture : une pratique conduisant (en théorie) à la visite du SLTR**

Certains des individus rencontrés ont tenu des propos qui nous ont permis de comprendre que le rapport à la lecture doit être considéré avec prudence lorsque vient le temps d'exposer les raisons pour lesquels certains ne visitent pas le SLTR. En réalité, deux postures très différentes aboutissent au même comportement, soit celui de ne pas visiter l'événement trifluvien. Concrètement, des participants affirmant lire peu de livres vont percevoir leur faible habitude de lecture comme une raison pour ne pas visiter le SLTR, tandis que d'autres qui se décrivent comme de fervents lecteurs

vont expliquer que c'est précisément leur passion pour la lecture qui les incite à ne pas s'y rendre. Développons à ce sujet.

Lors des entretiens conduits dans le cadre de cette recherche, de nombreux participants ont affirmé lire très peu de livres. Se qualifiant eux-mêmes de faibles lecteurs, ils s'expliquent mal pourquoi ils visiteraient le SLTR qui, à leur avis, est un événement qui ne leur est pas destiné pour cette raison : « Personnellement, je n'ai jamais été un grand lecteur. Que ce soit quand j'étais enfant ou adolescent. Donc c'est sûr que je ne suis pas porté à vouloir aller au Salon du livre pour quelque chose que je pratique plus ou moins dans ma réalité personnelle » (Jonathan). À notre avis, un commentaire tel que celui-ci se conforme au constat émis par Baillargeon (2012) et voulant que la pratique de la lecture soit le vecteur premier du rapprochement entre livre et lecteur. Dans cette perspective, pour que des individus recherchent des occasions d'entrer en contact avec les livres, notamment lors d'un salon du livre, il importe de miser sur des initiatives permettant l'éducation à la lecture et le maintien des habitudes de lecture. Dans le cas présent, certains participants affirment précisément ne pas avoir visité le SLTR parce qu'ils n'ont pas intégré ces habitudes.

À l'opposé, bien que se décrivant comme de grands lecteurs de livres, certains ont formulé des propos révélant que c'est leur passion pour la lecture qui les a déterminés à ne pas visiter le SLTR : « Je lis beaucoup, mais je ne sais pas pourquoi... Je vais lire chez moi. Je suis bien avec mon livre, chez nous, dans ce contexte. Mais aller au Salon du livre... Il y a beaucoup de gens et je n'aime pas ça » (Monique). Lorsqu'amenés à réfléchir à leur goût pour la lecture, certains participants décriront une pratique solitaire axée sur la détente, l'évasion et l'intériorité. Leur perception du SLTR est à l'effet qu'il s'agit d'une activité de foule, de rencontres, d'achat et de stress. C'est donc parce que ces individus aiment se consacrer sans distraction aux livres qu'ils ne fréquentent pas le SLTR. Le cadre dans lequel se tient l'événement est perçu comme diamétralement opposé à celui qu'ils jugent optimal à la pratique de la lecture.

Selon nous, les dires de ces participants à l'égard du SLTR gagnent à être analysés à la lumière de certains travaux réalisés en muséologie. Bien que les raisons pour ne pas visiter les salons du livre et les musées présentent plusieurs différences, elles entretiennent suffisamment de similitudes pour justifier le rapprochement. Par exemple, au cours d'une étude portant sur la fréquentation des musées d'art en France, Gottesdiener et Vilatte (2009) ont rencontré des individus ayant affirmé que la relation qu'ils entretiennent avec l'art est à l'origine de leur choix de ne pas visiter ces établissements. À l'instar des participants à notre étude qui se décrivent comme de grands lecteurs, certains non-publics des musées d'art estiment qu'ils sont en mesure de maintenir par eux-mêmes une relation privilégiée avec les œuvres présentées dans les institutions muséales. De surcroît, ils en évitent la visite puisque, par l'importante fréquentation des lieux et les conditions de réception qui en résultent, elle s'écarte de la vision qu'ils se font de la fréquentation des œuvres. Tout comme pour les participants que nous avons interviewés, ils la nature populaire de l'activité agit à titre de frein à son accomplissement puisque la tentative d'accommodation entre la pratique culturelle visée et l'occasion de s'y adonner éveille une dissonance.

### **6.3.3. Le SLTR, une activité culturelle?**

Certains participants qui visitent fréquemment des organismes culturels et qui affirment être à la recherche des activités qui y sont proposées ont tenu des propos qui nous ont permis de comprendre que, pour eux, la visite du SLTR ne constitue pas une activité culturelle au sens propre du terme : la nature populaire et commerciale du SLTR s'opposerait à l'identité culturelle de l'événement annuel. Cela expliquerait pourquoi certains individus rencontrés affirment avoir peu d'intérêt à en faire la visite :

J'aime la culture, mais pour moi, je n'associe pas le Salon du livre à la culture. Je ne me nourrirai pas culturellement en y allant. Je vais feuilleter des livres, je vais rencontrer des



auteurs, mais je n'aurai pas le contact avec la culture. Ça va être le même contact que si je vais à la librairie. Je ne sortirais pas de là grandi, on dirait que c'est ça qui fait que ça ne m'intéresse pas (Lyne).

Pour certains, le volet commercial de ce genre d'événement les incite à le percevoir telle une occasion parmi d'autres pour se procurer des livres. Pour eux, un salon serait d'abord un événement à vocation commerciale, en ce sens qu'il viserait avant tout à mettre en contact exposants et consommateurs, et ce, exclusivement dans un objectif de vente. Or, pour ces participants, l'aspect commercial et l'aspect culturel d'une activité s'excluent mutuellement et ce dernier implique la possibilité de vivre une expérience unique, un contact privilégié et hors de l'ordinaire avec le livre. Aussi la visite du SLTR s'associe-t-elle dans leur esprit à un processus d'achat similaire à celui qu'offre n'importe quelle librairie et qui, par conséquent, peut se réaliser à tout moment. À cette perception du SLTR en tant qu'événement commercial s'ajoutent des propos voulant que, à ce titre, le SLTR ne constituerait pas le mode d'approvisionnement en livres de prédilection. Au moment de se procurer des livres, plusieurs moyens semblent plus intéressants qu'un salon du livre : les librairies, Internet ou les achats par catalogue, par exemple par le biais de *Québec Loisir*.

Les dires des participants nous engagent à croire que, pour certains, les notions de « commerce » et de « culture » ne font pas bon ménage : le SLTR ne saurait constituer une activité culturelle du moment où elle intègre (notamment par l'emploi du mot « salon » dans sa dénomination) des objectifs commerciaux, ce qui nous porte à conclure que la contribution du SLTR à la commercialisation du livre met en relief un point de tension entre une culture populaire industrialisée et une culture cultivée destinée aux initiés. Selon Martin *et al.* (2012), le modèle industrialisé comporte « une zone d'ombre en ce qui a trait aux rapports entre les différents ordres de valorisation des produits culturels opposants inutilement la valorisation par le marché et celle par les institutions culturelles » (p. 2-3), zone d'ombre qui aura pu inciter certains participants à ne

pas faire la visite du SLTR. En effet, ils auront pu percevoir un conflit idéologique inhérent à un organisme culturel se fondant sur un mode opérationnel s'apparentant au modèle marchand. Certains considéraient qu'une institution, pour mériter son caractère culturel, doit présenter une valorisation majoritairement culturelle de l'offre, ce qui, selon eux, ne serait pas le cas du SLTR.

#### **6.3.4. La visite du SLTR, une activité pertinente?**

Des participants ont constaté une faible pertinence du SLTR en regard de leurs intérêts et compétences, raison traduisant une vision particulière de l'événement, soit celle d'un positionnement de niche s'adressant à un public auquel ils ne s'identifient pas. D'une part, certaines parmi les personnes interviewées ont affirmé que le SLTR s'adresse aux individus très intéressés par la littérature, spécialement par la littérature québécoise : « Parce que le Salon du livre de Trois-Rivières, j'ai vraiment l'impression que c'est plus les gens qui sont curieux, qui ont le goût de découvrir les livres québécois. Je pense que c'est plus spécialisé » (Jocelyn). D'autre part, plusieurs vont considérer que la principale raison d'être du SLTR est de favoriser les rencontres entre des auteurs et leurs admirateurs. Toutefois, si certains admettent avoir des auteurs de prédilection ou un goût pour le style d'écriture d'auteurs en particulier, ils affirment ne pas ressentir le besoin ou l'envie de les rencontrer : « Je n'ai pas du tout le côté *fan*. Donc, aller rencontrer un auteur, ça ne m'intéresse pas » (Christiane). Pour ces gens, les auteurs n'ont d'importance que dans la mesure où ils permettent d'orienter leurs choix de lecture. Par exemple, nombreux sont les participants à avoir illustré cette conception de leur relation aux auteurs en expliquant que, alors qu'ils n'auraient pas nécessairement envie de rencontrer un auteur en particulier – par exemple Michel Tremblay –, le fait qu'un livre ait été publié par ce même auteur est très susceptible d'influencer leur volonté de l'acheter en librairie.

Cette raison pour ne pas faire la visite du SLTR est donc campée dans des perceptions voulant que l'événement ne soit pas pertinent en regard de ce que recherchent les participants. Ajoutons toutefois qu'elle appelle à la nuance en ce sens que, encore une fois, elle fait intervenir deux registres : alors que certains y voient une activité pour les *aficionados* de la littérature québécoise, d'autres y voient une activité populaire centrée sur le vedettariat. Cela étant, peu importe que le registre culturel associé au SLTR soit savant ou populaire, le résultat est le même : des individus ne le visitent pas, car ils ne sentent pas qu'il s'adresse à des gens partageant leurs centres d'intérêt.

Si cette raison traduit des réalités différentes, elle est porteuse de l'idée générale voulant que les participants estiment qu'ils ne sont pas le « genre de personne qui fréquente le Salon du livre » (Thomas). Lorsque qu'ils réfléchissent à la visite du SLTR, certains des individus que nous avons rencontrés activent un processus de comparaison entre ce qu'ils perçoivent être des traits qui leurs sont propres et d'autres qu'ils s'imaginent être ceux des publics du SLTR. Pareil processus n'est pas sans rappeler le constat émis par Gottesdiener et Vilatte (2009) lors de leur étude des raisons pour lesquelles des individus ne visitent pas les musées d'art. Selon eux, l'appariement difficile entre l'image que les gens qui ne visitent pas les musées ont d'eux-mêmes et l'image prototypique qu'ils se font des visiteurs de musées constitue un frein à la visite de ces musées. Toutefois, si leurs travaux traduisent une forme d'exclusion sociale à la culture savante (dans ce cas, la visite de musées d'art), le discours des participants à notre projet permet de comprendre la manière dont une initiative très inclusive et visant la masse peut elle aussi nourrir un sentiment d'exclusion.

Ajoutons au sujet de notre compréhension de cette raison que la faible pertinence accordée à la visite du SLTR n'a pas valeur d'absolu. De fait, certains individus ayant exprimé peu d'intérêt envers les raisons qu'ils attribuent aux visiteurs du SLTR ont également affirmé qu'ils seraient susceptibles de le devenir eux-mêmes si on les y accompagnait. Par exemple, un participant qui estimait ne pas connaître suffisamment les auteurs québécois pour s'y rendre a mentionné : « Je

pense que si j'avais un ami qui était connaisseur, j'irais avec lui. Ça me prend quelqu'un qui y va et qui me traîne. Après, si je me rends compte que j'adore ça, les années suivantes, je ferais un peu plus de place pour essayer d'y aller » (Étienne). Une participante nous ayant communiqué son intérêt restreint pour la rencontre d'auteurs a également mentionné : « Il y a des années, je suis allée une fois au Salon du livre à la demande d'un de mes neveux. Il voulait aller voir ça et il y avait un auteur qu'il voulait vraiment rencontrer » (Louise). Ainsi, le sentiment de pertinence envers la visite du SLTR, faute de découler des intérêts des participants, a le potentiel d'être activé par des membres de leur entourage.

### **Conclusion. Des freins à atténuer pour faciliter le passage des non-publics vers les publics du SLTR**

Nos analyses permettent de comprendre que la non-visite du SLTR par les participants interviewés ne s'ancre pas simplement dans une décision irréfléchie (Ha et Fang, 2011; Lapidus, 1987) et ne saurait se résumer à une faible pratique de la lecture (Baillargeon, 2012). Selon les propos tenus par les participants rencontrés aux fins de cette recherche, il importe, notamment, de prendre en considération les registres culturels qu'évoque la visite du SLTR, de même que l'univers de représentations et de pratiques sociales qui entoure l'événement trifluvien.

Nous avons pu consigner des affirmations contrastées, selon lesquelles le SLTR est perçu à la fois comme un événement de niche et un événement populaire : les gens se qualifiant de faibles lecteurs y voient une activité culturelle spécialisée destinée aux amateurs, tandis que ceux se qualifiant de grands lecteurs vont y voir un événement commercial, populaire et trop centré sur la masse pour contribuer à augmenter leur appréciation des livres. Ajoutons à ce constat que, si les participants estimant être de faibles lecteurs envisagent positivement l'idée de devenir éventuellement assez compétents en lecture pour désirer faire la visite du SLTR, plusieurs de ceux

se qualifiant d'amateurs n'imaginent pas un scénario dans lequel ils se considéreraient eux-mêmes publics de l'événement. Selon nous, ces participants identifient l'aspect populaire du SLTR à une intention d'initiation à la lecture : « Étant devenue autonome, j'ai complètement arrêté d'y aller. Mais je veux inciter ma fille, je sais qu'il y a des belles activités pour les enfants, on les voit quand ils [la Corporation du SLTR] font la promotion. [...] Mais je n'irais jamais pour moi-même » (Maria).

Selon les témoignages recueillis, il nous semble que le SLTR tombe entre deux chaises : considéré trop spécialisé pour les faibles lecteurs, les amateurs de lecture le perçoivent comme trop centré sur l'initiation. Le non-public du SLTR constituerait donc une catégorie hétérogène pour laquelle il serait ardu, voire impossible de concevoir une activité qui le rejoindrait en totalité. La conquête du non-public, pour le SLTR, impliquera donc de faire des choix; elle devra ainsi se mener sur plusieurs fronts.

Pour rejoindre les personnes qui exprimeraient des vues similaires à celles des participants à notre recherche et, de la sorte, poursuivre la démocratisation de la visite du SLTR auprès des résidents de la Mauricie, ses responsables devront s'attaquer à certaines perceptions. L'idée que se font les gens qui résistent à visiter le SLTR évoluera du moment qu'ils percevront que la visite de l'événement entretient un bon niveau de cohérence avec la perception de leurs compétences en lecture (aussi variées soient-elles) et qu'elle s'adresse à eux plutôt qu'à un public « idéal ». En outre, le caractère culturel de l'événement devrait être explicitement énoncé afin de rendre plus évident l'apport du SLTR à la pratique de la lecture. Le potentiel socialisant de l'événement doit également être mis de l'avant afin de rejoindre ces nombreuses personnes qui désirent prendre part à une activité culturelle accessible et qui, surtout, leur permettrait de vivre une expérience sociale satisfaisante.

Notre projet, en touchant les rapports complexes entre lecture, lecteurs et livres par le biais d'une étude des raisons pour ne pas visiter le SLTR, engage à nuancer certains poncifs en plus de fournir des outils supplémentaires à un organisme culturel désirant œuvrer à sa démocratisation. Tenir compte des non-publics peut certes se montrer difficile, notamment parce que cela implique d'aller à la rencontre d'individus qui ne font pas partie du rassemblement que constitue le public; toutefois, les actions qui résulteront d'une telle démarche favoriseront une meilleure inclusion de la population aux propositions culturelles. Nous croyons d'ailleurs qu'elle gagnerait à se voir intégrée par différents types d'organismes culturels. Le nerf de la guerre, aujourd'hui, réside dans l'accroissement des publics; cette extension se produira difficilement si le regard ne se porte pas du côté des non-publics.

## Chapitre VII : Résultats. Les raisons des non-publics de la Maison de la culture de Trois-Rivières<sup>50</sup>

---

### Introduction

Les maisons de la culture, qui ambitionnent de « lutter contre l'inégalité d'accès à la culture [qui se fonde] sur la confiance en l'universalité de la culture qu'il [s'agit] de faire partager » (Caune, 2006, p. 13), sont historiquement liées aux enjeux de fréquentation culturelle puisqu'elles ont été imaginées en réponse à la volonté de la démocratisation de la culture. Si de tels établissements ont vu le jour en France, ils sont également présents au Québec, notamment à Trois-Rivières.

En 1959, le président de la République française Charles de Gaulle met sur pied le ministère d'État chargé des Affaires culturelles<sup>51</sup> et place à sa tête l'écrivain André Malraux. Le premier article du décret fondateur de ce nouveau ministère lui assigne la mission de « rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel et de favoriser la création de l'art et de l'esprit qui l'enrichisse » (France, 1959, art. 1<sup>er</sup>, p. 7413). Véritables emblèmes du mandat de Malraux, les maisons de la culture, dispersées sur le territoire, ont pour but de « rendre possible pour chacun la rencontre, la confrontation directe et physique avec les œuvres et les artistes » (Urfalino, 1996, p. 78). Elles ont plus spécifiquement pour mandat de « couvr[ir] une grande diversité de manifestations artistiques, proposées par des amateurs locaux ou des professionnels; théâtre, musique, danse, cinéma, arts plastiques » (*ibid.*, p. 78).

---

<sup>50</sup> Ce chapitre, coécrit avec Hervé Guay (Lettres et communication sociale, UQTR) paraîtra sous le titre « Loisir culturel et proximité : Étude des freins à la fréquentation de la Maison de la Culture de Trois-Rivières », dans J. Luckerhoff et M.-C. Lapointe (dir.), *Les non-publics d'organismes culturels en Mauricie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

<sup>51</sup> Maintenant le ministère de la Culture et des Communications.

Dans le cadre de la recherche dont nous faisons état ici, nous nous sommes intéressés à la fréquentation des maisons de la culture du Québec afin de mieux comprendre ce qui fait en sorte que des gens fréquentent ou non un organisme servant à favoriser les pratiques culturelles. Selon le ministère de la Culture et des Communications, les gouvernements municipaux allouent des fonds à ces diffuseurs culturels puisqu'ils ont une « incidence sur la sensibilisation du public et la pratique d'activités artistiques [et qu'elles] apportent à la qualité de la vie culturelle des communautés locales » (MACQ, 1992, p. 130). C'est le cas d'organismes tels que la Maison de la culture de Longueuil, la Maison de la culture Côte-des-Neiges de Montréal ou la Maison de la culture de Trois-Rivières, tous financés au niveau municipal.

### **7.1. La Maison de la culture de Trois-Rivières**

Nous proposons d'examiner la fréquentation de la Maison de la culture de Trois-Rivières (MCTR), établissement géré par la Corporation de développement culturel de Trois-Rivières (CDCTR) et œuvrant dans différents domaines : livre et lecture, théâtre, cinéma, musique, arts visuels et arts de la scène. C'est en regroupant sous une même enseigne quatre dispositifs culturels – soit la bibliothèque Gatien-Lapointe, le Centre d'exposition Raymond-Lasnier, de même que les salles Louis-Philippe-Poisson et Anaïs-Allard-Rousseau – qu'elle arrive à couvrir un spectre culturel aussi varié.

La bibliothèque, nommée en l'honneur du célèbre auteur québécois, est la plus grande et la plus utilisée des bibliothèques publiques de Trois-Rivières. En 2018, elle comptait 17 623 abonnés, a proposé 532 activités d'animation et émis 344 889 prêts (Service des bibliothèques de Trois-Rivières, 2018). La salle Louis-Philippe-Poisson est une salle de spectacle intimiste offrant quatre-vingts places. En opération depuis 2006, elle constitue un « lieu privilégié pour la découverte des talents et du riche imaginaire de la relève » (Culture3R, 2019a). La salle Anaïs-Allard-Rousseau



existe depuis 1971, compte 250 sièges et propose « une programmation de spectacles de chanson, de musique, de danse, et de théâtre jeune public »; « à l'image de la femme qu'elle honore, [elle est] dynamique et innovatrice » (Culture3R, 2019b). Finalement, le Centre d'exposition Raymond-Lasnier est un organisme en arts visuels qui, depuis les cinquante dernières années, présente « des productions d'artistes professionnels et de la relève d'ici et d'ailleurs, des expositions thématiques, collectives et événementielles, tout en favorisant les apprentissages par des activités qui démystifient l'art contemporain et actuel » (Culture3R, 2019c).

Par le biais des différents dispositifs culturels qu'elle gère, la CDCTR assure une programmation variée. D'une part, elle propose des offres populaires et de masse, c'est-à-dire « qui plai[sen]t à tout le monde et réuni[ssent] des audiences considérables » (Jacobi et Luckerhoff, 2009, p. 13). Par exemple, la programmation 2019 de la salle J.-Antonio-Thompson<sup>52</sup> propose le spectacle *Semi-croquant* du populaire humoriste Alexandre Barette, la pièce de théâtre comique *Fais toi une belle vie*, mettant en vedette le comédien québécois célèbre Guillaume Lemay-Thivierge, et le spectacle *Hypersensoriel* de l'hypnotiseur de renommée mondiale Messmer.

En revanche, les dispositifs de la MCTR proposent généralement des offres s'inscrivant dans un registre savant, c'est à dire « qui [ne sont] pas spontanément accessible[s] et qui suppose[nt] une longue période d'acculturation préalable » (*id.*). Par exemple, le Centre d'exposition Raymond-Lasnier diffuse actuellement l'exposition *Naturellement sophistiqués* de Mathieu Valade, qui réunit sculptures, dessins et installations vidéo à travers lesquels l'artiste revisite « des genres, des postures ou même des œuvres issues de moments de l'histoire de l'art pour lesquels il a un intérêt tout particulier » (Culture3R, 2019e). Ou encore, toujours en 2019, le public peut

---

<sup>52</sup> La salle J.-Antonio-Thompson, anciennement le théâtre Capitol, a été construite en 1928 et est une salle de spectacle d'inspiration Art déco comptant 1037 sièges. Elle est gérée par la Corporation de développement culturel de Trois-Rivières et est située dans le bâtiment adjacent à la MCTR. Cette salle « est considérée, par les artistes, les experts et le grand public, comme l'une des plus belles salles de spectacle au Québec et au Canada » (Culture3R, 2019d)

assister à la performance *Rose de Jericho* de la troupe montréalaise Skeels Dance, présentée à la salle Anaïs-Allard-Rousseau. Il s'agit d'un spectacle chorégraphié par l'ancien danseur des Grands Ballets Canadiens Andrew Skeels, qui « utilise la plante du Moyen-Orient comme métaphore d'une pollinisation transculturelle, entre persévérance et renaissance » (Culture3R, 2019f).

La présente recherche a été construite dans le cadre d'un partenariat entre l'UQTR, l'organisme Culture Mauricie et la CDCTR; elle vise à mieux comprendre le phénomène de la fréquentation des salles Louis-Philippe-Poisson, Anaïs-Allard-Rousseau et du Centre d'exposition Raymond-Lasnier. La décision de s'intéresser spécifiquement à ces trois dispositifs de la MCTR révèle une volonté de la part de ses responsables de chercher à augmenter la fréquentation des lieux de diffusion visés. Ils estimaient que certaines des propositions culturelles des trois dispositifs sont, par le registre culturel qu'elles activent, moins facilement accessibles que celles présentées par la salle J.-Antonio-Thompson ou par la bibliothèque Gatien-Lapointe. C'est d'ailleurs devant cette situation, qui révèle que certaines propositions culturelles apparaissent en elles-mêmes difficilement appropriables, que les responsables désirent connaître les freins à la fréquentation de ces trois dispositifs par les gens de Trois-Rivières.

## **7.2. Centres d'exposition et salles de spectacles régionaux : fréquentation et non-fréquentation**

Des enquêtes menées récemment offrent un certain portrait de la fréquentation des salles de spectacle et des centres d'exposition au Québec. Ainsi, les plus récentes statistiques compilées par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (en 2017) permettent de constater que : les spectacles payants génèrent annuellement 7,7 millions d'entrées et des revenus de billetterie de 303 M\$; les salles de spectacles présentent en moyenne un taux d'occupation de 73,9%; les revenus de billetterie sont attribuables à 36% aux spectacles de chanson (Fortier, 2018).

En outre, si les spectacles qui permettent d'accueillir plus de 2000 personnes ne constituent que 2,7% des spectacles présentés en 2017 au Québec, ceux-ci concentrent 24,4% de la fréquentation et 43,7% des revenus de billetterie (*id.*).

En ce qui a trait à la fréquentation des centres d'exposition, l'enquête *La fréquentation des institutions muséales en 2016-2017* (Danvoye, 2018), commandée par l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), en brosse un portrait partiel. D'emblée, précisons que, si les musées et les centres d'expositions sont tous deux des « catégories d'institutions muséales » (*ibid.*, p. 5) – en ce sens qu'ils représentent des organismes culturels à but non lucratif qui maintiennent des fonctions de recherche, d'éducation et de diffusion (par le biais d'expositions) –, les premiers se distinguent des seconds du fait qu'ils constituent, conservent et gèrent une collection permanente. Par ailleurs, si des établissements muséaux mettent en valeur l'art, les sciences, l'histoire, l'ethnologie et l'archéologie, les activités des centres d'exposition portent majoritairement sur l'art (*id.*). Qui plus est, les statistiques de fréquentation des musées et des centres d'exposition québécois, bien qu'elles soient rassemblées dans les enquêtes de l'ISQ, présentent des différences marquées. En 2017, les 118 musées québécois faisant partie de l'enquête de l'ISQ ont enregistré près de onze millions d'entrées, tandis que les soixante-dix centres d'exposition faisant partie de l'enquête en ont cumulé moins de 800 000 (*id.*).

Somme toute, si des recherches ont été menées spécifiquement afin de comprendre qui sont les publics et les non-publics des musées québécois, la connaissance est beaucoup plus éparse concernant la fréquentation des centres d'exposition. Des travaux plus généraux sur les pratiques culturelles des Québécois peuvent tout de même susciter des pistes de réflexion concernant la fréquentation de ces organismes. Par exemple, l'enquête de Lapointe et Lemieux (2013) sur les déterminants sociaux des sorties au spectacle et sur la fréquentation de lieux culturels révèle que « le niveau de scolarité, l'âge, le revenu et la taille du ménage, les usages culturels d'Internet de

même que l'interaction entre le sexe et l'âge ont un effet » (p. 14). Autrement dit, plus les individus ont un niveau de scolarité et des revenus élevés, plus ils auront tendance à assister à des spectacles et à fréquenter des lieux culturels. Il en va de même pour les habitants célibataires des régions centrales que sont Montréal et Québec. Finalement, être une femme ou naviguer quotidiennement sur Internet sont également des prédicteurs.

Contrastant avec les enquêtes visant à établir les caractéristiques sociales pouvant être associées à la réalisation de sorties culturelles, certains travaux se sont plutôt intéressés aux raisons de ne pas assister à des représentations d'arts de la scène (Dutheil, 2004; Ethis, 2004; Turbé, 2017) ou de ne pas visiter de musées (Ghebaour, 2017; Gottesdiener et Vilatte, 2009; Nadeau *et al.*, 2017). D'autres études, qui portent sur les freins à la fréquentation d'institutions muséales, tels le Musée du Quai Branly (Ghebaour, 2017) ou le Musée national des beaux-arts du Québec (Luckerhoff, 2011), ou encore sur l'assistance à des spectacles aussi variés que des prestations de disc-jockeys (Léard, 2004), des opéras (Roquais-Bielak, 2004) ou des spectacles de musique métal (Turbé, 2017), insistent sur la complexité du phénomène et l'importance du contexte dans lequel se déroulent ces activités.

Des initiatives de recherche permettent de mieux comprendre certains aspects de la fréquentation des centres d'exposition et des représentations scéniques, mais aucune démarche récente ne porte sur les propositions composites des maisons de la culture situées au Québec. À notre connaissance, seuls les travaux menés par Jean Paquin (1996) sur les publics des maisons de la culture de Montréal portent sur ces organismes qui présentent à la fois des expositions et des spectacles. Selon le chercheur, le public de ces établissements serait plus « populaire » que celui fréquentant généralement les organismes classiques tels que les musées. Toutefois, selon Fortin (1997), ce constat doit être nuancé, puisqu'il ne tiendrait pas compte des contextes sociogéographiques des maisons étudiées. Par exemple, la proximité d'une maison de la culture

avec une université doit être prise en compte, car elle est susceptible d'influencer le niveau de scolarité moyen du public ainsi que son revenu moyen.

Bref, devant nos interrogations quant aux raisons faisant en sorte que des gens de Trois-Rivières ne fréquentent pas les salles de spectacle et le centre d'exposition gérés par la MCTR, bien peu d'éléments susceptibles d'apporter des réponses concrètes sont disponibles dans les écrits scientifiques.

### **7.3. À la rencontre des non-publics de la MCTR**

En nous intéressant aux raisons pour ne pas fréquenter la MCTR, nous inscrivons notre recherche dans la lignée des études sur les non-publics d'organismes culturels (Ancel et Pessin, 2004, t. 1; Jacobi et Luckerhoff, 2009), soit sur ces gens qui ne fréquentent pas des « dispositifs visant au départ à faciliter la pratique considérée » (Ghebaour, 2017, n. p. ). Afin d'accéder à ces raisons, nous avons mené des entretiens de groupe d'une durée de quarante-cinq à soixante-quinze minutes auprès d'individus sélectionnés sur la base de trois critères : demeurer dans la région de Trois-Rivières, être âgés de dix-huit ans ou plus et ne pas avoir fréquenté les trois dispositifs de la MCTR depuis au moins cinq ans.

Au total, durant la période de collecte de données qui s'est échelonnée de mai 2015 à janvier 2016, nous avons rencontré cinquante-cinq individus non-publics de la MCTR. Le recrutement des participants s'est effectué par bouche-à-oreille<sup>53</sup> et en visant la plus grande diversité possible. Si cette recherche n'est pas quantitative et n'a pas pour but d'établir des liens entre non-publics et profils sociodémographiques, nous avons tout de même cherché à rencontrer des gens vivant des réalités variées; aussi avons-nous été en contact autant avec des étudiants que des retraités, des

---

<sup>53</sup> Le recrutement s'est effectué au sein des réseaux de contacts des responsables de la MCTR et des chercheurs.

professionnels, des femmes, des hommes, des nouveaux parents, des célibataires, des grands-parents, des diplômés universitaires et des prestataires de l'aide sociale, une telle hétérogénéité favorisant selon nous les chances de mettre au jour des vécus riches et des motivations nuancées.

Nos analyses inductives (Corbin et Strauss, 2015) des propos tenus par les participants nous ont permis de comprendre qu'ils ne fréquentent pas les trois dispositifs mentionnés pour deux raisons : la MCTR est située à Trois-Rivières, ce qui rend sa fréquentation peu désirable, et son offre culturelle est perçue comme peu compatible avec les multiples attentes des personnes interviewées.

#### **7.4. La proximité et la recherche du plaisir : deux raisons pour ne pas fréquenter la MCTR**

Certaines des raisons évoquées par les participants lors de cette étude peuvent être transférées à un bon nombre de non-publics de la culture, en ce sens qu'elles ont été systématiquement évoquées lors de nos autres recherches portant sur les raisons pour ne pas fréquenter des organismes culturels<sup>54</sup>. Sont ainsi couramment invoquées : le manque de temps, la non-exposition à la publicité portant sur l'offre et le manque d'intérêt familial envers les propositions culturelles visées. Dans le cas qui nous intéresse ici, des participants ont affirmé ne pas avoir assez de temps libre, ne pas être assez interpellés par la publicité de la MCTR et ne pas être incités par des membres de leur famille ou de leur entourage à fréquenter ses dispositifs.

Ces raisons s'accordent avec les résultats d'un ensemble d'études portant plus largement sur les pratiques culturelles des Québécois. Pronovost a constaté que le temps consacré à la culture est le premier touché par la baisse du temps libre au Québec, qui « a diminué au passage du vingt-et-

---

<sup>54</sup> Nous référons ici aux cinq autres volets abordés dans le présent ouvrage. En effet, ces raisons ont également été mentionnées lors des enquêtes portant sur le Comité de protection d'Ozias Leduc, le Musée québécois de culture populaire, le Salon du livre de Trois-Rivières, le Ciné-Campus Trois-Rivières et le FestiVoix de Trois-Rivières.

unième siècle, en raison principalement de l'accroissement du temps de travail » (2013, p. 1). Le même chercheur note que le choix de pratiques qu'effectuent les parents avec leurs enfants se fait dans un contexte où se bousculent des volontés de « contribuer à infléchir la formation des passions culturelles, sportives, sociales et médiatiques » (2017, p. 10). Lapointe et Lemieux ont quant à eux remarqué qu'un ménage nombreux « ne favorise pas les visites des lieux culturels » (2013, p. 12).

Cette partie de notre étude sera consacrée à deux raisons pour ne pas fréquenter la MCTR; nous les croyons spécifiques à l'organisme et directement liées à son contexte. De fait, nous estimons qu'elles permettent de mieux saisir toutes les nuances que peuvent prendre les raisons plus générales. En effet, si les participants affirment manquer de temps, il n'en demeure pas moins qu'ils pratiquent tous certains loisirs. S'ils ne remarquent pas ou ne se souviennent pas des publicités de la MCTR, certaines publicités ont néanmoins réussi à capter leur attention. Si leurs familles ne les incitent pas à fréquenter la MCTR, elles les influencent néanmoins dans leur pratique d'autres activités. Dans ce contexte, pourquoi les freins à la fréquentation perçus dans le cas de la MCTR ne découragent-ils pas leurs autres pratiques?

La première des deux raisons pour ne pas consacrer de temps aux propositions de la MCTR, pour ne pas les considérer pertinentes et pour ne pas porter attention aux publicités de l'organisme est qu'il soit situé à Trois-Rivières, soit la ville où vivent et parfois travaillent les personnes rencontrées. La seconde réside dans le fait que les trois dispositifs de la MCTR ne sont pas perçus comme présentant un potentiel suffisant en ce qui a trait à la possibilité de vivre des expériences culturelles génératrices de plaisir.

#### **7.4.1. La proximité, une raison de fréquenter ou de ne pas fréquenter la MCTR?**

Lorsque les personnes rencontrées décrivent leurs motivations à réaliser des pratiques culturelles, elles mentionnent un goût de découvrir ce qui se fait « ailleurs ». Elles désirent réaliser des activités



qui assurent une rupture avec le quotidien. Or, la MCTR n'est pas considérée lorsque ces personnes désirent satisfaire leur goût de découverte, et ce, pour deux motifs : la MCTR se trouve physiquement dans un environnement considéré comme déjà connu et elle est associée au lieu de travail, qui ponctue déjà le quotidien de nombre d'entre eux.

#### **7.4.1.1. Rompre avec le quotidien : une tâche difficile**

La situation de la MCTR dans la ville où vivent les individus rencontrés est perçue comme un frein à la fréquentation. Pour certains, le goût pour les pratiques culturelles est plus prononcé envers celles qui se déroulent à l'extérieur de leur milieu de vie. Cette dynamique les incite d'ailleurs à affirmer qu'ils préféreraient consommer les offres culturelles présentées à la MCTR si elles étaient présentées à l'extérieur de leur ville et leurs donnaient l'occasion d'opérer une coupure avec leur quotidien : « Même si je suis sûr que certaines choses m'intéresseraient dans la programmation, l'idée de rester à Trois-Rivières... Pourtant si c'était n'importe où, à trois quarts d'heure d'ici, par exemple à Berthierville, je serais content d'y aller. Ça serait plus facile que d'aller juste à côté de chez nous » (Jean<sup>55</sup>). En plus de l'emplacement dans un environnement familier, selon certaines personnes, l'intégration de la MCTR aux infrastructures publiques de la ville de Trois-Rivières renforce l'association déjà forte avec un univers familier. En plus de se trouver là où elles vivent, l'organisme a été mis en place et est maintenu par leur propre municipalité.

Certains participants interviewés affirment être très enclins à pratiquer des activités culturelles lorsqu'ils sont placés dans un contexte permettant une rupture avec le quotidien. Des exemples d'occasions facilitantes à cet égard sont : être en vacances à l'étranger, visiter des membres de la famille dans une autre ville ou même réaliser une activité qui se déroule dans l'un

---

<sup>55</sup> Afin de préserver l'anonymat des participants, des noms fictifs sont utilisés pour les désigner tout au long du chapitre.



des deux pôles culturels québécois que constituent les villes de Québec et de Montréal. Certains iront même jusqu'à affirmer que, si la tournée d'un artiste qu'ils apprécient s'arrête à Trois-Rivières et à Montréal, ils préféreront assister au spectacle dans la métropole.

#### **7.4.1.2. Le centre-ville de Trois-Rivières : professionnel ou culturel?**

Plusieurs personnes rencontrées travaillent au centre-ville de Trois-Rivières qui est, rappelons-le, le lieu où se situe la MCTR. La zone considérée comme le centre-ville, relativement restreinte, s'étend sur environ 1,5 km<sup>2</sup>. Selon les données de la Société de développement commercial du centre-ville de Trois-Rivières, on y retrouve « près de 450 commerces et entreprises, ce qui représente plus de 6000 employés » (SDC, 2019). Cela dit, pour les gens qui y travaillent, la fréquentation de la MCTR évoque, du moins en partie, un retour sur le lieu de travail. Chez certains, l'idée de faire le même trajet pour se rendre à une activité culturelle que celui menant au travail diminue la perception d'occuper du temps de loisir :

Moi ça fait vingt-cinq ans que je travaille au centre-ville et les weekends, je vais aller au centre-ville? Pour moi, on dirait que c'est vraiment ancré avec le lieu de travail. Je ne viens même pas l'été pour marcher sur la rue des Forges [rue principale du centre-ville de Trois-Rivières]. Je ne viens pas non plus manger sur une terrasse les fins de semaine au centre-ville. Je vais plutôt aller à l'extérieur, même pour aller au restaurant (René).

Pour certains, le centre-ville de Trois-Rivières ne renvoie pas l'idée de s'adonner à une activité libre de contraintes. Qui plus est, la fréquentation de la MCTR impliquerait la poursuite de certains aspects associés aux activités professionnelles, notamment le réseautage :

On connaît beaucoup de monde ici. [...] Ça fait un peu sauvage de le dire comme ça, mais tu sais, aller voir un spectacle au centre-ville, ça implique de voir pas mal de monde. Alors consciemment, j'essaie d'éviter ça. Même si je suis sûr que certaines choses m'intéresseraient dans la programmation, l'idée d'aller au centre-ville... Dans notre domaine [coaching d'entreprise], on finit toujours par faire de la consultation bénévolement (Charles).

Ainsi, la réalisation d'une activité qui se trouve à même le milieu de vie quotidien peut impliquer la perception d'une extension des heures de travail. Certains ont l'impression que de fréquenter un lieu culturel à Trois-Rivières signifie continuer à cultiver, entretenir et diffuser leur identité professionnelle. Selon eux, il est difficile de s'en défaire, même lors des temps de loisirs. Devant cette situation, nous comprenons que la préférence pour les activités qui se déroulent à l'extérieur de Trois-Rivières traduit, dans certains cas, un désir d'anonymat et d'évasion.

#### **7.4.1.3. La proximité de l'organisme culturel : des effets variés**

Nous comprenons donc que la proximité géographique avec le lieu culturel peut constituer une raison de ne pas fréquenter ce dernier. Si les dispositifs de la MCTR rapprochent physiquement de la culture les gens dont l'activité professionnelle se déroule au centre-ville, cette proximité présente le potentiel d'entraîner un blocage symbolique. De façon générale, des personnes rencontrées ont affirmé ne pas désirer prendre part à des activités culturelles se déroulant à Trois-Rivières parce qu'elles ne leur permettent pas de décrocher de leur vie quotidienne et professionnelle.

Les explications fournies par les participants concernant cette raison de ne pas fréquenter la MCTR jettent un éclairage différent sur les retombées des démarches de démocratisation culturelle de la ville de Trois-Rivières, puisqu'elles atténuent les bénéfices de la proximité géographique des institutions culturelles (MCCQ, 1992; Ville de Trois-Rivières, 2010). Si, tel que le soutiennent Degain et Benharkate, les bénéfices généraux de la participation à une activité culturelle sont « de se familiariser avec un lieu et de rompre avec son quotidien » (2009, p. 22), la présence d'une institution dans la ville où l'on mène ses activités quotidiennes apparaît conflictuelle. Du point de vue des personnes rencontrées, les activités de la MCTR peuvent difficilement offrir une coupure avec le quotidien, puisqu'elle en fait partie.

#### **7.4.2. La MCTR se concilie difficilement avec la notion de plaisir**

La deuxième raison qui expliquerait pourquoi certains des individus rencontrés ne fréquentent pas les trois dispositifs de la MCTR concerne les perceptions entretenues envers leur programmation. Les individus rencontrés éprouvent de la difficulté à percevoir la manière dont les offres culturelles proposées peuvent apporter une expérience générant du « plaisir », ce terme désignant ici « le sentiment de contentement qu'une personne éprouve lorsqu'elle constate de façon consciente que les attentes établies par le système biologique ou par un conditionnement social ont été atteintes » (Csikszentmihalyi, 1990, p. 45; nous traduisons<sup>56</sup>). Un tel sentiment est appelé à se manifester si les participants entretiennent des attentes envers ce qui constitue une pratique culturelle satisfaisante. Or, lorsqu'ils comparent leur perception des offres de la MCTR à ces attentes, ils concluent que les activités de l'organisme ne sauraient le leur procurer. C'est donc en raison de cette recherche de plaisir que certains ne jugent pas intéressant de fréquenter la MCTR.

##### **7.4.2.1. Le plaisir n'est-il qu'une affaire de culture populaire?**

Si certains participants ignoraient ce qui constitue la programmation de la MCTR, ils sont néanmoins certains d'une chose : elle ne cadre pas avec les désirs qu'ils souhaitent combler. Leur perception de la MCTR entre donc en conflit avec ce qu'ils s'imaginent rechercher. Par exemple, certains ont expliqué être à la recherche d'activités culturelles populaires : « Moi, je suis plus du type cinéma que spectacle. Le théâtre, je ne suis vraiment pas une admiratrice de ça. Mais je suis déjà allée voir des spectacles humoristiques à la salle J.-Antonio Thompson. C'était des artistes plus connus » (Linda). Cette explication n'est pas sans rappeler qu'il faut « comprendre d'abord la

---

<sup>56</sup> « Pleasure is a feeling of contentment that one achieves whenever information in consciousness says that expectations set by biological or by social conditioning have been met. »

production du goût pour comprendre comment le loisir et la culture s'inscrivent dans les processus de consommation » (Teboul, 2004, p. 58). À ce titre, il semble que le goût de certains participants se soit développé et affermi au contact des productions populaires issues des industries culturelles. Cela aura par exemple pour conséquences qu'ils n'assisteront pas aux projections cinématographiques programmées à la salle Anaïs-Allard-Rousseau, leur préférant les superproductions dont tout le monde parle, projetées au multiplexe; ils ne visiteront pas la salle Louis-Philippe-Poisson lors du passage d'un artiste de la relève, alors qu'ils se déplaceront pour aller voir le spectacle des humoristes du moment, qui se produisent à guichet fermé à la salle J.-Antonio-Thompson; ils ne se rendront pas au Centre d'exposition Raymond-Lasnier, mais visiteront les expositions vedettes des grands musées.

Allant plus loin, une participante à nos entretiens donnera la signification suivante aux propositions culturelles susceptibles de l'intéresser : « La MCTR, je ne sens pas que j'ai besoin d'y aller. Ce ne sont pas des incontournables » (Marie-Hélène). Alors que les trois dispositifs de la MCTR se donnent pour mandat la découverte d'une offre nouvelle et originale, cette visée ne semble pas s'inscrire parmi les caractéristiques d'une proposition « incontournable ». Cette considération serait plutôt liée à l'envergure : une telle proposition résulte de la consécration sociale – d'une œuvre, d'un artiste – plutôt qu'à la valeur intrinsèque; en ce sens, elle s'associe au système du vedettariat. Par exemple, les spectacles de la série « Hommage » présentés par le Cirque du Soleil à l'amphithéâtre Cogeco de Trois-Rivières ont souvent été nommés par les participants pour illustrer ce qui constitue un incontournable; dans ce cas, c'est la notoriété de l'artiste ou du groupe musical auquel est consacré le spectacle qui en consacre la valeur. La renommée, la popularité et l'exclusivité constituent ici les caractéristiques d'une proposition culturelle à ne pas manquer.

De façon générale, les individus rencontrés ont expliqué que, lorsqu'ils décident de fréquenter un organisme culturel, ce n'est pas le lieu qui les attire, ce sont les expositions ou les spectacles présentés. Ils se disent publics d'un artiste, d'un groupe ou d'une production et non pas de lieux. Les trois dispositifs de la MCTR, en eux-mêmes, auraient donc peu à voir avec la décision de les fréquenter. Toutefois, en examinant cette dimension, nous avons découvert qu'il existe plusieurs lieux culturels dont les individus rencontrés se considèrent des publics assidus. Certains affirment visiter les sites internet de différents lieux tous les mois pour se garder informés et d'autres prétendent être enclins à assister à un spectacle à propos duquel ils ne connaissent rien, sous prétexte qu'il est présenté dans un lieu qu'ils aiment pour son ambiance agréable et conviviale. Le Gambrinus (microbrasserie trifluvienne offrant une programmation de spectacles intimistes) et L'Grenier (salle de spectacle du site historique Magasin Général Lebrun, situé à Louiseville) sont des lieux qui ont été nommés plusieurs fois lors des entretiens. Ainsi, il serait faux d'affirmer que le lieu ne joue aucun rôle dans sa fréquentation, puisque plusieurs salles semblent évoquer une forme de fidélité chez les interviewés.

À notre avis, il est plus juste d'affirmer que les participants sont susceptibles d'être publics de lieux culturels, mais que la MCTR n'offre pas une image suffisamment accueillante, populaire et conviviale pour que ceux-ci veuillent en être publics :

Les salles de la Maison de la culture, elles vont sûrement rejoindre les amateurs de théâtre. Tu sais, les amateurs de théâtre, c'est comme une clique. C'est tous du monde qui se connaissent et ça tourne là-dedans. Mais embarquer du monde dans ce cercle, dans cette clique, ce n'est vraiment pas facile (Sonia).

Associer les dispositifs de la MCTR à des lieux clos se destinant à des initiés, c'est en quelque sorte évoquer des perceptions similaires à celles qu'avaient relevées Jacobi et Luckerhoff lorsqu'ils avaient interrogé des non-visiteurs du Musée des beaux-arts de Montréal : « [L]es non-visiteurs ont l'impression que les musées d'art conçoivent et organisent des expositions qui ne sont pas pour

eux. Ainsi, ils parlent de “déstéréotyper” le musée d’art afin de le rendre accessible » (2009b, p. 109). De la même façon, des individus rencontrés lors de la présente étude ont associé la MCTR à un public type dont ils ne font pas partie.

En outre, leurs propos permettent de mettre au jour la perception d’une tension entre deux systèmes de valorisation culturelle. Les personnes rencontrées décrivent leurs critères de goût d’une façon similaire à ce que Gans (2008) associe à ceux de la classe moyenne inférieure, tandis qu’ils décrivent les publics de la MCTR comme des individus adoptant les critères de la classe moyenne supérieure. Toujours selon Gans, les individus faisant partie de la classe moyenne inférieure valoriseront davantage les productions culturelles populaires et de masse, tandis que ceux faisant partie de la classe moyenne supérieure afficheront des préférences pour la culture savante. L’appartenance à un système de valorisation plutôt qu’à un autre viendrait, dans le cas qui nous intéresse, expliquer ce pour quoi certains ne jugent pas pertinent de fréquenter la MCTR : ils se disent à la recherche d’activités populaires offrant une ambiance détendue qui contraste avec la perception des publics de la MCTR qui se composeraient, à leurs yeux, d’individus instruits faisant partie d’un groupe sélect cherchant à s’instruire davantage.

#### **7.4.2.2. L’image de la MCTR : terne et austère**

Lors de nos entretiens de recherche, certains individus ont expliqué que les activités organisées par la MCTR sont teintées par l’image de l’organisme, qui leur apparaît traditionnelle, ancienne et sans éclat. Nos analyses nous permettent de comprendre que cette dynamique provient, entre autres, d’une perception négative du logo : « Est-ce que je me trompe si je dis que le logo de la Maison de la culture est une chaise [voir fig. 3]? Bien on dirait que la chaise a 100 ans! Ça fait histoire de grand-mère, ça ne fait pas très culture » (Benoit).



Figure 3. Logo de la MCTR au moment de l'étude

Il en va de même du nom de l'organisme : « Le nom donne une tendance “mononcle”, alors ce n'est pas quelque chose qui m'intéresse quand je pense à me divertir. Il faudrait avoir quelque chose de plus accrocheur, car Maison de la culture, c'est comme l'hôpital Sainte-Marie<sup>57</sup>, j'ai autant tendance à y aller » (Carole).

Dans ses recherches concernant l'impact de l'image corporative sur l'attitude envers la marque selon le niveau d'implication du consommateur, Meunier explique qu'une image corporative « orienté[e] vers l'aptitude de l'entreprise » (1999, p. 5), c'est-à-dire qui informe sur ce qu'elle offre, engendre une implication cognitive plus grande chez les individus, ce qui influence positivement leur attitude envers la marque et leur choix de la consommer. L'image corporative de la MCTR étant perçue comme peu informative en ce qui a trait à sa programmation, l'implication cognitive des individus se trouve alors réduite par une heuristique renvoyant à une dimension dépassée, ce qui inciterait à la non-fréquentation.

---

<sup>57</sup> L'hôpital Sainte-Marie est aussi connu sous le nom Centre hospitalier régional de Trois-Rivières.

Nous comprenons également que ces commentaires portant sur l'image de la MCTR traduisent une conception binaire du plaisir : une proposition culturelle est soit joyeuse ou sérieuse, rien ne semble pouvoir tenir des deux. Les individus rencontrés sont à la recherche d'organismes culturels dont émane une aura de divertissement. Leurs commentaires affichent un désir d'être environnés par un discours publicitaire orienté vers le plaisir, au détriment d'autres types d'expérience (réflexion, apprentissage, introspection, etc.). L'image et le nom de la MCTR, associés à des idées telles l'ancienneté, l'immobilité ou la passivité, ne cadrent pas avec la recherche de divertissements heureux et légers.

### **Conclusion. La fréquentation de la MCTR, un loisir culturel?**

Par son emplacement dans la ville et l'imaginaire qu'elle évoque, la MCTR n'arrive pas à s'inscrire dans l'univers de ce que nos participants considèrent comme des loisirs culturels, c'est-à-dire des temps sociaux employés à la fréquentation d'équipements culturels – musées, bibliothèques, centres d'interprétation, salles de spectacle ou cinémas (Pronovost, 2005) – et formant une partie de la portion du temps libre attribuée aux loisirs de façon large (Bonneau, 2009 ; Bouillin-Dartevelle *et al.*, 1991).

L'analyse des propos tenus par les individus rencontrés lors de cette recherche nous porte à croire que certaines caractéristiques associées à la MCTR entrent en contradiction avec les traits distinctifs que les participants associent à une activité de loisir. Dès le début des années soixante-dix, Dumazedier formulait une définition de l'activité de loisir qui nous apparaît toujours pertinente pour comprendre les raisons de ne pas fréquenter la MCTR; selon lui, elle doit : permettre d'exercer une liberté de pratique et ne pas être mandatée par une structure sociale telle que l'école ou le travail; ne pas être fondamentalement soumise à une fin utilitaire; avoir pour effet une forme de plaisir et de satisfaction; pallier des besoins qui ne sont pas comblés par les obligations primaires



de la société (Dumazedier, 1974). Or, il nous semble que les participants n'attribuent pas ces caractéristiques aux propositions des salles Anaïs-Allard-Rousseau et Louis-Philippe-Poisson ainsi qu'à celles du Centre d'exposition Raymond-Lasnier. De fait, ils les associent plutôt au milieu de travail et à des activités de socialisation professionnelle, en plus de les inscrire dans une démarche de développement de compétences en ce qui a trait à l'appréciation des arts. L'image qu'ils se font de l'organisme qui chapeaute ces dispositifs est terne, dépassée et peu susceptible de présenter un contenu culturel plaisant. Se dégage ainsi de leur appréciation une ambiance froide et élitiste. Enfin, l'emplacement géographique de la MCTR ne permettrait pas de satisfaire un besoin de rompre avec le quotidien.

Les participants désirent occuper leur temps libre par des loisirs satisfaisants; pour eux, « le loisir apparaît directement comme la compensation des exigences de la société. Il doit permettre de se libérer de l'ennui, de la fatigue due à l'institution et aux stéréotypes de l'organisation du travail et de la vie familiale, il conduit à un dépassement de soi » (Teboul, 2004, p. 45). Ce désir est d'autant plus fort que plusieurs individus rencontrés estiment vivre dans des contextes professionnels et familiaux qui leur laissent peu de temps libre, où le temps est compté. Hélas! Faute d'estimer que la fréquentation des trois dispositifs de la MCTR cadre avec l'image qu'ils ont d'un loisir qui vaut la peine d'être ajouté à un emploi du temps serré, elle n'est pas envisagée.

Cela dit, il importe de demeurer critique face aux résultats de notre démarche. Si, à notre avis, une révision des stratégies de communication de la MCTR, notamment en ce qui concerne la médiation externe des activités culturelles, ainsi que l'image globale de l'organisme, pourrait se montrer efficace pour rejoindre certains individus rencontrés, il nous apparaît impossible de les attirer tous. Pour ce faire, il faudrait davantage que des modifications communicationnelles. En fait, certains fréquenteraient les dispositifs de la MCTR seulement si ceux-ci présentaient des offres culturelles fondamentalement différentes de celles qu'elle cherche à promouvoir. En outre,

l'organisme ne peut pas contrer la préférence de ses non-publics pour les offres culturelles présentées dans les grands centres, dans la mesure où sa mission est de faciliter l'accès à la culture en présentant des propositions à même le milieu de vie des Trifluviens.

Ainsi, parallèlement aux démarches visant à mieux comprendre comment élargir constamment les publics, il importe de s'interroger sur la dénaturation du mandat des lieux culturels. À quel point un organisme doit-il infléchir ses pratiques au nom de la démocratisation culturelle? Qui plus est, comment les organismes définissent-ils la démocratisation culturelle? Nous sommes d'avis qu'une réflexion touchant la non-fréquentation doit s'effectuer en maintenant une double préoccupation : envers ceux qui ne viennent pas, mais que l'on désire rejoindre, et envers la nature de l'organisme culturel lui-même.

## Chapitre VIII : Résultats. Les raisons des non-publics de Ciné-Campus Trois-Rivières<sup>58</sup>

---

### Introduction

Lors de ce projet de recherche, nous avons examiné les raisons mentionnées par un ensemble de personnes pour ne pas fréquenter Ciné-Campus Trois-Rivières (CCTR), un ciné-club établi depuis 1968. Membre de l'Association des cinémas parallèles du Québec, il a pour mission de « favoriser la projection d'œuvres cinématographiques de valeur [et de] créer l'ambiance la plus favorable au visionnement » (CCTR, s. d.). Les films de la programmation régulière sont projetés à la salle Léo-Cloutier du Séminaire Saint-Joseph, une école secondaire privée située au centre-ville de Trois-Rivières. CCTR fonctionne majoritairement sur la base de l'abonnement. La carte de membre, renouvelable annuellement, donne accès aux trente-trois films présentés dans la programmation régulière, et ce, lors des six représentations hebdomadaires. Afin de maintenir un contexte d'écoute de qualité, certaines règles prévalent : il est interdit de parler, de boire et de manger lors des projections; l'accès à la salle est interdit aux retardataires après les dix premières minutes de projection et les spectateurs doivent obligatoirement attendre la fin du générique avant de quitter leurs sièges.

En ce qui a trait à la programmation, les œuvres projetées à CCTR sont variées et comprennent, par exemple, des documentaires, des films acclamés par la critique ou des films internationaux. La programmation 2018-2019 présente notamment le documentaire canadien

---

<sup>58</sup> Ce chapitre, coécrit avec Michaël Bourgatte (Faculté d'éducation, Institut catholique de Paris), paraîtra sous le titre « Les non-publics du Ciné-Campus Trois-Rivières : Pourquoi ne fréquentent-ils pas ce lieu? », dans J. Luckerhoff et M.-C. Lapointe (dir.), *Les non-publics d'organismes culturels en Mauricie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

*Anthropocène : l'époque humaine* (Jennifer Baichwal, Edward Burtinsky et Nicholas de Pencier, 2018), le drame sentimental italo-français *Appelle-moi par ton nom* (Luca Guadagnino, 2017) et la comédie dramatique américaine *Lady Bird* (Greta Gerwig, 2017). Depuis 2002, en plus de la programmation régulière, CCTR présente également une sélection de films sous l'appellation « Ciné 5D », soit des films qualifiés de « Débridés, Délinquants, Dérangeants, Différents, Difficiles » (CCTR, s. d.). En 2018-2019, le drame historique russe *Salyut 7* (Klim Shipenko, 2017) et le drame franco-belge *Un beau soleil intérieur* (Claire Denis, 2017) font partie de la sélection 5D.

Les statistiques de fréquentation annuelle de CCTR indiquent en moyenne 30 000 entrées. Devant les caractéristiques sociodémographiques des publics qui constituent cette fréquentation, les responsables de CCTR s'interrogent. Si l'organisme créé par l'abbé Léo Cloutier devait « permettre aux étudiants l'accès au plus grand nombre possible de films, et ce, à un prix exceptionnellement bas (50 films pour 5\$ en 1968) » (*id.*), le profil des publics du lieu a bien changé depuis les cinquante dernières années. Leur moyenne d'âge, jadis située dans la vingtaine, se trouve maintenant située dans la cinquantaine. Pourquoi certaines catégories de publics, notamment les plus jeunes, qui fréquentaient l'organisme à ses débuts sont-elles moins portées à le faire aujourd'hui? Loin de vouloir délaisser son public actuel, les responsables de l'organisation désirent néanmoins faire en sorte que tous se sentent les bienvenus dans leur salle. C'est d'ailleurs dans l'objectif de démocratiser davantage le visionnement des films présentés à CCTR qu'ils souhaitent prendre la pleine mesure des freins susceptibles de décourager des individus de fréquenter leur salle.

### 8.1. Les salles de cinéma québécoises et leur fréquentation

Les études qui s’y intéressent distinguent communément les salles de cinéma commerciales et les salles spécialisées (Pronovost, 2002; Bourgatte, 2012). À la différence de la France, où les salles spécialisées se voient accoler le label « art et essai<sup>59</sup> », une telle catégorisation ne s’applique pas au Québec. La présence de l’Association des propriétaires de cinémas du Québec (APCQ) et de l’Association des cinémas parallèles du Québec (ACPQ) repose tout de même sur une distinction similaire.

« [R]egroup[ant] tous les circuits et l’immense majorité des exploitants indépendants de propriété québécoise ainsi que Cinéplex, ce qui représente 93% des propriétaires de cinémas du Québec, lesquels génèrent 98% des recettes au guichet » (OCCQ, 2014, p. 54), l’APCQ s’inscrit dans le « secteur du divertissement » (APCQ, 2016, p. 4), se définit par la présentation de films se destinant à de larges auditoires et exprime des préoccupations au sujet de la prospérité économique des propriétaires de cinéma (Venne, 2011). L’ACPQ, qui regroupe quant à elle des organismes sans but lucratif qui se « consacrent à la diffusion du cinéma d’auteur ainsi qu’à l’éducation cinématographique dans toutes les régions du Québec » (OCCQ, 2014, p. 54), rallie « les organisations du cinéma non commercial du Québec dans le but de promouvoir auprès des Québécois la culture cinématographique et de développer une activité de loisir cinématographique diversifiée et de qualité » (ACPQ, 2014).

Si les deux associations représentent des établissements de niche, leur coexistence n’est pas sans friction. Face aux aides gouvernementales destinées à soutenir le cinéma indépendant, l’APCQ soutient notamment qu’il est inacceptable d’allouer des fonds publics à des institutions culturelles

---

<sup>59</sup> L’Association française des cinémas art et essai bénéficie d’une reconnaissance légale en France. La programmation des salles qui en font partie est déterminée d’une façon formelle et les recommandations « art et essai » sont émises par suite du vote d’un collège de 100 membres.

qui non seulement sont fréquentées par une faible fraction de la population, mais qui opèrent sur les mêmes territoires que des salles membres de son réseau, cette situation soulevant l'habituelle question de la légitimité de la culture populaire (Levine, 2010; Lynes, 1976), traditionnellement élaborée pour attirer les masses en reposant sur des critères esthétiques accessibles à tous et en « mettant l'accent sur un contenu signifiant pour le plus grand auditoire possible » (Gans, 2008, p. 32; nous traduisons). En contrepartie, la haute culture est généralement considérée comme « non commerciale, génératrice d'œuvres hétérogènes et non standardisées, et encourageant un processus de création permettant à chaque artiste d'actualiser ses propres objectifs davantage que les attentes des spectateurs » (*ibid.*, p. 30; nous traduisons).

La question du rôle de l'État québécois se pose donc, à savoir s'il devrait valoriser des organisations visant à présenter des films rejoignant le goût du plus grand nombre ou, plutôt, chercher à rendre plus accessibles les propositions de niche. Toutefois, dans un cas comme dans l'autre, la question de la fréquentation demeure centrale.

Des études portant sur la fréquentation des salles de cinéma commerciales sont menées chaque année par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (Fortier, 2015; 2016; 2017; 2018). Les statistiques sur lesquelles elles reposent révèlent que, entre 2013 et 2017, ces salles ont attiré en moyenne vingt-millions de spectateurs annuellement; les publics sont attirés à 77,4% par des films américains et à 13,3% par des films québécois. La connaissance concernant la fréquentation des salles de cinéma parallèles est plus éparse, ce qui s'explique sans doute par le faible nombre de salles affiliées à l'ACPQ, qui n'occupent que 0,32% du marché de la fréquentation (Poirier, 2012).

Les travaux de Pronovost (2002) sur les publics québécois du cinéma constituent l'une des rares références permettant de discuter, même partiellement, de la fréquentation des cinémas à l'aune de la dualité entre salles commerciales et spécialisées. Selon les statistiques employées par

le chercheur, 8% des Québécois sont considérés « cinéphiles de salles spécialisées », c'est-à-dire « consommateur[s] très sélectif[s], porté[s] vers les films récents ou de répertoire » (p. 230), ce statut s'acquérant par la fréquentation de festivals, notamment ceux membres de l'ACPQ. Cela étant, tel que Pronovost le mentionne lui-même, son étude statistique, en ne portant pas directement sur ce statut, ne peut fidèlement représenter le phénomène de la fréquentation des salles de cinéma parallèles. De plus, elle laisse dans l'ombre plusieurs dimensions des pratiques de fréquentation des salles de cinéma, soit « le contexte de la pratique, les aspects de sociabilité, les motivations et les significations » (p. 8).

En France, une variété d'études permet de disposer d'une meilleure compréhension de la fréquentation de salles de cinéma, tant dans le réseau commercial que dans le réseau art et essai. Ont été abordés, notamment, les types de pratiques (Bourgatte, 2009; Esquenazi, 2004), les diverses modalités de sociabilité en jeu autour du cinéma (Ethis, 2006; Froger et Tullio, 2012; Perraton, 2003) ou le(s) contexte(s) de réception (Esquenazi, 2002). En revanche, aucune recherche n'a été menée, ni en France ni au Québec, sur les non-publics du cinéma, cette catégorie regroupant les individus qui ne fréquentent pas les salles ou certaines salles. Pourtant, comme le soutiennent Jacobi et Luckerhoff (2009), si les publics doivent s'élargir, c'est inévitablement du côté des non-publics qu'il faut les rechercher.

## **8.2. À la recherche des raisons de ne pas fréquenter CCTR**

Le désir manifesté par les responsables de CCTR de comprendre pourquoi certaines personnes ne fréquentent pas leur salle est à l'origine de ce projet de recherche, qui s'inscrit dans le cadre d'un

partenariat entre l'UQTR<sup>60</sup> et Culture Mauricie<sup>61</sup>. De façon globale, cet effort conjoint vise à mieux cerner les raisons pour lesquelles des individus qui demeurent en Mauricie ne fréquentent pas certains organismes culturels de la région.

Deux méthodes sont généralement utilisées afin d'étudier les pratiques de fréquentation culturelle concernant particulièrement le cinéma. La méthode sémio-pragmatique permet de produire une analyse du « public construit par le film » (Odin, 2000, p. 51). Les études qui s'y fondent abordent la question en s'intéressant au contenu filmique et à la lecture qui peut en être faite. La méthode sociologique quant à elle implique d'interroger les acteurs sociaux sur leurs pratiques ou de les observer en contexte de pratique (Ethis, 2018). Notre démarche s'inscrit dans cette perspective en se proposant d'examiner les pratiques des non-publics de CCTR, soit des individus qui demeurent à Trois-Rivières et qui n'ont pas fréquenté ce lieu depuis au moins cinq ans.

Pour mener à bien notre processus de recherche, nous avons adopté une démarche inductive (Corbin et Strauss, 2015). Nous souhaitons ainsi caractériser la façon dont les individus s'expliquent eux-mêmes les raisons pour lesquelles ils ne visionnent pas les films présentés par la salle de cinéma trifluvienne. Entre novembre 2015 et novembre 2016, nous avons mené une série d'entretiens qualitatifs auprès de quarante-trois individus, échantillon qui correspond à trois critères méthodologiques : 1) habiter Trois-Rivières; être âgé de dix-huit ans ou plus; 2) ne pas avoir fréquenté CCTR depuis au moins cinq ans. Nous avons recueilli le discours de ces individus lors de cinq entretiens de groupe et trois entretiens individuels. Les groupes étaient constitués d'en

---

<sup>60</sup> La direction scientifique du projet est assurée par Jason Luckerhoff (professeur titulaire, Lettres et communication sociale, UQTR) et Marie-Claude Lapointe (professeure agrégée, Études en loisir, culture et tourisme, UQTR).

<sup>61</sup> L'entente partenariale a été coélaborée avec le directeur général de *Culture Mauricie*, Monsieur Éric Lord. Il s'agit d'un projet qui porte sur l'étude des pratiques culturelles dans la région de la Mauricie. CCTR est membre de Culture Mauricie.



moyenne huit personnes et chacune des rencontres, individuelles ou de groupe, a duré entre cinquante-cinq et quatre-vingt-cinq minutes. Afin d'augmenter la diversité des participants, ils ont été recrutés dans une grande variété de milieux. Ce terrain très hétérogène nous a permis de collecter des perspectives exprimées tant par des étudiants que des professionnels, des retraités, des amateurs de cinéma (certains étant eux-mêmes réalisateurs), des célibataires et des jeunes parents. Bref, ce recrutement avait pour objectif de maximiser les occasions d'aborder le plus grand nombre possible de dimensions inhérentes au phénomène étudié.

### **8.3. Six raisons de ne pas fréquenter CCTR**

L'analyse des propos tenus par les personnes que nous avons interrogées a permis de mettre au jour six raisons qui expliquent pourquoi elles ne fréquentent pas CCTR : 1) une perception de cette salle aux antipodes des représentations qu'ils ont d'une salle de cinéma; 2) une résistance manifeste à la logique de l'abonnement; 3) une conception de la pratique culturelle du cinéma passant essentiellement par une consommation domestique des films; 4) la dimension trop scolaire des propositions faites par CCTR; 5) une perception des publics de CCTR ne cadrant pas avec celle que les personnes rencontrées entretiennent d'elles-mêmes; 6) une communication de CCTR qui semble peu efficace. Précisons que ces raisons ne sont pas exclusives, en ce sens qu'un même individu aura pu en mentionner plusieurs.

#### **8.3.1. CCTR ne correspond pas à la représentation qu'on se fait d'une salle de cinéma**

Certaines des personnes rencontrées ne fréquentent pas (ou ne fréquentent plus) CCTR parce que le lieu ne correspond pas à la représentation qu'elles se font d'une salle de cinéma. La représentation archétypale de ce qu'est ou de ce que devrait être un cinéma est, pour eux, un établissement commercial de type multiplexe qui présente des nouveautés à succès dont tout le monde parle et qui permet de vivre, selon les mots de plusieurs individus interviewés, une

« expérience culturelle ». Telle que nous la comprenons, l'utilisation de ce concept par les participants rejoint la définition donnée par Bourgeon-Renault et Filser (2010) : elle affirmerait le désir accru des consommateurs culturels de vivre des stimulations, des sensations et d'être activement orientés visuellement ou verbalement.

Le cinéma est un endroit où l'on doit pouvoir visionner les films sur des écrans de très grandes tailles, où le son, explosif, est censé amplifier les émotions véhiculées par les films, où la « multiécranité » (Poirier, 2017) permet des visionnements à presque toute heure du jour et où les sièges offrent un confort optimal. On y voit des films qui visent le divertissement en mangeant du maïs soufflé; ces films sont riches en effets spéciaux et ont été réalisés à l'aide de technologies comme la stéréoscopie (3D). L'exemple qui a été le plus évoqué lors des entretiens afin d'illustrer cette définition est le visionnement des films de la franchise *Star Wars*. En effet, il s'agit du « genre de films que tu as besoin d'aller au cinéma pour [les] voir. Pour l'ambiance, pour le son. Pour les effets spéciaux, la musique » (François<sup>62</sup>).

En revanche, lorsqu'il est question de CCTR, les personnes rencontrées déclarent tout simplement ne pas le considérer comme un cinéma; pour cette raison, sa fréquentation se voit tout simplement évacuée. Leur perception de CCTR est celle d'un établissement régi par des règles strictes, où l'on doit maintenir un haut niveau de concentration et où les films diffusés poussent à de profondes réflexions, susceptibles de bouleversent ou transforment le spectateur. Par ailleurs, l'effort que requiert la réception des films programmés par CCTR constitue, pour plusieurs participants, une raison de l'éviter : « Moi, je veux me divertir. Je veux pouvoir me détendre » (Michèle).

---

<sup>62</sup> Des noms fictifs sont donnés aux participants tout au long du texte afin de préserver leur anonymat.

Toutefois – et c’est une distinction importante –, d’autres participants affirment être intéressés par les propositions de CCTR. Ils les valorisent en les identifiant comme des œuvres réalisées par « des gens qui essaient de transmettre une partie d’eux. De transmettre une réflexion, une opinion. Moi, ma consommation de films de répertoire, c’est ça. Dans ma tête, un film de répertoire, ça essaie de transmettre un engagement » (Sophie). Cela dit, cette appréciation positive des films présentés n’implique pas que le visionnement de tels films s’inscrive dans une dynamique de sortie au cinéma. De fait, cette activité peut se dérouler dans l’espace domestique, soit un milieu où les participants sont confortables, à l’aise pour exprimer leurs émotions, et où ils ont la possibilité d’interrompre et de reprendre le visionnement s’ils le désirent.

### **8.3.2. L’abonnement : une obligation qui contraste avec le désir de spontanéité**

Il n’est pas nécessaire de prendre un abonnement annuel pour fréquenter CCTR; en effet, il est possible de payer déboursé le tarif invité, soit 12\$ CAD pour deux représentations. Toutefois, les propos des personnes interviewées nous permettent de comprendre que, généralement, elles ne sont pas au courant de cette possibilité et que, pour elles, l’abonnement structure l’identité de CCTR, un principe qui va à l’encontre du caractère spontanéité de la sortie au cinéma, spécialement pour les personnes qui n’aiment pas organiser leurs sorties ou subir des contraintes et qui, en outre, apprécient le fait que leur emploi du temps leur permet d’aller visionner un film et la flexibilité des horaires offerts par les salles de cinéma à visée commerciale. Pour l’un des participants rencontrés, « Ciné-Campus, ça ne laisse pas place à la spontanéité. On ne peut pas se dire, par exemple, qu’en sortant de cette rencontre [c.-à-d. de l’entretien de groupe auquel la personne interrogée participe], on va y aller pour voir un film » (Ben).

Ceux qui pensent que l’abonnement est la seule façon de fréquenter CCTR affirment également qu’il s’agit d’une source de pression financière. À titre d’exemple, une participante

mentionne : « 50\$ pour un an, ce n'est pas cher. Mais si tu vas seulement voir deux films, ça revient très cher du film! » (Jade). Pour rentabiliser son investissement, il faut s'organiser, planifier ses sorties et fréquenter régulièrement CCTR. Le commentaire de Lucie illustre bien la situation :

Moi, je n'ai jamais été abonnée, mais même quand j'étais étudiante au Cégep, ça existait Ciné-Campus. Mais moi, je n'aime pas me sentir attachée avec une obligation. Avec la famille, nous avons beaucoup d'activités, des cours et tout ça. Alors, de sentir que je me suis acheté une carte et que je dois la rentabiliser... (Lucie).

Bien que l'objectif de la formule d'abonnement soit de favoriser la fréquentation à moindre coût, certains individus rencontrés perçoivent qu'il s'agit de la seule manière d'accéder au lieu, ce qui, chez certains, éveille le sentiment d'être contraint. Cela cadre peu avec leurs attentes face aux pratiques usuelles de fréquentation des salles de cinéma au Québec<sup>63</sup>, sans compter que l'idée de ne pas être en mesure de rentabiliser sa carte de membre en pratiquant régulièrement CCTR incite à en associer la fréquentation à un coût élevé.

### **8.3.3. Nul besoin de se rendre à CCTR pour visionner les films qu'on diffuse dans ce lieu**

Certaines personnes interrogées ont affirmé ressentir de moins en moins le besoin de sortir pour visionner des films. Par exemple, plusieurs se contentent des soirées-cinéma que proposent les chaînes généralistes, telles que Radio-Canada, TVA ou VTélé. Elles choisiront également de visionner des films en ligne, dans des plateformes de lecture en continu, telles que Netflix ou Crave, ou dans des sites donnant accès à des films piratés. D'autres vont occasionnellement louer des films depuis le convertisseur numérique associé à leur abonnement auprès d'un fournisseur (Bell,

---

<sup>63</sup> Mentionnons ici que si le principe de l'abonnement est communément utilisé par des salles commerciales françaises – pensons à la Ciné-Pass ou la carte UGC, qui donnent des accès illimités aux représentations de salles de cinéma participantes pour environ 20€ par mois –, au Québec, le principe de l'abonnement ne touche pas les salles commerciales.

Vidéotron, Cogeco, etc.) ou dans un club vidéo. Enfin, quelques-uns sont abonnés à des chaînes télévisuelles payantes, telles que Super Écran, Movie Time ou Ciné Pop.

Devant cette multitude d'options, certains participants ont l'impression d'avoir accès à une offre cinématographique considérable depuis leur lieu de résidence; dans ce contexte, la sortie au cinéma devient une option exigeante, ce qui explique pourquoi ils ne se rendent pas au CCTR :

Moi, je regarde la programmation de Ciné-Campus. Mais si tu es un abonné de Super Écran<sup>64</sup>, tu n'as plus nécessairement besoin d'aller à Ciné-Campus. Il y a beaucoup de films qu'on va voir à Ciné-Campus durant l'année qui sont sur la programmation à Super Écran. Donc, quand tu aimes les films, mais qu'il fait moins trente degrés Celsius dehors, et que tu as un feu de foyer, et bien peut-être que tu vas écouter ton film sur ton écran de cinquante pouces ce soir-là (Georges).

Les différentes options d'accès aux œuvres cinématographiques offertes par la télévision et Internet éloignent des participants de CCTR. Si l'on se limite à notre dernier interlocuteur, ce n'est pas la méconnaissance de l'offre culturelle ni sa qualité qui expliquent sa non-fréquentation de ce cinéma. Au contraire, comme plusieurs autres, il affirme avoir un intérêt pour les films présentés à CCTR, mais il fait le choix de les visionner dans l'espace privé. Bref, pour certains, la sortie culturelle qu'implique CCTR n'apparaît plus nécessaire dès lors qu'on peut avoir accès à la même offre de films depuis son salon.

À cette concurrence des autres médias s'ajoute celle du Tapis Rouge, un cinéma indépendant situé au centre-ville de Trois-Rivières qui se donne pour vocation de « présenter le meilleur du cinéma international et d'accorder une place privilégiée au cinéma québécois » (Cinéma Le Tapis Rouge, s. d.). Bien qu'il ne soit pas membre de l'Association des cinémas parallèles du Québec, mais plusieurs individus rencontrés le considèrent comme un concurrent direct de CCTR. À ce

---

<sup>64</sup> Super Écran est une chaîne de télévision payante formée de quatre canaux et qui diffuse, sans pauses publicitaires et à toute heure du jour et de la nuit, des films récemment sortis des salles de cinéma ainsi que des séries télévisuelles exclusives ou provenant d'autres chaînes payantes, principalement HBO et Showtime.

titre, certains ont expliqué ne pas se rendre à CCTR puisqu'ils fréquentent déjà Le Tapis Rouge; c'est par exemple le cas d'un participant se disant fervent amateur de films de répertoire : « Des films comme ça, il y en a aussi au Tapis Rouge. Au Tapis Rouge, il y a trois super belles salles qui passent du cinéma en langue étrangère sous-titré et du cinéma québécois. Mais c'est du cinéma québécois qui ne sort pas dans les salles conventionnelles. Par exemple, cette semaine, je suis allé voir *Le Garagiste* » (Yann). Ce n'est donc pas un manque de connaissance du lieu qui explique que certains ne se rendent pas à CCTR, mais plutôt l'existence d'une offre alternative, jugée plus accessible et attractive.

#### **8.3.4. CCTR, ça ressemble trop à l'école**

Des propos recueillis nous permettent de comprendre que l'image de CCTR est imprégnée d'une dimension scolaire, associée à l'éducation et à l'apprentissage, perception qui nuit à sa fréquentation. Certains participants ont par exemple soulevé l'emplacement de la salle dans une école secondaire et que sa dénomination même, qui contient le mot « campus », renvoie au contexte scolaire. D'autres ont mentionné que le visionnement de films à CCTR implique de suivre des règles strictes, s'apparentant à celles qu'on s'attendrait à suivre dans une salle de classe : que l'on parle de garder le silence durant la représentation, de ne pas consommer de nourriture ou de demeurer assis jusqu'à la fin du générique, elles incitent les personnes interrogées à affirmer, par exemple, que « Ciné-Campus, ça [...] évoque ça. Carrément! C'est une école » (Ben).

Toutefois, cette parenté à l'institution scolaire n'apporte pas que des impressions négatives; en effet, certains ont associé CCTR à un projet d'éducation non formelle. Ainsi, l'établissement est perçu par eux comme une instance offrant « la possibilité à tout un chacun d'apprendre des nouveaux savoirs et de se cultiver sans l'école et hors l'école » (Jacobi, 2018, p. xv). De fait, certaines ont fréquenté ce lieu durant leur adolescence, par exemple dans le cadre de sorties

familiales. À ce propos, le commentaire de Sophie illustre l'idée voulant que les parents fréquentent CCTR avec leurs enfants pour leur inculquer un goût pour un cinéma moins commercial :

Quand j'y allais avec ma mère, ce n'était pas par choix personnel. C'était parce que j'étais jeune et que j'allais au cinéma avec ma mère. Ma mère est mère monoparentale et je suis enfant unique. Alors, quand elle décidait d'y aller, je n'avais pas le choix d'y aller aussi. Et ma mère, c'est quelqu'un qui a toujours accordé une importance à la culture, aux sorties culturelles (Sophie).

Il y a donc une perception bien ancrée chez les personnes interrogées selon laquelle la programmation de CCTR reflète une finalité avant tout éducative. Alors que des personnes déclarent éviter ce genre de programmation, elle nourrit l'intérêt d'autres participants, qui s'y frottent néanmoins avec parcimonie ou de manière cyclique. Prenons l'exemple de Marion, qui déclare un goût pour le cinéma de répertoire, mais qui affirme en même temps que, durant les trimestres d'étude à l'université, elle évite les activités demandant un effort intellectuel supplémentaire. Elle est toutefois plus ouverte à ce type de pratiques en été, une période malheureusement incompatible avec la possibilité de fréquenter CCTR, fermé durant la saison estivale :

Je réfléchis beaucoup avec l'école. Je suis toujours très stimulée intellectuellement. Donc, quand j'arrive pour écouter un film, j'ai simplement envie de ne pas réfléchir et de ne pas aller chercher trop loin. Alors le cinéma répertoire, c'est sans doute une raison pour laquelle je le mets présentement de côté (Marion).

Cette recherche d'équilibre perçue comme incompatible avec la fréquentation de CCTR n'est pas uniquement le fait des étudiants : différents modes de vie difficiles à conjuguer avec la pratique de CCTR ont été décrits lors des entretiens. À titre d'exemple, des individus en début ou en réorientation de carrière professionnelle ont eux aussi affirmé que leur besoin de découverte et de stimulation est déjà comblé et que, pour cette raison, ils ne ressentent l'envie de fréquenter ce lieu.

### **8.3.5. CCTR : un cinéma fait pour les autres**

Certains individus rencontrés croient nécessaire de s'identifier aux publics d'un lieu culturel pour vouloir le fréquenter. Or, la perception que CCTR alimente en eux ne cadre pas avec celle qu'ils se font d'eux-mêmes. Une participante se décrivant comme très occupée par ses fonctions professionnelles affirme ainsi que « Ciné-Campus, c'est une activité pour les personnes à la retraite, pour les personnes qui ont beaucoup de temps » (Isabelle). Elle considère que les publics du lieu sont forcément des gens pour qui le travail n'est pas une contrainte et qui disposent de plus de temps pour aller au cinéma.

D'autres participants perçoivent les publics de CCTR comme des personnes disposant de compétences culturelles et cinématographiques supérieures. Certains commentaires permettent de comprendre que, dans l'esprit de ceux qui les énoncent, les publics de CCTR sont de grands connaisseurs et leur côtoiement peut être intimidant si l'on est soi-même néophyte. Un participant, qui affirme connaître l'existence de CCTR depuis sa création en 1968, déclare : « On y projette des films qui s'adressent aux gens qui connaissent beaucoup les films. Donc pour des gens comme nous, qui ne connaissent pas tellement ça, ce n'est pas intéressant » (Christian). Ainsi, le fait de ne pas se considérer soi-même comme un initié renforce le choix de ne pas fréquenter CCTR.

### **8.3.6. Avant de fréquenter ce lieu, il faut en avoir entendu parler**

La sixième et dernière raison pour ne pas fréquenter CCTR se rattache à la perception d'un problème de communication : d'une part, l'organisation ne diffuserait pas suffisamment d'information et, d'autre part, elle ne constituerait pas un sujet de discussion au sein des réseaux personnels des personnes interviewées, que l'on parle d'échanges de bouche-à-oreille avec des membres de la famille ou des amis ou de publications dans les médias sociaux par ceux-ci. Bien



que, au moment où nous avons réalisé notre étude, le CCTR en était à sa cinquante-et-unième saison, certains ont affirmé ne pas disposer d'une quantité suffisante d'information – voire de ne disposer d'aucune information – concernant cette la salle. Une personne ayant toujours vécu à Trois-Rivières explique ainsi : « J'oublie toujours le fait que ça existe. Peut-être parce que je ne vois pas assez de publicité. Je ne pense juste pas à y aller. Quand je me dis : “Ah je vais aller au cinéma”, je ne pense tout simplement pas à Ciné-Campus » (Jonathan).

La plupart des participants ont déclaré ne pas être exposés à des publicités sur la programmation de CCTR, en particulier dans les principaux médias régionaux. Plusieurs individus natifs de Trois-Rivières, parmi lesquels certains ont déjà fréquenté CCTR il y a plusieurs années, affirment ne pas avoir été exposés, dans les dernières années, à de la publicité à la radio ou à la télévision, par le biais d'affichages publics ou dans Internet. Cela dit, si la présence de publicité n'est généralement pas perçue par les individus rencontrés comme un incitatif complet à la pratique d'un lieu culturel, son absence motive systématiquement la faible considération d'une pratique.

Alors que certaines personnes se sont dites informées des activités de l'organisation, elles ont néanmoins souligné l'inefficacité de ses opérations de communication. Pour elle, le simple fait d'annoncer la diffusion de tel ou tel film ne saurait inciter un individu qui ne se considère pas connaisseur à juger s'il s'agit d'un film susceptible de l'intéresser. Une participante qui travaille au Séminaire Saint-Joseph, soit l'école secondaire hébergeant CCTR, affirme d'ailleurs que,

[p]arfois, on ne connaît pas à quoi se résument les films. Il y a beaucoup de films internationaux. Et juste une affiche qui montre que, par exemple, cette semaine à Ciné-Campus c'est tel film... Il est peut-être super bon. Mais juste une affiche ou un titre, ce n'est pas « parlant ». Ça manque d'information, de bonnes informations (Pénélope).

Pour nous, ce témoignage révèle qu'un manque de médiation autour des films peut nuire à l'ouverture envers CCTR et à son attractivité. En vue d'intéresser des individus entretenant une perception similaire, il serait indiqué que le lieu développe des techniques de médiation; la

diffusion de critiques accessibles et vulgarisées par les médias traditionnels (émissions radiophoniques et télévisuelles, journaux) et numériques (sites web, médias sociaux) représenterait un premier pas en ce sens.

À ces commentaires s'ajoutent des explications des participants quant à l'importance de la communication interpersonnelle dans leurs choix de pratiques culturelles. Plusieurs affirment ainsi que, si un membre de leur entourage leur recommande un film, ils se montreront tentés de s'y intéresser. Toutefois, pour ce qui est de la pratique de CCTR en particulier, ces mêmes participants tiennent des propos semblables à ceux de Marie-Hélène, qui affirme qu'il n'y a « personne de [son] entourage qui y est allé et qui a pu [lui] en parler, qui a pu [l']inviter ou [l']influencer à vouloir y aller ». Ce témoignage n'est pas sans rappeler le caractère socialisant de la sortie au cinéma, qui se réalise le plus souvent en famille, à la suite d'une invitation, dans le cadre d'une rencontre romantique, etc. Une participante explique ainsi que ses « pratiques culturelles, [elle] aime ça les faire à deux, pas toute seule, parce [qu'elle] aime beaucoup partager, [qu'elle] parle beaucoup ». « J'aime ça, [poursuit-elle], si je vois quelque chose, dire ce que j'en pense. J'aime discuter là-dessus » (Marie). Cette importance conférée au partage et à l'échange se voit d'ailleurs accentuée lorsqu'il s'agit d'aller voir des films moins populaires et qui impliquent une découverte, dynamique qui confirme la pertinence de prendre en considération la communication interpersonnelle pour mieux comprendre la fréquentation de CCTR.

### **Conclusion. Être non-public de CCTR : une pratique davantage liée au lieu qu'aux films**

Les propos tenus par les individus rencontrés dans le cadre de ce projet de recherche nous ont incités à porter une attention sur la relation qu'ils entretiennent avec CCTR, ses publics et les films qui y sont projetés. Nos analyses nous ont permis de construire une compréhension des raisons pour lesquelles des personnes vivant à Trois-Rivières ne fréquentent pas CCTR; elles permettent

en outre de discuter, de nuancer ou de mieux saisir la portée des travaux qui se sont penchés sur les pratiques culturelles et celle de la fréquentation des cinémas en particulier.

Tout d'abord, il nous semble important de préciser que la non-fréquentation du CCTR ne saurait simplement s'expliquer par des préférences distinctes pour la haute culture ou pour la culture populaire (Levine, 2010; Lynes, 1976); de fait, les pratiques des individus rencontrés sont généralement beaucoup plus complexes. Certes, plusieurs expliquent ne pas fréquenter cette salle parce qu'ils préfèrent les cinémas commerciaux présentant des films à succès. Tandis que d'autres expriment un goût prononcé pour la programmation de CCTR; elles préfèrent toutefois visionner des films qui pourraient s'y inscrire à domicile. Parmi les participants affirmant ne pas fréquenter CCTR, se trouvent des gens ayant suivi des formations en cinéma, ayant réalisé des courts-métrages et ayant visionné et apprécié plusieurs films d'abord présentés à CCTR. Le rapport entre la fréquentation et l'appréciation gagnent donc à être abordé avec prudence et doit faire l'objet d'une réflexion qui saura distinguer l'impact de chacune sur le visionnement de films comme pratique culturelle.

Nos résultats ayant trait au rôle de l'éducation dans la fréquentation des lieux culturels viennent également nuancer les travaux qui montrent que la relation à ces lieux est structurée par l'éducation scolaire et familiale, et que « les pratiques à l'âge adulte s'inscrivent dans la continuité de comportements plus anciens » (Tavan, 2003). Bien qu'initiales au CCTR par leurs parents, certaines personnes interrogées n'ont pas exprimé l'envie ni l'intention de prolonger cette pratique aujourd'hui, notamment en raison des horaires peu adaptés à leur rythme de vie, du principe contraignant de l'abonnement ou de la possibilité d'accéder aux mêmes films par le biais d'autres médias. La fréquentation de lieux culturels tels que CCTR n'est donc pas nécessairement la conséquence directe d'un phénomène de transmission; elle résulterait plutôt d'un processus de « transformation du capital culturel d'une génération à l'autre [...], mais aussi d'une mutation de

la socialisation : la socialisation n'y est plus considérée comme l'adoption des normes d'un groupe, mais comme le déploiement des moyens disponibles à l'individu pour se réaliser lui-même » (Octobre et Berthomier, 2011, p. 7).

Enfin, nos résultats signalent l'importance des imaginaires et des représentations en jeu dans la non-fréquentation culturelle et spécialement de CCTR. Un tel constat a d'ailleurs également été fait par Gottesdiener et Vilatte (2009) dans leur étude de fréquentation de musées. Ces auteurs ont remarqué qu'un individu placé devant le choix de fréquenter ou non un musée d'art aura tendance à comparer la perception qu'il a de lui-même et celle qu'il entretient à propos des publics du musée. En procédant de la sorte, il entamerait « une stratégie d'appariement entre images de soi possibles [...] et image prototypique ou représentative des personnes dans la situation considérée » (p. 60). Les propos d'individus ne fréquentant pas CCTR nous incitent à y déceler une stratégie très similaire; en effet, ceux-ci se décrivent comme jeunes, actifs et/ou peu connaisseurs en cinéma, face à un public ce CCTR perçu comme composé de retraités et de grands connaisseurs.

Au-delà de la communauté scientifique, les études qui permettent de mieux saisir les éléments freinant la relation d'individus à des lieux ou des objets culturels intéressent les professionnels de la culture, spécialement dans un contexte où « la pression pour conquérir de nouveaux publics, locaux et touristiques, devient encore plus forte » (Larouche, Luckerhoff et Labbé, 2017, p. 2). Les différentes dimensions inhérentes aux pratiques culturelles, telles que les motivations et les contraintes, gagnent à être connues et prises en comptes dans les stratégies de programmation et de communication des organismes culturels.

Dans le cas de CCTR, nos analyses nourrissent différentes réflexions concernant les personnes qui ne sont pas actuellement des publics du lieu. D'abord, afin de les inciter à choisir de visionner les films présentés par CCTR – non pas à la maison, mais bien dans la salle de cinéma –, l'organisation doit adresser la perception selon laquelle la valeur ajoutée d'une sortie au cinéma

appartient en propre aux salles de cinéma commerciales. Ensuite, afin de rendre plus accessibles le lieu lui-même et ses propositions, CCTR doit chercher à livrer des aperçus vulgarisés, clairs et réalistes concernant les films présentés, les publics du lieu et les modalités de fréquentation (horaire, abonnement, coût pour les visionnements occasionnels). Enfin, pour briser la connotation scolaire associée au lieu, des actions doivent être prises afin de minimiser la distance que les individus perçoivent entre des films incitant à la réflexion et les films de divertissement. Agir sur ces différents fronts ne garantira certes pas un changement de perspective face à CCTR; il est toutefois de notre avis que les individus rencontrés lors de cette étude réagiraient favorablement à ces orientations.

Sur le plan de la recherche, il apparaît nécessaire de continuer à approfondir les connaissances concernant les obstacles se dressant entre les usagers potentiels des lieux de culture, la programmation de ces lieux et leurs stratégies de communication. Il nous semble d'ailleurs que la compréhension de plusieurs facettes du phénomène demeure très incomplète, voire inexistante. Par exemple, nous avons noté que certains individus sont plus réticents que d'autres à réaliser des sorties culturelles. Lapointe (2016) a d'ailleurs remarqué que la préférence pour les activités culturelles ne requérant pas de quitter le domicile est statistiquement plus prononcée en Mauricie que dans les régions de Montréal et de la Capitale-Nationale. Qu'est-ce qui explique cette différence? Qu'elles sont les significations conférées aux sorties culturelles en Mauricie? Comment agir sur ces significations afin qu'elles incident davantage aux pratiques d'organismes culturels tels que CCTR? Si l'élargissement et la diversification des publics passent par la conquête de non-publics, il importe de continuer de chercher à mieux comprendre leurs réalités et leurs pratiques afin de mettre en place des actions mieux ou plus adaptées.

## Chapitre IX : Résultats. Les raisons des non-publics du FestiVoix de Trois-Rivières<sup>65</sup>

---

### Introduction

Dans le cadre de cette étude, nous avons examiné les raisons pour lesquelles des individus qui habitent la ville québécoise de Trois-Rivières ne fréquentent pas le FestiVoix de Trois-Rivières (FVTR). Créé en 1993<sup>66</sup>, cet événement annuel se déroule au centre-ville, s'étend sur neuf jours et permet aux festivaliers d'assister à plus de 100 concerts sur seize scènes différentes, chacune étant identifiée à un genre musical particulier. L'édition 2019 de l'événement présente notamment les scènes suivantes : « Voix populaires », « Voix classiques », « Voix underground », « Voix jazz », « Voix chorales ». Qualité, diversité et accessibilité sont les trois principes fondateurs de ce festival estival (Houde, 2016), qui cumule en moyenne 300 000 entrées; membre du Regroupement des événements majeurs et internationaux, qui « rassemble depuis l'an 2000 la plupart des grands événements culturels, sportifs et de divertissement au Québec » (RÉMI, s. d.), il est considéré comme l'un des événements culturels majeurs de la région de la Mauricie<sup>67</sup>.

Afin d'encourager la participation, outre le positionnement géographique central de ses scènes, le FVTR propose un passeport donnant accès à toute la programmation à un coût raisonnable<sup>68</sup>, la gratuité pour les enfants de douze ans et moins de même que trois scènes accessibles sans passeport ([FestiVoix], 2018, p. 1). En composant une programmation qui

---

<sup>65</sup> Ce chapitre, coécrit avec Emmanuel Ethis, recteur de l'Académie de Rennes et chancelier des universités, paraîtra sous le titre « Festival de musique et non-publics : Les raisons de ne pas fréquenter le FestiVoix de Trois-Rivières », dans J. Luckerhoff et M.-C. Lapointe (dir.), *Les non-publics d'organismes culturels en Mauricie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

<sup>66</sup> En 1993, le FestiVoix avait pour nom L'International de l'Art vocal. La dénomination FestiVoix fut adoptée en 2008.

<sup>67</sup> L'une des dix-sept régions administratives du Québec, la Mauricie comprend la ville de Trois-Rivières.

<sup>68</sup> Le billet journalier se vendait 25\$ au moment de l'enquête; 28\$ en 2019. Le coût du passeport était de 43\$ en 2017; 56\$ en 2019 (46\$ en prévente).

multiplie les genres, ses responsables souhaitent en faire un festival qui saura satisfaire tous les goûts musicaux.

En 2018, 56% des festivaliers constituaient un public de proximité, c'est-à-dire résidant à moins de cinquante kilomètres de Trois-Rivières ([FestiVoix], 2018, p. 2). C'est ce qui explique que les responsables de l'événement œuvrent, année après année, à mieux s'adresser à ses quelque 137 000 habitants (Ville de Trois-Rivières, s. d.) : il s'agit là de la source la plus directe d'un potentiel accroissement des publics. C'est d'ailleurs une finalité de démocratisation de la pratique du festival auprès de la population trifluvienne qui motive les responsables du FVTR à mieux comprendre les freins à sa fréquentation.

### **9.1. Les non-publics de situations musicales**

Ce projet s'inscrit dans la lignée des études portant sur les raisons d'être non-publics de propositions culturelles, le terme « non-publics » désignant ici les individus à qui, en principe, sont destinées des propositions culturelles, mais qui ne les fréquentent pas (Jacobi et Luckerhoff, 2009). Plus spécifiquement, l'étude des raisons de ne pas fréquenter le FVTR permet de mieux définir les non-publics de *situations musicales*, soit d'un espace-temps délimité durant lequel l'individu est auditeur de musique (Schaeffer, 2016), la situation musicale prototypique étant sans aucun doute le concert de musique : « [D]ans un lieu spécialisé pour cette fonction, des musiciens professionnels formés dans ce but jouent pour des personnes qui ont choisi d'être là et qui se posent dès lors comme public » (Étienne, 2004, p. 134).

Nous proposons ainsi d'aborder le concept de non-publics selon le critère de la présence, décision qui contraste la voie qu'empruntent plusieurs travaux traitant des non-publics de concerts selon le critère de la réception (Dutheil, 2004; Roquais-Bielak, 2004; Turbé, 2017). En s'intéressant aux individus composant l'assistance de concerts, ces travaux font remarquer que la présence ne

saurait, à elle seule, être garante de la pleine réception de la musique. Par exemple, Roquais-Bielak (2004) note que le simple fait d'assister à une prestation d'opéra n'implique pas nécessairement d'en être public : un novice qui ne perçoit de la performance que des sons particulièrement stridents ne saurait être considéré en position de réception musicale et, donc, public. Turbé (2017) nuance elle aussi la question de la fréquentation, mais cette fois dans le cadre de concerts de musique métal, en montrant comment les niveaux d'engagement aux propositions musicales peuvent être très variés.

Outre les compétences et l'engagement, les dimensions contextuelle et attentionnelle ont aussi été prises en considération pour comprendre le niveau de réception, puisqu'elles font en sorte qu'« un même individu [puisse] relever tour à tour du public ou du non-public » (Étienne, 2004, p. 137). La recherche menée en France par Dutheil (2004) lors de la Fête de la musique<sup>69</sup> indique que, lors d'une prestation musicale, les auditeurs vont osciller entre des positions de réception et de non-réception. Bref, selon la perspective de la réception musicale, les assistances des diverses manifestations culturelles étudiées par ces chercheurs seraient à la fois constituées de publics et de non-publics.

Or, notre décision de nous intéresser à des individus sur la base de leur absence des concerts présentés par le FVTR s'explique du fait que cette recherche s'inscrit dans une visée de démocratisation, soit dans une démarche visant à identifier des freins aux pratiques culturelles qui, généralement, traduit une volonté de les minimiser. Au Québec, cette visée s'inscrit dans une finalité énoncée par l'État lui-même, qui prône un amenuisement des « obstacles qui risquent d'éloigner le citoyen de la vie culturelle [et souhaite] que nul ne se sente exclu, à priori, de la

---

<sup>69</sup> Événement annuel, cette manifestation musicale a lieu le 21 juin sur tout le territoire français. Chaque année, environ 18 000 concerts ont lieu, qui rassemblent près de 10 millions de spectateurs. Il s'agit de concerts gratuits et ouverts à tous.



fréquentation de la culture et de la pratique culturelle » (MACQ, 1992, p. 98). De fait, rares sont les organismes culturels québécois qui ne consacrent pas une grande partie de leur action à l'accroissement de leurs publics (Larouche *et al.*, 2017).

## **9.2. La fréquentation de festivals de musique au Québec**

Selon les plus récentes données compilées par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), en 2017, 6712 spectacles de chanson et de musique ont réuni 3 289 643 spectateurs et ont permis de générer près de 150 millions de dollars en revenus de billetterie (Fortier, 2018). Au sujet des prédicateurs statistiques de cette fréquentation, Lapointe (2016) a remarqué que, « plus un individu est scolarisé, plus il visite des lieux culturels et sort au spectacle et plus il fait ces activités intensément » (p. 145). En revanche, l'usage d'Internet est susceptible de réduire la fréquence à laquelle des individus réalisent des pratiques culturelles telles qu'une sortie au concert de musique (Lemieux, Luckerhoff et Paré, 2012).

Il est toutefois important de noter que les données de ces enquêtes ne représentent pas, ou pas spécifiquement, la réalité des festivals de musique. D'ailleurs, l'enquête de l'OCCQ ne comptabilise pas « les représentations où l'ensemble ou une partie des spectateurs sont admis avec un passeport ou un macaron valide durant l'ensemble d'un festival ou d'un événement culturel » (Fortier, 2018, p. 2). De fait, « peu de recherches ont été réalisées à ce jour sur les festivals en général et, plus particulièrement, sur les festivals de musique qui, pourtant, occupent une place dominante parmi les événements culturels », notent Audet et St-Pierre (2015, p. 2). En se penchant sur les données d'une enquête réalisée en 2011 auprès de quarante-trois festivals de musique québécois, ces chercheuses ont tracé une première esquisse de leurs situations et constaté que la moitié des festivals se déroulent dans les régions centrales que sont Québec et Montréal, que 84% des festivals ont lieu entre les mois de juin et septembre et que les styles musicaux auxquels

s'identifient les festivals sont surtout le pop et le rock (37%), de même que le jazz et le blues (23%). Les festivals les plus rares, soit 7% des cas, sont les « multi-styles »; c'est le cas du FVTR.

Concernant la question de la fréquentation des festivals, Audet et St-Pierre remarquent en outre que ceux ayant fait l'objet de l'enquête de 2011 présentent un nombre d'entrées moyen de 128 224, 47% étant constituée des publics locaux. Autre caractéristique sociodémographique : la majorité des responsables de festival déclarent que leur événement attire majoritairement des publics composés d'individus âgés de quarante-et-un ans et plus, ce qui va « dans le sens des tendances révélées plus généralement par les enquêtes sur les pratiques culturelles, soit celle du vieillissement des publics du spectacle » (p. 27). Sur le plan des goûts musicaux, il semble que les festivals dont la programmation propose de la musique pop et/ou rock soient les plus populaires : 50% des événements déclarant des assistances de plus de 80 000 personnes valorisent ces styles musicaux.

Cela dit, hormis cet état des lieux réalisé par Audet et St-Pierre (2015), relativement peu de travaux se sont intéressés au phénomène de la fréquentation des festivals de musique québécois. De fait, la majorité des études traite davantage du rapport qu'ils entretiennent avec le territoire (Barrette, 2011; Bélanger, 2007; Kammer, 2006) et de leur contribution à l'identité culturelle de la société québécoise (Huard, 2001; Lapointe, 2009; Rhéaume, 2005).

### **9.3. Étudier les non-publics du FVTR : considérations méthodologiques**

Ainsi, devant les écrits et statistiques disponibles, nos questions demeurent : Comment s'articule le phénomène de la fréquentation du FVTR? Quelles sont les raisons pour lesquelles des individus de la région de Trois-Rivières ne fréquentent pas ce festival? D'emblée, précisons que le projet

dont nous faisons état ici est le fruit d'un partenariat entre l'UQTR<sup>70</sup>, Culture Mauricie et le FVTR et qu'il s'inscrit dans une initiative plus large visant à comprendre pourquoi des individus de la Mauricie ne se rendent pas dans certains organismes culturels de la région<sup>71</sup>.

À cet effet, nous avons situé notre démarche dans le sillon de celle de Kvale (1996), qui demandait simplement : « Si vous voulez savoir comment les gens comprennent leur monde et leur vie, pourquoi ne pas leur demander? » (p. 1; nous traduisons). Ainsi, entre juin et décembre 2016, nous avons mené des entretiens de recherche avec des non-publics du FVTR sur la base de trois critères de sélection : habiter la ville de Trois-Rivières, être âgés de dix-huit ans ou plus et ne pas avoir fréquenté le FVTR depuis au moins cinq ans. En réalisant des entretiens de recherche individuels et de groupe, nous avons rencontré quatre-vingt-onze participants<sup>72</sup> présentant des profils résolument variés, notamment, : hommes, femmes, professionnels, étudiants, retraités, jeunes parents, grands-parents, diplômés universitaires, individus avec diplômes d'études secondaires, une telle hétérogénéité visant l'obtention d'un éventail large et varié de raisons de ne pas fréquenter l'événement trifluvien. De surcroît, toujours afin de favoriser la diversité et la richesse des éléments proposés lors des entretiens, nous avons laissé une grande liberté aux interviewés. Lors des rencontres, d'une durée de trente à quatre-vingts minutes, les participants ont pu exprimer les raisons qu'ils estiment les plus pertinentes motivant leur décision de ne pas fréquenter le FVTR depuis au moins cinq ans.

---

<sup>70</sup> Le projet est dirigé par les professeurs Jason Luckerhoff (Lettres et communication sociale) et Marie-Claude Lapointe (Étude en loisir, culture et tourisme).

<sup>71</sup> Dans le cadre de ce projet ont également été étudiées les raisons de ne pas fréquenter le Musée québécois de culture populaire de Trois-Rivières, le Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc de Shawinigan, le Salon du livre de Trois-Rivières, le Ciné-Campus Trois-Rivières et la Maison de la culture de Trois-Rivières.

<sup>72</sup> À ce propos, nous tenons à remercier les responsables du FestiVoix, de même que les étudiants du cours *PCO1022 – Communication et culture* (UQTR, automne 2016) pour leur précieuse collaboration lors des processus de recrutement et de collecte de données.

#### **9.4. Les trois principes fondateurs du FVTR : trois raisons pour ne pas le fréquenter?**

Des propos tenus par les individus interviewés se dégagent trois raisons expliquant leur non-fréquentation du FVTR. Paradoxalement, ces raisons semblent s'ancrer dans les trois principes fondateurs de l'événement : diversité, accessibilité et qualité. Alors que la diversité suscite du scepticisme, de l'insécurité et un faible sentiment d'appartenance chez des non-publics, l'accessibilité – tant géographique que culturelle ou financière – semble problématique, en ce sens que les participants questionnent l'emplacement central de l'événement, la valeur de l'offre culturelle du festival ainsi que son inaccessibilité avant la tenue de l'événement. En ce qui a trait au principe de qualité, certains individus rencontrés justifient ne pas fréquenter le FVTR en l'associant à un contexte de réception musicale inconfortable, incertain et chaotique.

##### **9.4.1. La diversité comme raison de ne pas fréquenter**

Les stratégies publicitaires élaborées par les responsables du FVTR mettent l'accent sur un passeport donnant accès à une grande diversité de concerts. Par exemple, la campagne par affichage de 2017, année au cours de laquelle nous avons réalisé notre collecte de données, gravitait autour du modèle suivant :



Figure 4. Affiche du FestiVoix 2017

Cette volonté de mettre en avant la diversité offerte par l'événement est bien imprégnée dans l'imaginaire des non-publics rencontrés : plusieurs répondants arrivent à décrire avec grande précision le concept publicitaire du festival ou vont expliquer être très au fait du grand nombre d'artistes appelés à s'y produire. Toutefois, pour certains, cette diversité ne provoque pas le désir d'adhérer à la proposition qui la sous-tend. D'après nos analyses, trois perspectives sont entretenues, qui agissent tels des freins pour certains non-publics : plusieurs expriment du scepticisme et estiment que cette large programmation ne viserait qu'à donner une illusion de diversité; ils se disent insécurisés par une liste de noms d'artistes et de groupes relevant davantage

d'un terrain inconnu que familier; les multiples styles musicaux présentés complexifient le développement d'un sentiment d'appartenance pour ceux qui ont des goûts nichés.

#### 9.4.1.1. La musique du FVTR : diversifiée ou commercialisée?

Certains participants ont l'impression que les têtes d'affiche du festival trifluvien sont « les vedettes du moment », soit des artistes qui sont généralement en tournée, qu'on entend à la radio, qu'on voit à la télévision et qui participent à tous les autres festivals québécois. Aussi perçoivent-ils que le FVTR participe au martèlement d'une culture musicale hautement commercialisée, déjà imposée de façon insistante par les médias :

Habituellement, la majorité des artistes présents au FestiVoix ont fait ou ont produit un succès qui a été diffusé sur différents médias au cours de l'année qui a précédé. Cette année, je crois que c'était Hedley<sup>73</sup> le plus gros spectacle, la tête d'affiche. Mais Hedley, leurs chansons, on les entend de manière récurrente à la radio. On voit les clips de manière récurrente à la télévision. Donc, pour avoir envie d'aller les voir au FestiVoix, il faut se dire : « Wow, tant qu'à l'entendre tout le temps, je vais me déplacer pour aller les voir en vrai. » Ce qui n'est pas mon cas! (Philippe).

La perception d'une omniprésence médiatique des artistes proposés par le festival trifluvien conduit certains participants à questionner sa diversité réelle. Il est de notre compréhension que, pour certains, le FVTR constituerait simplement une autre plateforme pour diffuser un contenu populaire déjà surreprésenté. Le fait de ne pas désirer fréquenter le festival prend ainsi la forme d'une critique dirigée vers une programmation qui servirait d'abord et avant tout le succès commercial de certains artistes, posture qui n'est pas sans rappeler celle des *non-publics contestataires* (Lacerenza, 2004). Nuançons toutefois ce rapprochement en précisant que ce concept sert traditionnellement à désigner les individus qui, depuis les premières initiatives françaises de démocratisation culturelle du milieu du 20<sup>e</sup> siècle, ne fréquentent pas certaines manifestations culturelles légitimées sous

---

<sup>73</sup> Le populaire groupe pop-rock Hedley était la tête d'affiche de la programmation de 2016.

prétexte que leur survalorisation les rendrait trop « bourgeoises » ou trop commerciales. Aussi cette attitude se manifeste-t-elle le plus souvent devant des politiques valorisant une certaine culture – généralement classique – sous prétexte que celle-ci devrait légitimement recevoir le soutien de l'État afin de la démocratiser; des individus « dénoncent un système social et refusent leur intégration culturelle » (Gerber et Thévenot, 2017, n. p. ).

Pour en revenir aux propos des non-publics du FVTR, bien qu'ils s'expriment face à des propositions populaires ou de masse (Luckerhoff et Jacobi, 2014), il n'en demeure pas moins que s'y déploie une dynamique contestataire. Dans le cas qui nous intéresse, des individus rencontrés ne rejettent pas la culture populaire; néanmoins, certaines propositions n'obtiennent pas leur adhésion sous prétexte qu'elles seraient surreprésentées et survalorisées par un système. Il est donc de notre avis que le concept de *non-publics contestataires* gagne à être associé à une posture critique qui s'énonce face au système des industries culturelles.

#### **9.4.1.2. L'inconnu musical comme frein**

La campagne publicitaire par affichage du FVTR semble renforcer certaines insécurités chez des non-publics rencontrés. Tel qu'en fait foi la figure 4, la programmation est notamment publicisée par l'étalage de plusieurs dizaines de noms de groupes ou d'artistes : les plus connus au moment de la campagne publicitaire bénéficient du haut de l'affiche et d'une police de caractères de grande taille, alors que les moins connus sont énumérés à leur suite, dans une police de plus en plus petite. Les affiches construites selon ce modèle sont bien connues des participants et plusieurs sont même en mesure de nommer des endroits où sont situés certains panneaux publicitaires dans la ville de Trois-Rivières.

Cela dit, si ces affiches ont le mérite d'avoir capté l'attention des individus que nous avons rencontrés, être exposés à autant de noms d'artistes, dont plusieurs leur sont inconnus, peut en

déboussoler certains. Divers éléments du discours des non-publics nous incitent à croire que cette accumulation peut se montrer intimidante ou demander un effort particulier :

À un moment donné, c'est difficile à suivre. Il faudrait que je me tienne plus à jour concernant les nouveaux artistes... J'aime beaucoup de styles de musique variés, mais j'ai un goût quand même assez prononcé pour la musique populaire. C'était moins dans les styles qui étaient offerts et, finalement, dans ce qu'il y avait de nouveau, je n'avais pas vraiment envie de découvrir des nouveaux styles de musique (Nicole).

La présentation d'une grande variété d'artistes produit l'impression que le public cible du FVTR dispose de connaissances préalables ou d'une volonté de faire un effort d'ouverture. Cette perception contraste avec la posture de contestation décrite plus haut dans la mesure où elle agit comme un frein. Aussi certains participants se disent-ils exclusivement à la recherche d'expériences mobilisant des connaissances musicales déjà acquises et ne s'autorisent pas (du moins pas facilement) à faire des découvertes musicales. Cette situation rappelle le constat que Voirol dresse à la suite d'Adorno, qui veut « qu'à force de baigner dans un univers musical regorgeant de compositions encourageant une écoute déconcentrée, les auditeurs apprennent à n'attendre rien d'autre que ce qu'ils connaissent déjà, s'enfermant dans leur univers connu, tout en s'interdisant des expériences musicales qui les feraient “devenir autres” » (2011, p. 136).

#### **9.4.1.3. La diversité des publics : un frein au développement d'un sentiment d'appartenance**

Le FVTR est un festival de musique « multi-styles » (Audet et St-Pierre, 2015) et cela mène certains participants à se représenter ses publics comme très diversifiés. La programmation, qui regroupe des artistes d'horizons différents, et l'association des multiples styles musicaux à des scènes spécifiques incitent des participants à croire que la fréquentation de l'événement sera tout aussi hétérogène :

Le FestiVoix, je le vois plus comme un festival général. Je trouve que c'est un festival qui tente d'interpeller un public général. Il n'y a pas de public cible nécessairement. Ils tentent



de faire plaisir à tout le monde... Mais c'est certain que ça ne fait pas l'affaire de tous! Les jeunes, par exemple, on trouve ça dérangeant d'être entouré d'enfants et de personnes âgées. C'est certain que quand je vais au Amnesia Rockfest ou au Heavy Montréal, je sais que je vais voir du monde qui aime le même style de musique que moi (Yannick).

Pour les participants entretenant une perception similaire, les autres spectateurs contribuent à l'expérience d'un festival musical. Cela dit, nous comprenons qu'afin de croire qu'une expérience sera enrichie par leur présence, des personnes rencontrées éprouvent le besoin d'être à même d'imaginer un public type. Plus concrètement, ce public type doit se composer d'individus avec qui ils s'imaginent partager des goûts, des intérêts, des pratiques et certains traits sociodémographiques. Bref, ils désirent être en mesure de s'identifier à ce public.

C'est d'ailleurs pour cette raison que certains expriment des préférences pour des festivals évoluant dans des niches musicales plus précises, comme le Amnesia Rockfest<sup>74</sup>, Heavy Montréal ou Piknic Électronik. Les participants sont capables d'imaginer les publics de ces événements comme des personnes avec lesquelles ils partagent des caractéristiques, ce qui facilite le développement d'un sentiment d'appartenance. Notre constat est donc très similaire à celui que Gottesdiener et Vilatte (2009) ont émis lorsqu'ils ont tenté de déterminer les raisons pour lesquelles des individus ne fréquentent pas des musées d'art français; selon eux, la volonté de prendre part à une situation culturelle « résulte d'une stratégie d'appariement entre images de soi possible (images sélectionnées par le sujet dans le répertoire d'images possibles de lui-même) et images prototypes ou représentatives des personnes dans la situation considérée » (p. 60). Ainsi, le fait d'estimer que le public d'une proposition culturelle ne lui ressemble pas peut freiner l'envie d'un individu d'y prendre part.

---

<sup>74</sup> Cet événement n'existe plus depuis 2018 puisque l'organisme qui l'organise a fait faillite. Ce festival de musique rock a été remplacé par le festival Montebello Rock.

Cette observation s'accorde également avec la conclusion à laquelle est arrivé Ethis (2005) suite à son étude de la fréquentation du Festival d'Avignon<sup>75</sup>, à savoir que « ce n'est [...] pas uniquement la qualification de "l'être spectateur" ou de "l'être public" » qui doit nous intéresser, mais aussi « les qualités sociales et les éclats identitaires [...] secrétés dans le désir [...] du "devenir public" » (p. 122). Ainsi, une motivation à la base du désir de fréquenter un festival serait la volonté de faire partie de son public imaginé. La valorisation des traits qu'on lui attribue agirait comme argument central dans la décision de s'adonner à une pratique culturelle. Toutefois, en ce qui concerne spécifiquement le FVTR, il nous semble que l'image que se font certains non-publics des publics de ce festival soit trop bigarrée pour nourrir un processus d'identification.

#### **9.4.2. L'accessibilité : une question d'argent, d'offre culturelle et d'emplacement**

Notre analyse des entretiens nous a permis de constater une importante variation dans la définition de l'accessibilité. Ainsi, ce principe que les responsables du FVTR placent au cœur de leurs préoccupations ne bénéficierait pas d'une réception uniforme. Si les mesures mises de l'avant en vue de rendre l'événement accessible – selon la conception que ses organisateurs entretiennent de l'accessibilité – visent à en augmenter la fréquentation, elles peuvent néanmoins être perçues négativement. Trois mesures considérées comme gages d'une meilleure accessibilité se voient interprétées par certains participants d'une telle manière qu'elles les disposent à ne pas fréquenter le festival. En premier lieu, selon la perspective de ses non-publics, la mesure concernant l'accessibilité financière se montre intéressante sur le plan quantitatif (nombre de spectacles), mais désavantageuse sur le plan qualitatif (intérêt suscité par les concerts présentés). En deuxième lieu,

---

<sup>75</sup> Le Festival d'Avignon est un festival annuel de spectacle vivant (majoritairement de théâtre et de danse) qui se déroule dans la ville française d'Avignon. Il s'agit d'un festival d'envergure qui accueille plusieurs productions internationales et qui comptabilise plus de 130 000 entrées en trois semaines.

certaines sont d'avis que le FVTR ne saurait œuvrer à rendre accessibles certaines propositions culturelles puisque celles-ci n'étaient pas *à priori* inaccessibles. En troisième lieu, certains sont d'avis que l'emplacement du festival en diminue l'accessibilité.

#### **9.4.2.1. Le passeport du FVTR : un gage d'accessibilité?**

La fréquentation du FVTR requiert de se procurer un billet journalier ou un passeport valide pour la durée de l'événement et donnant accès à tous les concerts. À ce propos, lorsqu'ils s'expriment sur l'accessibilité financière du festival, des individus rencontrés soutiennent généralement que l'accès à une centaine de concerts pour le coût du passeport est une offre intéressante. Toutefois, certains commentaires permettent de comprendre que cet aspect n'est pas le seul à prendre en considération pour établir le coût d'une activité :

[J]'ai participé quelques fois au Festival d'été de Québec. Selon moi, c'est en compétition avec le FestiVoix, puisque c'est quand même proche [soit environ 130 km de Trois-Rivières]. Mais c'est un festival qui me rejoint plus on dirait. Même si c'est plus cher<sup>76</sup>, je préfère payer plus, mais connaître les artistes qui sont là et m'attendre à voir des artistes que je connais et que j'aime. J'y vais toujours avec des amies! On est plusieurs amies à y aller ensemble et on aime toutes le même style de musique (Isabelle).

En justifiant une participation à un autre festival de musique plus coûteux et se tenant à bonne distance du lieu de résidence, ce discours montre que l'interprétation du coût d'accessibilité n'est pas uniquement liée à l'aspect monétaire de la participation. Un processus d'évaluation quantitative est certes en place (nombre de spectacles par rapport au prix du passeport), mais s'y joint un processus d'évaluation qualitative (l'offre et de la réputation du festival). Ainsi, bien que plus de deux fois moins élevé, le coût d'accès au FVTR semblera moins avantageux que celui du FÉQ, dont l'offre de spectacles est jugée plus intéressante et qui suscite une plus grande confiance.

---

<sup>76</sup> Le macaron donnant accès aux différents sites du FÉQ se vendait 115\$ en 2017.

Il apparaît dès lors que l'évaluation de l'accessibilité financière d'une proposition culturelle par les participants requiert la mobilisation d'un processus décisionnel similaire à celui que décrivent Pommerehne et Frey dans *La culture a-t-elle un prix?* (1993). Selon eux, la culture aurait un « coût d'opportunité » établi subjectivement en fonction d'un calcul coûts-bénéfices; orienté par les intérêts des individus, il semble faire en sorte que, pour certains participants, l'accessibilité financière du FVTR ne soit pas assez grande pour justifier sa fréquentation.

#### **9.4.2.2. Une culture inaccessible pré-FVTR?**

Néanmoins, certains interviewés soulignent les bienfaits de la mission d'accessibilité que se donnent les festivals de musique; selon eux, l'attrait principal de ces événements est de rendre accessibles des concerts qui, normalement, ne le seraient pas. Toutefois, lorsqu'il est question du FVTR, certains questionnent le rôle de l'organisation dans l'accès à la culture présentée, puisque celle-ci n'est pas considérée d'emblée inaccessible. Qu'ils se produisent dans les salles de spectacle à Trois-Rivières, dans d'autres festivals ou dans des fêtes régionales, voire dans des émissions de télévision populaires, les artistes programmés par le FVTR sont jugés accessibles.

Sans nier l'importance de l'accessibilité, les participants qui entretiennent cette perception expliquent que, pour reconnaître qu'une proposition culturelle a été rendue accessible par un festival, il ne doit pas avoir été possible d'y accéder avant la tenue de l'événement. Un exemple souvent mentionné pour illustrer ce principe est le concert de Paul McCartney donné dans le cadre du FÉQ en 2013 :

Je n'ai pas de problème à payer pour aller voir des spectacles, mais pas n'importe lesquels! J'ai payé pour écouter le spectacle de Paul McCartney. Donc oui, quand c'est quelque chose qui vient vraiment me chercher, d'unique, oui. J'ai payé plus de 100 dollars pour voir Paul McCartney et, même si ça avait été le double du prix, je l'aurais fait. Parce que c'est Paul McCartney et je l'aime depuis que j'ai quatre ans, donc c'est ça! C'était une chance unique de le voir *live* (Morgane).

Ce commentaire d'une participante qui affirmait ouvertement ne pas aimer prendre part à des festivals permet de mieux saisir la manière dont l'exclusivité d'une offre agit comme motivation. Ainsi, constater qu'un festival permet d'accéder à une offre préalablement inaccessible peut motiver à faire fi de plusieurs obstacles. Dans le cas de la participante citée, l'accessibilité de l'offre avait préséance sur l'accessibilité du prix ou du positionnement géographique (la participante expliquait en outre avoir fait trois heures de route dans sa journée pour assister au spectacle de Paul McCartney).

Pour certains participants, la notion d'accessibilité semble donc directement liée à celle de rareté et se voit décrite comme une source de motivation à devenir public d'un festival de musique. Autrement dit, on est motivé ou démotivé à fréquenter un festival en proportion du niveau de rareté associé à son offre : l'événement constitue-t-il une occasion unique ou, plutôt, une occasion parmi d'autres d'être témoin de la performance d'un artiste ou d'un groupe? En outre, il nous semble que la notion d'accessibilité soit jugée une composante primordiale des festivals de musique. Toutefois, elle devient une arme à double tranchant : entretenir le sentiment qu'une situation musicale intéressante est rendue accessible peut motiver la fréquentation d'un événement, mais ne pas l'entretenir peut dissuader d'y participer.

#### **9.4.2.3. Le centre-ville de Trois-Rivières : lieu inaccessible ou extension du FVTR?**

Le dernier élément évoqué concernant l'accessibilité du FVTR est relatif au lieu où l'événement prend place, soit le centre-ville de Trois-Rivières. Les participants entretiennent des perceptions tranchées face à cet emplacement. Pour certains, la participation à un événement d'envergure au centre-ville de Trois-Rivières apparaît complexe et, de ce fait, peu attrayante :

Alors, je te dirais ce qui me met principalement un frein, c'est que les activités sont au centre-ville et l'accès au centre-ville, lorsqu'il y a beaucoup de gens, ce n'est pas évident. Je trouve

que ce n'est pas très pratique parce que nous nous ramassons à courir pour avoir du stationnement. Je trouve qu'il manque de dispositions pour se stationner (Mireille).

Cette difficulté, combinée à la densité de la circulation qui accompagne généralement la fin d'un spectacle, affecte l'envie de prendre part au festival. Cette perception ne remet donc pas en question l'accessibilité des propositions culturelles du FVTR, mais plutôt la capacité des infrastructures d'une ville de moins de 140 000 habitants à recevoir un événement de l'envergure du FVTR, dont les dernières éditions cumulent chacune plus de 300 000 entrées.

À l'inverse, d'autres personnes interviewées soutiennent ne pas assister aux spectacles payants du festival parce que la seule fréquentation du centre-ville, particulièrement animé durant les neuf jours de l'événement, leur apparaît suffisamment satisfaisante. Par exemple, une participante mentionnait qu'

il n'y a pas beaucoup de choses qui distinguent le FestiVoix des amusements que je vois au centre-ville. Moi, je préfère aller manger sur une terrasse au centre-ville et assister de loin aux festivités plutôt que d'être sur place. Je trouve que l'ambiance est déjà bonne au centre-ville sans nécessairement payer pour entrer. Il y a plein de choses qui sont non payantes au centre-ville ou que tu peux voir sans nécessairement te procurer un billet (Marie-Pierre).

Un tel commentaire permet de comprendre que certains individus sont non-publics de la programmation payante du FVTR tout en réalisant des pratiques culturelles qui y sont associées. D'ailleurs, c'est parce qu'ils estiment que ces activités sont suffisamment satisfaisantes qu'ils ne ressentent pas le besoin de défrayer les droits d'entrée permettant d'accéder aux activités payantes. Pour ces participants à notre étude, les modalités de fréquentation du festival excèdent la fréquentation des concerts : pour eux, les contours du festival incluent les artères principales du centre-ville, ses commerces et exposants, de même que les animations qui y sont proposées durant la période du FVTR.

### **9.4.3. Les festivals offrent-ils un contexte de réception culturelle de qualité?**

Certains participants estiment que les festivals de musique ne constituent pas des situations musicales où il est possible d'apprécier pleinement la musique. La foule, l'absence de sièges, les débris sur le sol, les aléas de la météo, les bruits ambiants ainsi que le partage de l'espace avec des individus ayant les facultés affaiblies peuvent perturber leur expérience de spectateur, voire les inciter à ne pas assister au FVTR.

#### **9.4.3.1. L'inconfort de la foule et d'être debout**

Certains participants perçoivent les festivals comme des activités inconfortables et le FVTR ne fait pas exception à cette règle : il s'agit pour eux d'un événement contraignant le spectateur à rester debout durant de longues heures et où la densité de la foule occasionne un sentiment d'étouffement. La réponse d'un participant à la question lui ayant été posée à savoir s'il se rendrait au FVTR pour assister à la performance d'un artiste qu'il aime illustre l'importance accordée à ces irritants : « Non. C'est que je n'aime pas ça être debout tout le temps. [...] Et ce n'est pas tout le monde qui est civilisé. À mon âge [cinquante-neuf ans], on n'a plus le goût d'être debout » (Raymond)

Bien que le FVTR présente des spectacles dans des lieux pouvant accueillir entre cinquante et 17 000 festivaliers et que certaines zones soient réservées à des places assises, un certain nombre de participants entretiennent une perception figée des modalités de fréquentation. La perspective de devoir évoluer au sein d'une foule dense peut être perçue comme une source d'inconfort physique au même titre que le fait de devoir rester debout plusieurs heures : « Je n'aime pas ça, je me sens prise dans des foules [...]. Ça m'étouffe » (Anna).

L'ampleur de l'événement incite plusieurs à craindre un contexte qui leur semble non adapté à l'écoute de la musique. Tel que Dutheil (2004) l'avait observé lors de son étude de la Fête de la

musique : « [L]’écoute est parfois même impossible, lorsque la foule trop compacte empêche l’accès aux lieux de musique » (p. 256). La foule se trouve ainsi à contraindre certains spectateurs de devenir non-publics des concerts auxquels ils souhaitaient assister. Pour en revenir au FVTR, il semble que l’appréhension d’un tel contexte soit à l’origine, du moins en partie, de la non-fréquentation de l’événement par des individus rencontrés.

#### **9.4.3.2. L’incertitude de la météo**

Les concerts de musique présentés par le FVTR se déroulent en majorité sur des scènes extérieures, aspect de la proposition qui génère un sentiment de risque qui décourage des participants à prendre part au festival. De fait, certains associent cette caractéristique de l’événement à de potentielles annulations. Pour ces non-publics, participer à ce festival implique la mobilisation de ressources (prendre congé du travail, trouver et payer une gardienne d’enfants, acheter des billets, renoncer à voir sa famille) et, de ce fait, ils préfèrent être assurés qu’elles seront bien investies, par exemple en choisissant des activités s’inscrivant dans des contextes plus contrôlés.

En outre, certains anticipent les conditions dans lesquelles ils vont devoir assister aux concerts dans l’éventualité où ceux-ci ne sont pas annulés malgré la pluie. Ils remarquent par exemple que, si des mesures sont mises en place pour assurer le confort et la sécurité des artistes, peu le sont pour maintenir le confort des festivaliers :

S’il pleut, les artistes, ils vont être corrects. Mais nous, on n’a pas droit à un parapluie, on a juste droit à un imperméable. [Les parapluies], c’est parce que ça cache les autres, je pense. C’est comme à l’amphithéâtre, la même règle. Je pense qu’on a juste le droit à un imperméable. Pas facile d’assister à une prestation quand l’eau te coule dans le visage... (Jeremy).

C’est donc devant des scénarios hypothétiques faisant état d’efforts fournis en vain et d’expérience culturelle de piètre qualité que certains affirment éviter le FVTR et préférer prendre part à d’autres



situations musicales. Plusieurs préféreront les concerts se déroulant dans des salles de spectacles : règle générale, ces sorties peuvent être planifiées plusieurs mois à l'avance et ne nous livrent pas à la merci des éléments.

#### **9.4.3.3. Ambiance chaotique et qualité d'écoute**

Nos analyses nous incitent à penser que les festivals de musique peuvent être perçus tels des événements durant lesquels de nombreux sons ambiants font concurrence à la musique et au sein desquels les festivaliers doivent partager l'espace avec des individus aux motivations variées :

Je n'aime pas les festivals en général. J'aime beaucoup la musique, mais intime. J'irais si je pouvais entendre l'artiste dans une ambiance plus tranquille que dehors ou dans une salle où tout le monde crie. Je n'aime pas ça. La musique est trop forte. Moi, je veux vraiment entendre la musique et les paroles, pas entendre juste de la musique forte, les haut-parleurs qui grésillent. Tu veux entendre quelqu'un, tu veux l'entendre plus en privé; des gens qui ne crient pas, qui respectent l'artiste aussi en ne chantant pas en même temps que lui (Noah).

Un autre élément que certains semblent associer aux festivals de musique est la consommation excessive d'alcool :

Les gens, parce qu'ils ont payé pour être là, ils achètent de l'alcool, c'est payant pour le festival, sauf que malheureusement, cela occasionne beaucoup de problèmes pour les gens autour qui sont obligés de supporter cela. C'est pour cela [...] que je vais plus dans les salles de spectacles fermées où il n'y a pas nécessairement d'alcool, c'est beaucoup plus strict (Rosalie).

Ce commentaire révèle la perception d'une disparité dans les intentions liées à la participation à un festival de musique, qui peut être à l'origine d'une plus faible considération pour ce genre d'activité. Des non-publics interrogés se disent à la recherche d'une expérience musicale de qualité et celle-ci se traduit par une ambiance calme, non perturbée par d'éventuelles sources de distraction, alors que le FVTR est perçu comme un lieu où l'écoute de la musique serait

secondaire – aux cris, aux rires et aux chants cacophoniques, comme à la consommation d’alcool et au type de sociabilité qui y est associée.

On constate en outre qu’en dépit de la nature populaire des propositions du FVTR, certains participants se disent à la recherche d’un contexte d’écoute plus proche de celui des musiques s’inscrivant dans le registre de la culture savante. D’ailleurs, les irritants nommés lors des entretiens sont très similaires à ceux que Trottier (2013) a mis au jour dans son étude de la fréquentation du récital du pianiste Alain Lefebvre, qui créait les *24 Préludes* de François Dompierre au Festival de Lanaudière<sup>77</sup> de 2012. Selon les amateurs de musique classique interviewés par Trottier, les bruits ambiants avaient diminué la qualité de leur expérience. À titre d’exemple, les applaudissements inopportuns des mélomanes non avertis ignorant les conventions, de sorte que, « dans [sa] première partie [...], la création des *Préludes* a failli tourner au vinaigre en raison des applaudissements qui survenaient entre chaque prélude » (p. 60). Selon le chercheur, cette tension est attribuable au fait que « les attentes esthétiques de l’auditeur n’étaient pas les mêmes selon que l’interprète ou la création – voire les deux – justifiait sa présence au concert » (p. 65). L’auditoire de musique classique et le public de masse constituent donc deux catégories de public qui, pour un même événement, expriment des pratiques plus ou moins compatibles.

Pour certains individus rencontrés dans le cadre de notre recherche, la source de tension est similaire à celle identifiée par Trottier (2013). Bien que la musique présentée au FVTR s’inscrive dans un registre populaire, il n’en demeure pas moins que certains individus, en décrivant leur envie de pouvoir écouter attentivement la performance des artistes, expriment le souhait de faire une expérience esthétique de ce type de proposition. Ils perçoivent que la présence d’individus à la recherche d’une expérience festive et sociale rend difficile l’accomplissement de ce souhait.

---

<sup>77</sup> Le Festival de Lanaudière, qui se tient dans la ville de Joliette, est le plus important festival de musique classique au Québec.

### **Conclusion. Les particularités des non-publics du FVTR**

En allant à la rencontre de non-publics du FVTR, nous avons été à même de constater à quel point les principes mis de l'avant par l'organisme peuvent nourrir des perceptions contrastées. Les vécus des participants sont complexes et la place qu'occupe le festival trifluvien au sein de ces vécus est tout aussi complexe à caractériser. Toutefois, en nous intéressant aux différentes impressions et attentes que nous ont partagées les personnes rencontrées, nous croyons avoir réussi à nuancer la frontière que nous pensions connaître entre les statuts de public et de non-public, de même que les significations que peuvent prendre les principes de qualité, de diversité et d'accessibilité qui fondent l'action des responsables du FVTR.

En ancrant la distinction entre publics et non-publics du FVTR dans celle entre présence et non-présence aux concerts payants, nous avons mis de côté une forme de fréquentation qui mérite que l'on s'y attarde. En prenant d'assaut le centre-ville de Trois-Rivières, il semble que le FVTR soit venu élargir la notion de *lieu culturel*. En effet, dans le cas qui nous intéresse, la programmation constante qu'offre ce festival neuf jours durant fait de l'entièreté du centre-ville de Trois-Rivières un lieu teinté d'une identité culturelle. Ainsi, les individus qui visitent le centre-ville durant cette période entrent en contact avec l'offre culturelle du festival. Bien qu'ils ne constituent pas des publics officiels du FVTR, c'est-à-dire qu'ils ne font pas partie de l'audience d'une scène en particulier, les propos de certains participants incitent à une définition plus large du concept de public. En effet, certains décrivent ce « côtoiement » du FVTR comme une expérience culturelle satisfaisante : il s'agit là selon nous d'une caractéristique du public de la culture qu'il faudra prendre en considération lors de futures études portant sur la fréquentation d'activités culturelles similaires au FVTR.

Nos analyses des perceptions très variées et parfois négatives des actions stratégiques mises en place par le FVTR en vue d'appliquer ses principes fondateurs nous permettent également de comprendre que les actions de communication visant à inscrire le festival au cœur de ces principes semblent parfois rater leur cible. Les activités de promotion organisées à Trois-Rivières, en insistant sur la présence de certaines têtes d'affiche, sur une programmation se présentant sous la forme d'une longue liste d'artistes ou sur l'ouverture de l'événement à tous les publics engendrent des effets mitigés. Si ces activités peuvent se montrer efficaces auprès de certains individus, elles en incitent d'autres à percevoir cet événement comme survalorisant une culture hautement commerciale ou s'adressant à un public connaisseur à l'aise avec les œuvres de la centaine d'artistes programmés, voire un événement appelant un public auquel il est difficile de s'identifier en raison de sa non-caractérisation, problème qui toucherait également la programmation.

Quant à l'accessibilité visée par la tenue du festival au centre-ville de Trois-Rivières de même que par le registre populaire de certains concerts, elle ne fait pas l'unanimité chez les participants. Bien que, pour certains, il va de soi qu'un festival culturel occupe le centre-ville, d'autres jugent que les rues étroites et le manque de stationnements affectent l'accessibilité. De plus, bien qu'ils n'expriment pas le désir d'une offre culturelle plus élitiste, certains participants souhaitent que la programmation du FVTR présente davantage de spectacles exclusifs. Plusieurs ont l'impression que les concerts présentés par le festival trifluvien ne constituent pas des occasions uniques, puisqu'ils sont également présentés dans des salles de spectacles ou lors d'autres festivals se déroulant à proximité de Trois-Rivières.

Finalement, malgré les efforts du FVTR visant à offrir des espaces de réception musicale de qualité, certains participants croient que, au même titre que les autres événements similaires, il offre un contexte d'écoute de piètre qualité. La météo incertaine, la qualité sonore instable ou la présence de festivaliers un peu trop fêtards constituent des composantes de l'image générale de

tous les festivals et qui laissent certains participants perplexes devant l'opportunité de participer à de tels événements.

Nous concluons cette étude avec une vision renouvelée et enrichie de ce qui peut constituer l'expérience culturelle d'un festival. Nous pensons que certaines modalités de participation généralement évacuées des enquêtes culturelles gagnent à être intégrées à la compréhension des pratiques individuelles. En étudiant les non-publics du FVTR, nous avons constaté que cet événement crée un spectre de pratiques qui ne se compose pas seulement des deux extrêmes que sont la non-fréquentation ou la fréquentation; il contient également une forme de fréquentation « périphérique » qu'il serait très pertinent d'étudier davantage lors d'études subséquentes.

## Chapitre X : Discussion

---

### Introduction

Nous avons conduit cette recherche doctorale afin de mieux comprendre les raisons pour lesquelles des individus demeurant en Mauricie ne fréquentent pas six organismes culturels de cette région. Ces organismes, qui œuvrent au sein de différents domaines culturels, sont : le Comité de protection des œuvres d'Ozias Leduc (CPOOL), le Musée québécois de culture populaire (MQCP), le Salon du livre de Trois-Rivières (SLTR), la Maison de la culture de Trois-Rivières (MCTR), Ciné-Campus Trois-Rivières (CCTR) et le FestiVoix de Trois-Rivières (FVTR).

Nous avons inscrit notre démarche dans ce qu'il convient de nommer les études sur les non-publics de la culture (Ancel et Pessin, 2004; Jacobi et Luckerhoff, 2009). Si nous mobilisons le concept de non-publics pour désigner une posture d'abstention à l'égard de propositions culturelles, nous tenons néanmoins à préciser que tous les chercheurs ne le définissent pas de la même façon. Durant les cinquante années qui nous séparent de sa première utilisation<sup>78</sup>, différents chercheurs l'ont mis au service de leurs travaux et réflexions, mais aussi discuté et critiqué. Bien qu'il ait initialement été défini à des fins politiques et non scientifiques, il a, à notre connaissance, été repris dans plus de 120 travaux scientifiques publiés en français et en anglais. Mentionnons qu'une définition idéologique avait d'abord été attribuée à ce concept, en ce sens qu'il fut évoqué pour désigner, dans un contexte de démocratisation culturelle où, de façon discriminante, seule la culture légitimée était valorisée, une catégorie sociale composée d'individus à ce point dépourvus de

---

<sup>78</sup> La première utilisation officielle du concept de non-publics de la culture remonte à la Déclaration de Villeurbanne, un document ayant comme auteur principal Francis Jeanson et ayant été ratifié en mai 1968.

compétences culturelles qu'ils ne sauraient en aucun cas devenir publics de la culture (Jeanson, 1972).

Toutefois, au fil des ans, des chercheurs ont soutenu la valeur scientifique de cette définition (Denizot, 2008; Léontsini, 2004), alors que certains l'ont considérée idéologique ou politique et, de ce fait, non scientifique (Fleury, 2016; Péquignot, 2004). D'autres, auxquels nous nous identifions, se sont éloignés de sa définition initiale et en ont fait un usage méthodologique. Cette position a impliqué d'attribuer une définition flexible au concept afin qu'il puisse tenir compte de particularités empiriques et sociales (Luckerhoff *et al.*, 2019; Passeron, 2003). Les non-publics, dans cette perspective qui se veut inclusive, se définissent comme des individus qui maintiennent, à un moment donné et à l'égard d'une proposition culturelle particulière, une posture d'abstention. Cette posture ayant été étudiée sur le plan de l'attention allouée à une proposition culturelle (Léard, 2004), des compétences permettant de l'apprécier pleinement (Bourgatte, 2009) ou de la présence physique lors de son déroulement (Ghebaour, 2013).

Dans le cadre de ce projet de recherche, c'est par le critère de l'absence que nous avons abordé la question des non-publics. Cela s'explique puisque, selon nous, les pratiques de fréquentation culturelle ne viennent pas composer des postures absolues. Les postures de public et de non-publics ne sont pas en rupture l'une avec l'autre, elles font plutôt partie d'un même système. La *Figure 5*, ci-dessous, illustre la définition flexible que nous attribuons au concept des non-publics.

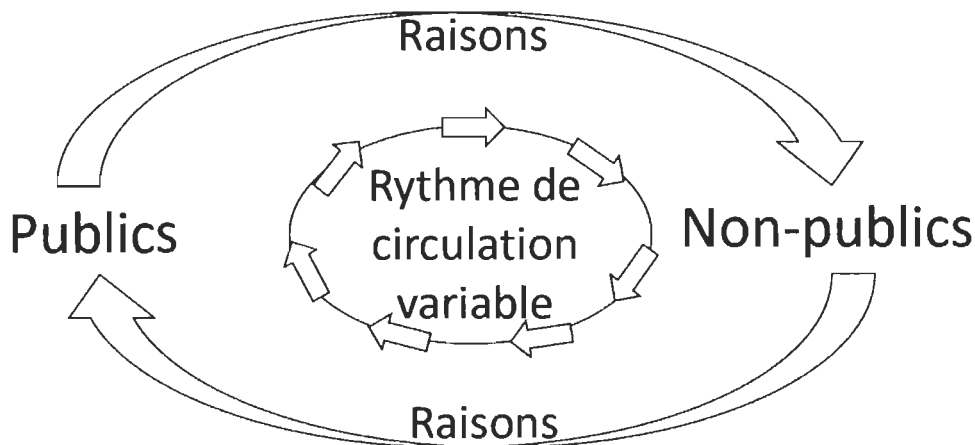


Figure 5: Modélisation de notre définition de la posture de non-public

Tel que nous le comprenons, tout individu évolue sur une trajectoire circulaire de fréquentation culturelle et ce sont des raisons structurales et individuelles qui vont déterminer la rapidité à laquelle il se déplace sur cette trajectoire et, donc, qu'il alterne entre des postures de publics et de non-publics. Dans cette conception, un individu ne se trouve pas figé dans une posture permanente. En ce sens, notre conception des non-publics contraste la première définition du concept qui, elle, avait des implications absolutistes (Jeanson, 1972). Ainsi, notre utilisation du concept est méthodologique puisqu'elle ne désigne pas une catégorie sociale d'exclus et qu'elle implique qu'un chercheur s'intéressant à la question des non-publics prenne une décision quant à ce qui vient constituer la durée de la trajectoire. Ce n'est donc pas sur la base d'une exclusion culturelle que sont désignés les non-publics : ce sont les rythmes de fréquentation culturelle qui font en sorte que, à un moment donné, des individus peuvent être considérés non-publics de propositions culturelles particulières.



### **10.1. Une étude communicationnelle de faits culturels se déroulant en Mauricie**

Une autre particularité de notre étude est son inscription au sein d'un programme de recherche en communication. Si d'autres projets mobilisant le concept de non-publics ont été réalisés dans le domaine des études culturelles (Heinich, 2006; Lacerenza, 2004), des recherches en gestion (Krakover et Cohen, 2001) ou de la sociologie (Donnat, 1996; Ethis, 2018), notre démarche est bien celle d'une étude communicationnelle de faits culturels (Luckerhoff et Jacobi, 2014), ce qui implique de s'intéresser avant tout aux conditions dans lesquelles se créent les relations entre les organismes culturels, leurs dispositifs techniques et les individus auxquels ils s'adressent (Luckerhoff et Jacobi, 2014). En l'occurrence, nous avons cherché à mieux comprendre la manière dont des individus perçoivent certains organismes culturels et leurs dispositifs, ainsi que celle dont ces perceptions les conduisent vers une posture de non-public.

En outre, nous avons adopté une démarche qui cible des phénomènes se déroulant dans la région de la Mauricie. Le fait de concentrer nos efforts sur une région intermédiaire québécoise<sup>79</sup> constitue une particularité; de fait, à notre connaissance, aucune autre recherche n'a été réalisée (au Québec ou ailleurs) dans l'objectif de comprendre les raisons d'être non-publics de propositions d'organismes variés établis dans une même région. Qui plus est, les recherches sur les non-publics ont souvent en commun de se pencher sur des organismes culturels établis dans des grands centres urbains, tels que le Musée des Beaux-Arts de Montréal (Jacobi et Luckerhoff, 2009), le Musée national des Beaux-Arts du Québec (Luckerhoff, 2011), le musée du Quai Branly à Paris (Ghebaour, 2014), les bibliothèques de Singapour (Keng *et al.*, 2003), le Musée du Luxembourg à Paris (Eidelman, 1999) ou le Festival de Cannes (Éthis, 2004). Or, la région de la Mauricie compte 268 200 habitants et la ville la plus peuplée de cette région, soit Trois-Rivières, en compte 135 900

---

<sup>79</sup> Nous référons ici à la typologie de Harvey et Fortin (1995) qui catégorise les régions administratives québécoises en quatre catégories : centrales, périphériques, intermédiaires et éloignées.

(ISQ, 2017). Aussi, comparativement à la normale pour le reste du Québec, la population de la Mauricie croît moins rapidement, est plus âgée et moins scolarisée, dispose de revenus annuels moins importants et présente des habitudes de fréquentation culturelle généralement plus faibles (ISQ, 2018). En contrepartie, la concentration d'organismes culturels en Mauricie serait plus élevée que la moyenne québécoise<sup>80</sup>. De plus, dans le cadre d'un autre projet de recherche, nous avons constaté que les propositions culturelles se déroulant en Mauricie occupent une grande place dans la couverture des médias québécois comparativement à celles d'autres régions administratives intermédiaires (Lapointe, Champagne-Poirier et Luckerhoff, 2019). En fait, lorsque comparée aux 16 autres régions administratives québécoises, la Mauricie arrive troisième (derrière La Capitale-Nationale et Montréal) sur le plan de la densité de la couverture journalistique attribuée aux propositions culturelles (*id.*).

## **10.2. Les grandes lignes de notre étude**

Notre démarche de recherche n'a pas été sans rappeler que la question des non-publics de la culture ne mobilise pas que des enjeux idéologiques : elle implique également nombre de considérations méthodologiques (Katz et Dayan, 2012). Conduite conformément aux fondements des approches inductives (Corbin et Strauss, 2015) et dans un cadre partenarial impliquant l'organisme Culture Mauricie, l'UQTR et les six organismes nommés plus tôt, elle présente comme particularité le maintien d'une trajectoire inductive dans un contexte où ces partenaires avaient énoncé un certain nombre de questions au sujet des organismes étudiés, ce qui constitue une particularité de notre projet qui mérite que l'on s'y attarde.

---

<sup>80</sup> Il y aurait 21,3 organismes culturels par tranche de 100 000 habitants en Mauricie. La moyenne québécoise est à 17,9 organismes culturels par tranche de 100 000 habitants.

L'élaboration d'une recherche autour de questions spécifiques peut rendre difficile le maintien d'une trajectoire inductive, en ce sens que la poursuite trop formelle de ces questionnements peut avoir pour effet de limiter l'ouverture à l'émergence. De fait, bien souvent, les partenariats entre les milieux de pratique et académiques sont motivés par des objectifs précis et doivent répondre aux questionnements des praticiens (Dumais, 2011). Les fondements des approches inductives incitent néanmoins à la valorisation d'un rapport flexible et le plus possible libre d'a priori aux données de terrain (Corbin et Strauss, 2015). Cette apparence de conflit ne doit toutefois pas mener à l'évacuation de la recherche partenariale inductive: elle n'a certainement pas empêché le bon déroulement de notre recherche. Celle-ci doit simplement être intégrée afin que soit planifiée une démarche limitant les chances que ces questionnements agissent tels des cadres limitatifs. C'est d'ailleurs ce que nous avons fait lorsque nous avons élaboré les termes de notre entente avec nos partenaires. Ces termes ont eu pour effet d'assurer une valorisation bilatérale du processus menant à la production inductive de connaissances. Les responsables des organismes culturels, malgré leurs besoins et leurs intuitions, étaient ouverts à des résultats qui les sensibiliseraient potentiellement à des dimensions qu'ils n'avaient pas envisagées. Ainsi, ce projet confirme en quelque sorte qu'une recherche partenariale peut suivre des prémisses inductives, pour autant que les considérations méthodologiques soient structurantes en regard du projet lui-même. En vue de réaliser cette étude, nous n'avons pas adopté une méthode de recherche sur la base de questionnements et d'hypothèses de recherche; pour nous, la méthode choisie consiste essentiellement en une ligne directrice nous permettant d'élaborer une démarche inductive qui demeure cohérente du début à la fin du processus.

Autre particularité : aux fins de ce projet, nous sommes allés à la rencontre d'individus afin de recueillir leurs témoignages au sujet de notre questionnaire général, à savoir les raisons pour

lesquelles ils ne fréquentent pas certains des organismes culturels étudiés<sup>81</sup>. Nous avons donc conduit des entretiens de recherche qualitatifs (Kvale, 1996; Poupart, 1997) individuels et par groupe afin de connaître les raisons de leur désintérêt. Nos critères de sélection des participants étaient les suivants : ils devaient être âgés de dix-huit ans ou plus, demeurer dans la ville hôte de l'organisme culturel à propos duquel ils sont interrogés et ne devaient pas l'avoir fréquenté depuis au moins cinq ans. Au total, ces entretiens ont duré entre trente et quatre-vingt-dix minutes et ont permis d'aller à la rencontre de 466 individus considérés non-publics d'au moins un des organismes culturels étudiés. Nous avons transcrit ces entretiens et avons analysé les transcriptions obtenues selon le principe du codage inductif à trois niveaux<sup>82</sup> (Lejeune, 2014) via le progiciel *NVivo*.

Si notre désir de comprendre le phénomène grâce aux perspectives de ceux qui le vivent s'est avéré complexe sur le plan méthodologique, il nous a permis de cheminer vers une compréhension dense et riche qui remet en question certains poncifs. Globalement, ce processus se solde par cinq constats portés sur les raisons de ne pas fréquenter l'un des six organismes culturels partenaires.

### **10.3. Premier constat. Les raisons d'être non-public ne relèvent pas de l'évidence**

Après être allé à la rencontre de centaines d'individus afin de comprendre ce pour quoi ils ne visitent pas des organismes culturels qui, pourtant, se trouvent à proximité de leur milieu de vie et qui, dans bien des cas, sont élaborés pour enrichir la vie culturelle de ce milieu, notre vision des non-publics se trouve renouvelée. Bien que nous ayons mobilisé des efforts importants pour qu'elles n'influencent pas notre démarche de recherche, nous avons entamé ce projet alors que nous entretenions les préconceptions suivantes à l'endroit des non-publics :

---

<sup>81</sup> De fait, tel que mentionné à la page 48, notre recherche a été approuvée par le Comité d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'UQTR. Le numéro du certificat éthique est : CER-14-203-07.06

<sup>82</sup> Les trois niveaux de codage identifiés par Lejeune (2014) sont le codage ouvert, le codage axial et le codage sélectif.

- Ils valorisent d'autres types d'organismes, ne valorisent tout simplement pas les organismes étudiés et la pratique de ceux-ci.
- Ils préfèrent s'adonner à d'autres pratiques culturelles, ne sont tout simplement pas fervents des pratiques culturelles liées aux organismes culturels étudiés.
- Du fait d'un manque d'information au sujet des organismes culturels concernés, ils ne sont tout simplement pas au courant de ce que les organismes ont à leur offrir.

Or, nos analyses nous ont permis de réviser ces idées et de comprendre que le phénomène auquel nous avons porté attention est bien trop complexe pour être représenté par de telles généralités. De la même façon que l'avaient remarqué Jacobi et Luckerhoff (2009b) lorsqu'ils ont rencontré des non-publics du Musée des Beaux-Arts de Montréal, nous avons remarqué que la plupart des non-publics ne dévalorisent pas les organismes culturels qu'ils ne fréquentent pas. Au contraire, plusieurs se sont dit fiers de vivre dans une ville proposant un bon niveau de diversité culturelle. On le voit : ces personnes valorisent généralement les organismes, mais, pour des raisons qui seront abordées plus loin, n'éprouvent pas le désir de les fréquenter. Par exemple, si certaines ne désirent pas s'exposer à l'offre du SLTR ou encore à celle du CCTR, ce n'est pas nécessairement en raison de faibles compétences en lecture ou parce que les films présentés ne les intéressent pas. En fait, certains participants ont affirmé être de grands lecteurs et des cinéphiles avertis. La relation entre les pratiques culturelles et les pratiques des organismes culturels n'est donc pas directe.

De même, les individus que nous avons rencontrés n'ignorent pas nécessairement les propositions culturelles des organismes étudiés. Le fait qu'ils ne les fréquentent pas ne saurait s'expliquer uniquement par des activités de communication inefficaces de la part de ces organismes. Certaines parmi les personnes rencontrées sont très au fait des offres culturelles et des campagnes publicitaires. Toutefois, pour des raisons bien plus complexes qu'un manque d'exposition à celles-ci, les activités de communication n'arrivent pas à créer un désir de

fréquentation, cette inefficacité s'expliquant, notamment, par des incertitudes identitaires générées par les organismes ou par une faible reconnaissance de la valeur culturelle de ceux-ci.

Outre les nuances que notre démarche a permis d'apporter aux préconceptions que nous entretenions, force est de constater que les non-publics, lorsqu'interrogés, entretiennent eux aussi des idées toutes faites concernant les raisons de leur non-fréquentation. Ces idées demandent également à être questionnées et, à notre avis, un chercheur qui s'arrêterait à celles-ci ne saurait produire une compréhension nuancée et utile du phénomène. De fait, les individus rencontrés ont systématiquement attribué leur non-fréquentation à des raisons qui nous semblent de surface, en ce sens qu'elles semblent en cacher d'autres. Si l'on s'en tenait aux premières raisons mentionnées lors des entretiens, les participants rencontrés ne pratiqueraient pas les organismes concernés parce qu'ils n'auraient pas de temps de loisir, parce que la conciliation travail-famille rend difficile l'intégration de la fréquentation de ces organismes et parce que les activités de communication des organismes culturels ne les ont jamais interpellés.

Généralement, ces trois grandes raisons étaient exprimées dans les cinq premières minutes des entretiens de recherche; nous aurions commis une grande erreur en nous en satisfaisant. En effet, si ces raisons ont souvent servi à initier les échanges au sujet des réalités vécues par les non-publics, en investissant plus profondément leurs propos, nous avons compris que ces raisons sont symptomatiques et non causales. Les raisons exposées et analysées subséquemment montrent plutôt que, au-delà de ce présumé manque de temps, les personnes interrogées estiment plutôt que les pratiques proposées par les organismes envisagés ne cadrent pas avec leurs réalités familiales et professionnelles ou constatent que les activités de communication des organismes ne sont pas suffisantes pour éveiller leur intérêt.

#### **10.4. Deuxième constat. Les organismes culturels ne sont pas nécessairement reconnus**

##### **comme tels**

En tant que raison de ne pas fréquenter les organismes culturels concernés par le projet, notons d'abord un écart entre l'identité auto-attribuée par les organismes et la reconnaissance de cette identité par les non-publics interrogés. S'il va de soi pour les responsables des organismes qu'ils offrent des propositions appelées à être fréquentées par un public amateur de culture, cela ne relève pas de l'évidence pour les individus rencontrés. Selon nos observations, cet écart agit à titre de raison motivant une non-fréquentation dans la mesure où, pour que des individus aient envie de s'adonner à la pratique culturelle d'un organisme, il est nécessaire qu'il soit reconnu en tant qu'organisme culturel dont il est possible de faire la pratique. Or, si l'on se fie aux exemples dont il sera question ici, certains organismes étudiés sont perçus comme des lieux de regroupement pour « croyants » ou bénévoles, des lieux commerciaux ou des dispositifs municipaux.

Pour certains non-publics du CPOOL rencontrés, il est normal de ne jamais avoir été porté à visiter cet organisme, car ils ne lui attribuent pas une finalité culturelle, dans la mesure où cette dernière persisterait dans l'ombre du lieu de culte qui l'abrite et qu'ils l'associent en outre à un regroupement de bénévoles. Des participants ont mentionné ne connaître que les fonctions liées au culte du lieu où œuvre l'organisme, soit l'église Notre-Dame-de-la-Présentation : « J'y vais pour des mariages, des services ou l'exposition de crèches. Mais je ne savais même pas que les œuvres étaient de Monsieur Leduc » (Maryse<sup>83</sup>). Aussi, les termes « comité de protection » ne s'associent pas pour certains à une offre culturelle dont le grand public pourrait faire la pratique : « Le nom

---

<sup>83</sup> Des noms fictifs sont attribués afin de maintenir l'anonymat des participants.

fait penser à un comité de personnes qui protègent. Je n'ai aucune idée ce qu'ils font à part protéger » (Benjamin).

Nos analyses ont également permis de comprendre que le MQCP se voit évacué des préoccupations de certains individus rencontrés parce qu'il se trouve dans l'ombre de l'une de ses propositions, en occurrence la Vieille prison de Trois-Rivières. Des individus ne reconnaissent donc que la prison en tant que lieu culturel visitable et associent le reste du musée à un bâtiment municipal : « Je ne pensais pas que c'était un musée! Je me disais qu'il y a plein d'endroits gouvernementaux qui en ont des statues artistiques [c.-à-d. des œuvres intégrées à l'architecture, la plupart du temps des sculptures] [...]. Je n'avais jamais eu l'impression que c'était un musée et qu'il y avait des salles d'exposition au deuxième étage » (Thomas). Tel que le laisse comprendre ce commentaire, l'identité de la proposition culturelle qu'est la visite de la Vieille prison de Trois-Rivières est à ce point forte que, malgré qu'elle soit intégrée au MQCP, des individus peuvent ne reconnaître que la visite du lieu patrimonial.

La non-fréquentation du SLTR se motive également par une raison similaire. Dans ce cas, ce sont les fonctions culturelles de l'événement trifluvien qui sont remises en question. Plus spécifiquement, la formule « salon », qui veut que des exposants proposent l'achat de livres, occupe une part tellement importante dans son identité que des non-publics confient qu'ils ne reconnaissent pas la mission culturelle de l'organisme : « J'aime la culture, mais pour moi, je n'associe pas le Salon du livre à la culture. [...] Ça va être le même contact que si je vais à la librairie. Je ne sortrais pas de là grandi, on dirait que c'est ça qui fait que ça ne m'intéresse pas » (Lyne). Ainsi, des non-publics du SLTR perçoivent un conflit entre des fonctions commerciales et des fonctions culturelles, les premières faisant en sorte que certains n'attendent rien de plus de celui-ci qu'une expérience de magasinage et, pour cette raison, préfèrent l'éviter.



Afin de comprendre pourquoi des individus ne fréquentent pas les six organismes culturels à l'étude, nous estimons globalement qu'il importe de considérer que ceux-ci peuvent ne pas être perçus comme étant des organismes culturels qu'il est possible de fréquenter. Tel que l'illustre la modélisation ci-bas (fig. 6) :



Figure 6. Relation à l'identité culturelle

Bref, tel que l'illustre notre modélisation (fig. 6), nous avons constaté que peut être en place une faible reconnaissance des identités culturelles des organismes. Nous comprenons qu'afin que les individus rencontrés aient envie de s'adonner à la pratique culturelle d'un lieu, ils doivent lui associer une identité rendant évidente qu'il est possible d'y réaliser, en tant que public, une activité culturelle. Pour ce qui est des six organismes étudiés, cette faible reconnaissance nous semble l'effet d'une juxtaposition de perceptions ayant pu se construire à travers les rapports

qu'entretiennent les individus avec d'autres propositions culturelles, avec la symbolique des lieux où œuvrent les organismes et avec les fonctions qu'ils endossent.

### **10.5. Troisième constat. Les pratiques culturelles et les organismes qui les valorisent :**

#### **un lien qui ne va pas de soi**

Un autre constat découlant de nos analyses du discours des 466 non-publics rencontrés est à l'effet que, si, dans certains cas, un faible intérêt pour les pratiques culturelles liées aux organismes explique leur non-fréquentation, un intérêt marqué pour ces dernières peut également expliquer la posture de non-public. Dans un ensemble de discours en apparence contradictoires, des individus ont associé leur intérêt à la visite de sites patrimoniaux à leur posture de non-public du CPOOL, leur intérêt à la visite de musées à leur posture de non-public du MQCP; pour la lecture à leur posture de non-public du SLTR; envers les arts de la scène à leur posture de non-public de la MCTR; pour le cinéma de répertoire à leur posture de non-public du CCTR; envers les concerts de musique à leur posture de non-public du FVTR. Afin de mieux comprendre cette raison, posons un regard plus approfondi sur la dynamique à l'œuvre à l'égard du FVTR, du SLTR et de CCTR.

Des individus ont expliqué, durant les entretiens, que c'est parce qu'ils apprécient être spectateurs de concerts de musique qu'ils ne désirent pas fréquenter le populaire FVTR. Ils décrivent une perception dans laquelle les festivaliers seraient en général à la recherche d'expériences de sociabilité, tandis qu'eux-mêmes se disent à la recherche d'expériences musicales de qualité :

Je n'aime pas les festivals en général. J'aime beaucoup la musique, mais intime. J'irais si je pouvais entendre l'artiste dans une ambiance plus tranquille [...]. Moi, je veux vraiment entendre la musique et les paroles, pas entendre juste de la musique forte, les haut-parleurs qui grésillent. Tu veux entendre quelqu'un, tu veux l'entendre plus en privé; des gens qui ne crient pas, qui respectent l'artiste aussi en ne chantant pas en même temps que lui (Noah).

Pour les individus adhérant à un tel discours, le lien entre la pratique culturelle que constitue la fréquentation de concerts de musique et la pratique du FVTR est tout sauf direct.

Ensuite, lors de nos rencontres avec des non-publics de CCTR, nous avons interviewé des participants se considérant passionnés de cinéma – certains ayant même une pratique de cinéaste amateur. Or, c'est dans la relation qu'ils ont avec les films présentés à CCTR (qu'ils affirment grandement apprécier) que ces amateurs ont identifié des éléments les retenant de fréquenter la salle de cinéma gérée par l'organisme. En effet, ces non-publics n'ont pas seulement un goût pour ces films, ils ont aussi des attentes face aux conditions de réception dans lesquelles ils les visionnent : « Moi, je regarde [les films de] la programmation de Ciné-Campus. Mais [...] tu n'as plus nécessairement besoin d'aller à Ciné-Campus. [...] Quand tu aimes les films, qu'il fait moins trente degrés Celsius dehors et que tu as un feu de foyer, et bien peut-être que tu vas écouter ton film sur ton écran de cinquante pouces » (Georges). Tel que nous le comprenons, certains participants estiment bel et bien que les films présentés à CCTR font réfléchir et peuvent susciter des expériences émotives; loin d'éviter de tels films, ces amateurs affirment toutefois préférer les visionner dans le confort de leur foyer, sans distraction, dans un contexte où ils peuvent laisser court à leurs réflexions et à leurs émotions. Ce serait donc parce que ces personnes valorisent l'effet transformateur des films présentés à CCTR qu'ils ne désirent pas fréquenter le ciné-club.

Les propos de non-publics du SLTR mettant en exergue la complexe relation entre la pratique de la lecture et la pratique de l'événement constitueront le dernier exemple présenté ici. Si des participants reconnaissent que le SLTR cherche notamment à valoriser la lecture de livres, ils expliqueront néanmoins que leur propre valorisation de cette pratique justifie leur manque d'intérêt pour la fréquentation de l'événement annuel. Pour ces gens, la lecture implique des manières d'être et d'agir diamétralement opposées à celles qui conduisent à fréquenter le SLTR : « Je lis beaucoup, mais je ne sais pas pourquoi... Je vais lire chez moi. Je suis bien avec mon livre, chez nous, dans

ce contexte. Mais aller au Salon du livre... Il y a beaucoup de gens et je n'aime pas ça » (Monique). Ici, l'intérêt pour la lecture s'associe à une valorisation du confort, de l'exercice de l'imagination et de l'attention, de même qu'à une affirmation de l'individualité. Ainsi, c'est parce que le goût de fréquenter le SLTR est assorti à des intérêts bien différents de ceux qu'implique la lecture (tel que converser avec des auteurs, socialiser avec d'autres lecteurs, être dirigé par la médiation des lieux ou évoluer dans une foule) que de fervents lecteurs ne désirent pas faire partie des publics de l'événement.

Conséquemment à cette compréhension, telle que l'illustre la figure ci-dessous (fig.7), nous estimons que la pratique des organismes culturels étudiés gagne à ne pas être abordée nécessairement dans une logique de continuité avec les pratiques culturelles que ces organismes valorisent :

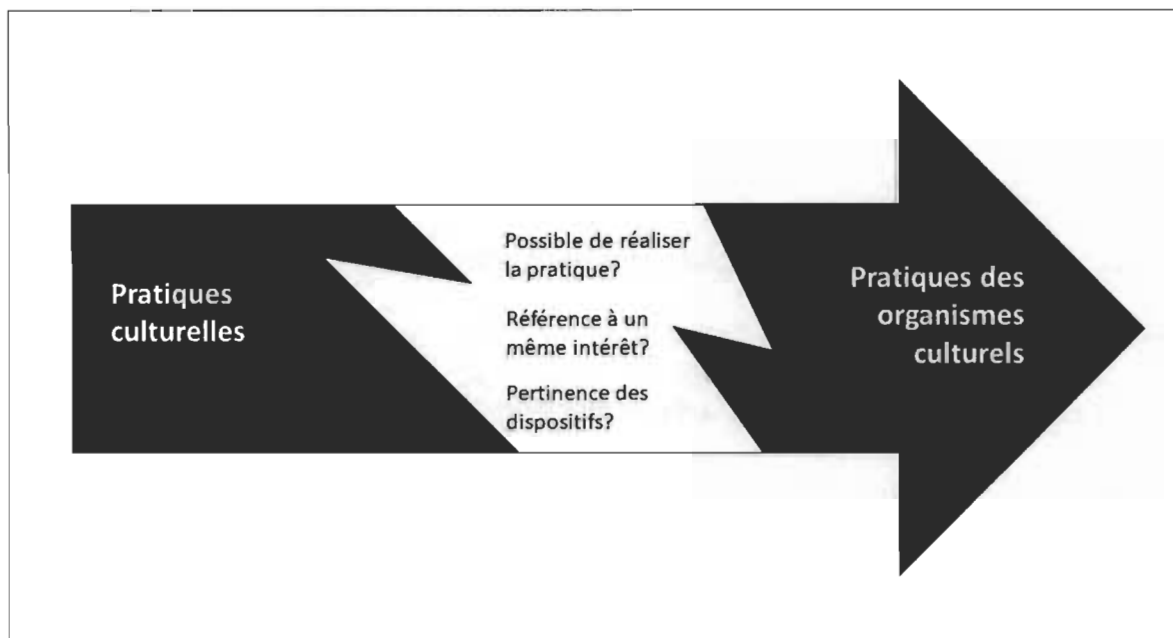


Figure 7. Relation aux pratiques culturelles

Ainsi, nos analyses nous ont permis de remarquer que le lien entre les pratiques culturelles et les organismes qui les valorisent ne va pas nécessairement de soi pour les individus rencontrés. Il est

de notre avis qu'un processus est en place où vient se rompre, dans l'imaginaire des participants, le lien entre la fréquentation des organismes et l'appréciation des pratiques culturelles qu'ils valorisent. En effet, la relation n'est pas directe, au point où elle peut même être inverse, en ce sens qu'un intérêt marqué pour les pratiques culturelles liées aux organismes peut expliquer la posture de non-public de certains. Tel que l'illustre notre modélisation (fig.7), au cours de cette recherche, nous avons identifié les sources d'une pareille contradiction :

- au sentiment que les propositions empêchent de réaliser pleinement la pratique culturelle;
- aux autres intérêts qu'appellent certaines pratiques culturelles proposées par les organismes étudiés, ce qui incite à la valorisation de ces pratiques et non à celle des organismes;
- au manque de cohésion entre les dispositifs sur lesquels reposent les propositions et les attentes entretenues à l'égard de la pratique culturelle.

#### **10.6. Quatrième constat. Publics et non-publics : une relation symbolique forte**

Pour nous affirmer en mesure de comprendre les raisons pour lesquelles des individus de la Mauricie ne fréquentent pas les six organismes établis dans cette même région et considérés dans le cadre de notre étude, la relation que les participants entretiennent avec leur imaginaire devait être prise en compte. Plus spécifiquement, nous nous sommes attardé à mieux saisir la façon dont ils imaginent les publics des organismes, dans la mesure où leurs représentations semblent exercer une influence sur la consolidation et le maintien de leur posture de non-publics.

Ainsi, c'est parce que certains s'imaginent que les publics des organismes possèdent des traits sociodémographiques et des intérêts fondamentalement différents des leurs qu'ils s'expliquent ne pas faire partie de ces publics. Pour le dire plus simplement : des participants ont estimé que les propositions culturelles des organismes s'adressent et rejoignent des publics « autres ». Toutefois,

les traits et les intérêts attribués à cette altérité peuvent varier. Certains individus la considéreront plus cultivée qu'eux-mêmes, perception ayant pour effet de rendre intimidante l'idée de s'y identifier et de réaliser la pratique des organismes. D'autres estimeront plutôt que les publics sont composés de néophytes en processus d'apprentissage ou de fervents d'activités populaires, diminuant d'autant dans l'esprit des individus à la recherche d'activités destinées aux initiés la pertinence de fréquenter les lieux étudiés.

Ajoutons que ces perceptions contrastées peuvent avoir été énoncées à propos de ceux qui fréquentent un même organisme. Par exemple, des non-publics du SLTR ont affirmé que les publics de l'événement sont trop populaires, tandis que d'autres ont jugé qu'ils sont trop élitistes. À cet effet, certains qualifient les publics du SLTR de chasseurs d'autographes : « Je n'ai pas du tout le côté *fan*. Donc, aller rencontrer un auteur, ça ne m'intéresse pas » (Christiane). Toutefois, d'autres individus vont voir des spécialistes dans les publics du même événement : « [J]'ai vraiment l'impression que c'est plus pour les gens qui sont curieux, qui ont le goût de découvrir les livres québécois. Je pense que c'est plus spécialisé » (Jocelyn). Dans les deux cas, le résultat est le même : faute de s'identifier aux publics qu'ils s'imaginent être ceux de ces diverses propositions, ces individus ne veulent pas en faire partie.

Cela dit, si cette dualité de propos a été observée pour le SLTR, le MQCP et le FVTR, les non-publics du CPOOL, de la MCTR et de CCTR sont généralement d'avis que leurs publics sont plus cultivés et élitistes qu'eux-mêmes. À cet effet, nombreux sont ceux qui se représentent les publics de la MCTR comme formant un cénacle : « Tu sais, les amateurs de théâtre, c'est comme une clique. C'est tous du monde qui se connaissent et ça tourne là-dedans. Mais embarquer du monde dans ce cercle, dans cette clique, ce n'est vraiment pas facile » (Sonia). Autre exemple : les non-publics de CCTR verront chez les individus composant les publics de ce ciné-club un regroupement de cinéastes avertis d'un certain âge, ce qui les incite à entretenir la perception que

l'organisme « projette des films qui s'adressent aux gens qui connaissent beaucoup les films. Donc pour des gens comme nous, qui ne connaissent pas tellement ça, ce n'est pas intéressant » (Christian).

Une multitude de perspectives sont entretenues à l'égard des publics des six organismes culturels étudiés et ces perspectives contribuent à expliquer pourquoi des individus se disent non-publics des propositions de ces organismes. Cette raison n'est pas sans rappeler le constat émis par Gottesdiener et Vilatte (2009), qui ont remarqué que les non-publics de musées d'art ont tendance à se positionner dans un processus de comparaison avec l'image qu'ils ont des publics de telles institutions. La figure suivante (fig.8) fait d'ailleurs état des composantes d'un processus similaire observé dans le cadre de notre étude.

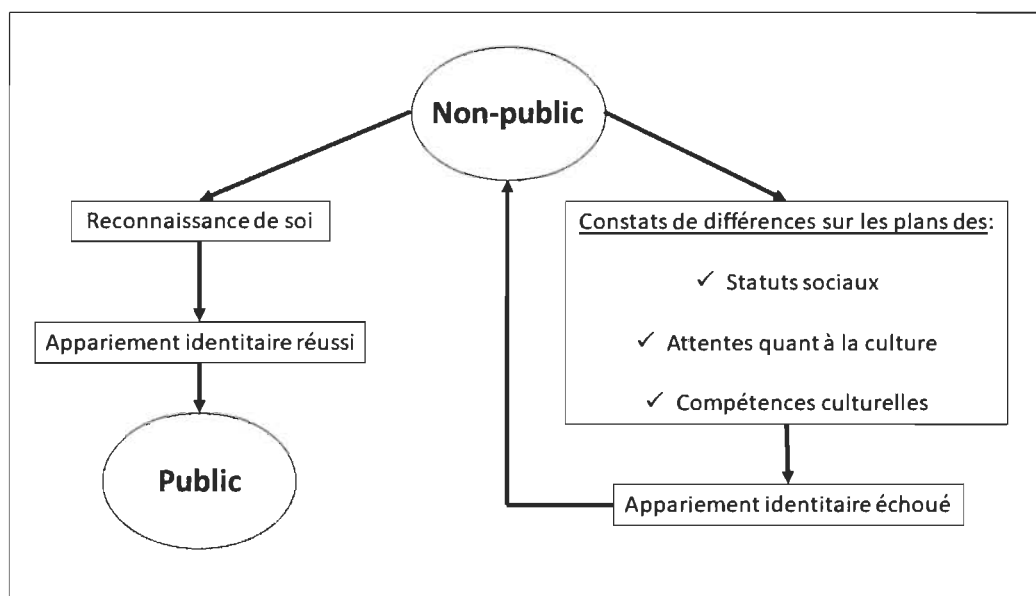


Figure 8. Processus d'appariement identitaire

Tel que l'illustre la Figure 8, afin de bien comprendre pourquoi certains ne fréquentent pas les organismes culturels partenaires à cette recherche, il importe de considérer le processus où

s'entretient une relation symbolique entre les non-publics et la perception qu'ils ont des publics des organismes. Selon nos analyses, lorsque des non-publics s'imaginent les traits des publics d'une proposition culturelle et qu'ils sont en mesure de se reconnaître à travers ces traits, cela vient créer un processus d'appariement identitaire réussi qui, lui, vient rendre très envisageable la transition des non-publics vers les publics.

En revanche, c'est parce que certains s'imaginent que les publics des organismes partenaires à cette recherche possèdent des traits sociodémographiques et des intérêts fondamentalement différents des leurs qu'ils s'expliquent ne pas faire partie de ces publics. Selon la compréhension que nous avons dégagée tout au long de notre projet, les non-publics des organismes partenaires consolident leur posture en formulant un constat s'assimilant à un processus d'appariement identitaire échoué. En effet, c'est parce que ces gens comparent leur identité sociale, leurs attentes envers les pratiques culturelles et les compétences culturelles qu'ils s'attribuent avec une image fantasmée des caractéristiques des publics qu'ils s'expliquent ne pas avoir fréquenté les organismes. Pour le formuler autrement : pourquoi ces personnes fréquenteraient-elles ces organismes si ceux-ci s'adressent à des gens à qui elles ne s'identifient pas?

### **10.7. Cinquième constat. Le paradoxe de la proximité géographique**

Le dernier constat auquel nous incitent nos analyses porte sur l'importance de considérer la relation des participants à la proximité géographique afin de comprendre pourquoi certains préfèrent ne pas fréquenter des organismes culturels situés tout prêt de leur lieu de résidence ou de travail. S'est par ailleurs fait jour une situation apparemment paradoxale : pour certains participants, la proximité géographique agit comme un frein, tandis que la distance agit comme un incitatif.



Certains ont tenu des propos à l'effet que, bien qu'ils demeurent à seulement quelques kilomètres des organismes, que ces organismes ont pignon sur rue à proximité de leur lieu de travail ou qu'ils constituent des dispositifs mis en place par la municipalité à laquelle ils paient des taxes, ils ne s'en sentent pas plus proches pour autant; bien au contraire, pour eux, ces éléments contribuent à créer une distance symbolique qui les pousse à éviter d'en faire la pratique. Ainsi, lorsqu'appelés à s'exprimer au sujet des raisons pour lesquelles ils ne fréquentent pas la MCTR, des non-publics expliqueront que la recherche d'une rupture avec le quotidien motive généralement leurs sorties aux spectacles et que cette rupture est difficilement réalisable en demeurant à Trois-Rivières : « [L]'idée de rester à Trois-Rivières... Pourtant si c'était n'importe où, à trois quarts d'heure d'ici, par exemple à Berthierville, je serais content d'y aller. Ça serait plus facile que d'aller juste à côté de chez nous » (Jean).

L'inscription des organismes étudiés à même le quotidien des individus rencontrés a également pour effet de rendre plus évidents les freins logistiques à leur fréquentation. En occurrence, le fait que certains se situent au centre-ville de Trois-Rivières et que des participants ont déjà eu des difficultés à circuler dans ce secteur justifie leur désir de les éviter. En s'exprimant à propos du FVTR, certains ont tenu pareil commentaire : « [J]e te dirais ce qui me met principalement un frein, c'est que les activités sont au centre-ville et l'accès au centre-ville, lorsqu'il y a beaucoup de gens, ce n'est pas évident. Je trouve que ce n'est pas très pratique parce que nous nous ramassons à courir pour avoir du stationnement » (Mireille). Ici, c'est une perception bâtie par un côtoiement prolongé du centre-ville de Trois-Rivières qui agit comme frein à la fréquentation.

Plusieurs individus rencontrés ont expliqué qu'ils sont beaucoup plus portés à fréquenter des organismes culturels lorsqu'ils sont en vacances à l'extérieur de la ville ou lorsqu'il s'agit d'organismes établis dans les villes de Montréal ou de Québec. Dans ces conditions, la distance

physique entre leur milieu de vie et les organismes agit comme motivation à la fréquentation. Pour prendre un exemple révélant une raison de ne pas fréquenter le MQCP, certaines personnes tiendront pareils propos : « [J]’associe beaucoup la visite d’un musée à une activité qui se fait dans une autre ville que la mienne. Et ça, c’est quelque chose que j’ai toujours fait » (Lise). D’autres, pour prendre un exemple tiré du volet FVTR, affirmeront préférer se sentir plus attachées et avoir davantage confiance en des activités se déroulant dans les pôles culturels que sont Montréal ou Québec : « [J]’ai participé quelques fois au Festival d’été de Québec. Selon moi, c’est en compétition avec le FVTR, puisque c’est quand même proche [soit environ 130 km de Trois-Rivières]. Mais c’est un festival qui me rejoint plus on dirait. Même si c’est plus cher, je préfère payer plus » (Isabelle).

Ainsi, la distance géographique qui sépare les individus de propositions culturelles doit être abordée de façon nuancée : parfois elle conduit à la fréquentation culturelle et parfois elle la retient (voir fig. 9).

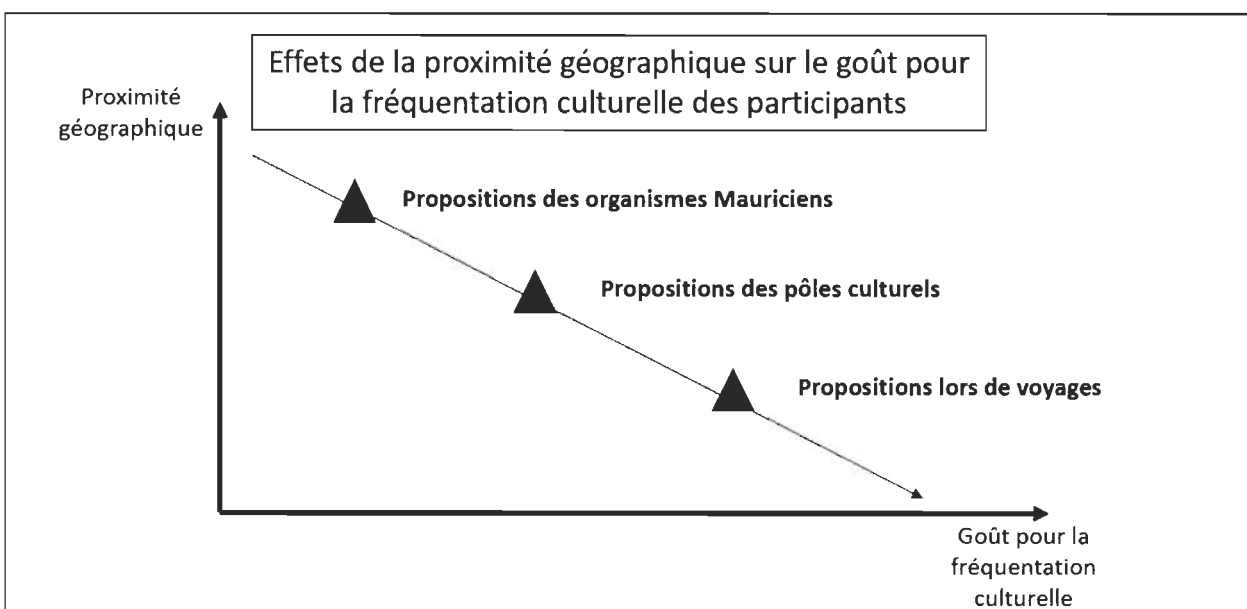


Figure 9. Effets de la proximité

La *Figure 9* l'illustre : la proximité géographique avec des propositions culturelles peut avoir des effets paradoxaux sur la fréquentation. Concrètement, nous avons constaté que pour certains non-publics, une relation inverse est en place entre la proximité et le goût pour la fréquentation culturelle : plus la proximité géographique est grande, moins le goût pour la fréquentation culturelle est présent. D'un autre côté, le goût pour la fréquentation serait décuplé par l'éloignement géographique.

Pour ces non-publics, la connaissance des infrastructures des six organismes peut inciter à les craindre et à les éviter. Les habitués du centre-ville de Trois-Rivières, où se trouvent cinq des six organismes partenaires, se diront particulièrement affectés par cette raison. En outre, la proximité physique des offres des six organismes ne permettrait pas à des participants une rupture avec leurs quotidiens. Certains se sont montrés très réticents à l'idée que le trajet pour réaliser un loisir culturel soit le même que celui qu'ils réalisent chaque matin pour aller travailler. Qui plus est, les offres ne seraient pas jugées suffisamment intéressantes pour créer en elles-mêmes une évasion du quotidien. Elles ne constitueraient pas des incontournables s'inscrivant en marge du quotidien, plutôt, elles en feraient partie.

Ensuite, il est de notre compréhension que dans le contexte d'une étude qui cible la Mauricie, la proximité relative avec les pôles culturels que sont Montréal ou Québec doit être prise en compte puisqu'elle inciterait les individus rencontrés à fréquenter les équipements de ces villes jugées culturellement plus riches. Qui plus est, il semble qu'être en voyage et se trouver, pour une durée limitée, dans un lieu éloigné, motive la fréquentation d'organismes culturels. Par exemple, des individus affirmant ne jamais fréquenter les musées trifluviens ont affirmé que lors de voyages à New-York, Washington ou Paris, la fréquentation de musées était jugée incontournable.

### **10.8. Conclusion. Pour une perspective intégratrice des raisons exprimées par les non-publics d'organismes culturels établis en Mauricie**

Notre rencontre d'individus non-publics d'organismes culturels établis en Mauricie nous a procuré une vision nuancée du phénomène de la fréquentation culturelle, une vision qui devrait inciter quiconque s'y intéresse à s'éloigner de la permanence et de l'absolu. Si les non-publics ont déjà été considérés comme « ceux qui n'ont encore aucun accès ni aucune chance d'accéder prochainement au phénomène culturel sous les formes qu'il persiste à revêtir dans la presque totalité des cas » (Jeanson, 1968, dans Jeanson, 1972, p. 120), ce n'est assurément pas à pareille conclusion que nous arrivons. Cet écart n'est d'ailleurs pas sans rappeler que le concept de non-publics gagne à être « envisagé dans un contexte de changements sociaux et culturels » (Luckerhoff *et al.*, 2019, p. 228) et que, à ce titre, celui au sein duquel nous avons mobilisé le concept est bien différent de celui où, il y a 50 ans, il a pour la première fois été défini.

Ce faisant, plutôt que d'appuyer l'hypothèse voulant que les termes « publics » et « non-publics » désignent des catégories sociales différentes, nos analyses nous poussent à les concevoir comme les extrémités d'un même continuum, celui-ci étant ponctué de plusieurs ruptures (voir fig. 10).

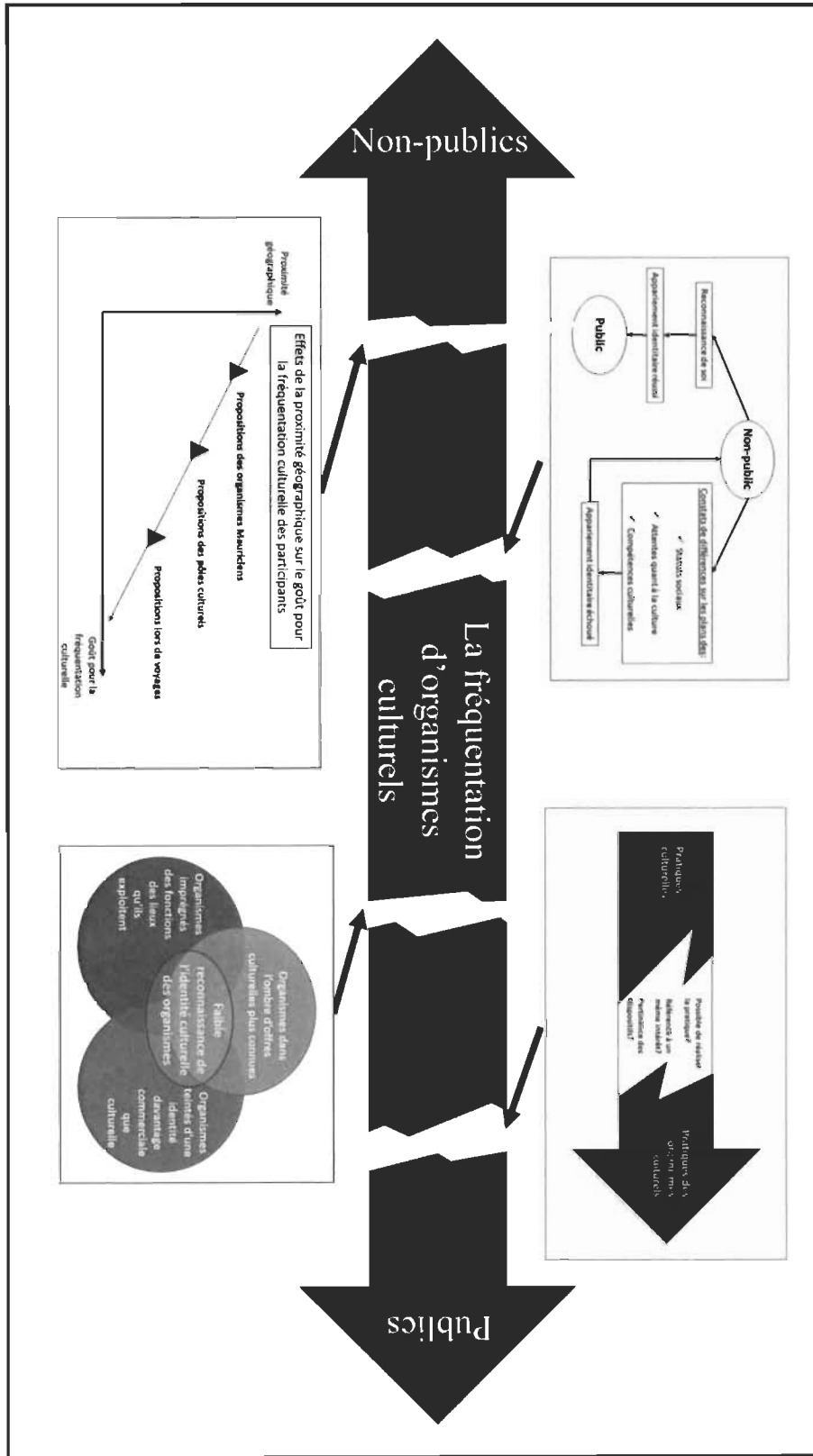


Figure 10. Modélisation du continuum entre non-publics et publics

Ainsi, notre compréhension des raisons alléguées par les non-publics ayant participé à notre étude nous incite à les rassembler dans une seule catégorie oscillant d'une posture à une autre, ces raisons devant être abordées dans leur relation à l'espace-temps dans lequel elles ont été énoncées. En effet, rien ne nous pousse à croire que, au moment d'écrire ces lignes, toutes les personnes interviewées sont toujours non-publics des lieux dont nous avons discuté. Les analyses des entretiens menés ne permettent en aucun cas de conclure à des raisons enfermant les individus dans une posture dont ils ne sauraient s'éloigner.

Dans un tel modèle, où les individus sont mobiles, il devient néanmoins possible d'identifier des failles pouvant limiter leurs mouvements. Celles-ci pouvant gagner ou perdre en importance selon la réalité des individus concernés. À la lumière de nos résultats, rappelons-le, nous avons identifié quatre raisons susceptibles de causer des ruptures dans le continuum entre la posture de non-public et celle de public :

- 1) une faible reconnaissance de l'identité culturelle des organismes;
- 2) un difficile rapprochement entre les pratiques culturelles valorisées par les organismes et la pratique des organismes;
- 3) une faible identification à l'image fantasmée des publics des organismes;
- 4) les effets paradoxaux de la proximité géographique.

Or, ces raisons ne sont pas issues de traits identitaires, mais bien de perceptions individuelles. Il est donc à penser que certaines initiatives peuvent, plus ou moins facilement, minimiser l'impact de ces raisons sur le continuum : les ruptures peuvent être colmatées, les failles comblées.

D'ailleurs, plusieurs mesures à cet effet ont déjà été mises en place par les organismes touchés par cette étude. Par exemple, devant la faible reconnaissance de son identité culturelle, le CPOOL a minimisé son lien au lieu de culte qui l'abrite en se renommant Ozias Leduc en Mauricie et en proposant une médiation culturelle renouvelée, centrée sur des expériences numériques à la fine

pointe de la technologie<sup>84</sup>. Devant la faible reconnaissance du lien entre la pratique du SLTR et la pratique de la lecture de livres, les responsables ont modifié leur axe principal de communication pour que celui-ci ne mette plus de l'avant le nombre de maisons d'édition exposant au salon, mais plutôt la variété des activités culturelles offertes<sup>85</sup>. Devant la perception que son public est exclusivement constitué de cinéastes vieillissants, le CCTR a développé un partenariat avec un parc trifluvien afin d'offrir des représentations en plein air destinées aux familles. Les responsables ont également redoublé d'efforts sur les réseaux sociaux en mettant des visages sur les publics, dans l'objectif d'éviter que les non-publics perpétuent leur vision fantasmée des publics de l'organisme. Dernier exemple : les responsables du FVTR, pour contrer la distance symbolique posée par la proximité géographique, cherchent plus que jamais à proposer des concerts exclusifs et incontournables<sup>86</sup>.

Les résultats de ces initiatives, tout au moins sur le plan quantitatif, parlent d'eux-mêmes : le MQCP a noté une augmentation de sa fréquentation de 20% entre 2017 et 2018<sup>87</sup>; le FVTR a connu une année record en 2019, ayant écoulé un total de 39 309 droits d'entrée (2147 de plus qu'en 2018); l'édition 2019 du SLTR a permis d'accueillir 16 453 personnes en 4 jours, un record; enfin, pour l'année 2018, le CCTR est le cinéma parallèle le plus fréquenté au Québec, avec ces quelque 30 000 entrées annuelles.

Cela dit – et nous concluons sur ces quelques remarques –, il nous semble qu'il serait pertinent de faire suite à ces évaluations quantitatives des organismes culturels par des évaluations qualitatives. Serait-il possible que de telles augmentations sur le plan de la fréquentation ne

---

<sup>84</sup> En 2019, Ozias Leduc en Mauricie présente des visites assistées par un dispositif d'intelligence artificielle, un jeu en réalité augmentée, une activité de réalité virtuelle et une projection architecturale.

<sup>85</sup> Le SLTR offre, entre autres, des conférences d'auteurs, des ateliers d'illustration, des contes pour enfant et des lectures effectuées par un écrivain en résidence.

<sup>86</sup> En 2019, la tête d'affiche du festival de musique était le groupe américain The Offspring.

<sup>87</sup> Le MQCP se nomme aujourd'hui Musée Pop.

s'expliquent pas tant par l'arrivée des non-publics, tels que définis dans la présente recherche<sup>88</sup>, mais plutôt à une intensification des pratiques d'individus qui n'avaient pas pratiqué ces offres depuis deux, trois ou quatre ans? Aller à la rencontre des publics des organismes pour comprendre les impacts de ces nouvelles initiatives sur leurs pratiques nous semble important.

Aussi, puisque nous avons étudié les relations entretenues à l'égard d'organismes situés sur un même territoire et que nous avons conclu à une valorisation plus difficile des propositions mauriciennes par comparaison à celles d'organismes établis à Québec ou à Montréal, il nous semble pertinent de continuer à questionner la distance symbolique posée par la proximité géographique. Est-ce que, par exemple, des individus demeurant à Montréal et ne fréquentant pas des organismes culturels établis dans cette ville se l'expliquent également en raison d'une distance symbolique les poussant à fréquenter, notamment, les organismes de la Mauricie? De surcroît, est-ce que la notion de territoire prend un même sens lorsqu'il s'agit d'une ville telle que Montréal? Comme l'ont constaté Labbé et Poirier (2017) lorsqu'ils se sont intéressés à la typologie culturelle québécoise, « l'échelle locale s'avère pertinente et adéquate pour l'analyse des relations entre l'offre culturelle et les publics de la culture » (p. 338). Ils font ici référence aux nombreux quartiers de la ville de Montréal. Bref, il nous semble que le phénomène de la fréquentation culturelle mérite que l'on continue à s'y attarder en étudiant les différentes postures susceptibles d'être endossées à l'égard de propositions culturelles, les relations qu'entretiennent des individus avec les organismes culturels qui les entourent et les multiples formes que peuvent prendre les rapports entre citoyen, culture et territoire.

---

<sup>88</sup> Rappelons que le critère de sélection voulait que les individus ne devaient pas avoir fréquenté les organismes depuis au moins cinq ans.



## Références

---

- ACPQ [Association des cinémas parallèles du Québec] (2014). Mission. *À propos* : <<http://www.cinemasparalleles.qc.ca/pages.asp?id=835>> (consulté le 9 avril 2019).
- Ah Keng, K., Wirtz, J. et K. Jung (2003). Segmentation of library visitors in Singapore: learning and reading related lifestyles. *Library Management*, 24(1-2) : 20-33.
- Allard-Gaudreau, N., et M. Lalancette (2018). L'induction au service d'une étude des représentations sociales du leadership féminin : de la problématisation à l'interprétation des données. *Approches inductives*, 5(1) : 177-204.
- Ancel P. et A. Pessin, dir. (2004). *Les non-publics. Les arts en réceptions*. Paris : L'Harmattan.
- APCQ (2016). *Mémoire présenté par l'Association des propriétaires de cinémas du Québec au Comité-conseil sur le renouvellement de la politique culturelle du Québec*. Montréal : APCQ.
- AQSL (s. d.). Qui sommes-nous? *À propos* : <<https://www.aqsl.org/a-propos/qui-sommes-nous>> (consulté le 26 avril 2018).
- Audet, C. et D. St-Pierre (2015). Les festivals de musique au Québec : résultats d'une enquête. *Survol*, 26 : 1-48.
- Avenier, M. J. (2011). Les paradigmes épistémologiques constructivistes : post-modernisme ou pragmatisme? *Management & Avenir*, 3 : 372-391.
- Azam, M. (2004). La pluralité des rapports à l'art : être plus ou moins public. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 2 : 67-84. Paris : L'Harmattan.
- Baillargeon, J.-P. (2012). Pour goûter le contenu d'un livre, il faut savoir lire! Dans C. Martin, M. De la Durantaye, J. Lemieux et J. Luckerhoff (dir.), *Enjeux des industries culturelles au Québec. Identité, mondialisation, convergence* : 44-55. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Barrette, Y. (2011). *Spectacularisation et festivisation comme méthode de marchandisation de la ville contemporaine : le cas du Quartier des spectacles à Montréal* [mémoire de maîtrise]. Montréal : Université de Montréal.
- Bashkar, R. (1991). *Philosophy and the Idea of Freedom*. Oxford : Blackwell.
- Becker, H. (1963). *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*. Glencoe : Free Press.

- Bélangier, A. (2007). Le Quartier des spectacles : conserver l'ancien en créant du neuf. *Journal de l'UQAM*, 34(2) : 7.
- Ben Affana, S. (2012). Arrêt sur réflexion continue : des usages sociaux du virtuel. Dans J. Luckerhoff et F. Guillemette (dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages* : 141-162. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Bergeron, Y. et S. Dumas (2008). Incursion du côté des visiteurs dans le réseau des musées au Québec. *Téoros*, vol. 27(3) : 29-34.
- Berthiaume, G. (2011). Entretien avec Christine St-Pierre, ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec. *À rayons ouverts*, 85 : 5-9.
- Bertrand, A.-M. (2003). Le peuple, le non-public et le bon public : les publics des bibliothèques et leurs représentations chez les bibliothécaires. Dans O. Donnat et P. Tolila, *Le(s) public(s) de la culture* : 139-154. Paris : Presses de Sciences Po.
- Blaikie, N. (1993). *Approaches to Social Enquiry*. Cambridge : Polity Press.
- Bonnacorsi, J. (2009). Le non-public comme un ordre de l'action : modalités de présence du mot et glissements terminologiques. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 32(1) : 23-45.
- Bonneau, M. (2009). *Les loisirs. Du temps dégagé au temps géré*. Paris : Ellipse.
- Bouillin-Dartevelle, R. G. Thoveron et F. Noël (1991). *Temps libre et pratiques culturelles*. Liège : Mardaga.
- Boulet, G. (1997). Vibrant témoignage de nos origines et de notre culture. Le Musée des arts et traditions populaires du Québec. *Réseau*, 28(5) : <[http://www.uquebec.ca/bap/bap/mag\\_reseau/mag97\\_02/Doss.htm](http://www.uquebec.ca/bap/bap/mag_reseau/mag97_02/Doss.htm)> (consulté le 10 avril 2019).
- Bourdieu, P. (1971). Reproduction culturelle et reproduction sociale. *Social Science Information*, 10(2) : 45-79.
- Bourdieu, P. (1979). Les trois états du capital culturel. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 30 : 3-6.
- Bourdieu, P. et A. Darbel (1969). *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*. Paris : Éditions de Minuit.
- Bourgatte, M. (2009). Être à la fois public et non-public. Quand le public des salles de cinéma Art et Essai est non-public des films Art et Essai. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 32(1) : 147-172.

- Bourgatte, M. (2012). Le cinéma d'Art et Essai : un label de la qualité institutionnelle mis à l'épreuve de l'expertise ordinaire. *Communication & Langages*, 174 : 109-122.
- Bourgeon-Renault, D. et M. Filser (2010). L'expérience culturelle. Dans I. Assassi, M. Filser et D. Bourgeon-Renault (dir.), *Recherches en marketing des activités culturelles* : 141-158. Paris : Vuibert.
- Bouvaist, J.-M. (1990). L'évolution des nouveaux éditeurs de 1973-1987. Dans Greffe, S. Pflieger et F. Rouet (dir.), *Socio-économie de la culture. Livre, musique* : 8-32. Paris : Anthropos.
- Bowen, G. A. (2006). Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3) : 12-23.
- Caillet, E. (2008). L'exposition, le musée. Dans D. Andler et B. Guerry (dir.), *Apprendre demain. Sciences cognitives et éducation à l'ère numérique* : 139-163. Paris : Hatier.
- Caillet, E. et O. Coppey, O. (2003). *Stratégies pour l'action culturelle*. Paris : L'Harmattan.
- Caune, J. (1996). Pratiques culturelles, médiation artistique et lien social. *Hermès*, 20 : 169-175.
- Caune, J. (2006). *La démocratisation culturelle. Une médiation à bout de souffle*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Cavallo, G. et R. Chartier (1997). *Histoire de la lecture dans le monde occidental*. Paris : Seuil.
- CCTR [Ciné-Campus Trois-Rivières] (s. d.). Historique. *Informations* : <<https://www.cinecampustr.com/informations-generales/historique.html>> (consulté le 9 avril 2019).
- Champagne-Poirier, O. (2016). Les données autoethnographiques comme base à une théorisation des pratiques pédagogiques dans l'enseignement des approches inductives. *Approches inductives*, 3(2) : 12-40.
- Chartrand, S. G. et De Koninck, G. (2009). La clarté terminologique pour une plus grande cohérence et rigueur dans l'enseignement du français. *Québec français*, 153 : 37-39.
- Chaumier, S. et F. Mairesse (2013). *La médiation culturelle*. Paris : Armand Colin.
- Chauveau, G. (2013). *Le savoir-lire aujourd'hui. Les méthodes de lecture et l'apprentissage de l'écrit*. Paris : Éditions Retz.
- Cinéma Le Tapis Rouge (s. d.). À propos. *Accueil* : <<http://www.cinemaletapisrouge.com/a-propos>> (consulté le 9 avril 2019).
- Cohen, R. et R. Söderbergh (1999). *Apprendre à lire avant de savoir parler. Une nouvelle conception de l'apprentissage de la lecture*. Paris : Albin Michel Éducation.

- Corbin, J. (2012). Préface. Dans J. Luckerhoff et F. Guillemette (dir), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages* : vii-xii. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Corbin, J. et A. L. Strauss (2015). *Basics of Qualitative Research*, 4<sup>e</sup> éd. Thousand Oaks : Sage.
- Cornellier, B. (2011). *La « chose indienne ». Cinéma et politiques de la représentation autochtone dans la colonie de peuplement libérale* [thèse de doctorat]. Montréal : Université Concordia.
- Côté, L. (2005). Mission patrimoine religieux : actions et perspectives. Dans L. Turgeon (dir.), *Le patrimoine religieux du Québec. Entre le cultuel et le culturel* : 121-126. Québec : Presses de l'Université Laval.
- CPCQ [Conseil du patrimoine culturel du Québec] (2019). Quelques définitions. *Patrimoine culturel* : <<http://www.cpcq.gouv.qc.ca/index.php?id=32>> (consulté le 5 mars 2019).
- CPRQ [Conseil du patrimoine religieux du Québec] (2012). Réutilisation des églises patrimoniales. Comment planifier le changement d'usage dans un contexte patrimonial? *L'état du patrimoine religieux*, 3 : 1-4.
- Crenn, G. (2003). *Le Biodôme de Montréal ou La nature médiatisée. Patrimonialisation de l'environnement dans un dispositif d'immersion simulée* [thèse de doctorat]. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- Crenn, G. (2012). L'exposition de la musique populaire au Powerhouse Museum de Sydney. Logiques de production. *Questions de communication*, 22 : 159-180.
- Crenn, G. (2015). La culture populaire de masse au musée. Dispositifs muséographiques et réception dans l'exposition « Abbaworld ». Dans J. Dakhli (dir.), *À la recherche des publics populaires*, t. 1 : 195-211. Nancy : Presses universitaires de Nancy et Éditions Universitaires de Lorraine.
- CSLTR [Corporation du Salon du livre de Trois-Rivières] (2018). Mission. *À propos* : <<https://www.sltr.qc.ca/a-propos>> (consulté le 20 mars 2018).
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow. The Psychology of Optimal Experience*. New York : Harper Perennial.
- Culture Mauricie (2015). *Diagnostic culturel / Mauricie*. Trois-Rivières : Culture Mauricie et Conférence des élus de la Mauricie. Québec : Ministère de la Culture et des Communications.

- Culture Shawinigan (2017). Historique. *Ozias Leduc en Mauricie* : <<https://www.oziasleducenmauricie.com/fr/l-eglise-notre-dame-de-la-presentation>> (consulté le 5 mars 2019).
- Culture3R (2019a). Salle Louis-Philippe-Poisson. *Lieux* : <<https://www.cultur3r.com/lieux/salle-Louis-Philippe-Poisson/>>, consulté le 14 mars 2019.
- Culture3R (2019b). Salle Anaïs-Allard-Rousseau. *Lieux* : <<https://www.cultur3r.com/lieux/anais-allard-rousseau/>> consulté le 14 mars 2019.
- Culture3R (2019c). Centre d'exposition Raymond-Lasnier. *Lieux* : <<https://www.cultur3r.com/lieux/centre-dexposition-raymond-lasnier/>>, consulté le 14 mars 2019.
- Culture3R (2019d). Salle J.-Antonio Thompson. *Lieux* : <<https://www.cultur3r.com/lieux/salle-j-antonio-thompson/>>, consulté le 14 mars 2019.
- Culture3R (2019e). Naturellement sophistiqués. *Événements* : <<https://www.cultur3r.com/evenements/naturellement-sophistiques/>>, consulté le 14 mars 2019.
- Culture3R (2019f). La rose de Jericho. *Événements* : <<https://www.cultur3r.com/evenements/la-rose-de-jericho/>>, consulté le 14 mars 2019.
- Culture3R (2019g). Agir pour la culture, *À propos* : <<https://www.cultur3r.com/evenements/la-rose-de-jericho/>>, consulté le 14 mars 2019.
- Danvoye, M. (2018). La fréquentation des institutions muséales en 2016 et 2017. *Optique Culture*, 60 : 1-16.
- Davallon, J. (1997). L'évolution du rôle des musées. *La Lettre de l'OCIM*, 49 : 4-8.
- Davallon, J. (1999). *L'exposition à l'œuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : L'Harmattan.
- Davallon, J. (2019). Les musées, au cœur de la reconfiguration des patrimoines? Dans J. Le Marec, B. Schiele et J. Luckerhoff (dir.), *Musées, mutations...* : 53-75. Dijon, Éditions Universitaires de Dijon.
- Davallon, J. et É. Flon (2013). Le média exposition. *Culture & Musées* (hors-série) : 19-45.
- De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. 1. Les arts de faire*. Paris : Gallimard.
- Degain, J. et S. Benharkate (2009). Évaluer les bénéfices d'une activité muséale. *La Lettre de l'OCIM*, 122 : 19-25.

- Deledalle, G. (1998). I. Le pragmatisme. *Le Point philosophique*, 3 : 51-72.
- Denizot, M. (2008). Du théâtre populaire à la médiation culturelle : autonomie de l'artiste et instrumentalisation. *Lien social et politiques*, 60 : p. 63-74.
- Dewey, J. (1929). *The Quest for Certainty*. New York : G. P. Putnam.
- Dewey, J. (1933). *How We Think. A Restatement of the Relation of Reflective Thinking to the Educative Process*. Boston : Houghton Mifflin.
- DiMaggio, P. (1996). Are art-museum visitors different from other people? The relationship between attendance and social and political attitudes in the United States. *Poetics*, 24 : p. 161-180.
- Donnat, O. (1993). Les publics des musées en France. *Publics et Musées*, 3(1) : 29-46.
- Donnat, O. (1996). Les enquêtes de public et la question de la démocratisation. Dans J.-P. Baillargeon (dir.), *Les publics du secteur culturel : nouvelles approches* : 9-19. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Ducret, A. (2004). Les manières de recevoir : à quoi sert encore Adorno? Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 101-126. Paris : L'Harmattan.
- Dumais, L. (2011). La recherche partenariale au Québec : tendances et tensions au sein de l'université, *SociologieS* [En ligne], <http://journals.openedition.org/sociologies/3747>, consulté le 09 octobre 2019.
- Dumazedier, J. (1974). *Sociologie empirique du loisir*. Paris : Seuil.
- Durantaye, M. de la (2012). Le modèle québécois de développement des industries culturelles : pérennité et gestion du risque? Dans C. Martin, M. de la Durantaye, J. Lemieux et J. Luckerhoff (dir.), *Enjeux des industries culturelles au Québec. Identité, mondialisation, convergence* : 241-252. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Dutheil, C. (2004). La Fête de la musique ou L'utopie sonore. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réceptions*, t. 2 : 249-262. Paris : L'Harmattan.
- Écalle, J. et A. Magnan (2002). *L'apprentissage de la lecture. Fonctionnement et développement cognitifs*. Paris : Armand Colin.
- ÉCDQ [Église catholique de Québec] (2019). Statistiques. *Église catholique de Québec* : <<http://fabriques.ecdq.org/fabriques/statistiques>> (consulté le 5 mars 2019).

- Eidelman, J. (2009). Du non-public des musées aux publics de la gratuité. Dans D. Jacobi et J. Luckerhoff (dir.), *À la recherche du « non-public »* : 172-199. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Epstein, H. T. (2001). An outline of the role of brain in human cognitive development. *Brain and Cognition*, 45(1) : 44-51.
- Esquenazi, J.-P. (2002). Les non-publics de la télévision. *Réseaux*, 112-113 : 316-344.
- Esquenazi, J.-P. (2004). *Cinéma contemporain. État des lieux*. Paris : L'Harmattan.
- Ethis, E. (2004). *Pour une po(i)étique du questionnaire en sociologie de la culture. Le spectateur imaginé*. Paris : L'Harmattan.
- Ethis, E. (2005). *Sociologie du cinéma et de ses publics*. Paris : Armand Colin.
- Ethis, E. (2006). *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*. Paris : L'Harmattan.
- Ethis, E. (2018). *Sociologie du cinéma et de ses publics*, 4<sup>e</sup> éd. Paris : Armand Colin.
- Étienne, B. (2004). Situations artistiques et situation de réception : la musique dans tous ses états. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 127-144. Paris : L'Harmattan.
- Falardeau, M.-C., P. Forget et J. Luckerhoff (2017). La perception de l'amélioration continue en contexte muséal. Dans M.-C. Larouche, J. Luckerhoff et S. Labbé (dir.), *Regards interdisciplinaires sur les publics de la culture* : 135-152. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- [FestiVoix] (2018). *FestiVoix. Festival de musique. Trois-Rivières*. s. l. : s. n.
- Fleury, L. (2004). L'invention de la notion de « non-public ». Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 53-82. Paris : L'Harmattan.
- Fleury, L. (2016). *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, 3<sup>e</sup> éd. Paris : Armand Colin.
- Forman, M.W. (1998). *The 'Hood Comes fFirst: Race, Space and Place in Rap Music and Hip Hop, 1978-1996* [thèse de doctorat]. Montréal : Université McGill.
- Fortier, C. (2015). La fréquentation des cinémas en 2014. *Optique Culture*, 37 : 1-4.
- Fortier, C. (2016). La fréquentation des cinémas en 2015. *Optique Culture*, 45 : 1-4.
- Fortier, C. (2017). La fréquentation des cinémas en 2016. *Optique Culture*, 52 : 1-4.
- Fortier, C. (2018a). La fréquentation des cinémas en 2017. *Optique Culture*, 58 : 1-4.



- Fortier, C. (2018b). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2017. *Optique Culture*, 61 : 1-24.
- Fortin, A. (1997). Jean PAQUIN, *Art, public et société. L'expérience des Maisons de la culture de Montréal* [compte rendu]. *Recherches sociographiques*, 38(3) : 561-563.
- Fourmentaux, J. P. (2004). Quête du public et tactiques de fidélisation. *Réseaux*, 125 : p. 81-111.
- Fournier, M. (1996). Le public des arts. Dans J.-P. Baillargeon (dir.), *Les publics du secteur culturel : nouvelles approches* : 20-28. Québec : Presses de l'Université Laval.
- France (1959). Décret n° 59-889 du 24 juillet 1959 portant organisation du ministère chargé des affaires culturelles. *Journal officiel de la République française*, 26 juillet : 7412-7413.
- Froger, M. et É. Tullio (2012). Cinéma et lien : une enquête intime auprès d'une famille italienne en Lorraine. *Conserveries mémorielles*, 12 : <<http://journals.openedition.org/cm/1216>> (consulté le 9 avril 2019).
- Gallichan, G. et M. Lajoie (2018). *L'église Saint-Charles de Limoilou. Témoin d'histoire et chantier d'avenir*. Québec : Éditions du Septentrion.
- Gans, H. (2008). *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste* New York : Basic Books Publisher.
- Garon, R. (2009). Évolution des publics des arts et de la culture au Québec et aux États-Unis. Mise en perspective. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 32(1) : 73-97.
- Garon, R. et M.-C. Lapointe (2009). *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, 6<sup>e</sup> éd. Québec : Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.
- Gauthier, R. (2005). *Le devenir de l'art d'église dans les paroisses catholiques du Québec. Architecture, arts, pratiques, patrimoine (1965-2002)*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Gauvin, J.-F. (2012). L'apport des musées dans l'enseignement des sciences, *Éducation Canada*, 52(2) : 26-29
- Gélinas, C. (1997). Arts et traditions populaires au Québec. Les collections du Musée. *Réseau*, 28 : <[http://www.uquebec.ca/bap/bap/mag\\_reseau/mag97\\_02/Doss.htm](http://www.uquebec.ca/bap/bap/mag_reseau/mag97_02/Doss.htm)> (consulté le 10 avril 2019).
- Ghebaour, C. (2013). Les non-publics au musée. Un exemple de discrimination dans le domaine de la culture [communication prononcée au colloque *Discriminations : état de la recherche*,



- Alliance de recherche sur les discriminations, déc. 2013]. *HAL* : <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00978537>>, (consulté le 5 octobre 2019).
- Ghebaour, C. (2017). Enquêter sur les non-publics de la culture : quelle posture de recherche pour quel dispositif méthodologique? *Interrogations*, 24 : <<http://www.revue-interrogations.org/Enqueter-sur-les-non-publics-de-la>> (consulté le 6 juin 2017).
- Girault, Y. et F. Guichard (2000). La politique des publics du Service de l'action pédagogique et culturelle du Muséum. Dans J. Eidelman et M. Van Praët (dir.), *La muséologie des sciences et ses publics. Regards croisés sur la Grande Galerie de l'Évolution du Muséum national d'histoire naturelle* : 299-318. Paris : Presses Universitaires de France.
- Glaser, B. G. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis: Emergence vs Forcing*. Mill Valley : Sociology Press.
- Glaser, B. et A. L. Strauss (1965). *Awareness of Dying*. Chicago : Aldine.
- Glaser, B. et A. L. Strauss (1967). *The Discovery of the Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. New York : Aldine.
- Goetschel, P. et E. Loyer (2011). *Histoire culturelle de la France. De la Belle Époque à nos jours*. Paris : Armand Colin.
- Gottesdiener, H. et J.-C. Vilatte (2009). Un déterminant de la fréquentation des musées d'art : la personnalité. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 32(1) : 47-71.
- Groulx, J. (2009). Préface. Des défis collectifs face au patrimoine religieux. Dans S. Lefebvre (dir.), *Le patrimoine religieux du Québec. Éducation et transmission du sens* : 17-18. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Guillemette, F. (2006). L'approche de la *Grounded Theory*; pour innover? *Recherches qualitatives*, 26(1) : 32-50.
- Guillemette, F. et J. R. Lapointe (2012). Illustration d'un effort pour demeurer fidèle à la spécificité de la méthodologie de la théorisation enracinée. Dans J. Luckerhoff et F. Guillemette (dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages* : 11-35. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Guillemette, F. et J. Luckerhoff (2009). L'induction en méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). *Recherches qualitatives*, 28(2) : 4-21.
- Guionnet, S. (2004). Jamais tout à fait les mêmes... Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 235-250. Paris : L'Harmattan.

- Ha, L. et L. Fang (2011). Internet experience and time displacement of traditional news media use : An application of the theory of the niche. *Telematics and Informatics*, 29(2) : 177-186.
- Harvey, F. (2005). Des métropoles culturelles régionales au Québec. Dans B. Jean et D. Lafontaine (dir.), *Territoires et fonctions*, t. 2 : 59-69. Rimouski : Éditions du GRIDEQ et Éditions du CRDT.
- Heinich, N. (2006). Politique culturelle : les limites de l'État. *Le Débat*, 5 : 134-143.
- Hélie, T. et F. Champy (2003). Les jeux avec la définition du public dans la production des équipements culturels. Dans O. Donnat et P. Tolila (dir.), *Le(s) public(s) de la culture* : 226-240. Paris : Presses de Sciences Po.
- Hernandez, S. (2004). Le conteur et l'écoute turbulente. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 217-234. Paris : L'Harmattan.
- Houde, F. (2016). FestiVoix : qualité, variété, accessibilité. *Le Nouvelliste*, 25 avril.
- Hood, M. G. (1996). Audience research tells us why visitors come to museums—and why they don't. Dans C. Scott (dir.), *Evaluation and Visitor Research in Museums: Towards 2000 Conference Papers* : 3-10. Sydney : Powerhouse Publishing.
- Huard, J. (2001). *Fête, société et culture. Les festivals comme profil culturel de la société québécoise contemporaine* [mémoire de maîtrise]. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- ISQ [Institut de la statistique du Québec] (2017). *Bulletin statistique régional. Édition 2017. Mauricie*. Québec et Montréal : ISQ.
- ISQ (2018). *Panorama des régions. Édition 2018*. Québec et Montréal : ISQ.
- Jacobi, D. (2012). La muséologie et les transformations des musées. Dans A. Meunier et J. Luckerhoff (dir.), *La muséologie, champ de théories et de pratiques* : 133-150. Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Jacobi, D. (2018). Une introduction à l'analyse de l'éducation non-formelle. Dans D. Jacobi (dir.), *Culture et éducation non formelle* : 1-14. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Jacobi, D. et J. Luckerhoff, (2009a). Introduction. Dans D. Jacobi et J. Luckerhoff (dir.), *À la recherche du non-public* : 11-15. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Jacobi, D. et J. Luckerhoff, (2009b). Public et non-public du patrimoine culturel : deux enquêtes sur les manifestations différenciées de l'intérêt et du désintérêt. Dans D. Jacobi et J.

- Luckerhoff (dir.), *À la recherche du non-public* : 99-121. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Jeanneret, Y. (2019). La place des transformations médiatiques dans l'évolution des musées. Dans J. Le Marec, B. Schiele et J. Luckerhoff (dir.), *Musées, mutations...* : 97-124. Dijon : Éditions Universitaires de Dijon.
- Jeanson, F. (1972). *L'action culturelle dans la cité*. Paris : Seuil.
- Jeanson, F. (2009). *Cultures et « non-public »*. Latresne : Le Bord de l'Eau.
- Jutras, D. et M. Ménard (2003). Le livre au Québec : les salons et le marché [diaporama d'accompagnement de la présentation]. *Atelier G* : <[http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/pdf/publications/livre\\_salons\\_livre\\_2003.pdf](http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/pdf/publications/livre_salons_livre_2003.pdf)> (consulté le 26 avril 2018).
- Kammer, É. (2006). *Usages et représentations de l'espace public urbain dans le contexte du Festival international de Jazz de Montréal* [mémoire de maîtrise]. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- Katz, E. et P. F. Lazarsfeld (1966). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Piscataway : Transaction Publishers.
- King, N. et C. Horrocks (2010). *Interviews in Qualitative Research*. Thousand Oaks : Sage.
- Kirchberg, V. (1996). Museum visitors and non-visitors in Germany: a representative survey. *Poetics*, 24 : 239-258.
- Krakover, S. et R. Cohen (2001). Visitors and non-visitors to archaeological heritage attractions: the cases of Massada and Avedat, Israel. *Tourism Recreation Research*, 26(1) : 27-33.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks : Sage.
- Labbé, S. (2018). *L'achat et l'emprunt de livres au Québec. Une analyse communicationnelle* [thèse de doctorat]. Trois-Rivières : Université du Québec à Trois-Rivières.
- Labbé, S. et C. Poirier (2017). La culture et les territoires locaux : le développement d'une typologie local au sein du champ culturel. Dans S. Belley et D. St-Pierre (dir.), *L'administration des territoires et les instruments de l'action publique* : 333-362. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Labelle, F., O. Navarro-Flores et J. Pasquero (2012). Choisir et tirer parti de la méthodologie de la théorisation enracinée : un regard pratique depuis le terrain en sciences de la gestion. Dans J.

- Luckerhoff et F. Guillemette (dir), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages* : 61-84. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Lacerenza, S. (2004). L'émergence du « non-public » comme problème public. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 37-51. Paris : L'Harmattan.
- Lachance, N. (2018). Les citoyens de Québec veulent sauver l'église. *Journal de Québec*, 7 août.
- Lapidus, A. (1987). La propriété de la monnaie : doctrine de l'usure et théorie de l'intérêt. *Revue économique*, 38(6) : 1095-1109.
- Laplante, Y., G. Ebacher et A. Dupuis (2014). La médiation culturelle comme acte de communication sociale. Dans S. Perreault et Y. Laplante (dir.), *Introduction à la communication sociale* : 71-86. Trois-Rivières : Éditions SMG .
- Lapointe, J.-R. et F. Guillemette (2012). Apport de la MTE dans l'étude des stratégies de communication non verbale : un parcours méthodologique ajusté. Dans J. Luckerhoff et F. Guillemette (dir), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages* : 191-210. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Lapointe, M.-C. (2016). *Étude communicationnelle des pratiques culturelles au Québec : analyses des enquêtes ministérielles (1979-2009). Facteurs et prédicteurs, générations et cycles de vie, et découpages territoriaux* [thèse de doctorat]. Québec : Université Laval.
- Lapointe, M.-C. et J. Lemieux (2013). Internet et les pratiques culturelles au Québec. *Communication*, 31 (2) : <<http://journals.openedition.org/communication/4469>> (consulté le 30 mai 2018).
- Lapointe, O. (2009). *Le discours de patrimonialisation de la chanson canadienne-française : identité, légitimité, valorisation. L'exemple des festivals de la chanson et des métiers du terroir de Québec (1927, 1928 et 1930)* [thèse de doctorat]. Québec : Université Laval.
- Larouche, M.-C., J. Luckerhoff et S. Labbé (2017). Introduction. Dans M.-C. Larouche, J. Luckerhoff et S. Labbé (dir.), *Regards interdisciplinaires sur les publics de la culture* : 1-7. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Le Guern, P. (2004). Du grand public au non-public : la sociologie de la télévision. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 145-164. Paris : L'Harmattan.
- Le Marec, J. (2007). *Publics et musées. La confiance éprouvée*. Paris : L'Harmattan.

- Léard, F. (2004). Une relation non impliquante à la musique : l'exemple des clubbeurs. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 165-184. Paris : L'Harmattan.
- Lee, P. S. N. et L. Leung (2006). Assessing the displacement effects of the Internet. *Telematics and Informatics*, 25(3) : 145–155
- Lejeune, C. (2014). *Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer*. Louvain-la-Neuve : De Boeck.
- Lemieux, J. (1994). Ce que racontent les lecteurs. Dans D. Saint-Jacques, J. Lemieux, C. Martin et V. Nadeau (dir.), *Ces livres que vous avez aimés. Les bestsellers au Québec de 1970 à aujourd'hui* : 263-334. Québec : Nuit Blanche.
- Lemieux, J., J. Luckerhoff et C. Paré (2012). Technologie et démographie : des pratiques culturelles en mutation? Dans C. Martin, M. de la Durantaye, J. Lemieux et J. Luckerhoff (dir.), *Enjeux des industries culturelles au Québec. Identité, mondialisation, convergence* : 15-44. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Leontsini, M. (2004). L'école et la lecture : la fabrication de non-lecteur. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 2 : 173-192. Paris : L'Harmattan.
- Levine, L. W. (2010). *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*. Paris : La Découverte.
- Luckerhoff, J. (2011). *Mutations des institutions culturelles. Analyse du Musée national des beaux-arts du Québec et de l'exposition « Le Louvre à Québec. Les arts et la vie »*. Dispositifs de médiation, d'interprétation et de communication dans et autour d'une institution d'éducation non formelle [thèse de doctorat]. Québec : Université Laval.
- Luckerhoff, J. et F. Guillemette (2012). Introduction. Méthodologie générale de la théorisation enracinée : un projet épistémologique. Dans J. Luckerhoff et F. Guillemette (dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages* : 1-8. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Luckerhoff, J. et F. Guillemette (2017). Introduction: défendre la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) ou défendre les conclusions d'une démarche mobilisant la MTE? *Approches inductives*, 4 (1) : 1–19.

- Luckerhoff, J. et D. Jacobi (2014). L'étude communicationnelle de la culture : le cas des publics des musées d'art. Dans S. Perreault et Y. Laplante (dir.), *Introduction à la communication sociale* : 47-70. Trois-Rivières : Éditions SMG.
- Luckerhoff, J. , A. Meunier, B. Schiele et O. Champagne-Poirier (2019). La notion de non-public en débat. Dans J. Le Marec, B. Schiele et J. Luckerhoff (dir.), *Musées, mutations...* : 227-246. Dijon : Éditions Universitaires de Dijon.
- Luckerhoff, J., S. Perreault, R. Garon, M.-C. Lapointe et V. Nguyễn-Duy (2008). Visiting art museums: adding values and constraints to socio-economic status, *Loisirs et Société / Society and Leisure*, 31(1) : 69-85.
- Lynes, R. (1976). Highbrow, Lowbrow, Middlebrow [rééd.], *The Wilson Quarterly*, 1(1) : 146-160.
- MACQ [Ministère des Affaires culturelles du Québec] (1992). *La politique culturelle du Québec. Notre culture, notre avenir*. Québec : Gouvernement du Québec.
- Manguel, A. (1998). *Une histoire de la lecture*. Arles : Actes Sud.
- Marshall, C. et G. B. Rossman (2006). *Designing Qualitative Research*, 4<sup>e</sup>éd. Thousand Oaks : Sage.
- Martin, C., M. De la Durantaye, J. Lemieux et J. Luckerhoff (2012). Introduction. Dans C. Martin, M. De la Durantaye, J. Lemieux et J. Luckerhoff (dir.), *Enjeux des industries culturelles au Québec. Identité, mondialisation, convergence* : 1-11. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Martin, C., M.-È. Carignan et M. Gauthier (2012). Ce que racontent les chiffres. Dans C. Martin, M. De la Durantaye, J. Lemieux et J. Luckerhoff (dir.), *Enjeux des industries culturelles au Québec. Identité, mondialisation, convergence* : 387-412. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Mauger, G. et C. Poliak (1998). Les usages sociaux de la lecture. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 123(1) : 3-24.
- Mayer, R. et F. Ouellet (2000). *Méthodes de recherche en intervention sociale*. Boucherville : Gaëtan Morin.
- MCCQ [Ministère de la Culture et des Communications du Québec] (1998). *La politique de la lecture et du livre. Le temps de lire, un art de vivre*. Québec : Gouvernement du Québec.
- MCCQ (2009 [14 décembre 2001]). Le musée québécois de culture populaire prend son envol. Le Gouvernement du Québec accorde une aide de 5,8M\$. *Muséologie* :

<[https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=3915&tx\\_ttnews%5Bpointer%5D=16&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1696&tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=3913&cHash=de74e72c293172ff3c257eabae003b01&fbclid=IwAR0J6w--H\\_jo4f8ZLsiAOYpPNHBjWWJNDgsHfrT0E-K36ZRZt8MlxMF8rPU#](https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=3915&tx_ttnews%5Bpointer%5D=16&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1696&tx_ttnews%5BbackPid%5D=3913&cHash=de74e72c293172ff3c257eabae003b01&fbclid=IwAR0J6w--H_jo4f8ZLsiAOYpPNHBjWWJNDgsHfrT0E-K36ZRZt8MlxMF8rPU#)> (consulté le 10 avril 2019).

MCCQ (2015). Politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics. *Arts visuels, architecture et métiers d'art* : <<https://www.mcc.gouv.qc.ca/?id=59>> (consulté le 10 avril 2019).

MCCQ (2016). Enquête sur les pratiques culturelles au Québec 2014. Faits saillants de l'Enquête. *Survivol*, 27 : 1-58.

MCCQ (2018a). Pour les centres régionaux de services aux bibliothèques publiques. *Programmes et services* : <<https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=1314>> (consulté le 30 janvier 2019).

MCCQ (2018b). *La politique culturelle du Québec. Partout, la culture*. Québec : Gouvernement du Québec.

Mead, G. H. (1934). *Mind, Self and Society*, Chicago : University of Chicago Press

Merton, R. (1968). *Social Theory and Social Structures*. New York : Free Press.

Meunier, A. (1999). *L'impact de l'image corporative sur l'attitude envers la marque. Le rôle du niveau d'implication* [mémoire de maîtrise]. Sherbrooke : Université de Sherbrooke.

Miège, B. (2017). *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Moore, K. (1997). *Museums and Popular Culture*. Londres : Cassel.

Musée Pop (2019). Collection Robert-Lionel-Séguin. *Collection* : <<https://museepop.ca/collection>> (consulté le 10 avril 2019).

Nadeau, M.-P., M.-C. Lapointe et J. Luckerhoff (2017). Les non-publics des musées d'art. Les raisons du désintérêt chez les 15-24 ans. Dans M.-C. Larouche, J. Luckerhoff et S. Labbé (dir.), *Regards interdisciplinaires sur les publics de la culture* : 97-114. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Noppen, L. et L. K. Morisset (2005). *Les églises du Québec. Un patrimoine à réinventer*. Québec : Presses de l'Université Laval.

OCCQ [Observatoire de la culture et des communications du Québec] (2004). 13201.03 Organismes en patrimoine artistique. *Système de classification des activités de la culture et*



des communications du Québec :

<<http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/scaccq/1320103.htm#>> (consulté le 5 mars 2019).

OCCQ (2014). *État des lieux du cinéma et de la télévision au Québec. Cahier 2. Encadrement législatif et organisation associative*. Québec : Gouvernement du Québec.

Octobre, S. et N. Berthomier (2011). L'enfance des loisirs. Éléments de synthèse. *Culture Études*, 6 : 1-12.

Odin, R. (2000). La question du public. Approche sémio-pragmatique. *Réseaux*, 99 : 49-72.

Ortega-Villa, L. M. (2009). "Non-publics" of legitimized cultural goods: who are they? Dans D. Jacobi et J. Luckerhoff (dir.), *À la recherche du « non-public »* : 123-146. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, 23 : 147-181.

Parent, A. M. (1963). *Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'enseignement dans la province de Québec*. Québec : Gouvernement du Québec.

Parsons, T. (1951). *The Social System*. Glencoe : Free Press.

Paquin, J. (1996). *Art, public et société. L'expérience des Maisons de la culture de Montréal*, La Salle : Hurtubise.

Passeron, J.-C. (2003). Consommation et réception de la culture. La démocratisation des publics. Dans O. Donnat et P. Tolila (dir.), *Le(s) public(s) de la culture* : 360-390. Paris : Presses de Sciences Po.

Peirce, C.S. (2002). *Pragmatisme et pragmatisme*. Paris : Éditions du Cerf.

Perez, P., F. Soldini et P. Vitale (2004). Non-publics et légitimité des pratiques : l'exemple des bibliothèques publiques. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 2 : 155-172. Paris : L'Harmattan.

Perraton, C. (2003). Introduction. L'expérience d'aller au cinéma : espace, cinéma et médiation. *Cahiers du Gerse*, 5 : p. 7-20.

Perrineau, P. (1975). Sur la notion de culture en anthropologie. *Revue française de science politique*, 25(5) : 946-968

Péquignot, B. (2004). « Ça, c'est du Picasso... ». Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 11-36. Paris : L'Harmattan.



- Peterson, R. (2004). Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives. *Sociologie et Sociétés*, 36(1) : 145-164.
- Pierce, B. N. (1995). The theory of methodology in qualitative research. *TESOL Quarterly*, 29 : 569-576.
- Plouffe, M.-J. et F. Guillemette (2012). La MTE en tant qu'apport au développement de la recherche en art. Dans J. Luckerhoff et F. Guillemette (dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages* : 88-109. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Poirier, C. (2012). L'industrie cinématographique québécoise : enjeux culturels, économiques et politiques. Dans C. Martin, M. de la Durantaye, J. Lemieux et J. Luckerhoff (dir.), *Enjeux des industries culturelles au Québec. Identité, mondialisation, convergence* : 91-124. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Poirier, C. (2017). Cinéma, numérique et « multiécranité » au Québec. Considérations empiriques et réflexives. *Recherches sociographiques*, 58(1) : 65-91.
- Poissenot, C. (2001). Penser le public des bibliothèques sans la lecture? *Bulletin des bibliothèques de France*, 5 : p. 4-12.
- Pommerehne, W. et B. Frey (1993). *La culture a-t-elle un prix? Essai sur l'économie de l'art*. Paris : Plon.
- Poupart, J. (1993). Discours et débats autour de la scientificité des entretiens de recherche. *Sociologie et Sociétés*, 25(2) : 93-110.
- Poupart, J. (1997). L'entretien de type qualitatif : considérations épistémologiques, théoriques et méthodologiques. Dans J. Poupart (dir.), *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques* : 173-209. Boucherville : Gaëtan Morin.
- Pronovost, G. (2002). Le public québécois du cinéma, 1989-1999. *Communication*, 21(2) : 224-241.
- Pronovost, G. (2005). *Temps sociaux et pratiques culturelles*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Pronovost, G. (2013). L'évolution du temps de loisir au Québec, 1986-2010. Première partie : la durée du temps de loisir. *Bulletin de l'Observatoire québécois du loisir*, 11(6) : 1-4.
- Pronovost, G. (2015). *Que faisons-nous de notre temps? Vingt-quatre heures dans la vie des Québécois. Comparaisons internationales*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

- Pronovost, G. (2017). *Loisir et société. Traité de sociologie empirique*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Quémin, A. (2004). Art contemporain, publics et non-publics : des connaissances limitées. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 2 : 107-132. Paris : L'Harmattan.
- RÉMI [Regroupement des événements majeurs internationaux] (s. d.). Le Rémi en quelques mots. *À propos* : <<http://remi.qc.ca/a-propos>> (consulté le 4 juin 2019).
- Rhéaume, M. (2005). Réflexions sur les festivals, la musique contemporaine et l'identité culturelle québécoise. *Circuit*, 15(2) : 73-82.
- Rioux, M. (1968). *Rapport de la Commission d'enquête sur l'enseignement des arts dans la province de Québec*. Québec : Gouvernement du Québec.
- Rogers, C. R. (1951). *Client-Centered Therapy: Its Current Practice, Implications and Theory*. Boston : Houghton Mifflin.
- Roquet-Bielak, K. (2004). L'opéra et son public : présences médiatiques et engagements institutionnels. Dans P. Ancel et A. Pessin. *Les non-publics. Les arts en réceptions*, t. 1 : 185-200. Paris : L'Harmattan.
- Rouet, F. (2000). *Le livre. Mutations d'une industrie culturelle*. Paris : La Documentation française.
- Saint-Pierre, D. (2003). *La politique culturelle du Québec de 1992. Continuité ou changement? Les acteurs, les coalitions et les enjeux*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Schaeffer, J.-M. (2011). *Petite écologie des études littéraires. Pourquoi et comment étudier la littérature?* Vincennes : Thierry Marchaisse.
- Schaeffer, P. (2016). *Traité des objets musicaux*, Paris, Le Seuil.
- SDC [Société de développement commercial du centre-ville de Trois-Rivières] (2019). La SDC. *Investir au centre-ville* : <<http://trcentre.ca/investir-au-centre-ville/la-sdc>> (consulté le 14 mars 2019).
- Séguin, R.-L. (1973 [1967]). *La civilisation traditionnelle de l'« habitant » aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles. Fonds matériel*, 2<sup>e</sup> éd. Montréal : Fides.
- Service des bibliothèques de Trois-Rivières (2018). *Rapport d'activités 2017*, Trois-Rivières : Bibliothèques de Trois-Rivières et Ville de Trois-Rivières.

- Services Québec (2018). Nouvelle politique culturelle du Québec – Enraciner davantage la culture dans la vie de la population – Mieux soutenir les artistes, les organisations et les entreprises [communiqué], Québec.ca : <<http://www.fili-information.gouv.qc.ca/Pages/Article.aspx?idArticle=2606123702>> (consulté le 5 octobre 2019).
- Simard, J. (1998). *Le patrimoine religieux au Québec*. Québec : Publications du Québec.
- Simard, J. (2005). Le patrimoine religieux du Québec : du cultuel au culturel. Perspectives d'avenir. Dans L. Turgeon (dir.), *Le patrimoine religieux du Québec. Entre le cultuel et le culturel* : 547-554. Québec : Presses de l'Université Laval.
- SNQ [Sanctuaires nationaux du Québec] (s. d.). Québec, belle et spirituelle. *Les sanctuaires nationaux du Québec (Canada)* : <[https://www.sanctuairesquebec.com/images/documents/itineraire\\_quebec.pdf](https://www.sanctuairesquebec.com/images/documents/itineraire_quebec.pdf)> (consulté le 5 mars 2019).
- ODEC (2017). Aide aux salons du livre. *Livre et édition* : <<http://sodec.gouv.qc.ca/domaines-d'intervention/livre/aide-financiere-2/salons-du-livre>> (consulté le 26 avril 2018).
- Strauss, A. (1993). *Continual Permutations of Action*. Hawthorne : Aldine de Gruyter.
- Strauss, A. et J. Corbin (1994). Grounded theory methodology. Dans N. K. Denzin et Y. S. Lincoln (dir.), *Handbook of Qualitative Research* : 273-285. Thousand Oaks : Sage.
- Tabonni, S. (2003). Robert K. Merton (1910-2003) : le sociologue de l'ironie. *Hermès*, 3(37) : 261-265.
- Tavan, C. (2003). *Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance*. Paris : Institut nationale de la statistique et des études économiques.
- Teboul, R. (2004). *Culture et loisirs dans la société du temps libre*. Avignon : L'Aube.
- Teillet, P. (2003). Publics et politiques des musiques actuelles. Dans O. Donnat et P. Tolila (dir.), *Le(s) public(s) de la culture* : 155-180. Paris : Presses de sciences Po.
- Tobelem, J.-M. (1992). De l'approche marketing dans les musées. *Culture & Musées*, 2 : 49-70.
- Trottier, D. (2013). Les applaudissements comme source de tension. Étude de la réception des 24 *Préludes* de François Dompierre lors de leur création au Festival de Lanaudière. *Les Cahiers de la Société québécoise de recherche en musique*, 14(2) : 59-68.

- Turbé, S. (2017). Mesurer les degrés d'engagement dans les mondes musicaux. Du public au non-public de musique métal. *Interrogations*, 24 : <<http://www.revue-interrogations.org/Mesurer-les-degres-d-engagement>> (consulté le 6 juin 2017).
- Turgeon, L. (2005). Introduction. Dans L. Turgeon (dir.), *Le patrimoine religieux du Québec. Entre le cultuel et le culturel* : 17-39. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Urfalino, P. (1996). *L'invention de la politique culturelle*. Paris : La Documentation française.
- Veenhof, B. (2006). *Internet influence-t-il l'emploi du temps des Canadiens?* Ottawa : Statistique Canada.
- Venne, M. (2011). Le début d'un temps nouveau. *Le mot du président*, 10(1) : <<http://www.apcq.ca/admin/datas/doc/1430236284.pdf>> (consulté le 10 décembre 2018).
- Ville de Trois-Rivières (s. d.). Population. *Démographie et statistiques* : <[www.v3r.net/a-propos-de-la-ville/portrait-de-la-ville/demographie-et-statistiques#population](http://www.v3r.net/a-propos-de-la-ville/portrait-de-la-ville/demographie-et-statistiques#population)> (consulté le 4 juin 2019).
- Ville de Trois-Rivières (2010). *Politique culturelle de la ville de Trois-Rivières. La culture : une question capitale*. Trois-Rivières : Ville de Trois-Rivières.
- Ville de Trois-Rivières (2019). *Budget 2019*. Trois-Rivières : Ville de Trois-Rivières.
- Vogels, C. (2004). L'improbable et l'Arlésienne. Les « non-publics » de la poésie contemporaine. Dans P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics. Les arts en réception*, t. 1 : 251-272. Paris : L'Harmattan.
- Voirol, O. (2011). Retour sur l'industrie culturelle. *Réseaux*, 166 : 125-157.
- Willig, C. (1999). *Applied Discourse Analysis: Social and Psychological Interventions*. Buckingham : Open University Press.
- Yelle, F. (2009). Cultural studies, francophonie, études en communication et espaces institutionnels. *Cahiers de recherche sociologique*, 47 : 67-90.
- Zask, J. (2014). La culture comme création. Dans A. Dupuis et J. Ivanoff (dir.), *Ethnocentrisme et création* : 131-143. Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.