

**SYMBIOSE CULTURELLE :  
PARTICIPATION CULTURELLE ET  
COMMUNAUTÉS COHÉSIVES**

par

M. Sharon Jeannotte  
Recherche et analyse stratégiques  
Planification stratégique et coordination des politiques  
Ministère du Patrimoine canadien

25, rue Eddy, 12<sup>e</sup> étage  
Hull, Québec  
CANADA K1A 0M5

Présenté au séminaire de CIRCLE  
*New Alliances – Culture – Social Cohesion – Civil Society*  
Vienne, Autriche

**24 novembre 2000**

*Référence : SRA-541-f*

Pour un exemplaire PDF de cette étude contactez-nous par :  
Internet : [sradoc\\_docras@pch.gc.ca](mailto:sradoc_docras@pch.gc.ca)  
ou par télécopieur au (819) 997-6765

\* Les opinions exprimées dans le présent rapport sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement le point de vue du ministère du Patrimoine canadien.

---

## Table des matières

Introduction .....	3
Qui participe à la culture? .....	4
À quelles activités culturelles les Canadiens participent-ils? .....	5
Pourquoi les gens participent-ils à la culture? .....	10
Quels sont certains des résultats de la participation culturelle? .....	14
Bibliographie .....	19

## Introduction

Je suis heureuse et honorée qu'on m'ait demandé d'adresser la parole aux participants au séminaire de CIRCLE « New Alliances – Culture – Social Cohesion – Civil Society » et de poursuivre le dialogue sur ces sujets que nous avons entamé à Edmonton en mai dernier lors de la table ronde de CIRCLE et du RCRC « Making Connections: Cultural and Social Cohesion in the New Millennium ».

Venir en Europe est toujours agréable pour un chercheur culturel canadien. À certains égards, c'est un peu comme un retour au bercail, la politique culturelle du Canada s'inspirant énormément des modèles européens. Mais au-delà du sentiment de retrouvailles, les Canadiens ont souvent l'impression que les Européens sont pour eux des âmes sœurs de la culture. C'est que pour les Européens et les Canadiens, la « culture » n'est pas simplement un « divertissement », un concept de marchandisage des arts vus comme un produit et de l'auditoire comme des consommateurs. Nous partageons la conviction exprimée en 1998 par la Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement, selon laquelle :

Les politiques culturelles devraient promouvoir la créativité sous toutes ses formes, ce qui suppose qu'il faut faciliter l'accès aux pratiques et expériences culturelles pour tous les citoyens indépendamment de la nationalité, de la race, du sexe, de l'âge et des incapacités physiques ou mentales, enrichir le sentiment d'identité et d'appartenance de chaque personne et de chaque communauté et les aider à se forger un avenir digne et sûr<sup>1</sup>.

Nous, au Canada, ne croyons pas qu'il soit possible de réduire la participation culturelle à la notion de « consommation » de produits culturels ou que le gouvernement fédéral doive se contenter d'intervenir en cas « d'échec du marché » à respecter la loi de l'offre et de la demande. Nous estimons que la participation à la culture produit également ce que les économistes appellent des « externalités positives », à savoir :

- la confiance sociale et le capital social
- une plus grande inclusivité et équité démocratique
- l'innovation sociale et l'expérimentation de nouvelles ressources symboliques

J'aimerais donc considérer la participation culturelle des Canadiens dans l'optique de ces externalités positives. Pour ce faire, je me laisserai guider par les questions suivantes :

- Qui participe à la culture?
- À quelles activités participent-ils?
- Pourquoi y participent-ils?
- Quels sont certains des résultats de cette participation?

J'essaierai de démontrer que cette participation débouche notamment – et peut-être s'agit-il là du résultat le plus important pour des sociétés de plus en plus fragmentées par la mondialisation et le changement démographique – sur la création de communautés durables et cohésives.

---

<sup>1</sup> Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Plan d'action sur les politiques culturelles pour le développement, 8 avril 1998, p. 2.

## Qui participe à la culture?

En 1998, Statistique Canada, un organisme du gouvernement fédéral, a fait un survol de l'emploi du temps au Canada dans le cadre d'un des cycles de son Enquête sociale générale, l'ESG. Étant donné que les gens consacrent une partie de leur temps aux activités culturelles, cette enquête a permis à l'organisme de brosser une vue d'ensemble de la participation culturelle dans le contexte d'une journée ordinaire. Le tableau 1 illustre la ventilation des heures consacrées à ce que Statistique Canada appelle le « temps libre » durant une journée typique.

<b>Tableau 1 Temps moyen consacré aux activités de loisirs, 1998 (heures par jour) Population canadienne de 15 ans et plus Participation selon le sexe</b>			
<b>Activité</b>	<b>Total</b>	<b>Hommes</b>	<b>Femmes</b>
Écoute de la télévision	2.2	2.4	2.0
Lecture de livres, revues et journaux	0.4	0.4	0.5
Autres loisirs passifs (p. ex. regarder des vidéos)	0.1	0.1	0.1
Sports, cinéma et autres divertissements	0.2	0.2	0.2
Sports actifs	0.5	0.6	0.4
Autres loisirs actifs (p. ex. chanter dans une chorale)	0.5	0.5	0.5
<b>Totaux</b>	<b>3.9</b>	<b>4.2</b>	<b>3.7</b>

**Source :** Statistique Canada, Enquête sociale générale, 1998

L'écoute de la télévision et les autres formes d'activités culturelles passives priment clairement sur les quelque quatre heures de temps de loisirs dont jouit quotidiennement le Canadien moyen. Celui-ci ne consacre aux loisirs culturels dits « actifs » qu'environ le huitième de son temps libre, ce qui correspond à une demi-heure par jour environ. C'est tout de même plus de temps qu'il n'accorde à d'autres « divertissements » culturels ou sportifs. Il y a également un léger écart selon le sexe, les hommes jouissant en moyenne d'environ une demi-heure de temps de loisirs de plus que les femmes. Les hommes semblent passer le plus clair de ce temps supplémentaire à écouter la télévision et à pratiquer des sports.

Selon les résultats d'un sondage sur la participation aux arts et au patrimoine mené récemment par la firme Environics Research Group pour le compte du ministère du Patrimoine canadien, les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'assister à des spectacles devant public et à des événements artistiques de même qu'à participer à des activités artistiques. Les Canadiens de 65 ans et plus sont moins susceptibles que leurs cadets d'assister à des spectacles devant public et à des événements artistiques et de visiter des établissements du patrimoine. Les jeunes Canadiens de 15 à 24 ans assistent plus souvent à des pièces de théâtre, à des concerts rock et à des événements littéraires que la population en général.

De plus et comme l'ont également souligné de nombreuses autres enquêtes sur la participation culturelle, le sondage du groupe Environics révèle que les Canadiens nantis et plus instruits sont plus susceptibles d'assister à des spectacles devant public et à des événements artistiques de même qu'à visiter des établissements du patrimoine. La taille de la communauté et la langue influent aussi sur la participation culturelle. Les Canadiens sont plus susceptibles de participer s'ils habitent une grande qu'une petite communauté et les anglophones sont un peu plus susceptibles que les francophones d'avoir assisté à des spectacles devant public ou à des événements artistiques au cours des cinq années précédentes<sup>2</sup>.

## À quelles activités culturelles les Canadiens participent-ils?

L'Enquête sociale générale s'est intéressée plus à fond à cette question, demandant aux répondants s'ils avaient depuis 12 mois participé à un certain nombre d'activités culturelles. Les tableaux 2, 3 et 4 ventilent les activités culturelles à forte, à moyenne et à faible participation selon le pourcentage des répondants ayant déclaré y avoir participé dans le courant de la dernière année. (Les pourcentages ont été arrondis.)

<b>Tableau 2 Incidence de la participation culturelle, 1998 Population canadienne de 15 ans et plus Activités à forte participation</b>	
<b>Activité</b>	<b>% participant</b>
Regarder la télévision	96
Écouter la radio	91
Lire des journaux	82
Écouter des disques compacts, rubans audio et cassettes	77
Regarder des films sur vidéocassette	73
Lire des magazines	71
Lire des livres	61
Aller au cinéma	59

**Source :** Statistique Canada, Enquête sociale générale, 1998

On peut formuler quelques observations à partir du tableau 2. D'abord, il est possible de s'adonner à la plupart des activités de cette catégorie, sauf aller au cinéma, à la maison et dans une solitude relative. Bien qu'on puisse regarder la télévision, écouter la radio ou lire en compagnie d'autrui, de telles activités culturelles se prêtent au « coconnage », un phénomène des années 1980 et des années 1990 qui consistait pour les gens à se réfugier chez eux pour échapper au stress du monde extérieur. Mais cet isolement est médiatisé et atténué par le second point : le lien entre toutes les activités à fréquence élevée de participation et les médias de masse.

<sup>2</sup> Environics Research Group Limited, Arts and Heritage Participation Survey - Final Report, Toronto, septembre 2000, p. 8-9.

Les moyens de communication de masse jouent des rôles multiples dans la société postindustrielle. Comme l'ont récemment fait remarquer Alexander et Jacobs, deux spécialistes réputés de l'étude des médias :

Au micro-niveau... les médias sont filtrés par de multiples communautés, de multiples réseaux de relations personnelles et de multiples identités. Au macro-niveau, les médias semblent se préoccuper non seulement de la diffusion de l'information à un public de masse, mais également – et ce qui est particulièrement vrai dans le cas des événements médiatiques – de la dramatisation de la société civile et de la création d'un cadre culturel commun pour la construction d'identités partagées<sup>3</sup> [trad].

Nonobstant la paternité du contenu utilisé pour créer un « cadre culturel commun », cette vision du rôle des médias de masse semblerait signifier que tous ces Canadiens assis chez eux à regarder la télévision, à écouter la radio ou à lire des magazines ne sont peut-être pas de simples destinataires passifs. Si, comme le laissent entendre Alexander et Jacobs, « les citoyens construisent activement leurs propres compréhensions de la société civile, réelle et idéale, en filtrant les grands discours ou exposés à travers une multitude de sphères et de communautés publiques » [trad]<sup>4</sup>, peut-être se passe-t-il alors plus de choses dans les salles familiales de la nation que ne le porterait à croire la simple théorie du coconnage. La nature des liens entre la microsphère de la participation privée à la culture et la macrosphère de la société civile sera un thème récurrent de la présente communication et qui mérite qu'on s'y arrête plus qu'on ne l'a fait jusqu'à maintenant.

<b>Tableau 3 Incidence de la participation culturelle, 1998 Population canadienne de 15 ans et plus Activités à participation moyenne</b>	
<b>Activité</b>	<b>% participant</b>
Visiter une zone de conservation ou un parc naturel	45
Assister à un concert ou à un spectacle d'artiste professionnel	35
Visiter un lieu historique	33
Visiter un zoo, un aquarium, un planétarium ou un jardin botanique	32
Visiter un musée public ou une galerie d'art	30

**Source** : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 1998

Le tableau 3 illustre les activités culturelles auxquelles les Canadiens participent un peu moins qu'aux activités médiatisées décrites ci-dessus. On peut encore une fois faire quelques observations pertinentes. En premier lieu, les activités de cette catégorie sont à caractère beaucoup plus public que celles du tableau 2. Il faut sortir de chez soi pour en profiter; et même si l'on y va seul et sans interagir avec d'autres participants, d'habitude, ce genre de

<sup>3</sup> Jeffrey C. Alexander et Ronald N. Jacobs, « Mass communication, ritual and civil society », dans *Media, Ritual and Identity* (dir. Tamar Liebes et James Curran), New York, 1998, p. 28.

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 29.

participation culturelle tient de l'expérience collective<sup>5</sup>. En second lieu, ces activités donnent lieu à une expérience un peu plus active que celles décrites au tableau 2. Visiter un musée, une galerie d'art, un lieu historique ou un parc est souvent une expérience pédagogique ou en milieu sauvage pour laquelle le participant doit dépenser beaucoup d'efforts intellectuels ou physiques. Cela le force à sortir de son « cocon » électronique et à interagir plus activement avec le milieu que ne l'exigent en général les activités du tableau 2. En troisième lieu, en particulier dans le cas des expériences culturelles d'ordre patrimonial, le participant fait très directement face à la « dramatisation de la société civile » et à la « création d'un cadre culturel commun pour la construction d'identités partagées ». Au-delà des tentatives d'Internet de numériser les collections, il semblerait que les musées et les autres établissements du patrimoine servent et continueront à servir de lieux de rassemblement permettant aux citoyens de réfléchir à l'identité et aux réalisations collectives et de s'en imprégner.

Il est un peu plus difficile de catégoriser la longue liste d'activités à faible fréquence du tableau 4, qui renferme des occupations tant individuelles que collectives, médiatisées que devant public et affectives qu'intellectuelles. Les chiffres sur les musées et sur les spectacles devant public de ce tableau sont une ventilation des chiffres agrégés figurant aux rubriques « Visiter un musée public ou une galerie d'art » et « Assister à un concert ou à un spectacle d'artiste professionnel » du tableau 3<sup>6</sup>. À prime abord, on serait tenté de voir ces activités comme de simples sous-catégories des agrégats susmentionnés et à mettre l'accent sur le taux global de participation. Mais il serait plus utile de se demander pourquoi ces activités semblent plaire à un si petit auditoire, comparativement à celles des deux autres catégories.

Cela tient peut-être au fait qu'il s'agit d'intérêts spécialisés. Par exemple, l'on n'assistera probablement pas à un spectacle pour enfants à moins d'avoir des enfants, pas plus qu'on utilisera les services de bibliothèque à moins d'être aux études ou de faire de la recherche sur un sujet donné. Mais le fait que si peu de Canadiens choisissent de participer à des activités exerçant un attrait plus universel telles que le théâtre ou des spectacles populaires sur scène donne à penser que des motivations plus complexes qu'il n'y paraît à première vue sont à l'œuvre.

L'analyse qu'ont réalisée John Frow, Michael Emmison et Tony Bennett de la participation australienne à la culture leur a permis de déceler un effet marqué de la classe et de l'instruction sur les tendances de la participation. En général, plus les participants étaient instruits, plus ils participaient à des activités culturelles « subventionnées » telles que des spectacles publics de musique, le ballet, l'opéra, le théâtre et les festivals culturels. Les chercheurs ont constaté que le profil des participants à ce qui s'appelle la « culture publique » – musées et galeries d'art, jardins botaniques et bibliothèques publiques – était nettement plus démocratique que celui des participants aux activités culturelles subventionnées. Mais cela pourrait venir de ce qu'en Australie, de tels établissements ont l'habitude « d'insister davantage sur les objectifs d'accès et d'équité que ne le fait le secteur de la culture subventionnée » [trad.]<sup>7</sup>. Forts de leur analyse, Frow, Emmison et Bennett concluent que la radiodiffusion publique est la plus ouverte et la plus accessible des activités culturelles, tout au contraire de la culture privée (qui comprend des activités telles que la collecte d'œuvres d'art

<sup>5</sup> D'aucuns pourraient affirmer qu'on se rend souvent dans une zone de conservation ou un parc naturel pour tenter d'y trouver la solitude, mais au Canada, cette expérience est de plus en plus entachée par la présence de campings bondés, de restaurants et de stationnements.

<sup>6</sup> Dans les deux cas, il est possible que le participant ait assisté à plus d'un événement ou visité plus d'un lieu ou établissement.

<sup>7</sup> John Frow, Michael Emmison et Tony Bennett, Accounting for Tastes: Australian Everyday Cultures, Royaume-Uni, 1999, p. 242.

et de livres).

<b>Tableau 4 Incidence de la participation culturelle, 1998 Population canadienne de 15 ans et plus Activités à forte participation</b>	
<b>Activité</b>	<b>% participant</b>
Naviguer sur Internet (à d'autres fins que le travail ou les études)	29
Utiliser les services d'une bibliothèque (y compris Internet)	28
Assister à un festival culturel ou artistique	22
Assister à une pièce de théâtre (y compris une comédie musicale)	20
Assister à un spectacle de musique populaire	20
Assister à un spectacle populaire sur scène (p. ex. un spectacle d'humour, un cirque)	16
Assister à un spectacle culturel patrimonial (p. ex. de danse ethnoculturelle)	14
Visiter un musée des sciences ou d'histoire naturelle	13
Visiter un musée d'histoire de l'homme ou d'intérêt local	12
Assister à un spectacle de musique classique	8
Assister à un spectacle de danse	7
Assister à un spectacle de chant choral	7
Assister à un spectacle pour enfants	7
Assister à un opéra	3

**Source** : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 1998

Si les statistiques sur la participation canadienne à la culture n'ont pas fait l'objet d'un examen aussi approfondi que les données australiennes, elles semblent toutefois démontrer l'existence d'un phénomène semblable au Canada. Une première analyse des données de l'ESG sur l'écoute des émissions télévisées produites par la Société Radio-Canada, le radiodiffuseur public, n'a permis de relever aucun écart de taille entre les habitudes d'écoute d'un groupe de revenu à l'autre. On a tout de même constaté que les téléspectateurs les plus assidus font partie de ménages gagnant de 15 000 \$ à 30 000 \$ par année et que les moins assidus font partie de ménages touchant annuellement un revenu nul ou supérieur à 100 000 \$<sup>8</sup>. S'il faut en croire l'attrait général de la radiodiffusion publique auprès des ménages de nombreuses tranches de revenu, celle-ci pourrait être au Canada le principal instrument d'arrimage de la microsphère de la consommation de la culture privée à la macrosphère de la société civile. Malheureusement, les chiffres sont trop petits pour en faire des ventilations fiables pour le secteur de la « culture publique » (telle que l'ont définie les

<sup>8</sup> Hsieh Wong, « Demographic Profiles of GSS Cultural Supplement Respondents / Households and Cultural Activities: Cross-Tabulations », Ottawa, 31 janvier 2000, p. 19.

Australiens) afin de déterminer si cet instrument démocratise aussi efficacement l'accès à la culture au Canada qu'en Australie.

<b>Tableau 5 Incidence de la participation culturelle, 1998 Population canadienne de 15 ans et plus Participation « active » à la culture</b>	
<b>Activité</b>	<b>% participant</b>
Faire de l'artisanat	32
Jouer d'un instrument de musique	17
Peindre, sculpter ou pratiquer d'autres arts visuels	11
Chanter (en solo, en groupe ou dans une chorale)	9
Écrire (poésie, nouvelles, non-fiction)	9
Prendre des photos pour des compositions artistiques	8
Danser ou monter des chorégraphies	6
Jouer dans une pièce de théâtre ou faire d'autres activités rattachées au théâtre	3

**Source** : Statistique Canada, Enquête sociale générale, 1998

L'ESG s'est aussi enquis des loisirs actifs des répondants. Il s'agit là du type d'activités créatrices qui, selon ce qu'en dit Robert Putnam dans son livre *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, équivalent à « faire » la culture plutôt qu'à la « consommer »<sup>9</sup>. Comme l'indique le tableau 5, il s'agit surtout d'activités culturelles à faible participation, exception faite de l'artisanat. À voir les chiffres sur l'écoute de la télévision, de la radio et de disques compacts et sur la lecture, d'aucuns pourraient se demander s'il n'y a pas un effet d'« éviction ». Les Canadiens n'ont, après tout, qu'environ quatre heures de temps libre par jour et s'ils en passent en moyenne 2,2 à regarder la télévision, peut-être n'ont-ils tout simplement plus de temps à consacrer à d'autres activités créatrices. James Curran, analyste réputé du domaine des communications, soutient également que la télévision publique, au moins, « favorise la compréhension sympathique de "l'autre" par une programmation qui "rend visible et affirme symboliquement la centralité des marginalisés et des exclus du système économique" » [trad.]<sup>10</sup>. Comme on vient de le suggérer, tout ce temps consacré à regarder la télévision n'est peut-être pas complètement exempt de valeur sociale, du moins s'il s'agit de la télévision publique. Quoiqu'il en soit, la faiblesse relative des taux de participation à ce qu'on appelle les « loisirs actifs » pourrait être plus lourde de conséquences pour la macrosphère.

Putnam a supputé sur l'importance de la chute des taux de participation des Américains à « faire » la culture, notant que le pourcentage d'Américains qui jouent d'un instrument de musique est passé de 30 % à 20 % de 1976 à 1999. Cela serait, à son avis, symptomatique d'un déclin général tel du capital social aux États-Unis que « nous passons moins de temps à parler aux repas, nous nous visitons moins souvent, nous nous adonnons moins souvent à des

<sup>9</sup> Robert Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York, 2000, p. 114.

<sup>10</sup> James Curran, « Crisis of public communication: A reappraisal », dans *Media, Ritual and Identity*, p. 194.

loisirs propices aux fréquentations sociales, nous passons plus de temps à regarder... et moins de temps à faire » [trad.]<sup>11</sup>. Ces faibles taux de participation active à la culture au Canada (où nous semblons jouer d'instruments de musique encore moins souvent que ne le font les Américains) sont-ils révélateurs d'une érosion de la cohésion sociale? Nous sommes loin d'avoir commencé à explorer ces questions, mais nous pouvons commencer à essayer de comprendre en examinant les recherches qui ont récemment été faites au Canada sur les motifs de participer (ou de ne pas le faire).

## Pourquoi les gens participent-ils à la culture?

Dans son enquête sur la participation aux arts et au patrimoine (*Arts and Heritage Participation Survey*), le groupe Environics a demandé aux participants quels étaient leurs principaux motifs d'assister à des spectacles devant public et à des événements artistiques, de visiter des établissements du patrimoine culturel et de participer à des activités culturelles. Les motifs sont révélateurs et tendent à accréditer l'hypothèse voulant que les comportements collectifs soient le fruit de besoins individuels complexes.

Le tableau 6 énonce les raisons invoquées pour assister à des spectacles devant public et à des événements artistiques. La grande majorité des répondants (62 %) disaient avoir assisté à de tels spectacles et événements depuis 12 mois surtout pour se divertir, se détendre ou s'amuser. Seules de faibles minorités ont invoqué d'autres raisons, comme un intérêt particulier pour le spectacle ou l'artiste, un souci de stimulation intellectuelle ou le goût d'éduquer ses enfants. Certains semblaient avoir des motifs surtout sociaux d'assister à de tels événements – une activité à faire entre amis ou en famille<sup>12</sup>. En général, on disait surtout vouloir se divertir plutôt que s'instruire, ce qui nous aiderait peut-être à comprendre pourquoi, ces dernières années, les événements culturels sont de plus en plus traités comme des choix de consommation plutôt que des actifs civiques ou publics.

<b>Tableau 6</b>	
<b>Huit raisons principales d'assister à des spectacles devant public et à des événements artistiques, Canada, 2000</b>	
<b>Raison</b>	<b>% l'invoquant</b>
Se divertir, se détendre ou s'amuser	62
S'intéresser à des événements, à des artistes ou à des œuvres en particulier	14
Juste pour faire quelque chose	4
Apprendre, se stimuler ou se donner des défis	4
Accompagner des amis ou des parents	3
Voir des œuvres ou des artistes réputés	2
Assister à l'expérience interactive devant public	2
Éduquer et divertir les enfants	2

**Source :** Environics Research Group, Arts and Heritage Participation Survey, 2000

<sup>11</sup> Ibid., p. 115.

<sup>12</sup> Arts and Heritage Participation Survey - Final Report, p. 25.

En revanche, il semblait y avoir un éventail beaucoup plus grand de raisons principales, dominées par des soucis d'ordre intellectuel ou pédagogique, de visiter des établissements du patrimoine. Comme l'indique le tableau 7, environ 40 % des Canadiens qui avaient visité de tels établissements dans les 12 mois précédents ont dit y être allés pour apprendre quelque chose ou pour encourager leurs enfants à le faire. Le fait de s'intéresser très précisément à ce que l'établissement exposait en avait motivé 25 % à le faire. C'est pour se détendre et se divertir que 25 % de plus ont aussi dit y être allés; c'est moins de la moitié de ceux qui ont invoqué cette raison d'avoir assisté à des spectacles devant public et à des événements artistiques<sup>13</sup>. Ces données ont tendance à corroborer les résultats de Frow, d'Emmison et de Bennett sur le rôle des établissements de « culture publique » dans la société australienne, qui, à leur avis, sont « déterminés à combler le fossé entre les classes sociales » et qui ont été « étroitement associés à d'autres initiatives semblables – à l'éducation des adultes et... au développement de l'instruction publique » [trad.] tout au long de leur évolution depuis le XIX<sup>e</sup> siècle<sup>14</sup>.

<b>Tableau 7</b>	
<b>Huit raisons principales de visiter des établissements du patrimoine culturel, Canada, 2000</b>	
<b>Raison</b>	<b>% l'invoquant</b>
Apprendre	32
S'intéresser précisément à un lieu, à un événement, à une œuvre, à un artefact, à quelque chose de nouveau	20
Aimer visiter, se laisser divertir, se détendre, s'amuser	19
Éduquer ou divertir les enfants	8
Faire quelque chose	6
S'intéresser à l'histoire, à la culture, à l'art	5
Accompagner des amis ou des parents	4
Pour faire quelque chose en voyage ou en vacances	2

**Source** : Environics Research Group, Arts and Heritage Participation Survey, 2000

On a également demandé à l'échantillon moindre de Canadiens qui ont dit avoir participé depuis 12 mois à des activités artistiques ou culturelles d'indiquer quelles avaient été les grandes raisons de leur participation. Le tableau 8 les énumère.

<sup>13</sup> *Ibid.*, p. 39.

<sup>14</sup> Frow, Emmison et Bennett, p. 242.

<b>Tableau 8 Huit raisons principales de participer à des activités artistiques ou culturelles, Canada, 2000</b>	
<b>Raison</b>	<b>% l'invoquant</b>
Se détendre ou s'amuser	65
Apprendre de nouvelles choses, parfaire ses compétences	49
Travailler ou partager avec autrui	42
S'exprimer	40
Se divertir à bon marché	29
Se familiariser avec le contexte culturel ou ethnique	21
Faire quelque chose	21
Gagner un revenu ou un revenu d'appoint	13

**Source :** Environics Research Group, Arts and Heritage Participation Survey, 2000

S'il est impossible de comparer directement ces réponses à celles obtenues pour la fréquentation d'événements culturels et d'établissements du patrimoine, elles illustrent tout de même la nature équivoque des motifs de participation active aux activités culturelles. Se détendre et se divertir étaient considérés comme les deux raisons principales de participer tant passivement qu'activement à la culture. Il y avait cependant d'importantes raisons secondaires de participer activement à la culture : s'améliorer (apprendre de nouvelles choses et s'exprimer) et travailler ou partager avec autrui. Les avantages collectifs de citoyens mobilisés pour une société font l'objet de beaucoup de recherches en sciences sociales par les temps qui courent. Il ne fait aucun doute que le nombre relativement petit de Canadiens qui font de l'artisanat, jouent d'instruments de musique, font de la peinture ou écrivent considèrent les dimensions collaboratives de ces activités comme importantes. Ces motifs s'entremêlent toutefois à un éventail de raisons personnelles importantes, ce qui permet difficilement de déclarer sans équivoque que la participation culturelle active est le fruit de pures impulsions collectives. Encore une fois, cela donne à penser qu'il y aurait lieu d'approfondir notre compréhension des rapports entre la « macro » sphère publique et la « micro » sphère privée de la participation culturelle individuelle.

L'*Arts and Heritage Participation Survey* d'Environics demandait également aux répondants qui ne l'avaient pas fait les principales raisons de ne pas avoir assisté à des spectacles devant public ou à des événements artistiques ou visité d'établissements du patrimoine<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Malheureusement, cette question n'a pas été posée à ceux qui n'avaient pas participé à des activités culturelles telles que l'artisanat, chanter ou jouer d'un instrument.

<b>Tableau 9 Huit raisons principales de ne pas avoir assisté à des spectacles devant public ou à des événements culturels ou visité d'établissements du patrimoine, Canada, 2000</b>		
<b>Motif</b>	<b>Spectacles devant public et événements culturels : % l'invoquant</b>	<b>Établissements du patrimoine : % l'invoquant</b>
Pas assez de temps	30	28
Pas intéressé ou trop ennuyeux	21	21
Trop cher	17	6
Peu de spectacles, d'installations dans la région	9	10
Difficile de s'y rendre, endroit trop éloigné	8	10
Problèmes de santé	5	8
Responsabilités familiales	3	3
Personne avec qui y aller	1	1

**Source :** Environics Research Group, Arts and Heritage Participation Survey, 2000

On voit au tableau 9 que 30 % des répondants invoquaient le simple manque de temps comme motif principal de ne pas être allés à des spectacles devant public. En ce qui a trait aux événements culturels, cette raison était plus souvent invoquée que toute autre par les répondants travaillant à temps plein, ceux ayant de jeunes enfants à la maison et ceux ayant fait des études supérieures ou touchant un revenu élevé (plus de 60 000 \$ CAN). Les répondants de moins de 25 ans et ceux de plus de 65 ans étaient plus susceptibles d'invoquer surtout le manque d'intérêt. On ne s'étonnera pas que les répondants dont le ménage gagnait moins de 20 000 \$ CAN aient été plus enclins à mentionner les obstacles financiers, tandis que ceux des petites communautés (moins de 10 000 habitants) étaient plus portés à répondre qu'ils devaient parcourir de longues distances ou qu'on présentait peu de spectacles dans leur région<sup>16</sup>.

Le tableau 9 énumère également les raisons principales de ne pas être allé visiter d'établissements du patrimoine. La plupart ressemblent aux obstacles empêchant d'assister à des événements culturels. Dans le cas des établissements du patrimoine, on invoquait à importance à peu près égale le manque de temps et d'intérêt, l'inaccessibilité matérielle, les problèmes de santé individuelle et les responsabilités familiales. Mais les obstacles financiers paraissaient beaucoup moins problématiques. Les hommes de 45 à 54 ans semblaient invoquer plus que quiconque le manque de temps, alors que les jeunes de 15 à 24 ans étaient les plus susceptibles de mentionner le manque d'intérêt<sup>17</sup>.

Que peut-on conclure au sujet des obstacles freinant l'assistance à des spectacles devant public et à la fréquentation d'établissements du patrimoine culturel et quel rapport y a-t-il entre ces obstacles et les motifs de participer?

<sup>16</sup> Arts and Heritage Participation Survey - Final Report, p. 27-28.

<sup>17</sup> Ibid., p. 42.

Il semble évident que le manque de temps est le frein principal à la participation de l'un et l'autre type. Si l'on consulte à nouveau le tableau 1 pour voir comment les Canadiens passent leur temps libre, on voit très bien que les formes dites « passives » de loisirs évincent non seulement les activités culturelles dites « actives », comme chanter dans une chorale, mais également les activités culturelles dites « semi-actives », comme assister à un spectacle devant public ou visiter un musée. Cette tendance, peut-on alors se demander, est-elle irréversible ou sera-t-elle altérée par des changements démographiques, sociaux et technologiques?

Dans une étude sur l'avenir des dépenses des ménages canadiens, Roger Sauvé prévoyait qu'avec le vieillissement des enfants de l'après-guerre, les dépenses touchant les documents à lire et autres imprimés connaîtraient la deuxième croissance en importance parmi 13 catégories de dépenses de 1996 à 2016<sup>18</sup>. Mais que cette tendance s'étende ou non à d'autres types d'activités culturelles (telles que décrites ci-dessus), cela dépendra de l'augmentation ou de la diminution de l'effet d'éviction. L'orientation future de la technologie aura également un rôle partiel à jouer. Comme le faisaient remarquer les auteurs d'une étude américaine sur la participation aux arts :

L'avenir des arts dépend fondamentalement de leur capacité de disputer l'attention du public à une culture populaire puissamment propagée par les moyens de communication de masse que sont la radio, la télévision, le cinéma et la culture de la publicité et de la promotion à laquelle ils sont intimement liés<sup>19</sup>.

Rien ne semble être plus vrai, mais l'habitude de considérer la participation culturelle comme une activité de « consommation » faisant concurrence à d'autres formes de passe-temps, peut-être plus intéressants, a tendance à confiner le débat sur la question à la sphère économique, éclipsant la question des subventions publiques et de leurs objectifs. La dernière section de la présente communication examinera d'un peu plus près les arguments qui militent en faveur de raisons à dimension plus sociale de subventionner publiquement la culture et tentera de corrélérer ces arguments aux tendances actuelles et aux éventuelles tendances de la participation culturelle.

## Quels sont certains des résultats de la participation culturelle?

Ces dernières années, le modèle horizontal « commercial » de la consommation culturelle a remplacé quasi totalement le traditionnel modèle vertical de la culture, qui s'appuyait sur une hiérarchie pyramidale, à diffusion centrifuge du sens, de l'expression culturelle. L'angoisse existentielle que l'érosion de la participation hiérarchique à la culture (comme l'assistance à des opéras et à des ballets) par la participation commerciale à la culture (telle que l'écoute de la télévision) suscite actuellement dans les cercles des stratèges repose en bonne partie sur la tension constante entre ces modèles. Les gouvernements reconnaissent que les modèles hiérarchiques s'écroulent, mais ils ont été lents à envisager d'autres modèles pour la culture. Pour l'instant, comme le souligne Robert Hewison, les gouvernements acceptent, à défaut d'alternatives convaincantes, la prépondérance du modèle commercial :

<sup>18</sup> Roger Sauvé, *The Future of Canadian Household Spending to 2016*, (Ottawa, 1999), cité dans Mary Cromie et Rochelle Handleman, « Activités culturelles : consommation et participation », *La culture en perspective*, vol. 11, n° 3 (automne 1999), p. 5.

<sup>19</sup> Richard Peterson, Darren Sherkat, Judith Huggins Balfe et Rolf Meyersohn, *Age and Arts Participation*, Santa Ana, Californie, 1996, p. 117, cité dans Cromie et Handleman, « Activités culturelles : consommation et participation », p. 5.

Dans ce nouvel *espace culturel*, les formes d'art individuelles ont monté leurs étals et l'auditoire remplit son panier d'osier culturel selon ses goûts... Contrairement à la pyramide culturelle et à ses pentes étourdissantes, le marché est horizontal, si bien qu'en surface, le modèle commercial semble plus démocratique. Mais nous devons constamment nous rappeler que ni les propriétaires d'étal ni leurs clients potentiels ne jouissent d'un accès égal au marché [trad.]<sup>20</sup>.

Hewison est d'avis qu'un nouveau modèle pourrait commencer par accepter l'idée de « flux horizontal » – « de multiples chaînes de communication sans centre du pouvoir... de nombreux centres, de nombreuses lignes et une pluralité de liens entre eux » [trad.]<sup>21</sup>. Mais comment les individus font-ils pour se brancher à ce « flux horizontal »? Et comment les gouvernements peuvent-ils les y aider?

John Hannigan a présenté un modèle conceptuel semblable à la table ronde de CIRCLE et du RCRC tenue en mai 2000 à Edmonton, en Alberta, au Canada. Trois métaphores spatiales, disait-il, permettraient peut-être d'appréhender la relation entre la culture, la cohésion sociale et la mondialisation. D'ordinaire, les régions ont une structure verticale avec un centre, une périphérie, une concentration du pouvoir et une hiérarchie verticale. Les réseaux sont des ensembles de nœuds interconnectés pouvant générer des produits et des idées d'une manière normalisée et prévisible. Les fluides mondiaux représentent le mouvement déterritorialisé et libre des gens, de l'information, des objets, de l'argent, des images et des risques d'une région à l'autre. De l'avis du professeur Hannigan, les fluides mondiaux offrent le meilleur potentiel de démocratisation culturelle puisqu'ils ne sont ni hiérarchiques, ni territoriaux. En outre, faisait-il remarquer, ces fluides convergent de plus en plus à l'échelon infranational, plus particulièrement à l'intérieur des villes<sup>22</sup>.

Les politiques qui ont pour objectif d'accroître la participation culturelle au sein des communautés ont très peu attiré l'attention au niveau national. Or, si l'on part de la prémisse de Hannigan selon laquelle les villes et les communautés sont un carrefour majeur des fluides mondiaux – les principaux transporteurs du contenu culturel – il serait logique de passer plus de temps à réfléchir aux caractéristiques des communautés où les citoyens ont accès à de tels flux. Dans l'actuel vocabulaire de l'engagement civique, les collectivités en santé sont les communautés riches en capital social. La preuve empirique a été faite que l'acquisition de capital social (défini comme les « instruments pour l'appropriation d'une richesse symbolique socialement jugée digne d'être recherchée et possédée ») a d'importants effets positifs sur la scolarité et le choix conjugal de l'individu<sup>23</sup>. Mais les preuves d'avantages collectifs du capital culturel sont à ce jour très éparpillées.

De récentes analyses démographiques de la pauvreté de quartier au Canada donnent à penser que pour certains groupes, en particulier les minorités visibles, le fait de s'agglutiner

---

<sup>20</sup> Robert Hewison, « New Cultural Models for Old », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 5, n° 1, p. 102.

<sup>21</sup> *Op. cit.*, p. 105.

<sup>22</sup> John Hannigan, présentation au panel « Global Connections – The Good, the Bad and the Ugly » lors de la table ronde 2000 de CIRCLE et du RCRC intitulée *Making Connections: Culture and Social Cohesion in the New Millennium*, *Conference Report*, Ritva Mitchell (dir.), p. 23-24.

<sup>23</sup> Consulter, par exemple, Paul Di Maggio et John Mohr, « Cultural Capital, Educational Attainment and Marital Selection », *American Journal of Sociology*, vol. 90, n° 6, 1985, p. 1231-1261, et Paul Di Maggio, « Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School Students », *American Sociological Review*, vol. 47, avril 1982, p. 189-201.

dans les ghettos contribue à une « culture de la pauvreté » caractérisée par l'isolement social par rapport à la culture dominante. Selon les chercheurs qui ont fait ce travail :

L'engagement traditionnel à promouvoir la diversité ethnique et le multiculturalisme... permet mal de composer avec le problème dont nous avons discuté. Il faut assortir le maintien des identités ethniques d'un engagement à promouvoir les contacts interculturels. Certes, cela peut se faire par des mesures non culturelles telles qu'une planification adéquate de l'espace urbain et l'allègement de la pauvreté. Mais toutes les mesures de ce genre ne font qu'accroître la possibilité de contacts interculturels; il faut également favoriser la prise de contacts réels par l'application de mesures culturelles concrètes [trad.]<sup>24</sup>.

La participation tant active que passive favorise de tels contacts, mais comme le faisaient remarquer les chercheurs australiens Frow, Emmison et Bennett, dans le royaume de la culture financée par l'État, la radiodiffusion publique semble avoir le mieux réussi à « répondre aux besoins de la sphère publique masse médiatisée en impliquant régulièrement un public hétérogène dans les grands dossiers – politiques, intellectuels et culturels – du jour » [trad.]<sup>25</sup>. Les données sur l'emploi du temps, du moins au Canada, tendent à valider ce point de vue. Qui plus est, Frow, Emmison et Bennett croient également que les « relations de culture et de communauté contribuent maintenant de plus en plus à jeter les bases à partir desquelles rechercher et offrir un soutien à la culture » [trad.]<sup>26</sup>. À supposer que leurs observations soient valides, alors les décideurs culturels nationaux devront s'efforcer d'appuyer plus activement le rôle positif que joue la participation culturelle au sein des communautés pour continuer à justifier les subventions publiques.

Les preuves empiriques du lien entre la participation culturelle et des collectivités en santé sont relativement rares. Mais il se dégage d'intrigants résultats d'une étude de cas à long terme que Mark J. Stern et Susan C. Selfert ont menée à Philadelphie sur l'impact social des arts. L'étude a conjugué des données d'enquête sur la participation à des activités culturelles et les habitudes d'écoute de la radio et de la télévision, d'une part, à de l'information géographique sur l'emplacement de 160 groupes culturels et de 400 organismes sociaux de la région de Philadelphie, d'autre part. Comparer le code postal d'un citoyen aux codes postaux des groupes a permis aux auteurs de l'étude de corrélérer la participation aux arts au nombre de groupes dans le quartier. Après examen des liens statistiques entre ces variables, les chercheurs ont conclu que le nombre de groupes à vocation artistique et culturelle dans la zone postale du répondant était le meilleur prédicteur de la participation de celui-ci à des événements culturels. L'analyse de régression a confirmé que ce lien permettait mieux de prévoir la participation aux arts que les traditionnelles variables socioéconomiques telles que le revenu et la scolarité<sup>27</sup>. Stern et Selfert ont étudié plusieurs explications de ce lien, concluant que les données n'en défendaient qu'une seule : que l'engagement social ou le capital social des résidents d'une communauté mène tant à la création de groupes plus nombreux qu'à une plus grande participation<sup>28</sup>.

<sup>24</sup> Abdolmohammad Kazemipur et Shiva S. Halli, The New Poverty in Canada: Ethnic Groups and Ghetto Neighbourhoods, Toronto, 2000, p. 158.

<sup>25</sup> Frow, Emmison et Bennett, p. 247.

<sup>26</sup> Ibid., p. 243.

<sup>27</sup> Mark J. Stern et Susan C. Selfert, Working Paper #1: Individual Participation and Community Arts Groups: A Quantitative Analysis of Philadelphia, Philadelphie, 2000, p 2. (Aussi disponible à <http://www.ssw.upenn.edu/SIAP/sp1.text.html>.)

<sup>28</sup> Ibid., p. 7.

L'étude de Philadelphie a par la suite été reprise dans trois autres villes américaines – Chicago, Atlanta et San Francisco – et révélé que :

- La diversité était un trait dominant et sous-apprécié de la structure sociale de chaque ville. En 1990, de 13 % à 18 % de la population de chacune des villes habitaient des quartiers diversifiés sur le plan économique. Dans la moins diversifiée des villes à l'étude, plus du quart de la population habitait des quartiers diversifiés sur le plan ethnique ou économique.
- Les quartiers diversifiés, en particulier sur les plans ethnique et économique, abritaient davantage de groupes à vocation artistique que les autres secteurs de la ville.
- Les quartiers comptant de nombreux organismes artistiques étaient également susceptibles d'accueillir de nombreux organismes d'autres domaines.
- Il y avait un lien à Chicago et à Philadelphie entre la diversité et la présence d'organismes à vocation artistique, d'une part, et la revitalisation économique, d'autre part. Il y en avait également un entre la présence de groupes artistiques et la préservation de quartiers stables et diversifiés<sup>29</sup>.

Ces résultats ont amené les chercheurs à conclure que :

... nous avons établi que les organismes à vocation artistique et la participation aux arts s'alimentent mutuellement, qu'il y a un lien puissant entre la diversité économique et ethnique et la participation culturelle et que cette fusion de la diversité, des institutions et de la participation produit le capital social qui augmente les chances de revitaliser les quartiers [trad.]<sup>30</sup>.

Malheureusement, ce type d'études semble plutôt rare. Peut-être les chercheurs culturels ont-ils été trop absorbés par le modèle commercial et ses paradigmes que sont les préférences et les choix du consommateur pour aller au-delà des données d'enquête et examiner les relations entre la participation culturelle et les trois « externalités positives » mentionnées au début de la présente communication : la confiance sociale et le capital social, une plus grande inclusivité et équité démocratique ainsi que l'innovation sociale et l'expérimentation de nouvelles ressources symboliques.

Les décideurs sont de plus en plus enclins à accepter la prémisse de Francis Fukuyama selon laquelle l'accroissement de la confiance sociale et du capital social a des conséquences positives sur la performance économique<sup>31</sup>. Mais on comprend moins bien les incidences sociales et économiques d'une plus grande inclusivité culturelle. Et encore moins l'apport de la participation culturelle à l'innovation sociale et à l'édification de communautés vivantes, cohésives et durables. La tendance à regarder des « instantanés » de la participation actuelle isolément des données conjoncturelles et des prévisions du comportement entrave également notre compréhension.

---

<sup>29</sup> Mark J. Stern, *Working Paper #9: Is All the World Philadelphia? A Multi-city Study of Arts and Cultural Organizations, Diversity and Urban Revitalization*, Philadelphie, mai 1999, p. 4-5. (Aussi disponible à <http://www.ssw.upenn.edu/SIAP/wp9/sp9.draft4.html>.)

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 3.

<sup>31</sup> Francis Fukuyama, *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, New York, 1995, p. 11.

L'un des principaux défis auxquels les chercheurs culturels devront faire face au cours des prochaines années sera de réunir les preuves requises pour combler ces lacunes. L'appel incessant des chercheurs pour l'obtention de données à long terme plus exhaustives risque de devenir un cliché, mais il semble pleinement justifié dans ce cas-ci. Les progrès pourraient également dépendre de notre capacité à purger nos « cartes mentales » des notions caduques que sont le centre et la périphérie, les flux unilatéraux de communication et les modèles de participation passive par opposition aux modèles de participation active. Les politiques publiques pourraient se ressentir d'une bonne partie de ce qui se passe sur la scène de la « culture quotidienne ». En fait, le succès d'un pays à puiser aux flux mondiaux pourrait dépendre de plus en plus du niveau et de la qualité de l'activité culturelle dont les quartiers diversifiés et cohésifs sont le théâtre.

## **Bibliographie**

- Alexander, Jeffrey C. et Ronald N. Jacobs. « Mass communication, ritual and civil society », dans Media, Ritual and Identity (dir. Tamar Liebes et James Curran). New York : Routledge, 1998.
- Cromie, Mary et Rochelle Handleman. « Activités culturelles : consommation et participation », La culture en perspective. Ottawa : Statistique Canada (n° 87-004-XPB au catalogue), vol. 11, n° 3 (automne 1999), p. 1-5.
- Curran, James, « Crisis of public communication: A reappraisal », dans Media, Ritual and Identity (dir. Tamar Liebes et James Curran). New York : Routledge, 1998.
- Di Maggio, Paul et John Mohr. « Cultural Capital, Educational Attainment and Marital Selection », American Journal of Sociology, vol. 90, n° 6 (1985), p. 1231-1261.
- Di Maggio, Paul. « Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School Students », American Sociological Review, vol. 47 (avril 1982), p. 189-201.
- EnviroNics Research Group Limited. Arts and Heritage Participation Survey - Final Report. Toronto : EnviroNics Research Group Limited, septembre 2000.
- Frow, John, Michael Emmison et Tony Bennett. Accounting for Tastes: Australian Everyday Cultures. Royaume-Uni : Cambridge University Press, 1999.
- Fukuyama, Francis. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York : The Free Press, 1995.
- Hannigan, John. Présentation au panel « Global Connections – The Good, the Bad and the Ugly » lors de la table ronde 2000 de CIRCLE et du RCRC intitulée Making Connections: Culture and Social Cohesion in the New Millennium, Conference Report (dir. Ritva Mitchell). Strasbourg : Conseil de l'Europe, 2000.
- Hewison, Robert. « New Cultural Models for Old », Cultural Policy. Inde : Overseas Publishers Association, vol. 5, n° 1 (1998), p. 99-107.
- Kazemipur, Abdolmohammad et Shiva S. Halli. The New Poverty in Canada: Ethnic Groups and Ghetto Neighbourhoods. Toronto : Thompson Educational Publishing Inc., 2000.
- Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Plan d'action sur les politiques culturelles pour le développement, 8 avril 1998.
- Putnam, Robert. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York : Simon & Schuster, 2000.
- Stern, Mark J. et Susan C. Selfert. Working Paper #1: Individual Participation and Community Arts Groups: A Quantitative Analysis of Philadelphia. Philadelphie : University of Pennsylvania School of Social Work, 2000. (Aussi disponible à <http://www.ssw.upenn.edu/SIAP/sp1.text.html>.)

---

Stern, Mark J. Working Paper #9: Is All the World Philadelphia? A Multi-city Study of Arts and Cultural Organizations, Diversity and Urban Revitalization. Philadelphie : University of Pennsylvania School of Social Work, mai 1999. (Aussi disponible à <http://www.ssw.upenn.edu/SIAP/wp9/sp9.draft4.html>.)

Wong, Hsieh. « Demographic Profiles of GSS Cultural Supplement Respondents / Households and Cultural Activities: Cross-Tabulations ». Ottawa : ministère du Patrimoine canadien, 31 janvier 2000.