

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA FRÉQUENTATION DES MUSÉES D'ART.
UNE ÉTUDE COMPARATIVE ENTRE LES ÉTATS-UNIS, LE CANADA ET
LE QUÉBEC

TRAVAIL DIRIGÉ
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE ET PATRIMOINE

PAR
RITA KAZAN

MARS 2021

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce document diplômant se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév. 04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je voudrais tout d'abord adresser toute ma reconnaissance à mon directeur de recherche, Louis Jacob, qui a accepté de m'encadrer dans cette étude et a toujours été présent pour m'orienter. Je le remercie pour sa patience et ses précieux conseils qui ont guidé ma réflexion et pour le temps qu'il a consacré à la rectification indispensable à la conduite de cette recherche.

Je désire aussi remercier les professeurs qui m'ont fourni les outils nécessaires à la réussite de mes études universitaires.

J'adresse des remerciements particuliers à Yves Bergeron, dont la compétence et l'expérience professionnelle m'ont grandement stimulée.

Merci à Marie-Charlotte Franco pour ses précieux conseils méthodologiques.

Je remercie mon mari pour son soutien, et toi aussi Lily-Jay, mon petit ange qui acceptait de jouer toute seule en me laissant travailler. À ma mère, mes frères et ma sœur et à votre mémoire, mon cher père.

Revenir aux études après une vingtaine d'années d'interruption alors que je venais d'avoir mon premier enfant était une aventure et un défi que je n'aurais jamais relevé sans ma détermination.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	i
LISTE DES SIGLES ET DES ACRONYMES	v
RÉSUMÉ	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCTION	1
Changement de la culture des musées d'art, lieux privilégiés : pour une entrée en matière	1
Musée des Beaux-Arts de Montréal	2
Musée National des Beaux-Arts du Québec	3
Musée d'Art Contemporain de Montréal	4
Les prémices du projet de recherche	5
Origine de la question de recherche	6
Question de recherche	7
Objectifs et hypothèses de la recherche	7
Méthodologie	8
Limite de la recherche	9
Plan	9
I. REVUE DE LITTÉRATURE ET CADRE THÉORIQUE	10
1.1 Intérêt pour le public	10
1.2 Aperçu historique des évaluations en contexte muséal	11
1.3 Enquête de participation culturelle	12
1.4 Aperçu historique des enquêtes sur les musées d'art	14
1.5 Cadre théorique	17
1.5.1 Comparing participation in the arts and culture	17
1.5.2 La comparabilité au niveau des pays	18
II. LA DÉCENNIE 1995 - 2005	21

2.1	Le secteur muséal	21
2.2	Trois enquêtes de participation culturelle à comparer	24
2.2.1	Méthodologie des enquêtes retenues par Schuster	24
2.2.2	Les enquêtes canadiennes : Patterns in Culture Consumption and Participation	25
2.2.3	Les enquêtes québécoises : Déchiffrer la culture au Québec : 20 ans de pratiques culturelles	27
2.2.4	Les enquêtes étasuniennes : 2002 Survey of Public Participation in the Arts	28
2.3	Ce que disent les enquêtes	29
2.4	Tendance : générations et fréquentation des musées d'art	32
2.4.1	L'intensification parmi les générations plus âgées	33
2.4.2	Baby-boomers	33
2.4.3	Retraite anticipée	35
2.4.4	Renouvellement culturel	35
III.	TENDANCE ACTUELLE	38
3.1	Aperçu des taux de participation les plus récents	38
3.2	Fréquentation des musées d'art au Canada	38
3.3	Fréquentation des musées d'art aux États-Unis	39
3.4	Fréquentation des musées d'art au Québec selon le MCC	40
3.4.1	Fréquentation des musées d'art au Québec après 2005	41
3.4.1.1	L'OCCQ et sa méthodologie	42
3.4.1.2	Fréquentation des musées d'art selon l'OCCQ	43
IV.	UNE LIBERTÉ ÉVIDENTE DES MUSÉES D'ART NATIONAUX AU QUÉBEC	45
4.1	Au-delà des chiffres	45
4.2	La muséographie des musées de société	45
4.2.1	Ouverture et multidisciplinarité	47
4.2.2	Une muséographie qui attire un large public	50
4.3	Les architectes de la « liberté »	51
	CONCLUSION	57
	Une tendance toujours présente ?	58
	ANNEXES	64

Annexe A : Fréquentation des musées d'art/galeries d'art selon les groupes d'âge	64
Annexe B : Fréquentation des musées d'art au Québec selon les groupes d'âge entre 1999 et 2014	65
Annexe C : Fréquentation des trois principaux musées d'art au Québec entre 1999 et 2014 selon le MCC	66
Annexe D : Évolution de la fréquentation des musées d'art entre 2003 et 2018 selon l'OCCQ	67
BIBLIOGRAPHIE	68

LISTE DES SIGLES ET DES ACRONYMES

AAM	American Association of Museum
AAM	American Alliance of Museum
CAC	Conseil des Arts du Canada
CAPACOA	Association canadienne des organismes artistiques
ESG	Enquêtes sociales générales
HSR	Hill Strategies Research
IMLS	Institute of museum and library services
ISQ	Institut de la statistique du Québec
MACM	Musée d'Art Contemporain de Montréal
MBAM	Musée des Beaux-Arts de Montréal
MCC	Ministère de la Culture et des Communications
MNBAQ	Musée national des Beaux-Arts du Québec
NEA	National Endowment for the Arts
OCCQ	Observatoire de la culture et des communications du Québec
SMQ	Société des musées du Québec
StatCan	Statistique Canada

RÉSUMÉ

C'est grâce à un mélange de vision et de leadership, à la fin des années 1990, que les musées d'art au Québec se sont écartés des normes empruntées à la conception historique des musées d'art. Quatre directeurs Marcel Brisebois (MACM), John Porter (MNBAQ), Guy Cogeval et Nathalie Bondil (MBAM) ont contribué à inscrire les musées d'art moderne et contemporain québécois comme étant les plus visités parmi leurs homologues canadiens et états-uniens. Ils ont également permis à ces institutions d'attirer un public jusque-là moins sensibilisé aux œuvres d'art.

C'est dans cette perspective que notre Travail dirigé cherche à expliquer une variation très remarquable des taux de fréquentation au profit des musées d'art québécois. Afin de pouvoir expliquer et interpréter cette fréquentation spectaculaire, il nous faut adopter une approche quantitative qui permette de distinguer un contenu commun dans les diverses études, ainsi qu'une approche qualitative nous permettant de commenter cette hausse de fréquentation dans la période 1995-2005. D'abord, nous mettons en évidence les enquêtes proposées par Mark Schuster, ainsi que les interprétations courantes. Ensuite, nous nous penchons sur les changements quant au rôle, aux fonctions et aux thématiques des musées d'art au cours de notre période de recherche. En s'appuyant sur un riche cadre documentaire en lien principalement avec la sociologie et la nouvelle muséologie, cette analyse propose une réflexion sur la place des musées d'art nationaux du Québec.

Mots-clés : musées d'art, États-Unis, Canada, Québec, fréquentation, analyse, expositions, nouvelle muséologie, Baby-boomers, liberté d'expression.

ABSTRACT

It was through a mixture of vision and leadership in the late 1990s that art museums in Quebec deviated from the standards borrowed from the historical conception of art museums. Four directors Marcel Brisebois (MACM), John Porter (MNBAQ), Guy Cogeval and Nathalie Bondil (MMFA) have helped to list Quebec's modern and contemporary art museums as the most visited among their Canadian and American counterparts. They have also enabled these institutions to attract audiences hitherto less aware of works of art.

It is from this perspective that our research seeks to explain a very remarkable variation in attendance rates for the benefit of Quebec art museums. In order to be able to explain and interpret this spectacular attendance, we need to adopt a quantitative approach that makes it possible to distinguish a common content in the various studies, as well as a qualitative approach that allows us to comment on this increase in attendance in the period 1995-2005. First, we highlight the surveys offered by Mark Schuster, as well as common interpretations. Next, we look at the changes in the role, functions and themes of art museums during our research period. Based on a rich documentary framework mainly linked to sociology and new museology, this analysis offers a reflection on the place of national art museums in Quebec.

Keywords: art museums, United States, Canada, Quebec, attendance, analysis, exhibitions, new museology, Baby-boomers, freedom of expression.

INTRODUCTION

Changement de la culture des musées d'art, lieux privilégiés : pour une entrée en matière

Depuis l'avènement de la nouvelle muséologie qui a pris son essor dans les musées de société pour s'établir ensuite dans les musées d'art, le musée s'est vu attribuer de nouvelles responsabilités en plus de ses fonctions traditionnelles, auparavant incarnées dans les sphères de la conservation, la recherche et la diffusion des objets et artefacts. Selon les termes de Duncan Cameron, le musée s'est transformé en « forum » ainsi qu'en « laboratoire », augmentant le potentiel démocratique et participatif de l'institution (Cameron, 1971). Le musée entre en relation avec la collectivité en abordant des enjeux sociaux et environnementaux. La médiation culturelle devient davantage un moyen et une solution d'attirer le grand public afin d'augmenter la fréquentation des lieux culturels, tout en jouant un rôle entre l'art, la culture et la société dans le but de promouvoir la participation à la culture (Pailler et Urbain, 2016 : 11). L'intérêt du musée pour le public s'amplifie dans le sens où il ne s'adresse plus à une « entité abstraite et générale, mais à des publics considérés comme autant de regroupements d'utilisateurs empiriques réels ou potentiels et définis en fonction de caractéristiques, de ressources, d'attentes ou de pratiques communes » (Davallon, 1992 : 12). Ce public devient la cible d'une série d'expositions temporaires qui se succèdent rapidement, y compris des expositions vedettes, ainsi que de nombreux événements et activités qui sont conçus pour élargir le champ de visiteurs à un public hétérogène représentant différentes parties de la société. Le musée devient également la cible d'évaluations couvrant de nombreux champs d'études, notamment la fréquentation qui fait traditionnellement partie des enquêtes régulières sur la participation culturelle. Ces études, notamment celles ciblant les musées d'art, tentent d'obtenir des réponses pour comprendre les motivations des

visiteurs et les raisons exprimées par les non-visiteurs, d'explorer leur psychologie et leurs attentes face aux offres artistiques, ainsi que de déterminer le principal impact des conditions sociodémographiques sur la fréquentation en alliant subtilement la relation entre la culture, la profession et le statut économique à la participation individuelle à cette activité.

Ces changements ont touché l'ensemble des musées nord-américains, entraînant une augmentation de la fréquentation, notamment dans les musées d'art (Bergeron et Dumas, 2008). Le développement amorcé dans ce sens dans les années 1990 au sein des musées d'art québécois leur a insufflé une nouvelle culture. Il s'agit en particulier des trois principaux musées d'art de la province. Il s'agit de deux musées d'État, le Musée National des Beaux-Arts du Québec (MNBAQ) et le Musée d'Art Contemporain de Montréal (MACM), ainsi que d'un musée semi-privé, le Musée des Beaux-Arts de Montréal (MBAM), constitué officiellement en 1972 par une loi qui porte son nom (loi 42). Tous les trois sont financés par le ministère de la Culture et des Communications (MCC), accueillent la plus grande part des visiteurs tout au long de l'année et jouent un rôle de premier plan dans le réseau des institutions muséales du Québec (Bergeron et al., 2007 : 56-57). Cela permet aux trois institutions de se démarquer toujours dans les enquêtes nationales et de faire en sorte que le MBAM, le musée semi-privé, soit considéré par les Québécois comme un musée national. C'est pourquoi nous vous présentons ici ces établissements, qui feront l'objet de nos analyses ci-dessous.

Musée des Beaux-Arts de Montréal

Le MBAM est un musée privé, né en 1847 avec la création de la Montreal Society of Artists, une association composée d'amateurs d'arts et de collectionneurs montréalais anglophones, qui souhaitaient disposer d'un espace dédié à l'art et à la culture (Skelly, 2016). Depuis sa création, le musée était connu sous le nom de Art Association of Montreal. En 1949, il portera le nom Montreal Museum of Fine

Art, et, en 1969, il adoptera le nom qu'on lui connaît aujourd'hui, Musée des Beaux-Arts de Montréal (Trudel, 1992). Le Musée a pour fonctions d'encourager les arts plastiques, de diffuser les connaissances artistiques, d'acquérir, de conserver, de collectionner, de mettre en valeur et d'exposer des œuvres d'art (*Loi sur le MBAM*, chapitre M-42). Quant à sa mission, il se dit « un musée humaniste, inclusif et innovant ». Il est un musée dynamique, civique et interdisciplinaire dont les activités et les stratégies visent à établir des liens avec le public, ses membres et ses partenaires (*Musée des beaux-arts de Montréal*, 2020). Cette institution muséale, la plus ancienne du Canada, s'est construite au fil du temps de manière très progressive, c'est-à-dire pavillon par pavillon, et est devenue, 150 ans plus tard, un complexe muséal considéré comme le plus important musée d'art sur le sol canadien.

Musée National des Beaux-Arts du Québec

Le MNBAQ est la première institution muséologique créée en 1933 par le gouvernement du Québec. Il a abrité lors de sa création les Archives de la province de Québec et une collection de sciences naturelles. Jusqu'en 1966, il est connu sous le nom de Musée de la Province. Par la suite, on entreprend la réorganisation et la modernisation de l'institution qui deviendra le Musée du Québec. En 1982, le musée délaisse sa collection d'ethnologie et se limite aux seules œuvres d'art québécoises et internationales. Ensuite, il se voit accorder, grâce à la loi des musées nationaux (loi M-44), une autonomie administrative, disposant d'une autorité sur son budget et ses orientations (Vallières et al., 2008 : 2020). Vingt ans plus tard, en 2002, il subit un nouveau changement de dénomination. Il devient ainsi le Musée National des Beaux-Arts du Québec, dont le mandat est de : « faire connaître, promouvoir et conserver l'art québécois de toutes les périodes, de l'art ancien à l'art actuel, et assurer une présence de l'art international par des acquisitions, des expositions et des activités d'animation (*Loi sur les musées nationaux*, chapitre M-44) ». Depuis 1993, le Musée avait amorcé

une période phare, signée par John Porter, historien de l'art et directeur du MNBAQ jusqu'en 2008, qui lui assurera une place originale en tant que musée d'art dans le réseau muséologique québécois. Le premier succès de cette période marque un tournant dans l'histoire de l'institution, en 1998, avec l'exposition « Rodin à Québec » qui bat des records de fréquentation (Vallières et al., 2008 : 2022).

Musée d'Art Contemporain de Montréal

Le MACM est aussi un musée d'État. Il s'agit d'une initiative de Georges-Émile Lapalme, le premier titulaire d'un premier ministre des Affaires Culturelles du genre en Amérique du Nord. Le Musée a occupé le château Dufresne de 1965 à 1968, puis la Galerie d'art international de l'Exposition universelle, située à la cité du Havre, jusqu'en 1992. Il se relocalisera à la Place des Arts dans le centre-ville de Montréal, entamant alors une nouvelle période de transformation et d'orientation avec l'arrivée de Marcel Brisebois à la direction du musée de 1985 à 2004. Au cours de cette période, le MACM a surmonté (en 1996) la tentative de fusion avec le MNBAQ et revendiqué une autonomie décisionnelle (Chassé et al., 2011 : 88-94). Sa mission est de « faire connaître, promouvoir et conserver l'art contemporain québécois et assurer une présence de l'art contemporain international par des acquisitions, des expositions et des activités d'animation (*Loi sur les musées nationaux*, chapitre M-44) ». Les années 1997-2000 sont marquées par un grand investissement du Musée dans des projets de collaboration avec les milieux de l'éducation (Chassé et al., 2011 : 104), augmentant ainsi le jeune public de l'art contemporain.

Les prémices du projet de recherche

Depuis la première année de maîtrise, lors des séminaires donnés par Yves Bergeron, « Collections et conservation » et « Séminaire de synthèse », notamment lors des discussions, nous avons appris que la fréquentation des musées d'art au Québec représente environ 13 % de l'ensemble des musées québécois. En discutant de ce sujet, Bergeron nous a laissé une forte impression en exprimant, d'après Nathalie Bondil, historienne de l'art, conservatrice en chef du MBAM depuis 2000 et directrice générale de 2007 à 2020¹, qu'à travers leurs pratiques pourtant, « les musées d'art sont devenus des musées de société ». En d'autres termes, le fait qu'il y a eu une grande transformation de l'institution muséale, a incité les musées y compris les musées d'art, à se soucier de leur intégration dans leurs communautés et leur environnement. Cela nous amène à nous demander si les musées d'art devraient générer alors bien plus de 13 % des entrées.

Notre vision personnelle en ce qui a trait à l'art ainsi que notre expérience professionnelle nous ont amené à nous intéresser à ce sujet et nous ont poussé à approfondir nos connaissances et à nous poser des questions. Pourquoi les musées d'art deviendraient-ils des musées de société ? Pourquoi se retrouve-t-on avec seulement 13 % de taux de fréquentation ? Se pourrait-il que tout le Canada se retrouve dans cette situation ? Est-il possible que l'on retrouve la même situation aux États-Unis ? Par ailleurs, la question de la fréquentation était intéressante parce qu'elle faisait l'objet d'une large couverture dans les médias en raison de sa croissance phénoménale² dans les musées d'art moderne et contemporain des mégapoles telles que Paris, Londres et New York. Où se situe Montréal dans ce phénomène ?

¹ Pendant la rédaction de ce Travail dirigé, Nathalie Bondil s'est vu montrer la porte par le président du conseil d'administration du MBAM en raison (selon lui) du climat de travail insalubre qui régnait au Musée.

² Ce travail dirigé a été amorcé à l'hiver 2020, avant que la pandémie COVID-19 n'oblige les musées à fermer.

Ces questions ont constitué le moteur de notre réflexion. Ainsi, lors de notre recherche préliminaire, nous avons identifié un article de Mark Schuster qui affiche des taux de fréquentation assez remarquables et positifs au profit des musées d'art québécois par rapport au Canada et aux États-Unis. Dès lors, il ne faisait aucun doute que notre Travail dirigé serait d'abord lié à l'explication de ces données.

Origine de la question de recherche

À l'origine du présent travail, il y a l'étonnement provoqué par une étude de Mark Schuster (Schuster, 2008), et plus spécifiquement, une conclusion que nous avons dégagée à travers son analyse. D'abord, l'étude présente une analyse basée sur dix-neuf enquêtes « traditionnelles ³ » portant sur la participation culturelle de trente-cinq pays et du Québec. Selon Schuster, ces enquêtes sont basées sur la participation réceptive du public, c'est-à-dire sur la collecte des déclarations des répondants qui vérifient le nombre de visites estimées au cours des derniers mois, dans les musées d'art, plutôt que l'engagement actif dans les activités de ces institutions ⁴. Les sondages retenus par Schuster couvrent la période de 1995 à 2005. Ainsi, la conclusion ciblée par notre travail dirigé représente un ensemble de taux de participation, juxtaposés dans un tableau comparant les musées d'art des États-Unis, du Canada et du Québec, laissant voir que le taux de fréquentation des musées d'art moderne et contemporain au Québec est supérieur à celui de leurs homologues canadiens et états-uniens.

³ Selon Schuster, ces enquêtes représentent des sondages aléatoires auprès d'une population adulte afin de vérifier la participation de divers groupes démographiques à une des pratiques culturelles au cours des douze mois précédents (Schuster, 2007).

⁴ Selon Schuster, lorsque le mot participation est utilisé en anglais dans un contexte « statistique » (en d'autres termes, dans les enquêtes nord-américaines), le sens peut souvent être limité à celui de la fréquentation (Schuster, 2008 : 52).

Notre recherche tente d'expliquer et de formuler une hypothèse qui n'a pas été abordée dans le texte de Schuster. Il s'agit de faire la lumière sur les facteurs responsables de ces résultats.

Question de recherche

Considérant ce qui précède, notre question de recherche est la suivante : selon l'étude de Schuster, il existe une variation et un écart entre les taux de fréquentation des musées d'art aux États-Unis, au Canada et au Québec au cours de la période 1995-2005. Quels facteurs ont conduit à cette situation dans des pays géographiquement, politiquement et démographiquement comparables ?

Questions subsidiaires : Quelles sont les explications existantes à propos de ces variations surprenantes ? Cette tendance est-elle toujours la même aujourd'hui, plus de quinze ans après l'étude de Schuster ?

Objectifs et hypothèses de la recherche

Notre objectif est d'interpréter cette hausse de fréquentation dans les musées d'art au Québec. Pour ce faire, nous formulons deux hypothèses. La première hypothèse est sociologique tandis que la seconde est muséologique. Après avoir passé en revue différentes explications, nous avancerons une hypothèse sociologique interprétative générale de la variation des taux de fréquentation à partir des enquêtes ciblées par Schuster. En outre, sur la base de la littérature disponible, nous émettons une hypothèse muséologique complémentaire, qui se rapportera aux fonctions muséales et aux expositions tenues pendant la période de recherche.

Méthodologie

Il était nécessaire de prioriser d'abord les quatre études choisies par Schuster afin de brosser un portrait de la fréquentation des musées d'art durant la période 1995-2005. En parallèle, nous avons investi beaucoup de temps dans la recherche sur les différents aspects qui entourent ce travail. D'abord, nous avons consulté des rapports statistiques nationaux permettant de tracer l'évolution de cette fréquentation aux États-Unis, au Canada et au Québec, ainsi que des études de synthèse abordant les périodes actuelles et précédentes, et des études de projections, telles que *Museums & Society 2034: Trends and Potential Futures*. Par conséquent, cela nous a amenée à élargir notre champ de recherche vers des études sociologiques portant sur la population, le profil, la vie des générations et en particulier celle des baby-boomers, telles que *Boom Bust & Echo: How to Profit from the Coming Demographic Shift* (Foot, 1996) et *Demographic transformation and the Future of museums* (Farrell et Medvedeva, 2010). Nous avons aussi exploré certaines dimensions économiques comme le travail et le temps de loisir, ce qui nous a permis de corréler la période de notre recherche avec la retraite anticipée de 1997-2000.

En même temps, puisqu'il semblait essentiel de décortiquer les données des trois principaux musées d'art québécois au cours de la période 1995-2005, il était évident que nous devions faire correspondre ces données quantitatives à certaines expositions, puis à travers elles certains directeurs. En consultant une liste d'une centaine de documents en lien avec la nouvelle muséologie, les expositions réalisées durant cette période, les entretiens avec les directeurs de ces institutions, les études de gestion, les ouvrages historiques, biographiques et les communiqués de presse critiques, nous avons retenu des études présentant de précieuses informations. Parmi elles, nous citerons les travaux de Yves Bergeron, de Line Ouellet, de Nicolas Mavrikakis, de Sylvie Cameron et Jean-Michel Tobelem, d'Emmanuel Coblenca, de François Normandin et de Serge Poisson-de Haro. Ces informations seront détaillées et analysées plus bas.

Limite de la recherche

Notre recherche n'a pas rencontré d'obstacles majeurs puisque dès le départ nous avons l'intention de mener une étude documentaire. Cependant, mis à part les avantages de la comparaison, celle-ci présente des limites. Au strict niveau de la population ou du flux de clientèle touristique entre les États-Unis, le Canada et le Québec, la comparaison n'est jamais aisée. Même les capitales comme Washington, Ottawa et Québec ne peuvent être comparées, dans la mesure où les modes de financement diffèrent et influent sur l'accès et l'émergence des équipements culturels. Étant donné que nous ne voulons pas expliquer toutes les variations des taux de fréquentation, mais saisir des contenus plus spécifiques, nous nous concentrons sur une tendance clé qui peut être comparée entre les États-Unis, le Canada et le Québec.

Plan

Ce travail dirigé comprend quatre chapitres. Le premier chapitre est une revue de la littérature disponible sur notre sujet, ainsi que le cadre théorique que nous avons identifié. Le deuxième chapitre présente les chiffres et les hypothèses fournis par les enquêtes mises en avant par Mark Schuster en plus d'un contenu commun distingué entre les États-Unis, le Canada et le Québec. Au cours du troisième chapitre, nous élargissons notre exploration à des enquêtes plus récentes afin d'observer si la hausse de fréquentation des musées d'art québécois se confirme. Nous croisons dans le quatrième chapitre les données quantitatives avec des analyses qualitatives de façon à interpréter cette fréquentation accrue des musées d'art québécois. En guise de conclusion, nous revenons sur les faits les plus marquants, nous les analysons pour en tirer les significations plus générales.

I. REVUE DE LITTÉRATURE ET CADRE THÉORIQUE

1.1 Intérêt pour le public

Jean Davallon, sociologue et chercheur qui a apporté plusieurs contributions à la muséologie, souligne que le public est le point central du « laboratoire muséal » (Cameron, 1971) et de son développement (Davallon, 1992). Daignault et Schiele (2011 : 2) affirment pour leur part que de nombreuses enquêtes ciblent le public depuis le début du XX^e siècle : des évaluations en contexte muséal, des enquêtes nationales sur la participation culturelle de la population dans lesquelles la fréquentation des musées d'art représente une pratique traditionnelle et dont la nomenclature n'a pas changé au fil du temps. De plus, il y a des études d'audience, des enquêtes annuelles et trimestrielles publiées par des acteurs nationaux ou privés, ainsi que des portraits publiés par les musées qui compilent eux-mêmes les entrées et rendent compte de la composition de leur public ainsi que de leurs taux de fréquentation dans leurs rapports annuels.

Bellavance note, dans son étude intitulée *Le secteur des arts visuels au Canada : Synthèse et analyse critique de la documentation récente* (2012 : 49), que les acteurs qui commandent et qui produisent les chiffres de fréquentation des musées en général et des musées d'art plus précisément à l'échelle canadienne sont : Statistique Canada (StatCan), l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), la Société des musées du Québec (SMQ), le Conseil des Arts du Canada (CAC) ainsi que le Conseil des Arts et des lettres du Québec.

Selon Schuster (2007), nous trouvons également aux États-Unis le National Endowment for the Arts (NEA), et l'American Association of Museum (AAM)

renommée plus tard l'American Alliance of Museum (AAM). François Mairesse (2019), muséologue, mentionne également The Art Newspaper, un périodique britannique basé à Londres et à New York, et ajoute que cette dernière concerne principalement la fréquentation des musées d'art à l'échelle internationale.

Il convient d'ajouter qu'il existe, de la même façon, des institutions privées, telles que Statista (*Statista*, s.d.), qui propose également ce service.

1.2 Aperçu historique des évaluations en contexte muséal

Daignault, experte réputée dans le domaine de l'évaluation muséale et Schiele (2011 : 10), chercheur qui a présidé de nombreux groupes de réflexion sur la muséologie, notent que l'intérêt pour le public des musées d'art débute dans les années 1920. Ils affirment que cela a commencé avec Benjamin Ives Gilman, conservateur du Museum of Fine Arts de Boston de 1894 à 1925, qui s'intéressa au comportement des visiteurs afin de lever les obstacles qu'ils rencontrent lors de leur visite au Musée et afin de rendre leur expérience plus confortable d'un point de vue physique (Daignault et Schiele, 2011 : 10). Les psychologues Edward Robinson et Arthur Melton effectuent entre 1925 et 1936 une série d'études consistant à observer en détail le comportement des visiteurs en appliquant les règles qui régissent la recherche en psychologie (Daignault et Schiele, 2011 : 16), c'est-à-dire ce que les visiteurs regardent ou non, le temps qu'ils passent devant les œuvres et leurs réactions en fonction de l'espace ou l'environnement muséal. Daignault et Schiele (2011 : 18) soulignent que l'objectif de Robinson et Melton était de poser le fondement d'une science de l'éducation muséale. Ainsi, de nombreux chercheurs cités dans leur texte *Les musées et leurs publics : Savoirs et enjeux* ont échelonné la recherche jusqu'au tournant des années 1960 et ont développé cette science, liée à la construction et à la communication de l'exposition afin de promouvoir et d'optimiser l'apprentissage au musée. Selon ces auteurs, les études sur l'éducation muséale menées depuis les années 1920

constituent aujourd'hui un sous-champ autonome des études de visiteurs (Daignault et Schiele, 2011 : 15). Ils notent que ces enquêtes tendent vers le professionnalisme et méritent la reconnaissance des professionnels du monde muséal avec l'avènement du mouvement de la nouvelle muséologie. La chercheuse Jacquelin Eidelman, l'ethnologue Mélanie Roustan et l'historienne de l'art Bernadette Goldstein (2015 : 16) vont dans le même sens et ajoutent que le développement de ces études se démarque nettement depuis 1990 et constitue un second temps fort de la connaissance des publics.

1.3 Enquête de participation culturelle

La participation culturelle fait partie intégrante du cheminement individuel et social à travers les âges de la vie. Elle peut être une pratique provisoire, stabilisée depuis de nombreuses années, en voie d'être abandonnée, à peine commencée ou bien délaissée puis reprise. (Pronovost et Cloutier, 1996)

L'enquête de StatCan sur les pratiques culturelles représente une collecte d'informations visant à étudier les caractéristiques d'une population et à constituer une base de données à des fins analytiques (Franklin et al., 2003 : 9). Rosaire Garon, sociologue qui a réalisé de nombreuses enquêtes au Québec, note que cette enquête a pour mission de mesurer l'étendue de ces pratiques auprès de la population et de déterminer l'évolution de la démocratisation culturelle (Garon, 2005 : 161). L'idée de la démocratisation culturelle remonte aux origines du ministère des Affaires culturelles (Garon, 2010 : 64). On s'intéressa d'abord à mesurer les pratiques liées à la culture classique (la fréquentation des musées d'art, la lecture, la sortie des spectacles, etc.). La crise des valeurs et des représentations ⁵ qui a bouleversé la société à la fin des années 1960 a contribué à l'intervention publique dans le domaine de la culture et a permis d'étendre le

⁵ Ce contexte est marqué par ce que certains interprètent comme un vaste mouvement de restructuration économique et sociale (Santerre et al., 2000 : 19).

concept de la démocratie culturelle à une nouvelle conception moins élitiste (Chatzimanassis, 2013). Cela a conduit au début des années 1970 à jeter les bases d'une stratégie culturelle (celle d'aujourd'hui) qui cherche à étendre la portée sociale de la culture notamment avec des activités socioculturelles (Santerre et al., 2000 : 9). Autrement dit, cette stratégie consiste à prendre en compte une plus grande variété de pratiques telles que la musique populaire, la photographie, les cultures minoritaires, les loisirs, etc. Cette vision a inspiré les politiques culturelles et a été reprise par le sociologue Vincent Dubois (1993) qui affirme que la démocratisation culturelle représente le « mythe fondateur des politiques culturelles ». Il s'agit d'une des préoccupations des responsables dont l'intention est de rendre accessible la culture au plus grand nombre de citoyens et qui se mesure par les enquêtes de pratiques culturelles.

Cependant, Olivier Donnat (2011) s'interroge sur les difficultés de comparaison de ces enquêtes réalisées à plusieurs décennies d'intervalle. Il affirme que l'intégration de nouvelles formes de culture qui ne figuraient pas dans les premiers questionnaires, la formulation des questions qui ne sont pas identiques dans toutes les enquêtes, l'évolution des nomenclatures, l'objectivité des répondants, le développement de la scolarisation et les transformations démographiques, sont autant de facteurs qui rendent difficile la tâche de cerner l'évolution des pratiques culturelles d'une collectivité. Selon les mots de Jean-François Chaintreau, (cité dans Donnat, 2011 : 1), au fil du temps se produit une « mutation au plan démographique, économique, social et technologique qu'il est impossible d'ignorer quand on s'interroge sur les facteurs à l'origine des tendances observées ».

À partir des années 1970, nous avons assisté à des enquêtes régulières auprès des citoyens dans la plupart des grands pays occidentaux. Ces enquêtes qui, selon le sociologue Gilles Pronovost (Pronovost et al., 2002 : 4), concernaient d'abord les pratiques culturelles savantes telles que la fréquentation des opéras et des ballets ainsi que la fréquentation des musées d'art, ont évolué avec l'avènement des

« phénomènes générationnels ⁶ » propres à la fin du XX^e siècle. Par conséquent, aujourd’hui, tous les domaines sont concernés : arts visuels, arts du spectacle, arts médiatiques, institutions muséales, archives, livres, périodiques, bibliothèques, cinéma, télévision. En fait, Pronovost note qu’au fil des changements sociaux et culturels, le champ d’investigation évolue, abordant une nouvelle gamme de questions et essayant de mesurer plus finement certaines pratiques (Pronovost et Ebrary, 2005 : 4). Toutefois, il ajoute que certaines questions liées aux pratiques traditionnelles sont constamment présentes dans ces enquêtes, comme la fréquentation des musées d’art.

1.4 Aperçu historique des enquêtes sur les musées d’art

Edward Stevens Robinson (Robinson et al., 1928 : 5), psychologue et éducateur, souligne qu’en 1928 l’AAM a publié aux États-Unis une première monographie du genre, *The Behavior of the Museum Visitor*, traitant de la fréquentation des musées d’art. Il ajoute que cela fait partie d’une série d’études étalées sur trois ans (1925-1927) et réalisées avec l’aide de la Carnegie Corporation. Ainsi, en 1969, Edwin Goldfield, chef de la Division des rapports statistiques du *Statistical Abstract of the United States* fournit une synthèse des données statistiques pour les années 1952, 1957 et 1962, produite par l’AAM. Ces données ciblent chaque comté des États-Unis et dressent une évolution de la fréquentation des établissements culturels, dont les musées d’art (United States, 1967 : 214).

Les études menées dans les années 1980 sur la fréquentation de ces institutions ont montré l’importance de ces enquêtes sur l’évolution de la gestion de ces établissements (Schuster et NEA, 1991 : 8). Plus spécifiquement, elles ont contribué au développement de politiques institutionnelles ainsi qu’à la promotion d’arguments plus convaincants auprès des gouvernements et des donateurs privés.

⁶ Selon Pronovost, le phénomène générationnel se traduit par la culture de l’écran, la généralisation de l’écoute de musique enregistrée (Pronovost, 1992).

Duncan Cameron, l'un des leaders muséaux les plus influents du XX^e siècle, et son collègue David Samuel Abbey (cités dans Samson, 1995 : 58) affirment qu'au Canada, la première enquête sur le public a été réalisée en 1958-1959 par un musée d'histoire naturelle, le Musée royal de l'Ontario. Selon Denis Samson (1995 : 58), l'objectif était de mieux comprendre la composition du public ainsi que de quantifier la satisfaction des visiteurs vis-à-vis des expositions qui leur sont proposées.

La première enquête sur les musées d'art canadiens ne se concentre pas sur le public, mais plutôt sur l'évolution de ces institutions (Paradis, 1970). Andrée Paradis (1970) souligne que cette étude remonte à Richard Simmins, historien et critique d'art de Vancouver qui, au nom du CAC en 1969, a effectué une première enquête sur la situation des musées d'art canadiens au cours de laquelle il tire certaines conclusions quant à leur rôle, leur organisation et leur situation financière.

Selon l'économiste Claude Martin (Martin et ISQ, 2002 : 4), les premiers taux de fréquentation des musées d'art au Canada sont cernés dans les années 1970, lorsque StatCan offre un programme de statistiques culturelles, proposé en 1972 par Yvon Ferland. Toutefois, les données de ces institutions sont fusionnées avec les résultats des enquêtes de participation culturelle. Ce processus de fusion de plusieurs acteurs du domaine de la culture soulève des problèmes. Ces enquêtes n'assurent pas le suivi de la production statistique dans le sens où elles n'offrent pas des analyses, notamment des analyses ponctuelles relatives aux musées d'art, ni des comparaisons suffisamment larges pour répondre aux besoins de développement des stratégies muséales. Les enquêtes de l'OCCQ viendront combler ce manque.

Les enquêtes spécifiquement axées sur le public artistique ont commencé au début des années 1990. Guy Bellavance, Marcel Fournier et Daniel Latouche (1996 : 30)

affirment que l'enquête Decima-Cultur'Inc, *Profil des Canadiens consommateurs d'art 1990-1991*, représente la première étude à travers le Canada qui se concentre sur les arts et sur la fréquentation des musées d'art, avec une fine différenciation de publics selon les genres artistiques. Depuis, plusieurs enquêtes et recherches savantes sur la participation aux arts, y compris la fréquentation des musées d'art et le développement de leur public, se sont déroulées. *Profil des activités culturelles et des visites du patrimoine des Canadiens en 2005* représente selon Bellavance (Bellavance et al., 2012 : 49), l'étude la plus pertinente réalisée au Canada jusqu'aux alentours de l'année 2011.

Au Québec, huit enquêtes quinquennales sur les pratiques culturelles des Québécois ont été réalisées depuis 1979 par le ministère de la Culture, renommé ministère de la Culture et des Communications (MCC). Selon Pronovost (Pronovost et al., 2002 : 8-9), différentes enquêtes étalées entre 1978 et 1995 réalisées pour le compte du ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche ainsi que du ministère des Affaires municipales comportent un intérêt certain pour l'étude de la participation culturelle. Il ajoute que le Québec se distingue par la régularité de ces enquêtes, et l'étendue de son champ d'investigation se comparera avec les grands pays occidentaux. Le Québec présente incontestablement un bilan statistique enviable. Parallèlement, l'OCCQ, fondé en 2001, fournit depuis 2003 (date de sa première enquête) des portraits statistiques fiables et évolutifs du secteur de la culture et de la communication du Québec, et de la même manière, des études concernant exclusivement les musées, y compris les musées d'art et leur fréquentation. Selon l'OCCQ, ses études représentent une source de référence intéressante pour approfondir les recherches dans ce domaine.

Dans cette veine, nous identifions un cadre théorique basé sur un article de Mark Schuster, dont les enquêtes qui construisent son analyse vont dans le même sens discuté ci-dessus.

1.5 Cadre théorique

1.5.1 *Comparing participation in the arts and culture*

Comparing participation in the arts and culture est l'étude sur laquelle se fonde notre Travail dirigé. Il s'agit d'une étude réalisée en 2008 à partir de dix-neuf enquêtes de participation culturelle couvrant trente-cinq pays en plus du Québec. Nous constatons que Schuster fonde son étude sur les enquêtes qui couvrent la période allant de 1995 à 2005. Il note également qu'il s'agit des enquêtes de participation « traditionnelles », c'est-à-dire, selon l'auteur, que ce sont des enquêtes aléatoires effectuées auprès d'une population adulte afin de vérifier la participation de différents groupes démographiques à l'une des pratiques culturelles au cours des douze mois précédents la date de chaque enquête. Il ajoute que les enquêteurs ont pour objectif de donner une estimation des visites et non de vérifier la participation aux activités muséales et l'engagement des publics avec ces établissements. Schuster souligne qu'il a fourni une compilation complète des taux de participation transnationaux à des fins de comparabilité. Il ajoute qu'il les a recoupés par zone et juxtaposés dans un tableau comparatif. Il explique que chaque zone est constituée de pays dont les enquêtes convergent en matière de méthodologie (l'échantillon, le questionnaire, la nomenclature, etc.). Pour ce faire, il a identifié la façon dont chaque pays définit les arts et la culture, ainsi que la participation à ces pratiques, voire également la façon dont ces États formulent leurs questions et la manière dont ils conceptualisent leurs enquêtes.

Les taux de fréquentation des musées d'art ⁷ visés par notre recherche représentent quatre taux. Le premier taux renvoie aux États-Unis, le deuxième au Canada, et les deux derniers (1999 et 2004) renvoient au Québec. Selon l'auteur, le fait de juxtaposer deux taux pour la province québécoise vise à illustrer en quoi les résultats peuvent différer d'une étude à l'autre, notamment pour le même pays. De

⁷ Selon les notes de Schuster, il n'est pas toujours clair si les questions posées dans les sondages concernent les musées d'art, les galeries d'art, ou un amalgame des deux types d'institution.

cette comparaison, nous pouvons constater que les taux de participation relatifs au Québec sont systématiquement plus élevés qu'au Canada et aux États-Unis. Aux États-Unis, 26,5 % des répondants déclaraient avoir visité au moins une fois un musée d'art au cours des douze mois précédant l'enquête. Ce taux était de 29,7 % au Canada, tandis qu'au Québec, 30,6 % ont répondu avoir visité un musée d'art en 1999 comparativement à 32,6 % en 2004.

1.5.2 La comparabilité au niveau des pays

Pronovost (Pronovost et al., 2002) affirme que la comparaison des données de participation culturelle au niveau des pays est une question difficile. Selon lui, la construction d'échantillons comparables et la variation des nomenclatures posent inévitablement des problèmes pour la comparaison des enquêtes (Pronovost et Ebrary, 2005 : 5). En effet, Schuster se demande, dans son étude, quel type de comparaison il est possible de réaliser à l'échelle internationale et quelles sont les enquêtes qui peuvent être comparées. Il cite Roger Jowell (dans Schuster, 2008 : 51) qui souligne que les différences culturelles entre les pays éliminent le « principe d'équivalence » qui détermine la fiabilité des enquêtes quantitatives. Jowell mentionne aussi que d'autres enjeux s'ajoutent quant aux sources des données comparatives, puisqu'il existe une prolifération d'enquêtes produites initialement à des fins strictement nationales et d'autres, « des études transnationales sur mesure », destinées à obtenir des mesures équivalentes entre les pays. En ce sens, Schuster fait valoir qu'une comparaison internationale est semée d'embûches. Cependant, il conclut que pour réussir une comparaison internationale, les enquêtes doivent avoir été menées simultanément ou dans une même période pour pouvoir analyser et comparer les données (Schuster, 2008 : 71). Il ajoute que les statistiques devraient être commandées par des institutions de statistiques nationales, car elles mènent des études plus générales en adoptant des nomenclatures larges plutôt que des catégories étroitement définies. Elles ont également tendance à utiliser des catégories plus traditionnelles de pratiques

artistiques et culturelles, ce qui permet une plus grande comparabilité transnationale (Schuster, 2008 : 68). Selon l'auteur, la comparabilité est favorisée par l'existence de normes statistiques et d'accords statistiques internationaux (Schuster, 2008 : 68). Adolphe Quetelet, qui a posé les bases de la statistique moderne, le soulignait déjà : les institutions de statistiques nationales sont amenées à « adopter une langue commune et introduire de l'unité et de l'ensemble dans les recherches » et veiller à ce que les résultats obtenus soient facilement comparables (Quetelet, 1873, cité dans Brian, 1989). Schuster ajoute que cette réussite dépend de nombreuses décisions concernant les champs (nomenclatures) qu'il faut inclure dans un tableau comparatif, et de l'intégration de nombreuses données qui proviennent de différentes sources telles que des rapports, des documents ou des compilations publiées sur des sites web (Schuster, 2008 : 66). Il affirme plus précisément qu'il ne faut pas inclure aveuglément des données brutes, il faut les analyser, parfois refaire les calculs et les ajuster avant de les reproduire (Schuster, 2008 : 66).

Selon Schuster, une meilleure compréhension de cette forme particulière d'investigation permet de bonifier les enquêtes sur la participation culturelle et d'affiner leur méthodologie, ce qui permet d'articuler certaines hypothèses générales à travers les pays (Schuster, 2008 : 71). Mais d'un autre côté, il souligne que l'évolution des pratiques culturelles et l'élargissement de la définition de la culture posent des défis particuliers à l'analyse. Les études qu'on cherche à comparer représentent des systèmes culturels extrêmement diversifiés et des conceptions différentes de la politique culturelle (Lievesley, 2000, cité dans Schuster, 2008 : 74). Il suggère de produire alternativement des études nationales, où chaque État choisit ses propres concepts, ses priorités et ses questions, et des études transnationales comportant des questions et des catégories harmonisées directement comparables (Schuster, 2008 : 74). Il estime que ces études transnationales offrent un niveau de généralité et d'agrégation plus élevé que les approches choisies par les pays individuels (Schuster, 2008 : 75).

Schuster conclut son article en soulignant que ces données générées par ces nouvelles voies peuvent être empruntées et exploitées à des fins analytiques et politiques (Schuster, 2008 : 75).

II. LA DÉCENNIE 1995 - 2005

Dans ce deuxième chapitre, nous présentons un portrait général de la période qui nous intéresse et les grandes tendances qui affectent la fréquentation des musées d'art.

2.1 Le secteur muséal

L'enthousiasme populaire qui s'est manifesté dans le secteur muséal au début des années 1970 et l'investissement public dans les infrastructures ont entraîné une augmentation considérable du nombre de musées. Les transformations et le développement au sein des musées états-uniens, amorcés dans les années 1960, ont conduit à la « révolution des musées » (Cameron, 1971), qui s'est ensuite étendue et installée dans l'ensemble des pays occidentaux (Montpetit, 2013 : 8). Le fonctionnement des musées s'est modernisé pour accompagner l'ère post-industrielle et postmoderne ⁸, transformant ces établissements en « entreprises culturelles » (Bazin et al., s.d.). La tendance de multiplier le nombre d'expositions temporaires qui s'inscrit dans la « logique économique » de François Mairesse (2005) permettant un financement autonome aboutit à une opération qui s'appuie sur la notion de programmation. Accompagnés d'une croissance des activités proposées au sein des musées et d'un engagement communautaire grâce aux bénévoles, cela a conduit ces établissements à faire évoluer la gestion de leur établissement. Les institutions ont pris en compte des enjeux tels que la stratégie, la logistique, les finances, la performance, les

⁸ Au Québec, le renouvellement des études historiques, l'intervention de l'État en matière de préservation et de restauration, et des facteurs sociopolitiques comme la Révolution tranquille, ont conduit à des changements majeurs dans les pratiques patrimoniales de la province (professionnalisation, interprétation des mouvements sociaux ou des aspects de la structure sociale) (Harvey, 2000 : 9).

ressources humaines, la couverture médiatique, etc. Par conséquent, ceci a mené à une augmentation considérable du nombre d'institutions culturelles.

Aux États-Unis, au Canada et par conséquent au Québec, les musées d'art ont connu une forte évolution dans les années 1990⁹ et c'est notamment la raison pour laquelle nous nous intéressons à cette période. Selon Garon (Garon et Santerre, 2004), le nombre de musées au Québec est passé de 72 en 1976 à 420 en 1999. Toutefois, d'après l'ISQ (2020), les musées d'art représentaient en 2003, 4,5 % de l'ensemble des institutions muséales et on en dénombrait 19. De plus, selon l'*État des lieux du patrimoine des institutions muséales et des archives* produit en 2010, les équipements patrimoniaux sont inégalement répartis à travers le Québec (Thibault et al., 2006 : 78). Ainsi, 9 des 19 des musées d'art sont situés sur l'île de Montréal (Thibault et al., 2006 : 112). À titre de métropole, Montréal, ainsi que sa région qui rassemble près de la moitié de la population du Québec, agissent comme un moteur économique et culturel (Saint-Pierre, 2010 : 279).

À l'échelle canadienne, il y a un manque évident de documents répertoriant précisément le nombre de musées d'art. Bellavance déplore que les données de base¹⁰ qui servent à évaluer le rôle des musées d'art font notamment défaut. Sur la base de nos recherches, nous avons retracé 12 musées d'arts visuels, dont la plupart (9 musées d'art) se concentrent à Ottawa et à Toronto. Parmi toutes ces institutions, 8 établissements existaient en 2005, dont un seul musée national, le Musée des beaux-arts du Canada.

⁹ L'année 1990 marque le plan de régénération urbaine, aux États-Unis comme à Montréal, qui reconnaissait le potentiel du secteur culturel pour le développement économique, qui a mené à la mondialisation de l'architecture, la musique, le cinéma, et surtout le marché de l'art. (Baniotopoulou, 2001) ; (Hernández, 2018).

¹⁰ Nombre de musées d'art, structure de financement et taille des organisations, valeur des acquisitions et nature de ces acquisitions (achats/dons, ancien/contemporain, canadien/étranger), évolution des budgets consacrés à la production d'expositions d'artistes contemporains canadiens (notamment quant aux cachets d'artiste, catalogues, etc.) (Bellavance et al., 2012 : 41).

L'ensemble de ces institutions canadiennes sont des organismes privés ouverts au public. Toutefois, on dénombre quatre musées d'art nationaux ¹¹ indépendants à but non lucratif et sont régies par un conseil d'administration composé d'administrateurs nommés par le gouvernement. Dans le cas du musée semi-public, le MBAM, il est géré conjointement avec les membres du musée qui sont élus au conseil d'administration et dont 9 des 21 administrateurs sont nommés par l'État. En outre, ces institutions sont financées par le secteur privé ainsi que par l'État et les institutions publiques. Il convient de souligner que concernant le financement, le Québec se distingue de ses homologues en matière d'engagement financier. Selon une analyse globale du système culturel québécois réalisée en 2008, l'engagement et le soutien croissant tenus par le gouvernement du Québec au cours des années 1990 ont montré un niveau de dépenses culturelles supérieur à celui des autres provinces canadiennes et étasuniennes (Dalphond, 2008 : 97).

Une étude réalisée en 2014 aux États-Unis par The Institute of Museum and Library Services, la principale source de financement fédéral des musées et bibliothèques du pays, couvrant l'ensemble des institutions muséales états-uniens, montre que le nombre des musées a augmenté de 17 500 musées en 1990 à 35 144 musées en 2014 (IMLS, 2014). La part des musées d'art était estimée à 4,5 %, et on en dénombrait 1 581 ¹². D'après Gérard Selbach (2007), la moitié de ces établissements voués aux arts existaient depuis 1950. Selon notre recherche sur le site de l'American Alliance of Museums, la plupart d'entre eux se situent en Californie, à New York, à Washington ou en Floride, et la majorité sont des institutions privées. Selbach note que ces institutions sont essentiellement le « résultat de contributions de riches donateurs et d'individus plus modestes qui ont investi de grandes et petites sommes ou ont fait don de leurs collections d'œuvres d'art ». Il soulignait en 1998 qu'au début des années 1990, les musées d'art états-uniens faisaient face à une situation d'atrophie (Selbach, 1998 : 155).

¹¹ Sauf le MBAM qui est un organisme semi-public.

¹² Une mise à jour de cette étude datant de 2018 montre que le nombre de musées d'art aux États-Unis est passé à 2 620.

Ils connaissaient une crise financière et doivent désormais faire face à une nouvelle réalité. Le soutien financier des entreprises mécènes et des fondations s'est déplacé vers d'autres domaines tels que le secteur de l'éducation et le secteur caritatif, au moment où les subventions d'États et des municipalités, les aides des agences fédérales, les revenus tirés des entrées et des abonnements ne suffisent plus pour le fonctionnement des musées (Selbach, 1998 : 155).

2.2 Trois enquêtes de participation culturelle à comparer

2.2.1 Méthodologie des enquêtes retenues par Schuster

Avant d'examiner les enquêtes en question, il convient de mettre en lumière leur méthodologie.

Les enquêtes retenues par Schuster sont des enquêtes quinquennales menées auprès d'un échantillonnage d'une population âgée de 15 ans et plus¹³, obtenue par tirage au sort ou auprès des ménages appartenant à la population visée¹⁴. Cet échantillon est généralement structuré en fonction du sexe, de l'âge, des professions et des catégories sociales des chefs de famille, de la taille de l'agglomération et du niveau d'éducation (Donnat, 1998 : 319). Elles se déroulent au moyen d'un questionnaire dont le thème repose sur la participation du public à telles ou telles activités (Pronovost et al., 2002 : 2). Le musée d'art représente donc un lieu et une activité parmi d'autres dans ces enquêtes.

Quant aux résultats, les enquêtes recensent des « fréquences » et reposent sur les visites déclarées par les répondants (Garon, 2010 : 16). Le portrait statistique qui en découle représente le pourcentage des personnes ayant déclaré visiter un musée d'art au cours des 12 derniers mois, par rapport à l'ensemble de personnes

¹³ À l'exception des États-Unis où l'âge minimal pour répondre au questionnaire est de 18 ans.

¹⁴ Les informations ont été obtenues en se référant aux méthodologies des enquêtes en question.

sondées par l'enquête. En d'autres termes, ces enquêtes analysent la déclaration des usagers potentiels et non la fréquentation effective ou le nombre d'entrées enregistré par les institutions elles-mêmes (Garon, 2010 : 16).

Selon la théorie des chiffres explicatifs et des chiffres descriptifs de François de Singly (2016 : 20), les taux de fréquentation des musées d'art constituent des chiffres explicatifs, car à travers l'analyse des données, ils permettent d'interpréter la fréquentation. C'est-à-dire qu'ils fournissent des informations sur le profil démographique et socio-économique du public et éclairent ainsi sur les personnes qui visitent telle ou telle institution. Par exemple, les musées d'art ne sont pas visités par l'ensemble de la population car selon le sociologue, une « activité qui serait adoptée par tous les individus de la société ne peut, par construction, être abordée par une approche explicative » (De Singly, 2016 : 24). Cette analyse met en lumière les facteurs qui déterminent ces chiffres. Jean-Christophe Vilatte ajoute qu'elle « met en évidence, à la fois, des faits psychologiques et/ou sociaux et des facteurs qui les déterminent » (Vilatte, 2007 : 4). Cela rappelle Bourdieu et Darbel (1969) qui, dans *L'Amour de l'art, les musées d'art européens et leur public*, soulignaient l'effet des inégalités sociales sur la fréquentation des musées d'art.

2.2.2 Les enquêtes canadiennes : *Patterns in Culture Consumption and Participation*

Les Canadiens ont réussi de façon spectaculaire en matière de développement d'enquêtes statistiques [...] alliant professionnalisme, technicité, neutralité et nationalisme. (Beaud et Prévost, 2000 : 62)

Depuis 1980, les Enquêtes sociales générales (ESG) divulguent des chiffres sur la consommation culturelle au Canada. Il s'agit d'une série d'enquêtes indépendantes, annuelles et transversales traitant de sujets individuels en profondeur, réalisées par Hill Strategies Research (HSR). La publication du

rapport *Patterns in Culture Consumption and Participation* (Ogrodnik et al., 2000) rend compte de l'une de ces enquêtes.

Le taux de 29,7 % relatif à la fréquentation des musées d'art au Canada que retient Schuster provient de cette enquête. Commandée par Patrimoine canadien et réalisée en 1998, elle s'appuie sur un échantillon de 10 000 personnes âgées de 15 ans et plus. Outre le fait qu'il décrive le niveau de participation des Canadiens en 1998, le rapport offre un regard approfondi sur l'évolution des modes de consommation des biens et services culturels de 1992 à 1998. Il offre également une analyse de divers indicateurs démographiques, sociaux et économiques ayant une incidence sur les niveaux de consommation (Ogrodnik et al., 2000 : 5).

Après avoir examiné les données statistiques de cette enquête, nous notons que le taux de 29,7 % renvoie à une catégorie appelée « Musées ou galerie d'art », incluant donc une grande diversité d'organismes. Dans la même enquête, on produit un autre taux de participation pour une catégorie « Musées d'art / galeries d'art » qui s'élève à 22,1 % (Ogrodnik et al., 2000 : 17). Cette différence ouvre plusieurs pistes d'enquête et pourrait poser des problèmes pour notre analyse.

Premièrement, cela nous pousse à nous demander si Schuster s'est trompé en reproduisant le chiffre. Deuxièmement, si l'on regarde le taux relatif au Québec dans la même enquête canadienne (1998), celui-ci est de 20 % (Ogrodnik et al., 2000 : 20) alors que, selon le MCC, les musées d'art du Québec en ont enregistré un taux de 30,6 % en 1999 (MCC, 2000 : 33). Cela expose deux points de vue contradictoires, malgré la différence d'année. Il indique également qu'il pourrait y avoir une différence de méthodologie entre les deux enquêtes et qu'elles ne devraient pas être juxtaposées dans le même tableau comparatif de Schuster. Ou que le choix adopté par Mark Schuster d'utiliser le taux de 29,7 % (non loin du taux québécois) se fonde sur un recalcul des taux, comme il l'explique plus haut dans sa méthode pour créer une comparaison.

Au cours de notre recherche, nous avons noté d'autres variations dans les chiffres. Le rapport relatif à l'enquête *Canadians' Art, Culture, and Heritage Participation 2016*, qui fournit l'évolution de la fréquentation des musées d'art ou galeries d'art de 1992 à 2016, montre un taux de participation en 1998 de 24 % (HSR, 2018 : 49). Le rapport dit s'appuyer sur les chiffres de *Patterns in Culture Consumption and Participation* de 1998.

Cela nous conduit à trois différents taux provenant de la même source. Notre constat, d'un côté, confirme le propos de Schuster qui préconisait d'analyser et de recalculer les taux avant de les reproduire, mais d'un autre côté il incite également à poser des questions sur les écarts nets entre ces taux.

2.2.3 Les enquêtes québécoises : *Déchiffrer la culture au Québec : 20 ans de pratiques culturelles*

L'étude des pratiques culturelles au Québec est devenue un champ d'investigation caractérisé par ce que Bourdieu aurait appelé « l'autonomie relative », avec une stabilité et un dynamisme étonnant. (Ducret et Moeschler, 2011 : 13)

Depuis 1979, le MCC a réalisé une série de 8 enquêtes sur une base régulière. Ensemble, elles montrent l'évolution des pratiques culturelles des Québécois, notamment la fréquentation des musées d'art. Le taux de participation pour 1999 que retient Schuster est tiré de *Déchiffrer la culture au Québec : 20 ans de pratiques culturelles*, l'enquête de 2004 qui résume quelques faits saillants de l'évolution des pratiques culturelles de 1979 à 1999. Schuster précise qu'il a également analysé des données supplémentaires de 2004, recueillies par correspondance (courriel) avec Garon. Nous notons que le taux de 2004 qui apparaît dans le tableau de Schuster est tiré de ces données supplémentaires, tandis que les résultats transmis par Garon ne seront officiellement publiés qu'en

2009 dans l'*Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, soit un an après la publication du texte de Schuster.

Cette *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec* est une enquête téléphonique effectuée auprès d'un échantillon de la population comptant 6 670 personnes âgées de 15 ans et plus. Le rapport présente un dossier statistique et des analyses sur la fréquentation des établissements culturels. Il dresse également un panorama de l'évolution des pratiques culturelles depuis 1979. À travers des repères historiques tirés des six enquêtes précédentes, le rapport permet plus précisément d'observer l'évolution des pratiques et met l'emphase sur l'année 1999 pour certaines d'entre elles.

2.2.4 Les enquêtes étasuniennes : *2002 Survey of Public Participation in the Arts*

The four most important themes of the [american] statistical revolution [...] are: (1) probability sampling and its applications, (2) national income and product accounts and their uses, (3) mechanization and computers, and (4) coordination and building a statistical system. (Duncan et Shelton, 1978 : 1)

Survey of Public Participation in the Arts représente la seule enquête nationale périodique traitant de la fréquentation aux États-Unis (Farrell et Medvedeva, 2010 : 12). La SPPA fournit des données particulièrement importantes en tant qu'indicateur continu de la fréquentation des organismes artistiques de référence (Farrell et Medvedeva, 2010 : 12). Depuis 1982, cette enquête se déroule tous les quatre à six ans auprès du public et est financée par le NEA. C'est l'enquête de 2002 qui apparaît dans le tableau comparatif de Schuster. Cette enquête a été menée par le bureau américain du recensement, par téléphone, auprès de 17 135 personnes de 18 ans et plus (Bradshaw et Nichols, 2004 : 1). Ce bureau interroge des ménages scientifiquement sélectionnés pour représenter les caractéristiques

socio-économiques de la population américaine (Bradshaw et Nichols, 2004 : 7). Le rapport expose également l'évolution de la fréquentation depuis 1982.

2.3 Ce que disent les enquêtes

Garon (Garon et Santerre, 2004 : 379-380) a affirmé en 2004 que la cohorte des baby-boomers a joué un rôle déterminant dans la demande culturelle, leur fréquentation s'est accrue, entraînant une augmentation de la consommation d'équipements culturels. Cette même réalité démographique expose les équipements à un vieillissement rapide de leurs usagers par rapport au reste de la population. L'étude intitulée *Les pratiques culturelles selon la génération des baby-boomers de 1979 à 2009* montre que ce public tend vers la fréquentation des musées d'arts, qui se classent au deuxième rang après les bibliothèques et au premier rang parmi l'ensemble des musées (Québec, 2017 : 8). Elle montre également que cette fréquentation est en augmentation constante depuis 1979, ce qui a incité Garon (Garon et Santerre, 2004 : 380) à préciser qu'elle sera effectivement très active jusqu'en 2025 sur le marché des produits institutionnels.

La rénovation des musées dans les années 1990 a répondu aux besoins et a facilité l'accès aux équipements culturels (Garon et Santerre, 2004 : 172). Ceci est soutenu dans les musées d'art par la tenue d'expositions prestigieuses qui ont amplifié leur fréquentation, notamment à Montréal, à Québec et en Outaouais (Garon et Santerre, 2004 : 121). Cependant, cette croissance d'audience ne va pas de pair avec la cohorte de jeunes étudiants. L'étude montre un désintérêt des jeunes d'âge scolaire (15-25 ans) pour les pratiques culturelles traditionnelles, y compris la fréquentation des musées d'art, et ce, malgré la massification de l'éducation et la croissance du nombre d'étudiants (Garon et Santerre, 2004 : 123). À ce sujet, Pronovost (2005 : 170) indique que l'analyse des enquêtes montre que l'intérêt des jeunes de 16 ans pour la télévision, le cinéma, les spectacles sportifs et les divertissements dans les salles de jeux vidéo constitue

une marque d'identité. Ils découvrent un nouvel accès à la culture et un nouveau moyen de socialisation. Il ajoute qu'en 2004, pour ce public, ne pas fréquenter ces cultures numériques signifiait leur isolement. Selon lui, cet univers culturel de l'adolescence, qui prévalait à cette époque, tendait à se prolonger bien au-delà de la vingtaine (2005 : 160). Nous reviendrons plus loin sur cette question, alors qu'une étude récente met à jour les habitudes culturelles des jeunes.

Bref, Myriam Côté, qui a analysé la fréquentation des lieux culturels dans *l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, souligne qu'entre 1999 et 2004, Montréal affiche une augmentation significative de la fréquentation des musées d'art et sa population se classe première dans cette pratique où la fréquentation des plus âgés a augmenté de 4,5 et 5,5 points de pourcentage depuis 1999 (Audet et al., 2009 : 122). Cela concerne également le groupe des 25-34 ans (Audet et al., 2009 : 122). Elle explique que cela proviendrait de l'offre qui joue un rôle clé, notamment avec la présence de deux grands musées d'art dans la métropole (Audet et al., 2009 : 122). L'étude montre également que les anglophones sont surreprésentés dans le public du MBAM et les francophones dans celui du MNBAQ (Audet et al., 2009 : 123). En effet, à ce sujet, il existe un contexte sociopolitique et historique qui influence énormément la fréquentation de ces musées, mais aussi les acquisitions ¹⁵.

Quant à l'enquête canadienne, la cohorte des baby-boomers est clairement éclipsée par les jeunes. En effet, le groupe des 20-24 ans représente le public le plus élevé des musées d'art au Canada (hors Québec), suivi de celui des 15-19 ans

¹⁵ Le MBAM est né de la création d'une association privée liée à une tradition philanthropique anglophone issue historiquement de familles aisées/fortunées qui ont réussi en affaires (les familles Bladworth Angus, McConnell, McDonald-Stewart, McGill, Molson). Cela fait en sorte que même aujourd'hui la communauté anglophone entretient une relation extrêmement forte comme ses prédécesseurs, avec ce Musée, qui se traduit par la fréquentation mais aussi par la philanthropie. Le MNBAQ, pour sa part, créé par le gouvernement du Québec et situé dans la capitale de la province qui est considérée comme le berceau de la civilisation française en Amérique, ce qui implique largement la fréquentation et les acquisitions. Pour cela, nous vous renvoyons à plusieurs travaux réalisés à l'Université du Québec à Montréal qui abordent la philanthropie dans les musées ainsi que *Culture philanthropique : visages et transformations Actes du Sommet, Éléments de synthèse et perspectives d'avenir* (Grantham, 2014) et *Building Francophone philanthropy on an international scale* (Sellen, 2018).

(Ogrodnik et al., 2000 : 62). Ogrodnik (2000 : 61) explique que les dépenses des familles consacrées au patrimoine ont augmenté de 45 % depuis 1992, majoritairement en 1996-1997, et elles ont été accompagnées d'un accroissement de 56 % du nombre d'établissements culturels, dont les musées d'art, au cours de cette période (1992-1998). Pronovost reprend ce sujet. Il ajoute qu'entre 1992 et 1998, cette tranche d'âge bénéficiait d'une augmentation du temps libre, et les activités culturelles occupaient une plus grande part de leur temps (Pronovost, 2000), notamment pour les 18-24 ans qui, selon une étude sur les modes de vie et les pratiques culturelles, visitaient les musées d'art par choix personnel de façon quasiment autonome et non dans le cadre de sorties scolaires (Gauthier et al., 2001). Les auteurs de cette recherche affirment quant à eux que c'est le développement du « goût » au sens d'une culture « cultivée » qui se manifeste avec force depuis 1992 dans cette cohorte des 20-24 ans et qui pourrait être lié à un effet de l'âge, comme à la disponibilité du temps et à l'absence de contraintes liées à la vie du célibataire (Gauthier et al., 2001). Bref, selon *Patterns in Culture Consumption and Participation* 1998, les personnes âgées étaient les moins susceptibles d'avoir visité un musée d'art canadien en 1998 (Ogrodnik et al., 2000 : 62) ¹⁶.

Aux États-Unis, environ un quart des adultes ont déclaré avoir visité un musée d'art / galeries d'art en 2002. L'enquête montre que près de la moitié de ce public avait entre 35 et 54 ans et plus précisément, entre 45 et 54 ans (Bradshaw et Nichols, 2004 : 18). 60 % de ce public détenait un diplôme universitaire supérieur (Bradshaw et Nichols, 2004 : 18).

¹⁶ Alors que l'enquête sur le Canada montre une surreprésentation des jeunes dans les musées d'art, les auteurs affirment qu'à mesure que l'âge de la retraite diminue (en 1998), ils prévoient une augmentation de la consommation des personnes âgées dans la culture (Ogrodnik et al., 2000 : 86).

2.4 Tendances : générations et fréquentation des musées d'art

Un point clé souligné par les auteurs dans les trois enquêtes relève de l'évolution du profil sociodémographique des populations. Selon eux, au Québec, comme au Canada et aux États-Unis, la génération des baby-boomers qui, pendant la période des enquêtes, avait entre 40 et 55 ans, domine l'ensemble de la population en nombre.

La participation à la culture selon le groupe d'âge est mesurée dans toutes les enquêtes. Cela permet de déterminer la position d'une génération dans l'ensemble de la population, et la comparaison internationale est aisée. La terminologie varie légèrement ; alors que l'État canadien classe un premier groupe de 15 ans et plus, les États-Unis reconnaissent un groupe de 18 ans et plus. Mais la différence n'est pas très significative. Selon Gilles Pronovost (Pronovost et al., 2002 : 16), qui a comparé l'enquête québécoise de 1999 et l'enquête américaine de 2002 (qui font l'objet de notre recherche), la différence des taux de fréquentation entre ces deux sondages est inférieure à 1 % si l'on exclut les 15-17 ans (qui ne constituent que 4 % de l'échantillon) de l'enquête québécoise.

De plus, le dernier groupe d'âge de l'enquête de StatCan représente les personnes âgées de 65 ans et plus. Cette cohorte se distingue par des sous-groupes dans l'enquête québécoise et américaine, mais nous préoccupe moins puisque les chiffres canadiens sont significativement inférieurs par rapport aux taux québécois. Du côté américain, la classification par âge est encore plus détaillée que celle du Québec, mais leurs chiffres sont également inférieurs à ceux du Québec¹⁷.

Nous allons explorer un peu plus en détail la question des groupes d'âge. Nous nous appuyons sur le fait que le Québec atteint des sommets de taux de fréquentation des musées d'art parmi les groupes d'âges de 35 ans à 65 ans et plus par rapport au Canada et aux États-Unis. De plus, les écarts sont moins prononcés

¹⁷ Voir le tableau en annexe A.

au Québec entre les cohortes considérées comme jeunes (15-34 ans), et les 35 ans et plus, contrairement aux chiffres canadiens et étasuniens ¹⁸. Il est à noter qu'en 1999, la tranche des 45 à 54 ans correspond à la première cohorte des baby-boomers, et la tranche d'âge des 35 à 44 ans correspond à la deuxième (Québec, 2017 : 7). Dans l'enquête américaine, une seule cohorte se démarque des autres, celle des 45-54 ans ¹⁹.

2.4.1 L'intensification parmi les générations plus âgées

Ainsi, nous nous concentrons sur la génération des baby-boomers qui, en 1999 et 2004, avaient un âge moyen de 46 à 51 ans. En fait, depuis que cette génération a atteint 65 ans en 2011, StatCan note que la proportion d'aînés par rapport à l'ensemble de la population canadienne dépassait celle des enfants (Krotki et Henripin, 2019). Il faut aussi tenir compte des départs anticipés à la retraite qui ont lieu au Québec entre 1997 et 2000. Nous cherchons à comprendre le rôle de ces facteurs dans la fréquentation des musées d'art. Garon le souligne en 2010 : les cohortes qui ont connu un fort accroissement de fréquentation à la fin du XX^e siècle et au début du XXI^e siècle sont les personnes âgées de 55 ans et plus ainsi que la population inactive (Garon, 2010 : 34).

2.4.2 Baby-boomers

Le baby-boom consiste en une hausse marquée du taux de natalité survenue après la Seconde Guerre mondiale (entre 1946-1965) résultant de l'amélioration des conditions économiques, suivie d'une chute des naissances due aux changements dans la société. Selon David Foot (cité dans Lanoie, 1997), économiste et démographe canadien et auteur du livre *Boom Bust & Echo: How to Profit from*

¹⁸ Voir le tableau en annexe A

¹⁹ Voir le tableau en annexe A.

*the Coming Demographic Shift*²⁰, le Canada a connu le baby-boom le plus important du monde industrialisé. En 2001, cette cohorte représentait 32,4 % de la population du Québec, et 31,3 % pour l'ensemble du Canada (sans le Québec) (Gauthier, 2007 : 54). StatCan souligne qu'en 1998 (période de notre recherche), les baby-boomers étaient dans la trentaine, dans la quarantaine et au début de la cinquantaine (StatCan, s.d.). Pour ce qui est du groupe d'âge plus large, en 1999, 36 % de la population québécoise était âgée de 45 ans et plus. Cette proportion était légèrement plus basse au Canada avec 34,5 %, et de 33,9 % aux États-Unis (Grenier, 1999 : 11). Un recensement réalisé en 2001, portant sur le profil d'âge et de sexe de la population canadienne, laisse donc voir un Canada plus vieux que les États-Unis (StatCan, 2002 : 5) et un Québec plus âgé que l'ensemble du Canada (StatCan, 2002 : 2).

L'étude sur *Les marchés de travail après 45 ans*, réalisée au Québec en 1999, montre que pendant la période 1976-1998, l'ensemble de la population canadienne a augmenté de 25,4 % (Grenier, 1999 : 13). Au cours de la même période, la population canadienne âgée de 15 ans et plus (comprenant population active et inactive) a connu une progression de 40,1 % (Grenier, 1999 : 13). La population d'âge actif a connu une croissance plus lente. En outre, cette croissance (d'âge actif) a été presque deux fois inférieure au Québec (18,3 %) qu'au Canada (Grenier, 1999 : 13). Pendant ce temps, la population de 65 ans et plus (l'âge normal de la retraite) faisait un bond important de 92,8 % au Québec, surpassant légèrement le Canada (Grenier, 1999 : 13). Cette recherche met en évidence le gonflement de la population québécoise âgée de 45 à 54 ans que le Québec a connu au cours des années 1990, dû à l'apport des baby-boomers (Grenier, 1999 : 14). Ce qui précède nous incite à approfondir notre enquête sur la vie active de ce groupe.

²⁰ Ce livre est devenu le best-seller national canadien en 1996.

2.4.3 Retraite anticipée

La période de notre recherche coïncide avec la retraite anticipée massive qui a eu lieu au cours de 1997-2000 et qui a poussé les Canadiens à aller vers la retraite à partir de l'âge de 45 ans (Kieran et StatCan, 2001). À ce sujet, une étude réalisée en 2001 portant sur les tendances de la retraite anticipée montre que le Québec se classait au deuxième rang parmi les provinces les plus touchées par cette tendance. Terre-Neuve avait le taux le plus élevé à 59 %, selon la représentation graphique, alors que le Québec se situait autour de 57 % ou 58 % ²¹ comparativement à 43 % pour l'ensemble du Canada (Kieran et StatCan, 2001). Cette tendance était encore présente en 2004, mais moins significative (Pronovost et Ebrary, 2005 : 94). Pronovost souligne qu'en 2004, les trois quarts de la population canadienne âgée de 55-59 ans étaient à la retraite (Pronovost et Ebrary, 2005 : 94).

2.4.4 Renouveau culturel

Les baby-boomers sont définis par un groupe de personnes nées à peu près à la même époque (entre 1946 et 1965) et qui, en vieillissant, ont formé une génération globalement du même âge. Ils ont eu une vie privilégiée par rapport à leurs parents, en ce qu'ils ont bénéficié de la croissance économique et de l'élévation du niveau de vie observées dans la grande majorité des pays développés entre 1946 et 1975. Toutefois, les changements économiques, la modification des attitudes et du comportement, l'évolution des attentes en matière de style de vie, ainsi qu'une espérance de vie prolongée, redéfinissent la façon dont cette génération ²² envisage le vieillissement et la retraite (Krotki et Henripin, 2019).

²¹ Voir graphique H dans la section Retraite anticipée selon la province (Kieran et StatCan, 2001).

²² Lanoie résume la position de David Foot en rappelant qu'une génération rassemble les gens du même âge, qui ont les mêmes goûts et les mêmes besoins (Lanoie, 1997 : 672).

Quant à la relation avec les musées, Roger McCain (1995) note que les visites aux musées représentent une pratique culturelle traditionnelle qui évolue avec l'âge. Selon ses mots, « tastes are formed by experience which arises from choices the consumer makes himself or herself, on the basis of previously existing tastes » (McCain, 1995).

En effet, plusieurs sociologues ont fait la lumière sur le renouement des personnes âgées avec les arts. Peterson et Lehman (1996 :1), auteurs de *Age and Arts Participation with a Focus on the Baby-Boom Cohort*, soulignent que dans la mesure où les expériences de socialisation d'une cohorte sont uniques, elles influencent les taux de participation à certains ou à tous les arts. Garon, pour sa part, note qu'en vieillissant, les individus « renouent avec les pratiques culturelles de leur jeunesse qu'ils avaient délaissées aux temps les plus forts de leur vie professionnelle » (Garon, 2009 : 76). En effet, une enquête sur les pratiques culturelles au Québec laisse voir une augmentation constante de la fréquentation des musées d'art entre 1979 et 2009 (Québec, 2017 : 8). Elle montre plus précisément l'évolution de cette pratique par rapport à l'âge. Il s'agit d'une augmentation qui passe de 27,5 % lorsque les baby-boomers avaient un âge moyen de 25 à 35 ans, à 36,5 % en 2009 lorsqu'ils ont atteint l'âge de 55 à 64 ans (Québec, 2017 : 8). Enfin, Lucie Ogrodnik (Ogrodnik et al., 2000 : 87) cite Foot en soulignant qu'en vieillissant, les baby-boomers délaissent la culture populaire pour se tourner vers l'art savant. En d'autres termes, leur goût oscille entre les éléments phares de la culture instituée dite légitime, et les éléments plus disparates des cultures populaires et médiatiques. Plusieurs sociologues, dont DiMaggio (1987) et Robinson (1985), se sont penchés sur la question du déplacement de goût. Les personnes qui ont un statut socio-économique élevé s'intéresseraient à une vaste gamme de formes culturelles, elles auraient des goûts plus étendus ou « omnivores²³ ». Selon Peterson (2004 : 147), la diversification des pratiques, notamment culturelles, qui accompagne l'ascension sociale, serait une manière

²³ Le phénomène de l'« omnivorité » signifie le passage du goût de manière à apprécier un vaste éventail de formes culturelles qui englobe les arts mais aussi toute une série d'expressions populaires et folkloriques (Peterson, 2004 : 147).

d'affirmer son statut. Cependant, une analyse ciblant trois amateurs d'art appartenant à un groupe de « highbrow omnivores » montre que l'éclectisme des pratiques culturelles dissimule en fait des usages contrastés (Bellavance et al., 2004). L'étude met notamment en évidence le fait qu'avec l'âge, chez certaines personnes, le goût pour l'art savant en particulier remplace progressivement l'activité sportive qui demande un effort physique (Bellavance et al., 2004).

III. TENDANCE ACTUELLE

3.1 Aperçu des taux de participation les plus récents

3.2 Fréquentation des musées d'art au Canada

Le Canada a fait un bond en avant en augmentant ses chiffres de 17 points de pourcentage, passant de 22,1 % en 1998 à 39 % en 2016 ²⁴ (HSR, 2018 : 26). Selon le rapport, l'enquête de 2016 atteste de la plus forte augmentation des visites canadiennes dans les musées d'art / galeries d'art (y compris au Québec) depuis 1992 (HSR, 2018 : 4). La mise en évidence de l'évolution des taux au cours des vingt dernières années permet une comparaison historique de certaines tendances, dont le saut majeur qui a eu lieu entre 2005 et 2010 (HSR, 2018 : 14). Les auteurs de l'enquête soulignent qu'il n'y a pas d'explication immédiate à cette augmentation (HSR, 2018 : 7). Une des explications pourrait résider dans l'arrivée de nouveaux Canadiens. Frédéric Julien, directeur de la recherche et du développement, a réalisé une étude pour le compte de l'*Association canadienne des organismes artistiques* (2018) dans laquelle il mentionne que l'effet de l'immigration transforme le portrait démographique du Canada et modifie les comportements et les perceptions au regard de la culture. Il ajoute que 45 % de l'ensemble des personnes nées à l'étranger, qui représentait 21,9 % en 2016 de la population totale canadienne, ont visité un musée d'art / galerie d'art au cours de la période 2016-2017 (CAPACOA, 2018) ²⁵.

²⁴ Selon HSR, le Québec indique un taux de 35 %, soit une augmentation de 3 points de pourcentage par rapport à ce qui est indiqué par le CCM pour l'année 2014 (HSR, 2018).

²⁵ Le propos de Frédéric Julien est basé sur les rapports : *Culture Track : Canada*, (Business / Arts et al., 2018), *Les arts et le patrimoine : Sondage sur l'accès et la disponibilité 2016-2017*, (Conseil des arts du Canada et al., 2017) et *Diversité canadienne et fréquentation des arts en 2010*, (Hill et Bélisle, 2014).

3.3 Fréquentation des musées d'art aux États-Unis

Aux États-Unis, les données de 2017 sur les musées d'art / galeries d'art indiquent une légère baisse, de 2,5 points de pourcentage, du taux de fréquentation par rapport aux données de 2002. Concrètement, les taux ont chuté, passant de 26,5 % en 2002 à 23,7 % en 2017 (NEA, 2018 : 7). Cependant, d'après les enquêtes de NEA échelonnées dans le temps, même si cette baisse représente une augmentation par rapport à l'édition 2012 dont le taux était de 21 % (NEA, 2018 : 7) ; en fait, il s'agit de la poursuite d'une lente baisse amorcée depuis 1997, alors que le taux de la fréquentation des musées d'art était de 34,9 % (NEA, 1998 : 15). Selon *Demographic Transformation and the Future of Museums*, les musées d'art états-uniens sont confrontés à une baisse importante dans la tranche des adultes de 45-54 ans qui représentent traditionnellement le principal public des musées d'art (Farrell et Medvedeva, 2010 : 12). Cette étude se base sur *Museums & Society 2034: Trends and Potential Futures*²⁶ qui met en évidence l'effet de l'évolution rapide de la population américaine sur le futur des musées. Farrell et Medvedeva (2010 : 12) concluent que le groupe qui a historiquement constitué le principal public des musées d'art – les blancs non hispaniques – est également en baisse et constituera en 2040 une minorité de la population. En d'autres termes, une large part du public se recrutera dans une population de « race » et d'« origine ethnique » plus diversifiée. Or, selon la même étude, cette « minorité majoritaire » est moins susceptible de visiter les musées d'art (Farrell et Medvedeva, 2010 : 12). En effet, la question des migrants occupe désormais une place importante dans les recherches sur la participation aux arts dans le sens où ce groupe de personnes nées à l'étranger atteint un poids démographique significatif (Lena et Cornfield, 2008 : 147).

²⁶ Cette étude dessine le paysage des tendances qui auront un impact sur l'avenir des musées et de leurs communautés : économique, culturelle, démographique et technologique. (American Association of Museums & Center for the Future of Museums, 2008)

3.4 Fréquentation des musées d'art au Québec selon le MCC

La dernière édition québécoise publiée de l'enquête de participation culturelle réalisée par le MCCQ et datée de 2014 révèle une certaine stabilité de la fréquentation des musées d'art par rapport aux enquêtes précédentes (Québec, 2016). Le taux de fréquentation qui a entamé depuis 1979 une augmentation constante, passant de 23,2 % à 32,6 % en 2004 et s'expliquant selon Garon par l'accroissement de la population québécoise et de la population plus scolarisée (Garon, 2004 : 2), a gardé une certaine stabilité jusqu'en 2014 avec un taux de participation de 32 % (MCC, 2016 : 32)²⁷. Cette stabilité des dix dernières années permet de jeter, selon Garon, « un éclairage positif sur la démocratisation des pratiques culturelles » (MCC, 2016 : 55). Même avec une fluctuation légèrement inférieure des taux (selon les groupes d'âge) par rapport aux éditions précédentes, les données de cette dernière enquête ont montré que les musées d'art continuent d'attirer une clientèle variée, mais où le groupe des baby-boomers est constamment surreprésenté²⁸. Cependant, l'enquête 2014 est marquée par des gains significatifs du groupe des 15-24 ans (comparativement à un désintérêt en 2004) indiquant un bond de 8 points de pourcentage entre 2004 et 2014²⁹.

Concernant cette augmentation des 15-24 ans, il y a peut-être une explication à chercher du côté de la scolarisation. Le ministère de l'Éducation du Québec souligne que le nombre de jeunes étudiants qui passent du secondaire au cégep a grimpé de 11 points de pourcentage, passant de 58 % en 2004 à 69,5 % en 2015 (Éducation et Enseignement supérieur, Octobre 2016). Or, cela ne se reflète pas dans les grands musées d'art de la province. Au cours de cette période, le MBAM montre une stabilité sur ce plan³⁰. Le MACM affiche un déclin très léger passant

²⁷ Il est à noter que selon l'enquête 2016 de StatCan, le Québec affiche une fréquentation de 35 % des musées d'art / galeries d'art.

²⁸ Voir le tableau en annexe B.

²⁹ Ce groupe est passé de 30 % à 38 % selon les enquêtes de participation culturelle de 2004 et 2014.

³⁰ Voir le tableau en annexe C.

de 8,8 % à 7,7 %³¹. Seul le MNBAQ souligne une hausse de 1,8 % de pourcentage³². Christian Poirier (2012) discute également de ce manque d'intérêt envers les musées d'art chez ce jeune groupe. Il conclut que le numérique fait désormais partie intégrante de l'univers culturel des jeunes de tous les âges. La transmission de l'intérêt et du goût de la famille (Poirier et al., 2012 : 523), les coûts, le temps et le manque d'information ou de motivation sont aussi souvent mentionnés comme des obstacles à la visite (Poirier et al., 2012 : 93), notamment le fait que la sortie des musées d'art n'est pas une sortie culturelle interactive comme c'est le cas dans les musées de science, plusieurs participants à l'étude les considérant ainsi comme des « sorties ennuyeuses » (Poirier et al., 2012 : 185).

L'OCCQ recueille lui aussi les entrées auprès des musées eux-mêmes depuis 2003 et analyse la clientèle scolaire dans ses enquêtes annuelles. Ces enquêtes tendent à démontrer que l'évolution de la clientèle scolaire n'a pas toujours été constante ni positive³³. Notons que le public scolaire analysé par l'OCCQ concerne les élèves du primaire, du secondaire et des élèves dont les catégories ne sont pas précisées. L'Observatoire ne considère pas les groupes d'étudiants des secteurs collégial et universitaire comme étant des visiteurs scolaires.

Bien que ce ne soit pas le cœur de notre sujet, il serait intéressant d'expliquer cette augmentation de la fréquentation chez les 15-24 ans, soulignée dans l'enquête de 2014.

3.4.1 Fréquentation des musées d'art au Québec après 2005

La plus récente enquête publiée par le MCC, au moment de déposer le présent travail, remonte à 2014. Afin d'aller plus avant dans l'étude du contexte québécois

³¹ Voir le tableau en annexe C.

³² Voir le tableau en annexe C.

³³ Voir le tableau en annexe D.

et d'examiner l'évolution actuelle de cette fréquentation, nous étendons notre exploration aux études québécoises plus récentes réalisées par l'OCCQ. Pour ce faire, il convient d'abord de mettre en évidence les différences de méthodes entre les enquêtes de l'OCCQ et celles du MCC.

3.4.1.1 L'OCCQ et sa méthodologie

L'OCCQ est une institution nationale. Elle a pour mission de « produire et de diffuser de l'information statistique sur le secteur de la culture au Québec, afin de répondre aux besoins des organismes gouvernementaux, des organisations et des associations qui interviennent dans le secteur » (ISQ, 2020). Depuis 2003, l'OCCQ produit, entre autres, des statistiques récurrentes tous les trois mois ainsi que des rapports annuels sur la fréquentation des institutions muséales, dont les musées d'art.

En fait, l'OCCQ adopte une méthodologie différente de celle du MCC. Tout d'abord, il se concentre sur l'ensemble des institutions muséales du Québec³⁴. Il mène des enquêtes par recensement et non par échantillonnage, et publie des statistiques établies à partir des données fournies par les institutions muséales elles-mêmes. En d'autres termes, concernant la fréquentation, l'OCCQ comptabilise toutes les entrées, peu importe qu'elles soient pour une exposition ou une autre activité, y compris la clientèle de moins de 15 ans.

L'OCCQ suit l'évolution de la fréquentation des institutions muséales selon la clientèle générale (incluant les touristes) et scolaire, les types de musées (art, histoire, etc.) et les régions du Québec. Il relève également les entrées selon

³⁴ Selon l'OCCQ, les institutions muséales comprennent : musées d'art ; de sciences ; d'histoire, d'ethnologie et d'archéologie ; lieux d'interprétation en histoire, en ethnologie et archéologie ; en sciences et centres d'exposition.

qu'elles concernent les activités intra-muros ³⁵ et les activités extra-muros de l'institution ³⁶.

Les enquêtes de l'OCCQ couvrent environ 90 % des musées d'art au Québec, soit entre 18 et 22 organismes depuis 2003 ³⁷. Il en découle un portrait statistique, représentant le pourcentage des entrées dans ces établissements, par rapport à l'ensemble des institutions muséales. À cet effet, Bergeron (Bergeron et al., 2007 : 21) affirme que les enquêtes de l'OCCQ représentent une approche factuelle se rapprochant le plus possible de la réalité de ces établissements.

3.4.1.2 Fréquentation des musées d'art selon l'OCCQ

Les musées d'art reçoivent tout au long de l'année une clientèle composée d'environ 87,5 % d'audience générale, incluant les touristes et excluant la clientèle scolaire et les visites hors les murs (Bergeron et al., 2007 : 34). En outre, bien que le taux de fréquentation de ces établissements représente depuis 2003 entre 9,8 % et 14,1 % ³⁸ de la fréquentation totale des institutions muséales, les enquêtes montrent que les musées d'art ont réalisé en 2005, 2008 et 2013 la plus forte augmentation de taux par rapport à l'ensemble des institutions muséales. L'augmentation en 2005 où le taux s'élevait à 11,4 %, est restée presque stable jusqu'à 2006 (12,4 %) ³⁹. S'ensuit une évolution de 19,1 % de fréquentation en 2008, soit la plus haute depuis 2003 (Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2009 : 14). Toutefois, en 2009, les musées d'art

³⁵ Selon l'OCCQ, il s'agit du nombre d'entrées sur le site même de l'institution muséale.

³⁶ Selon l'OCCQ, il s'agit du nombre d'entrées aux activités présentées par l'institution muséale dans un lieu qui n'est pas situé sur sa propriété.

³⁷ Nous avons parcouru toutes les enquêtes pour identifier le nombre de musées d'art qui ont participé à chaque enquête depuis 2003.

³⁸ Voir le tableau en annexe D.

³⁹ Voir le tableau en annexe D.

subissent une forte baisse de 24 % de leurs clientèles générales⁴⁰ (OCCQ, 2010 : 17). Ils reprennent par la suite une lente augmentation jusqu'à atteindre en 2013 une fréquentation record par rapport aux enquêtes réalisées depuis 2003 (OCCQ, 2014 : 15), soit une hausse de 20 % de leur clientèle. Ainsi, en 2015, l'enquête montre que les entrées demeurent stables entre 2013 et 2015 (OCCQ, 2016 : 5) pour entamer par la suite une augmentation et souligner en 2017 un nouveau record de fréquentation avec 2 113 360 entrées (OCCQ, 2018 : 6). Cette fréquentation baisse légèrement en 2019 pour atteindre 1 888 089 entrées⁴¹.

HSR cite l'enquête 2016/2017 de l'OCCQ, en disant que depuis 2003 le Québec affiche une augmentation de 66 % de fréquentation des musées d'art (Arts Research Monitor, 2018). On ajoute qu'il s'agit de « l'augmentation à long terme la plus élevée parmi les types de musées pris en compte dans l'enquête [406 institutions muséales] et qu'elle est beaucoup plus élevée que l'augmentation moyenne de 36 % de la fréquentation de tous les musées et organismes patrimoniaux entre 2003 et 2017 » (Arts Research Monitor, 2018). Selon l'OCCQ (2018 : 10), cette importante augmentation en 2017, représentée spécifiquement par la clientèle générale⁴², peut être partiellement attribuée aux activités associées au 375^e anniversaire de la ville de Montréal.

⁴⁰ Après une hausse record et exceptionnelle en 2008 qui a enregistré une forte fréquentation représentant 1,77 million d'entrées, les musées d'art ont subi en 2009 une baisse significative de 24 % touchant uniquement leur clientèle générale.

⁴¹ En 2019, les musées d'art enregistrent une hausse de 23 % de leur clientèle scolaire (OCCQ, 2020 : 1).

⁴² Voir le tableau en annexe D.

IV. UNE LIBERTÉ ÉVIDENTE DES MUSÉES D'ART NATIONAUX AU QUÉBEC

4.1 Au-delà des chiffres

Nous allons maintenant croiser les données quantitatives et les analyses qualitatives comme un moyen supplémentaire permettant de répondre à notre problématique. Il est question d'interpréter les données, d'enrichir nos résultats et de mettre en évidence les éléments qui ont sous-tendu cette participation. En d'autres termes, nous apportons une « double preuve » (Dietrich et al., 2012 : 217), permettant de confirmer et d'interpréter les données quantitatives des enquêtes québécoises par des analyses qualitatives.

Comment ces institutions ont-elles réussi à briser certains clivages et continuer à attirer un grand nombre de visiteurs ? Pour ce faire, nous présenterons dans cette section un facteur attribué aux musées de société au Québec, mais aussi un contenu spécifique lié aux musées d'art qui, selon nous, sous-tend cette fréquentation.

4.2 La muséographie des musées de société

Au cours des trente dernières années, les musées d'art ont fait l'objet de transformations quant à leur muséographie et leur relation avec les visiteurs. Concernant la muséographie, le traitement des expositions est désormais centré sur un récit, rejoignant ainsi les musées de société qui ont été les premiers musées canadiens à introduire cette façon de faire (Bergeron, 2010a). Quant à leur relation avec le public, il est désormais indispensable que les musées soient conscients des

besoins et des attentes des visiteurs. Ainsi, la fonction éducative est devenue leur moyen privilégié d'offrir aux publics la possibilité d'acquérir des connaissances tout au long de leur vie.

Au tournant des années 1980, on voit se développer des expositions innovantes, dites thématiques dans les musées de société. Yves Bergeron (2010a) affirme que cela provient de la tradition américaine du concept d'interprétation⁴³ qui a inspiré notamment l'approche muséologique de Parcs Canada. En fait, les concepteurs d'expositions à Parcs Canada ont été amenés à revoir les lieux historiques afin de créer un récit à travers les objets de collection ; ils ont aussi cherché à impliquer les visiteurs dans la compréhension des sites naturels et historiques (Montpetit, 2013 : 12). Rappelons également que ces concepteurs d'expositions ont de même été inspirés, selon Raymond Montpetit (2013 : 11), par les nombreux pavillons de l'Expo 67⁴⁴ qui présentaient l'histoire et la civilisation de leur pays, établissant ainsi une trame et communiquant un message à travers le mariage de leurs collections : œuvres d'art, artefacts, textes, reproductions, présentations audiovisuelles. Montpetit (2013 : 11) souligne qu'avant cette période, les musées d'art au Québec ne présentaient pas ce genre d'exposition. Concevoir des expositions, de manière à doter les visiteurs de « clés de lecture » (Montpetit, 2013 : 11) à travers des sujets populaires dont le thème attire un public inclusif, ou des événements historiques permettant aux visiteurs de découvrir la richesse du patrimoine par le biais d'une collection d'œuvres et d'artefacts, a transformé, selon Bergeron, la muséographie dans les musées d'art québécois (Bergeron, 2010a).

En effet, les objets ou les chefs-d'œuvre qui occupent l'avant-scène deviendront des figurants dotés de sens dans le cadre d'un concept d'exposition (Bergeron, 2010b). Bergeron (2010a) ajoute qu'à la fin des années 1980, le Musée de la Civilisation du Québec devint un modèle et modifia le rapport à l'objet en créant

⁴³ Voir notamment le texte de Freeman Tilden (1957) *Interpreting our heritage: Principles and practices for visitor services in parks, museums, and historic places*.

⁴⁴ L'Exposition universelle *Terre des Hommes* réalisée au Québec à l'été 1967.

des expositions thématiques faisant largement appel à des experts de diverses disciplines⁴⁵ pour mettre en scène le concept de l'exposition. Cette approche muséographique inspira aussi les musées internationaux (Line Ouellet, 2008), et l'augmentation de la fréquentation qui en résulta, affirme Bergeron, mena les musées québécois, et notamment les musées d'art, à repenser leurs expositions (Bergeron, 2010a).

4.2.1 Ouverture et multidisciplinarité

Traditionnellement, les musées d'art concentraient leurs activités sur la collection à travers la recherche et l'exposition permanente dans des salles statiques où le visiteur était amené à la contemplation sans distraction (Montpetit, 2013 : 12). Au milieu des années 1990, ces institutions adoptent largement la nouvelle muséographie (Line Ouellet, 2008). Par le biais des collections et également via les œuvres empruntées, ils ouvrent leurs portes à des expositions thématiques et acceptent des thèmes populaires. À titre d'exemple, Porter réalise en 1998 la première exposition thématique d'envergure portant sur le pouvoir expressif du corps humain, *Rodin à Québec*.

En fait, quand le directeur du MNBAQ est entré en fonction en 1993, une première étape importante l'attendait. Selon ses propres mots, c'était « une période de sauvetage » (Pierre-Olivier Ouellet, 2008 : 31), celle de redonner confiance et d'assurer une notoriété au musée et de lui tailler une place sur la scène publique. En revenant sur ses réalisations, il souligne en 2008 qu'il a « sécurisé l'institution, lui a donné une stabilité et lui a assuré un continuum » (Pierre-Olivier Ouellet, 2008 : 31). Il portait la vision d'un musée innovant⁴⁶

⁴⁵ Chargé de projet (ou commissaire dans les musées d'art), chercheur, conservateur, designer, éducateur, spécialiste de l'audiovisuel, éclairagiste et graphiste.

⁴⁶ Porter souligne en 2008 que pour élargir son public et faire en sorte que le visiteur s'approprie les lieux, il n'a pas hésité à intégrer aux expositions des événements qui dépassent le champ des arts plastiques tels que des récitals de poésie, des concerts, des chorégraphies et des projections de films (Roumanes et Lévy, 2004).

ouvert aux attentes de la communauté, au service d'un public toujours plus large, rayonnant hors des frontières et dont tout le Québec peut être fier (Porter et Rinfret, 2013 : 101). La réalisation de *Rodin au Québec* a été la ligne de partage qui a relancé le Musée sur une nouvelle base (Vallières et al., 2008 : 2022). Selon Porter, elle marque une période d'affirmation et de fort positionnement institutionnel, de rattrapage et de réseautage international (Pierre-Olivier Ouellet, 2008) ; le MNBAQ s'affranchit de « l'image persistante d'un musée tranquille, élitiste et campé dans ses pratiques routinières [qui] lui collait à la peau » (Porter, 2003 : 75). Il ajoute que cet établissement a connu au cours de cette exposition un sommet de fréquentation (Vallières et al., 2008 : 2027) et a commencé à conquérir de nouveaux territoires et de nouveaux publics (Porter, 2003). Porter note que *Rodin à Québec* a été l'exposition d'art la plus fréquentée au monde en 1998 (Porter et Rinfret, 2013 : 342), avec plus d'un demi-million de visiteurs en trois mois (Vallières et al., 2008 : 2023). Selon les propres mots de Bergeron, « les visiteurs sont venus voir une approche thématique de l'artiste Auguste Rodin » (Bergeron, 2010a).

Quant au MBAM, il réalise en 2000 *Hitchcock et l'art : coïncidences fatales*, une exposition initiée par Guy Cogeval, directeur du MBAM de 1998 à 2006, et Dominique Païni, directeur de la Cinémathèque française de 1991 à 2000, et organisée par Nathalie Bondil. Outre les photographies et de nombreuses œuvres anciennes et contemporaines, Nicolas Mavrikakis (2000), critique d'art, note que Cogeval et Païni ont exposé de « faux » artefacts pour présenter les principaux films d'Hitchcock, tels que le verre de lait de *Suspicion* ou la tête momifiée de *Psycho*, qui, selon Luc Chaput (2001), ont été « traités comme des artefacts d'anciennes civilisations ». Mavrikakis ajoute que Cogeval a été accusé d'utiliser Hitchcock pour défendre la nouvelle muséologie. Bien qu'il se soit défendu en disant qu'il avait créé un chemin poétique autour de l'œuvre d'Hitchcock, Mavrikakis note que l'exposition était, en 2000, « très originale au milieu de l'histoire de l'art principalement occupée par des individus souvent très

conservateurs ». Selon lui, « Cogeval a décloisonné les pratiques de l'histoire de l'art et de la muséologie, en revisitant avec un certain iconoclasme le travail du grand cinéaste ». Il ajoute que ce type d'exposition séduit autant le grand public que les spécialistes.

De son côté, le MACM a occasionnellement organisé des expositions thématiques jusqu'en 2004 (Dubreuil, 2017 : 179). Néanmoins, l'année 2000 a été marquée par l'acquisition de l'œuvre *Soliloquy*, de l'artiste iranienne Shirin Neshat (Dubreuil, 2017 : 145). Il s'agit d'une installation vidéo centrée sur une réflexion sur la place des femmes dans le monde islamique contemporain. L'œuvre a été présentée en 2001 dans le cadre d'une exposition itinérante intitulée Shirin Neshat, produite par le MACM et mise en tournée jusqu'en 2003⁴⁷. Brisebois affirme en 2011 que cette exposition, réalisée en 2001, a permis au MACM d'espérer mieux positionner le Musée vis-à-vis d'autres institutions internationales d'art contemporain (Chassé et al., 2011 : 111). La même année (2011), le MACM a présenté à nouveau l'œuvre *Soliloque*, dans le cadre d'une exposition sur les œuvres majeures de la collection permanente du Musée. À ce propos, Jean-Philippe Desrochers note qu'il s'agit de la projection vidéo la plus forte et la plus incontournable de cette exposition, et qu'il serait difficile pour le visiteur de ne pas être impressionné et interpellé par celle-ci (Desrochers, 2011).

Comme mentionné plus haut, ce genre d'exposition s'appuie sur diverses expertises. Bergeron (2010a) remarque par ailleurs que ces expositions se basent plus spécifiquement sur le design et la scénographie. Ouellet reprend le propos de Porter qui souligne en 2005 que les musées d'art sont désormais très impliqués dans la création et la production des expositions (Porter, cité par Line Ouellet, 2008). Ainsi, ils créent, organisent, colorent et interviennent dans le contenu et la scénographie. Cependant, si les grandes institutions disposent de services de

⁴⁷ *Shirin Neshat*, Musée d'art contemporain de Montréal du 29 septembre 2001 au 13 janvier 2002 ; Minneapolis, Walker Art Center du 15 juin au 8 septembre 2002 ; Miami Art Museum du 21 mars au 1er juin 2003 ; Houston, Contemporary Arts Museum du 6 septembre au 2 novembre 2003. (Gagnon et al., 2002)

design et de production dans le but d'innover, elles ont également recours à des entreprises spécialisées dans la conception d'expositions qui proposent ces expositions clefs en main. C'est notamment le cas pour les expositions dites *blockbusters*.

La médiation constitue également un point fondamental de cette muséographie. Outre les expositions, la communication avec les visiteurs à travers le service éducatif préoccupe largement les musées d'art. Ces derniers intègrent la communication au processus de conception des expositions. Au fond, les musées d'art ont adopté une manière de fonctionner dans l'interprétation, issue des musées de société incluant la thématique, mais aussi la médiation culturelle qui vise à construire des liens entre la culture et le public. Au musée, la médiation implique notamment l'explication des œuvres et la collaboration avec les éducateurs. C'est peut-être cette question qui a poussé le MNBAQ à choisir un nouveau directeur ayant une expérience en éducation muséale. En effet, Jean-Luc Murray, nommé en 2019 à la direction du MNBAQ, a fait sa réputation dans les services éducatifs, notamment au MBAM entre 2009 et 2016 (Delgado, 2019). Il affirme en 2019 dans *Le Devoir* que sa nomination à la tête du MNBAQ est « probablement due à la volonté du Musée de rendre les œuvres plus accessibles (Delgado, 2019) ».

4.2.2 Une muséographie qui attire un large public

Depuis la fin des années 1990, on assiste donc à une évolution de l'approche expositionnelle des musées d'art : il s'agit d'expositions thématiques produites dans l'esprit de la nouvelle muséologie (approche conceptuelle et interprétative ainsi qu'un nouveau rapport au public) combinées aux blockbusters, apparues dans ces institutions au début des années 1980 avec *Le musée imaginaire de Tintin* réalisé au MBAM. Selon Bergeron (Bergeron et al., 2007), la multiplication de ce type d'exposition a fait monter en flèche leur fréquentation.

Ces expositions sont composées autour d'un thème, souvent populaire, par exemple *Il était une fois Walt Disney* ; la scénographie se caractérise notamment par l'utilisation d'objets ou par la recherche d'effets qui ont pour mission de communiquer un message, et de produire un sentiment d'émerveillement auprès du visiteur, comme ce fut le cas avec *Hitchcock et l'art: coïncidences fatales* et plus récemment, avec l'audace de la scénographie de la *Planète mode de Jean-Paul Gaultier : de la rue aux étoiles* ; la médiation joue également un rôle à travers les textes et les activités, comme support pédagogique. Cette conjonction d'approches, de méthodes et de genres a pour objectif de présenter et d'interpréter les collections, et elles fournissent des clés pour un large public. Bergeron (2010a) affirme que ceci découle d'un métissage avec les musées de société et permet aux musées d'art de recevoir un « nouveau public [incarné par] les familles, les jeunes et des visiteurs moins scolarisés, mais intéressés par le thème de l'exposition ».

Selon plusieurs professionnels de musées, s'impliquer dans un musée, c'est s'impliquer dans une organisation aux exigences particulières, dont l'encouragement à la réflexion sur le sens et le rôle des œuvres et des objets qu'il présente. Le musée d'art ouvre la porte à de nouveaux discours, offrant une double expérience qui permet à chacun de se retrouver et d'avoir plaisir à côtoyer les œuvres d'art. Pour cela, outre les facteurs culturels, socio-économiques, démographiques ainsi que le facteur lié aux Musées de la Civilisation abordés plus haut, nous avons remarqué la présence d'un contenu qui unit ces expositions et qu'il faut sans doute souligner : au premier plan, la liberté d'expression explicite accordée aux musées nationaux, puis un mélange de vision et de leadership.

4.3 Les architectes de la « liberté »

L'œuvre d'art est le fondement du musée. Suivant un curieux paradoxe, cet héritage du passé constitue la pierre d'angle de son avenir. Ce qui en fait la

force et l'originalité, c'est justement son actualité et sa capacité à durer. On n'épuise pas une œuvre d'art. On peut l'investir sans relâche, mais sans jamais arriver à la circonscrire entièrement. Elle est au fond un geste de liberté qui appelle une liberté du regard. Cette liberté, il appartient au musée de la stimuler au gré de contextes changeants et de sensibilités nouvelles. (Porter et Rinfret, 2013 : 87)

L'évolution de la fréquentation des musées d'art au Québec depuis la fin du XX^e siècle est, en partie, le résultat d'actions fondamentalement humaines qui s'enracinent dans les musées de société et reposent avant tout sur une « vision ». Tout d'abord, il y a celle de Roland Arpin, directeur du Musée de la Civilisation à Québec, un grand gestionnaire et éducateur qui a laissé ses traces sur le monde des musées. Mais aussi, cette évolution est due à la liberté, au sens d'une valeur partagée par un ensemble de personnes, voulue et encouragée par les pouvoirs publics où, les musées d'art nationaux peuvent se permettre de présenter au public l'impertinence même des œuvres d'art.

On constate la présence d'un trio issu de l'histoire de l'art, composé de John Porter, Guy Cogeval et Nathalie Bondil, qui partagent une histoire commune. Tout d'abord, ils sont eux-mêmes issus de la cohorte des baby-boomers⁴⁸. Leurs réalisations depuis la fin des années 1990 et jusqu'à présent soulignent l'expansion physique de leurs musées et de leurs collections ainsi que la création d'expositions vedettes et la collaboration avec les musées internationaux. Or, les agendas de leurs musées sont particulièrement couronnés par l'audace au fonctionnement ainsi qu'à la présentation et la liberté thématique de leurs expositions. Selon ces directeurs, élargir l'audience de leurs institutions signifierait aller au-delà de la norme (Roumanes et Lévy, 2004). En d'autres termes, se libérer. Dans les années 1990, cela voudrait dire sortir des modèles méthodologiques et problématiques déterminées, empruntés à la conception historique des musées d'art. Le recours à la majeure partie du budget du MNBAQ,

⁴⁸ Nathalie Bondil, née en 1967 ; Guy Cogeval, né en 1955 ; John Porter, né en 1955.

un musée national, pour ainsi l'engager à la production d'une seule exposition d'envergure, *Rodin à Québec*⁴⁹ en 1998, est un exemple phare qui représente un risque de gestion considérable, mais invisible aux yeux du public. Cet exemple nous pousse à nous interroger sur les coulisses de cette décision dans la mesure où le gouvernement finance le musée et nomme ses administrateurs. Il met aussi en lumière le caractère et le leadership de Porter. En effet, dans sa biographie *Devenir un leader culturel : Récit d'un rêveur pragmatique*, Porter évoque les embûches rencontrées lors de la création de cette exposition (Porter et Rinfret, 2013 : 222). Cette affaire fait écho à Brisebois, qui revendiquait en 1991 l'autonomie décisionnelle du MACM, dans un mémoire significatif présenté à la commission parlementaire de l'Assemblée nationale. Celle-ci était chargée d'étudier la Proposition de politique des arts et de la culture du groupe-conseil sous la présidence de Roland Arpin. (Chassé et al., 2011, 95).

La thématique d'exposition est un autre exemple. Des points communs rassemblent ces directeurs qui ont évolué dans une société valorisant la liberté et l'autonomie. Ce sont les sujets socialement sensibles comme *Picasso Érotique* en 2001 au MBAM, où sont présentées des œuvres presque pornographiques (Mavrikakis, 2001). *Shirin Neshat* au MACM en 2001 (mise en tournée jusqu'à 2003) se penche également sur l'identité de la femme dans le monde islamique, alors que les États-Unis et le reste de la planète sont déstabilisés par les attentats du onze septembre. Des sujets politiquement délicats sont aussi abordés tels que *Cuba* en 2008, où des œuvres provenant de ce pays côtoient d'autres œuvres provenant des États-Unis alors que ces deux États ne se parlaient pas à l'époque (Paré, 2008). En outre, en 2009, il y a eu l'exposition *Imagine : La ballade de la paix de John & Yoko*, dont la reproduction du *Bed-Ins for Peace* 1969⁵⁰. Si l'événement présenté en 1969 à Montréal contestait la guerre du Vietnam,

⁴⁹ John Porter a engagé le budget de toutes les expositions d'une année, plus celui de tout le programme éducatif et celui de toutes les acquisitions : un total de 11 millions, pour la production de *Rodin à Québec* (Roumanes et Lévy, 2004).

⁵⁰ *Bed-Ins for Peace* est un événement médiatique tenu par John Lennon et son épouse Yoko Ono, à Amsterdam et à Montréal au printemps 1969. Dans cet événement, le couple voulait protester contre la guerre du Vietnam.

l'exposition en 2007 véhiculait également un message pacifiste contestant la guerre en Irak (Cloutier, 2009).

Dans une interview, Bondil jubile pour la liberté d'expression à Montréal. Selon elle, Montréal est une « ville très, très libre, où l'on sent qu'il y a une impertinence et une insolence, où tout le monde peut s'affirmer de manière totalement libre » (Lacombe, 2012). Elle ajoute que de telles expositions ne pouvaient pas être exposées aux États-Unis. À propos de la liberté culturelle, une grande partie de l'opinion publique a été saisie par les guerres culturelles étasuniennes qui ont eu lieu au cours des années 1990. James Davison Hunter (1991) ouvre la discussion sur le conflit de valeurs présent dans la société américaine dans la dernière décennie du XX^e siècle et qui se reflète sur la politique ainsi que sur plusieurs secteurs. Selon Julia Roberge Van Der Donckt (2012), cette multiplicité de guerres apparentes, à plusieurs titres, se distingue également dans les institutions artistiques américaines. Plusieurs exemples de censure ont fait couler beaucoup d'encre, tels que l'exposition *Hide/Seek : Difference and Desire in American Portraiture*, présentée à la National Portrait Gallery et bien d'autres.

Deux mots se dégagent de la vision de John Porter, un de ces directeurs qui ont bouleversé la culture des musées d'art au Québec : ce sont la « liberté » et l'« audace ». Le musée qui est doté de ces qualités peut réussir à démontrer son potentiel et changer les règles si nécessaire (Porter et Rinfret, 2013 : 106).

Guy Cogeval, pour sa part, exprime en 2004 que ces thématiques provocantes et inattendues mêlées aux expositions gigantesques et innovantes étaient sa manière de renouveler le public du MBAM (Roumanes et Lévy, 2004). En fait, Bernard Lamarre, philanthrope, passionné par l'art et président du conseil d'administration du MBAM de 1997 à 2008, affirme en 2006 que Cogeval a joué un rôle majeur dans la mise en place d'un nouveau virage au sein du MBAM (Coblence et al., 2014). Il ajoute qu'il a réussi à susciter l'intérêt et à créer des partenariats avec

plusieurs musées mythiques tels que le Louvre, le Metropolitan Museum, l'Ermitage et le Grand Palais (Coblence et al., 2014). En 2014, Emmanuel Coblence, François Normandin et Serge Poisson-de Haro étudient les efforts déployés par le MBAM pour renouveler régulièrement son modèle économique afin d'accompagner sa croissance. Ils affirment que le modèle de ces expositions à une portée beaucoup plus large en matière d'audience et de notoriété culturelle (Coblence et al., 2014).

Enfin, Jacques-Bernard Roumanes et Bernard Lévy notent que l'une des préoccupations les plus constantes des directeurs « concerne le rapport du musée avec le temps. Naturellement, il se conjugue au présent » (Roumanes et Lévy, 2004 : 61). À la fin du XX^e siècle, la feuille de route de Porter et de Cogeval était de changer la culture au sein des musées d'art ⁵¹ et de les porter à l'attention du monde entier. Bondil a dû composer avec d'autres défis. Elle prend la tête d'une organisation à l'heure d'un nouveau millénaire où se déroulait un phénomène croissant de mondialisation, y compris culturel. Il s'agit d'une large diffusion des pratiques culturelles, notamment des valeurs et des modes de vie, en tant qu'ils sont liés à la culture d'une société. Pour ce faire, Bondil a amené le thème des expositions vers des problématiques ou des référents actuels, et par conséquent, amène le public local à pouvoir associer la pertinence du contenu à sa vie, à ses préoccupations et à une actualité commune (Mariani, 2012). Dans ce contexte, cette ancienne de l'école du Louvre et étudiante de Guy Cogeval a fait du MBAM un « chantier de créativité en perpétuel mouvement » (Malavoy, 2020). Elle a initié des expositions d'envergures qui témoignent de la préoccupation et de l'engagement du Musée envers ses communautés et son environnement (Auger et Girard, 2016). Il s'agit ici d'expositions thématiques innovantes s'articulant autour d'une mission didactique et ancrées dans des valeurs sociales. Comme ce fut par exemple le cas avec *La Planète mode de Jean-Paul Gaultier : de la rue*

⁵¹ Selon la biographie de Porter, quand il est entré au MNBAQ il partait avec une équipe qui existait déjà depuis longtemps et il devait changer la culture du Musée (Porter et Rinfret, 2013 : 342). Lors d'une conférence, Bergeron souligne que Porter a insufflé un vrai changement dans le régime des valeurs de son équipe (Bergeron, 2020).

aux étoiles. L'audace de cette exposition réside dans sa vision ouverte d'une société totalement décloisonnée et extrêmement ouverte. Un monde de folie, de sensibilité, d'humour et d'impertinence où chacun peut s'affirmer tel qu'il est (Loriot, 2011 : 23). Bondil souligne en 2016 dans la revue *Gestion* que la stratégie de présenter des expériences plurielles multipliant les visions du monde où chacun trouve la sienne avait attiré de nouveaux publics au sein du MBAM (Auger et Girard, 2016).

CONCLUSION

Notre recherche a été particulièrement influencée par une étude de Mark Schuster. Il s'agit d'une étude qui s'exprime sur la comparaison internationale des enquêtes de participation culturelle, où le sociologue se demande quelle sorte de comparaison il est possible d'établir. L'analyse de Schuster dresse un tableau comparant des enquêtes dont les méthodologies convergent. Il laisse voir à travers la juxtaposition de taux qu'au cours de la période 1995-2005, la fréquentation des musées d'art moderne et contemporain au Québec était supérieure à celle de leurs homologues canadiens et états-uniens.

Notre étude a tenté d'expliquer quels facteurs ont conduit à cette situation dans des pays géographiquement, politiquement et démographiquement comparables, et de voir si cette tendance est toujours la même aujourd'hui, plus de quinze ans après l'étude de Schuster.

Pour ce faire, nous avons analysé les trois enquêtes mises en avant par Schuster. De plus, la fréquentation remarquable des musées d'art québécois nous a incitée à privilégier les trois principaux musées d'art de la province. Il s'agit de deux musées nationaux, le Musée national des beaux-arts du Québec, le Musée d'art contemporain de Montréal et un musée semi-privé, le Musée des beaux-arts de Montréal. Ce dernier musée d'art, le plus visité du Canada, est considéré par la plupart des Québécois comme un musée national.

Compte tenu des limites que nous impose la comparaison internationale, et pour rendre notre analyse plus réaliste, nous avons trouvé un contenu commun souligné par les auteurs dans les trois enquêtes et qui pourrait être facilement comparé. Il s'agit des groupes d'âge de la population, et plus particulièrement des cohortes du Baby-Boom dont la présence est forte dans les musées d'art. Le recours à la

documentation comme source d'informations à travers des recherches statistiques, des projections, des études de synthèse, des analyses rédigées sur l'évolution démographique et économique et, en particulier, des travaux sur l'évolution des pratiques culturelles des baby-boomers ainsi que sur la retraite, nous a permis de concevoir comment cette cohorte influe de manière distincte la fréquentation des musées d'art québécois.

Une tendance toujours présente ?

Notre analyse a révélé que les individus de ce groupe, qui partagent une même histoire caractérisée par des changements rapides, une effervescence culturelle et économique, et qui ont grandi dans un climat favorisant les libertés individuelles, font sentir leur influence sur la fréquentation des musées d'art. Nous avons constaté que cette cohorte a également contribué à la vague de la retraite anticipée (1997-2000), où le Québec était tout de même la deuxième province la plus touchée par cette tendance. Notre analyse nous a permis d'observer qu'en vieillissant, ce groupe de personnes continue d'influencer le classement des musées d'art québécois comme étant les plus visités parmi leurs homologues canadiens et états-uniens. Par ailleurs, elle démontre que cette pratique représente pour les baby-boomers un moyen de socialisation qui met de l'avant leur statut socio-économique, mais aussi qui remplace les activités nécessitant un effort physique.

Néanmoins, notre étude ne permet pas de confirmer cette fréquentation au Québec puisque nous avons noté une distinction en termes de variation de taux relatif au Canada, entre ce que Schuster a utilisé dans son tableau comparatif pour représenter l'enquête de 1998, et le taux que nous avons trouvé, dans l'enquête elle-même pour la fréquentation des musées d'art. À nos yeux, cela remet en cause la comparaison de ces deux études. Nous avons aussi observé un grand écart de taux de fréquentation des musées d'art québécois, entre ce qui a été déclaré par

le Canada et ce qui a été déclaré au Québec. En fait, à ce sujet, Bellavance remarque qu'il est « possible en effet que les données québécoises surestiment l'intérêt des Québécois pour les musées d'art. Mais qu'il est aussi possible que StatCan sous-estime celui des Québécois sinon même des Canadiens pour ce type d'activités » (Bellavance et al., 2012 : 51). En outre, nous ne pouvons pas confirmer les chiffres de cette fréquentation en se basant uniquement sur le poids de la cohorte des baby-boomers car il existe d'autres éléments qui favorisent et facilitent la visite de ces musées d'art. En effet, les trois acteurs impliqués sont deux pays et une province. Le Québec bénéficie de la présence de trois principaux musées d'art nationaux sur son sol, financés par le gouvernement, comparativement à un ensemble de 8 musées d'art canadiens, dont un seul musée d'art national, et 1 581 musées d'art états-uniens. Évidemment, la plupart de ces musées d'art aux États-Unis n'ont pas de mission nationale et ont une portée très diversifiée. Autrement dit, on ne peut manquer de voir l'effet de la proximité des musées d'art québécois qui encourage leur fréquentation ⁵², ainsi que de l'effet du financement étatique qui facilite leur fonctionnement vis-à-vis des musées privés.

Les enquêtes récentes ont montré que la présence des baby-boomers continue à être déterminante dans les musées d'art québécois et leur fréquentation spectaculaire produit un effet de cohorte remarquable. Elles ont montré aussi une réduction des écarts entre les cohortes, plus prononcés au Québec qu'au Canada et aux États-Unis, permettant de confirmer un certain aspect positif de la démocratisation culturelle, ce qui a été effectivement souligné en 2014 par Garon (MCC, 2016 : 55). Cependant, il est difficile de déterminer avec précision si cette tendance à la fréquentation des musées d'art québécois est toujours la même, quinze ans après l'étude de Schuster, au moins vis-à-vis du Canada. Les enquêtes étasuniennes permettent de voir une lente baisse amorcée depuis 1997 et un changement notable du profil démographique du public des musées d'art. Les Canadiennes montrent en revanche un bond remarquable de 17 points de

⁵² Les trois musées d'art en question sont situés dans des centres urbains et font partie de la proximité touristique.

pourcentage, dépassant ainsi la fréquentation des musées d'art québécois, un phénomène attribuable, selon les professionnels, à l'immigration. Toutefois, il y a un déséquilibre sur le plan des statistiques entre le Québec et le Canada qui complique l'analyse. Le Québec et les États-Unis sont dotés d'une puissante machine statistique, comme l'OCCQ et l'NEA qui surveillent la production statistique sous forme de mises à jour récurrentes, d'analyses approfondies et de comparaisons destinées aux musées d'art qui ont permis de bien cerner la fréquentation de leurs musées. À l'échelle du Canada, nous manquons de produits statistiques plus spécifiques qui nous permettraient de confirmer la fréquentation remarquable de 2016.

Pourtant, on ne peut fermer les yeux sur le poids démographique qui penche en faveur des musées d'art et qui pourrait devenir problématique en raison du vieillissement de la population. Cependant, cette situation pourrait être transformée et influencée même positivement par le contexte sanitaire actuel marqué par la pandémie COVID-19. Avant la pandémie, les musées d'art devaient relever deux défis. Ils devaient satisfaire un public bien défini, dont la fréquentation garantissait la vente de billets de musée, et renouveler leur audience, notamment celle qui s'adresse aux jeunes, à travers une programmation ciblée.

Le contexte sanitaire actuel a fait émerger les expositions virtuelles au détriment de la fréquentation physique, ce qui est de nature à réduire l'accès des personnes âgées à la programmation de ces établissements. En effet, les compétences et les ressources numériques diminuent avec l'âge. Mais rappelons-nous, en 2004, Garon notait que la fréquentation déterminante de cette cohorte diminuera après 2025 (Garon et Santerre, 2004 : 380), lorsque ce groupe de personnes atteindra ses 75 ans. Selon lui, les enquêtes ont montré une baisse significative de la fréquentation après cet âge. Il est probable que les musées d'art ne soient pas à terme négativement marqués par la pandémie. Le recours aux expositions virtuelles pour rester en contact avec le public pourrait faire de ces visites, ainsi que des dispositifs numériques et en particulier des nouvelles technologies, une

manière innovante d'attirer un public plus jeune. Ces questions nécessiteraient certainement un autre projet de recherche, et il faudra probablement attendre les prochaines enquêtes pour voir l'effet de la pandémie sur ce plan.

Une révolution au sein des musées d'art

Il aurait été peu pertinent de caractériser la fréquentation importante des musées d'art québécois exclusivement à l'échelle des coordonnées démographiques. C'est pourquoi nous avons élargi notre recherche au-delà de cette analyse quantitative et nous nous sommes tournés vers une approche qualitative nous permettant d'interpréter cette hausse de fréquentation en termes d'avantage muséologiques.

La décennie 1995-2005 est marquée au Québec par le nouveau cadre de la politique culturelle, *Notre culture, notre avenir*, qui a conduit à des changements majeurs dans l'intervention du gouvernement, ainsi que par la première politique muséale, *Vivre Autrement... La ligne du Temps*, qui s'inscrit également dans un processus de démocratisation de la culture. Cependant, une évolution et un changement majeur dans le fonctionnement ont eu lieu dans le domaine des musées d'art.

Leur rôle et leur fonction se sont transformés, influencés par les pratiques du Musée de la Civilisation qui, à l'époque, battait des records de fréquentation. Les expositions thématiques, la muséographie, le rôle des éducateurs et des bénévoles qui concourent au support interactif entre l'œuvre et le public ont gagné en importance dans les musées d'art. L'interprétation de l'objet est devenue le mot d'ordre. « L'objet n'est plus roi et maître », souligne Annette Viel (2016 : 214), rappelant que l'objet n'existe qu'en interaction avec tout ce qui l'entoure. À nos yeux cependant, ces transformations muséographiques à elles seules n'expliquent pas la fréquentation des musées d'art au Québec.

Nous croyons que la vision et le leadership des directions muséales a joué un rôle déterminant. John Porter, Guy Cogeval et Nathalie Bondil, ont changé la culture

de ces institutions. Nous nous sommes intéressées aux thématiques qui ont distingué la période étudiée (1995-2005) et avons étendu notre champ de recherche jusqu'en 2017, année record de fréquentation des musées d'art. L'analyse a relevé des sujets d'exposition controversés ou délicats, qui sont pour nous le signe d'une grande liberté d'expression, d'une scénographie et d'une production audacieuses. Notre étude tend donc à conclure que la liberté explicite accordée aux musées nationaux, a distingué le Québec du Canada et des États-Unis pour la période en question, et a permis aux musées d'art québécois de continuer à attirer de nouveaux publics.

Les transformations du musée d'art ne renvoient pas qu'à la scénographie de l'objet et à la nouvelle mission du musée de société. L'utilisation d'objets pour communiquer un sens est au cœur de la muséographie du Musée de la Civilisation depuis 1988. On sait que la représentation est la condition même de la possibilité d'exposer de « faux objets ». Les objets jugés ici comme de « faux » artefacts traduisent simplement l'audace de la scénographie par rapport aux fonctions traditionnelles du musée ⁵³. Il serait intéressant d'inviter les collectionneurs à analyser et commenter ces changements. Ces derniers rassemblent des artefacts et enrichissent les collections en vertu d'une autre philosophie.

Les trois musées qui ont retenu notre attention ont adopté une mission complexe : celle de rapprocher l'expérience esthétique et l'histoire en amenant le public à s'intéresser au musée d'art, même s'il ne s'intéressait pas particulièrement semble-t-il aux œuvres. Le plus significatif est qu'ils ont contribué à l'affirmation de la muséologie québécoise dans la communauté internationale et fait valoir la liberté d'expression, qui se veut aussi une liberté universelle d'être et d'agir.

La génération du baby-boom a eu un impact significatif dans l'évolution et l'émergence des institutions culturelles et des musées. Par conséquent, on ne peut

⁵³ Le recours aux « faux objets » pour communiquer un sens ou un message soulève des questions fondamentales au regard des pratiques muséales et nécessiterait un travail de recherche pour examiner les effets de ces pratiques sur la mission du musée d'art.

pas examiner la transformation du monde des musées au Québec à la fin du XX^e siècle sans la replacer dans son contexte, notamment celui de la Révolution tranquille. Il s'agit d'un processus qui a commencé à la fin des années 1950 et qui se poursuit. Cette question reste complexe car, pour beaucoup, cette révolution n'est pas terminée, pour d'autres elle aurait été avortée. Cependant, en regard de notre étude, nous observons un lien entre les directeurs des institutions et la génération du baby-boom portée par les promesses de la Révolution tranquille.

Il est également vrai que la question de la liberté de penser et de la liberté de la recherche avait pris racine dans la muséologie bien avant les années 1990. On peut d'ailleurs se référer à certains pionniers même au début du XX^e siècle. Toutefois, les personnes que nous retenons dans notre recherche — Bondil, Brisebois, Cogeval et Porter — ont montré des trajectoires intellectuelles et des itinéraires professionnels différents de ceux de leurs prédécesseurs. Ils ont formé une sorte de communauté. On peut donc penser que cette communauté de culture a contribué à la transformation dans les musées d'art. C'est un bien vaste sujet, qui demanderait de repenser l'histoire récente des musées d'art dans le contexte de la Révolution tranquille, et qui nécessiterait d'autres travaux de recherche.

ANNEXES

Annexe A : Fréquentation des musées d'art/galeries d'art selon les groupes d'âge.

Taux de fréquentation en %

Groupes d'âge	Canada, Enquête 1998	Québec, Enquête 1999	Québec, Enquête 2004	États-Unis, Enquête 2002
15 - 24 ans ⁵⁴		30,9	30,5	23,7
15 - 19 ans	27			
20 - 24 ans	26			
25 - 34 ans	23	29,2	34,7	26,7
35 - 44 ans	22	30,8	30,7	27,4
45 - 54 ans ⁵⁵	25	33,1	34,7	32,9
55 - 64 ans ⁵⁶	16	33,6	34,4	27,8
65 ans et plus ⁵⁷		26,2	30,7	23,4
75 ans et plus				13,4

Source: Statistique Canada, *Patterns in Culture Consumption and Participation*, 1998.

Source: Ministère de la Culture et des Communications, *Enquêtes sur les pratiques culturelles au Québec*, 1999, 2004.

Source: National endowment for the arts, *2002 Survey of Public Participation in the Arts*, 2002.

⁵⁴ Le groupe d'âge appartenant à l'enquête américaine est 18-24 ans au lieu de 15-24 ans.

⁵⁵ Le groupe d'âge appartenant à l'enquête canadienne est 45-59 ans au lieu de 45-54 ans.

⁵⁶ Le groupe d'âge appartenant à l'enquête canadienne est 60 ans et plus (dernière tranche d'âge).

⁵⁷ Le groupe d'âge appartenant à l'enquête américaine est 65-74 ans.

Annexe B : Fréquentation des musées d'art au Québec selon les groupes d'âge entre 1999 et 2014.

Taux de fréquentation en %

Groupes d'âge	1999	2004	2014
15 - 24 ans	30,9	30,5	38
25 - 34 ans	29,2	34,7	29
35 - 44 ans	30,8	30,7	32
45 - 54 ans	33,1	34,7	29
55 - 64 ans	33,6	34,4	32
65 et plus	26,2	30,7	
65 - 74 ans			34
75 ans et plus			25

Source : Ministère de la Culture et des Communications, *Enquêtes sur les pratiques culturelles au Québec*, 1999, 2004, 2014.

Annexe C : Fréquentation des trois principaux musées d'art au Québec entre 1999 et 2014 selon le MCC.

Taux de fréquentation en %

	1999			2004			2014		
15-24 ans	11,2	9,2	6,3	13,2	6,0	8,8	13,8	7,8	7,7
25-34 ans	11,2	9,0	5,8	13,2	7,0	6,2	11,1	4,4	6,8
35-44 ans	10,5	11,8	5,4	11,3	7,5	6,7	12,6	6,1	7,3
45-54 ans	13,1	14,6	6,3	11,4	10,0	6,3	12,8	6,0	7,0
55-64 ans	14,7	16,8	7,0	15,8	13,5	7,4	16,6	7,8	7,0
65 et plus	12,7	11,2	5,1	13,7	10,0	5,8			
65-74 ans							19,5	10,3	8,6
75 ans et plus							12,7	8,9	6,5
Primaire	2,2	5,3	1,2	1,7	3,0	0,5	2,1	1,1	2,5
Secondaire	5,2	7,1	2,6	6,2	3,9	3,6	6,4	3,7	3,1
Collégiale	13,0	11,5	6,9	11,3	6,8	6,0	11,2	6,9	5,6
Universitaire	23,8	20,5	11,3	23,4	16,6	11,9	24,4	10,5	12,4

MBAM	MNBAQ	MACM
------	-------	------

Sources : Ministère de la Culture et des Communications, *Enquêtes sur les pratiques culturelles au Québec*, 1999, 2004, 2014.

Annexe D : Évolution de la fréquentation des musées d'art entre 2003 et 2018 selon l'OCCQ.

	Fréquentation en %	Musées d'art	Clientèle scolaire	Clientèle générale	Fréquentation intra-muros totale
Nombre d'entrées					
2003	10,6	20	113 612	1 154 444	1 268 056
2004	9,8	20	108 734	1 050 839	1 159 573
2005	11,4	20	109 284	1 216 569	1 325 853
2006	11	19	90 869	1 180 119	1 270 988
2007	12,4	19	113 727	1 345 541	1 459 268
2008	14,1	18	92 965	1 641 600	1 734 565
2009	11,3	19	106 402	1 201 977	1 308 379
2010	10,3	20	101 390	1 194 816	1 296 206
2011	12,3	21	103 129	1 426 810	1 529 939
2012	13 ⁵⁸	21	106 876	1 130 017	1 236 893
2013		22	112 881	1 576 501	1 689 382
2014	13 ⁵⁹	21	109 140	1 590 155	1 699 295
2015		22	86 945	1 604 504	1 691 449
2016	13,7 ⁶⁰	21	91 991	1 889 186	1 981 177
2017		21	128 128	1 985 232	2 113 360
2018/ 2019	13,9 ⁶¹	21	135 630	1 752 459	1 888 089

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la Culture et des Communications, *Enquêtes sur la fréquentation des institutions muséales*, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017.

⁵⁸ Le taux de 13 % représente la fréquentation pour les années 2012 et 2013.

⁵⁹ Le taux de 13 % représente la fréquentation pour les années 2014 et 2015.

⁶⁰ Le taux de 13,7 % représente la fréquentation pour les années 2016 et 2017.

⁶¹ Le taux de 13,9 % représente la fréquentation pour les années 2018 et 2019.

BIBLIOGRAPHIE

- American Association of Museums et Center for the Future of Museums. (2008). *Museums & society 2034 : trends and potential futures*. Washington, D.C : American Association of Museums.
<https://www.aam-us.org/wp-content/uploads/2017/12/Museums-Society-2034-Trends-and-Potential-Futures.pdf>
- Arts Research Monitor. (2018). Attendance at Quebec museums and Heritage organizations in 2016 and 2017. *Museums and heritage organizations*, 17(5), n.d.
<https://hillstrategies.com/2018/09/26/attendance-at-quebec-museums-and-heritage-organizations-in-2016-and-2017/>
- Association canadienne des organismes artistiques. (2018, octobre 12). *La participation culturelle des nouveaux Canadiens*. Association canadienne des organismes artistiques CAPACOA.
<https://capacoa.ca/fr/2018/10/participation-culturelle-nouveaux-canadiens/>
- Audet, C., Garon, R., Lapointe, M.-C. et Québec (Province). (2009). *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*. Québec : Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.
- Auger, C. et Girard, M. (2016). L'art pour comprendre le monde. *Gestion*, 41(2), 14-23.
https://www.cairn.info/revue-gestion-2016-2-page-14.htm?try_download=1
- Baniotopoulou, E. (2001). Art for Whose Sake? Modern Art Museums and their Role in Transforming Societies: The Case of the Guggenheim Bilbao [thèse de doctorat, inconnu] *Journal of Conservation and Museum Studies*, (7), 1-5. <https://www.jcms-journal.com/articles/10.5334/jcms.7011/#>
- Bazin, G., Desvallées, A. et Moulin, R. (s.d.). *Muséologie*. Encyclopædia Universalis.
<https://www.universalis.fr/encyclopedie/museologie/5-du-musee-a-l-entreprise-culturelle/>
- Bellavance, G. et al. (2012). *Le secteur des arts visuels au Canada : Synthèse et analyse critique de la documentation récente*. Montréal, Québec : Institut national de la recherche scientifique, Centre -

Urbanisation culture société.

<http://www.ucs.inrs.ca/actualites/nouveau-rapport-de-recherche-2011-aout>

Bellavance, G., Fournier, M. et Latouche, D. (1996). Les publics des arts à Montréal : le cas des chevauchements des publics. Dans J.-P. Baillargeon (dir.), *Les publics du secteur culturel : nouvelles approches* (pp. 29-57). Québec : IQRC/PUL.

Bellavance, G., Valex, M. et Ratté, M. (2004). Le goût des autres : Une analyse des répertoires culturels de nouvelles élites omnivores. *Sociologie et sociétés*, 36(1), 27–57.
<https://www.erudit.org/en/journals/socsoc/1900-v1-n1-socsoc815/009581ar/abstract/>

Bergeron, Y. (2010b). L'invisible objet de l'exposition. *Ethnologie française*, 40(3), 401-411.
<https://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2010-3-page-401.htm>

Bergeron, Y. (2010a). Métissages entre musées d'art et musées de société dans les musées nord-américains. *Culture & musées*, 16(1), 45-63.
https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2010_num_16_1_1559

Bergeron, Y. (2020, octobre 8). *Conférence sur la Genèse des collections dans les musées nord-américains* [présentation d'un conférencier invité]. Département, École Multidisciplinaire de l'image UQO.
<https://institutpatrimoine.uqam.ca/babillard/conference-musees-et-patrimoines-au-quebec-genese-et-fondements-de-la-museologie-nord-americaine-par-yves-bergeron/>

Bergeron, Y. et Dumas, S. (2008). Incursion du côté des visiteurs dans le réseau des musées au Québec. *Téoros*, 27(3), 29-34.
<https://journals.openedition.org/teoros/76>

Bergeron, Y., Dumas, S., Thibault, M.-T. et Institut de la statistique du Québec. (2007). *État des lieux du patrimoine, des institutions muséales et des archives Cahier* (Cahier 3). Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.
<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/cahier-3-les-institutions-museales-du-quebec-redecouverte-dune-realite-complexe.pdf>

Bourdieu, P. et Darbel, A. (1969). *L'amour de l'art, les musées d'art européens et leur public*. Paris : Éditions de Minuit.

Bradshaw, T. et Nichols, B. (2004). *2002 survey of public participation in the arts*. Washington, DC : National Endowment for the arts.
<https://www.arts.gov/sites/default/files/NEASurvey2004.pdf>

Brian, E. (1989). Observation sur les origines et sur les activités du Congrès International de Statistique (1853–1876). Dans *Bulletin de l'Institut International de Statistique*. [Symposium]. 47e Session, IIS, 121-138.

https://www.academia.edu/30604774/1989_Observations_sur_les_origines_et_sur_les_activit%C3%A9s_du_Congr%C3%A8s_international_de_statistique_1853_1876

Business / Arts, LaPlaca Cohen, & Nanos Research. (2018). *Culture Track Canada* [ensemble de données]. LaPlaca Cohen Advertising.

<http://www.businessandarts.org/wp-content/uploads/2018/07/CT-Canada-Report.pdf>

Cameron, D. F. (1971). The museum, a temple or the forum. *Curator: The Museum Journal*, 14(1), 11-24.

<https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.1971.tb00416.x>

Chaput, L. (2001). Hitchcock et l'art — Coïncidences fatales : voyage autour d'un immense cinéaste. *Séquences : la revue de cinéma*, (212), 9-9.

<https://www.erudit.org/en/journals/sequences/2001-n212-sequences1128123/48686ac.pdf>

Chassé, B., Lapierre, L. et Brisebois, M. (2011). *Marcel Brisebois et le Musée d'art contemporain de Montréal (1985-2004)*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Chatzimanassis, A. (2013). *Démocratisation de la culture et démocratie culturelle à partir de l'exemple québécois* [communication orale]. Comité d'histoire du ministère de la Culture et de la Communication. Centre d'histoire de Sciences-Po Paris, La démocratisation culturelle au fil de l'histoire contemporaine, Paris, 2012-2014.

<http://chmcc.hypotheses.org/675>

Cloutier, M. (2009, mars 28). Musée des beaux-arts : créer la paix. *La Presse*.

<https://www.lapresse.ca/arts/arts-visuels/200903/28/01-841216-musee-des-beaux-arts-creer-la-paix.php#>

Coblence, E., Normandin, F. et Poisson-de Haro, S. (2014). Sustaining growth through business model evolution: The industrialization of the Montreal Museum of Fine Arts (1986–2012). *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 44(3), 126-144.

https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10632921.2014.936077?casa_token=R0cDbto8YB0AAAAA%3AyTC2ntr2pXUj9wZ7iasueiPA1HqW

[Op6g6yod93KkdAY3LdE5-2bURX3IA9-5uIocAfPMUFielYg9hA&journalCode=vjam20](https://www.jam20.com/Op6g6yod93KkdAY3LdE5-2bURX3IA9-5uIocAfPMUFielYg9hA&journalCode=vjam20)

Conseil des arts du Canada, Environics research, & Ministère du Patrimoine canadien. (2017). *Les arts et le patrimoine : sondage sur l'accès et la disponibilité 2016-2017* [ensemble de données ROP : 051-16]. Ministère du Patrimoine Canadien.
https://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/canadian_heritage/2017/051-16-f/rapport.pdf

Daignault, L. et Schiele, B. (2011). *L'évaluation muséale : savoirs et savoir-faire*. Presses de l'Université du Québec.

Dalphond, C.-E. (2008). *Le système culturel québécois en perspective*. Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.
<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/1927869>

Davallon, J. (1992). Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée. *Publics et Musées*, 2(1), 10-18.
<https://doi.org/10.3406/pumus.1992.1013>

Delgado, J. (2019, mars 14). Nouvelle vision du MNBAQ sous la direction de Jean-Luc Murray. *Le Devoir*.
<https://www.ledevoir.com/culture/arts-visuels/549819/l-inconnu-nouveau-mnbaq-celui-dirige-par-jean-luc-murray#:~:text=Jean%20Luc%20Murray%20arrive%20%C3%A0,que%20de%20r%C3%A9inventer%20la%20route>

De Singly, F. (2016). *Le questionnaire* (4^e éd.). Paris : Armand Colin.

Desrochers, J.-P. (2011). Déjà – Grand déploiement de la collection du MACM : Portrait du cinéphile au musée. *Séquences : la revue de cinéma*, (274), 18-21.
<https://www.erudit.org/en/journals/sequences/1900-v1-n1-sequences1817839/64889ac.pdf>

Dietrich, P., Loison, M. et Roupnel, M. (2012). Articuler les approches quantitative et qualitative. Dans S. Paugam (dir.), *L'Enquête sociologique* (2^e éd.,) p. 207-222). Presses universitaires de France.
<https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/l-enquete-sociologique--9782130608738.htm>

DiMaggio, P. (1987). Classification in Arts. *American Sociological Review*, 52(4), 440-455.
https://www.jstor.org/stable/2095290?casa_token=8nSp5GndRj4AAAAA%3AQcmq7GzZ1yn3HHwaviGvxgEszb_ZyHJUXgMKWMwfnwYFVN

maJZVfqWPrJiLko6H8hb2cZH9LRVKrEMQhUyc6otnFD-gr7OK7gujEyBaPocjhuZ4EKtO&seq=1#metadata_info_tab_contents

Donnat, O. (1998). *Les pratiques culturelles des Français enquête 1997*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication.

Donnat, O. (2011). Pratiques culturelles, 1973-2008 : questions de mesure et d'interprétation des résultats. *Culture Méthodes*, 2(2), 1-12.
<https://doi.org/10.3917/culm.112.000>

Dubois, V. (1993). Les prémices de la «démocratisation culturelle». Les intellectuels, l'art et le peuple au tournant du siècle. *Politix*, 6(24), 36-56.
<https://doi.org/10.3406/polix.1993.1587>

Dubreuil, M. (2017). *Les acquisitions du Musée d'art contemporain de Montréal 1992-2012* [thèse de doctorat, Université de Montréal].
<https://papyrus.bib.umontreal.ca/>

Ducret, A. et Moeschler, O. (2011). *Nouveaux regards sur les pratiques culturelles : Contraintes collectives, logiques individuelles et transformation des modes de vie*. Paris : L'Harmattan.

Duncan, J. W. et Shelton, W. C. (1978). *Revolution in United States Government statistics, 1926-1976*. Washington: U.S. Dept. of Commerce, Office of Federal Statistical Policy and Standards.

Eidelman, J. et al. (2015). *La place des publics : De l'usage des études et recherches par les musées*. Paris : La Documentation française.

Farrell, B. et Medvedeva, M. (2010). *Demographic transformation and the Future of museums*. Washington, DC: American Association of Museums.
<https://www.aam-us.org/wp-content/uploads/2017/12/Demographic-Change-and-the-Future-of-Museums.pdf>

Foot, D. K. (1996). *Boom, bust & echo: How to profit from the coming demographic shift*. Toronto : Macfarlane Walter & Ross.

Franklin, S., Walker, C. et Statistique Canada. (2003). *Méthodes et pratiques d'enquête* (publication no 12-587-X). Ottawa : Statistique Canada, Division des méthodes d'enquêtes sociales.
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/pub/12-587-x/12-587-x2003001-fra.pdf?st=Gx4k7HeX>

Gagnon, P., Azari, S. et Egoyan, A. (2002). *Shirin Neshat*. Montréal : Musée d'art contemporain de Montréal.

Garon, R. (2004). *Vingt ans de pratiques culturelles au Québec*. (Publication n° 12). Québec : Ministère de la Culture et des Communications du Québec.

<https://www.mcc.gouv.qc.ca/publications/survol-mars2004f.pdf>

Garon, R. (2005). Les pratiques culturelles en mutation à la fin du XX^e siècle. Dans Andrew, C. (dir.), *Accounting for culture : thinking through cultural citizenship* (pp. 159-182). University of Ottawa Press.

<https://www-deslibris-ca.proxy.bibliotheques.uqam.ca/ID/403562>

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.

https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/07053436.2009.10707784?casa_token=WV_FjzzHghYAAAAA:iTIITx3wGhFqAYLsoTPHoY8SkNIQpktrm3yJsvnLJN2WB80ammA-9JkLsdN29SMA28m6M73OjjsMywM

Garon, R. (2010). *État des lieux du patrimoine, des institutions muséales et des archives* (Cahier 9). Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

www.stat.gouv.qc.ca/observatoire

Garon, R. et Santerre, L. (2004). *Déchiffrer la culture au Québec : 20 ans de pratiques culturelles*. Sainte-Foy : Publications du Québec.

<https://www.mcc.gouv.qc.ca/>

Gauthier, H. (2007). *Vie des générations et personnes âgées : aujourd'hui et demain*. Québec : Institut de la statistique du Québec.

<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/21429>

Gauthier, M., Boily, C. et Duval, L. (2001). Les modes de vie et les pratiques culturelles des jeunes : homogénéisation de la culture et individualisation des pratiques ? *Loisir et Société / Society and Leisure*, 24(2), 431-451.

<https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.7202/000190ar?scroll=top&neededAccess=true>

Grantham, H. (2014). *Culture philanthropique: visages et transformations Actes du Sommet, Éléments de synthèse et perspectives d'avenir*. Institut Mallet pour l'avancement de la culture philanthropique.

https://institutmallet.org/wp-content/uploads/ActesduSommet_Final_WEB.pdf

Grenier, A. (1999). *Les marchés de travail après 45 ans : Un milieu en mutation* [ensemble de données]. Emploi-Québec.

https://emploi.quebec.gouv.qc.ca/publications/pdf/00_imt_45ansplus_tendance.pdf

Harvey, F. (2000). La production du patrimoine. Dans Andrée Fortin, (dir.), *Produire la culture, produire l'identité* (p. 3-15). Québec, CÉFAN/PUL.

<https://www.erudit.org/en/books/culture-francaise-damerique/produire-culture-produire-lidentite/000576co.pdf>

Hernández, S. D. (2018). *Les grands projets urbains à Montréal entre 1985 et 2010, changements dans la gestion publique et l'action collective* [thèse de doctorat, Université de Montréal]. Archipel UQAM.
<https://archipel.uqam.ca/12335/1/D3526.pdf>

Hill, K. et Bélisle, G. (2014). *Diversité canadienne et fréquentation des arts en 2010*. Hill Stratégies Recherche Inc., Beaconsfield, Quebec: Canadian Electronic Library.

<https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3293815>

Hill Strategies. (2018). *Activités artistiques, culturelles et patrimoniales des canadiens et canadiennes en 2016* (RSA rapport n° 47).

https://hillstrategies.com/wp-content/uploads/2018/11/participation_culturelle2016_canada.pdf

Hunter, J. D. (1991). *Culture Wars: The Struggle to Define America. Making Sense of the Battles over the Family, Art, Education, Law and Politics*. New York : BasicBooks.

Éducation et Enseignement supérieur. (Octobre 2016). *De passage du secondaire vers le collégial (2017-2026)*. Ministère de l'Éducation de l'Enseignement supérieur.

http://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/administration/librairies/documents/Ministere/acces_info/Statistiques/Effectif_etudiant_collegial/Taux_passage_2003-2015_ED.PDF

Institut de la statistique du Québec. (2020). *Observatoire de la culture et des communications du Québec*. Institut de la statistique du Québec.

<https://statistique.quebec.ca/fr/institut/notre-organisation/observatoire-de-la-culture-et-des-communications-du-quebec>

Institut de la statistique du Québec. (2020, 10 23). *Nombre d'établissements culturels de certains types, Québec*.

<https://statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/nombre-etablissements-culturels-de-certains-types-quebec>

Institute of museum and library services. (2014, may). *Government Doubles Official Estimate: There Are 35,000 Active Museums in the U.S.*
<https://www.imls.gov/news/government-doubles-official-estimate-there-are-35000-active-museums-us>

Jowell, R. (1998). How comparative is comparative research? *American Behavioral Scientist*, 42(2), 168–177.
https://i-share-ctu.primo.exlibrisgroup.com/discovery/openurl?institution=01CARLI_CTU&vid=01CARLI_CTU:CARLI_CTU&volume=42&date=1998&aulast=Jowell&issue=2&issn=0002-7642&spage=168&id=doi:10.1177%2F0002764298042002004&auinit=R&title=The%20American%20behavior

Kieran, P. et Statistique Canada. (2001, Janvier 1). Retraite anticipée : Tendances. *L'emploi et le revenu en perspective*, 2(9), 7-15.
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/75-001-x/00901/5984-fra.html>

Krotki, K. J. et Henripin, J. (2019, août 1). Les baby-boomers au Canada. *L'Encyclopédie canadienne*.
<https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/baby-boom>

Lacombe, M. (2012). Nathalie Bondil et son havre-musée [entrevue radiophonique]. Dans *Le 21e*. Société Radio-Canada.
<https://curio-ca.res.banq.qc.ca/fr/audio/nathalie-bondil-et-son-havre-musee-4278/>

Laframboise, K. (2019, décembre 27). *Nathalie Bondil on redefining museums' roles, positive impact of cultural diversity on creativity*. Global News.
<https://globalnews.ca/news/6294525/montreal-nathalie-bondil-interview/>

Lanoie, P. (1997). Compte rendu. Entre le boom et l'écho. *L'Actualité économique*, 73(4), 671–674.
<https://www-erudit-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/fr/revues/ae/1997-v73-n4-ae2752/602247ar/>

Lena, J. et Cornfield, D. (2008). Immigrant arts participation: A pilot study of Nashville artists. Dans S. Tepper et B. Ivey (dir.), *Engaging art: the next great transformation of America's cultural life* (pp. 147-170). Hoboken : Taylor and Francis.

Lievesley, D. (2000). Commentary: extending the debate to comparable worldwide cultural statistics. *Cultural Trends*, 10(37), 77–81.
https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09548960009365110?casa_token=UshfLUaqG8kAAAAA:XYPrnpnyqz1E69w01_ESMikwyyadzthRXb4hZRPpEwvZfY9P8EMvdcRuRK68900RnBM38-O7OLpJN8

Loriot, T.-M. (2011). *La planète Jean-Paul Gaultier : de la rue aux étoiles : l'exposition du Grand Palais*. Montréal : Musée des beaux-arts.

Malavoy, J. (2020, juillet 16). Ils te lapideront. *Le Droit Numérique*.
<https://www.ledroit.com/opinions/ils-te-lapideront-e3f6e9c06c76aed9d5134f3fe8cbd7e6>

Mairesse, F. (2005). *Le droit d'entrer au musée*. Bruxelles : Labor.

Mairesse, F. (2019). Géopolitique du musée : les enjeux de la fréquentation. *Politique et Sociétés*, 38(3), 103-127.
<https://www.erudit.org/fr/revues/ps/2019-v38-n3-ps04878/1064732ar/>

Mariani, A. (2012). Nathalie Bondil, directrice et conservatrice en chef du Musée des beaux-arts de Montréal. *Muséologies : les cahiers d'études supérieures*, 6(1), 77-99.
<https://www.erudit.org/en/journals/museo/1900-v1-n1-museo0164/1011533ar.pdf>

Martin, C. et Institut de la statistique du Québec. (2002). *Éléments d'un cadre conceptuel des statistiques de la culture et des communications* [ensemble de données]. Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec.
<https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/50588>

Mavrikakis, N. (2000, novembre 23). Hitchcock et l'art : la loi du désir. *Voir*.
<https://voir.ca/arts-visuels/2000/11/23/hitchcock-et-lart-la-loi-du-desir/>

Mavrikakis, N. (2001, juin 27). Picasso érotique : le savoir par le sexe Le Musée des beaux-arts s'intéresse à la sexualité avec la présentation de l'exposition Picasso érotique. Qui a dit que les musées étaient des lieux ennuyeux ? *Voir*.
<https://voir.ca/arts-visuels/2001/06/27/picasso-erotique-le-savoir-par-le-sexe/>

McCain, R. A. (1995, Janvier 1). Cultivation of taste and bounded rationality: Some computer simulations. *Journal of Cultural Economics*, 19(1), 1-15.
<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/BF01074429.pdf>

Ministère de la Culture et des Communications. (2000). *Les pratiques culturelles des québécoises et des québécois 1999 dossier statistique*. Québec : Ministère de la Culture et des Communications.

https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Pratiques_culturelles-stat.pdf

Ministère de la Culture et des Communications. (2016). *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec 2014 – Faits saillants de l'Enquête* (publication n° 27). Québec : Ministère de la Culture et des Communications.

<https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Survol27.pdf>

Montpetit, R. (2013). *Une muséologie québécoise dynamique et d'aujourd'hui : favoriser l'appropriation des collections par les publics de maintenant* [ensemble de données]. Ministère de la Culture et des Communications.

https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/museologie/Etude_RMontpetit_RFinal_aout2013.pdf

Musée des beaux-arts de Montréal. (2020, s.d. s.d.). À propos du Musée. <https://www.mbam.qc.ca/fr/decouvrir-le-musee/a-propos-du-musee/#mission-807>

National endowment for the arts. (1998). *1997 Survey of Public Participation in the Arts: Summary Report*. National endowment for the arts.

<https://www.arts.gov/impact/research/publications/1997-survey-public-participation-arts-summary-report>

National Endowment for the Arts. (2018). *U.S. Trends in Arts Attendance and Literary Reading: 2002-2017 A First Look at Results from the 2017 Survey of Public Participation in the Arts*. National Endowment for the Arts.

<https://www.arts.gov/impact/research/publications/us-trends-arts-attendance-and-literary-reading-2002-2017>

Observatoire de la culture et des communications. (2010). *La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2009* (publication n° 59). Institut de la statistique du Québec.

<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/no-59-mai-2010-la-frequentation-des-institutions-museales-au-quebec-en-2009.pdf>

Observatoire de la culture et des communications. (2014). *La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2012 et 2013* (publication n° 32). Institut de la statistique du Québec.

<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/no-32-mai-2014-la-frequentation-des-institutions-museales-en-2012-et-2013.pdf>

Observatoire de la culture et des communications. (2016). *La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2014 et 2015* (publication n° 48). Institut de la statistique du Québec.
<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/no-48-mai-2016-la-frequentation-des-institutions-museales-en-2014-et-2015.pdf>

Observatoire de la culture et des communications. (2018). *La fréquentation des institutions muséales en 2016 et 2017* (publication n° 60). Institut de la statistique du Québec.
<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/no-60-juin-2018-la-frequentation-des-institutions-museales-en-2016-et-2017.pdf>

Observatoire de la culture et des communications. (2020). *La fréquentation des institutions muséales en 2018 et 2019* (publication n° 75). Institut de la statistique du Québec.
<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/no-75-novembre-2020-la-frequentation-des-institutions-museales-en-2018-et-2019.pdf>

Observatoire de la culture et des communications du Québec. (2009). *La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2008* (publication n° 51). Institut de la statistique du Québec.
https://bdso.gouv.qc.ca/docs-ken/multimedia/PB01691FR_Institutionsmuséales2008H00F00.pdf

Ogrodnik, L., Culture Statistics Program (Canada) et Statistics Canada. (2000). *Patterns in culture consumption and participation*. Ottawa, Ont : Statistics Canada.
<https://www.yumpu.com/en/document/view/7143994/patterns-in-cultural-consumption-and-participation-canada->

Ouellet, L. (2008). La muséographie au Canada : une pratique réputée, une formation en devenir. *Perspective*, (3), 513-526.
<https://journals.openedition.org/perspective/3297>

Ouellet, P.-O. (2008, avril 1). John R. Porter. Directeur général du Musée national des beaux-arts du Québec. *Muséologies*, 2(2), 30-40.
<https://www.erudit.org/fr/revues/museo/2008-v2-n2-museo02127/1033587ar/>

Pailler, D. et Urbain, C. (2016). *Participation et médiation(s) : Nouveaux regards pour de nouveaux enjeux*. Paris : L'Harmattan.

Paradis, A. et Beaulieu, C. (1970, Juin 06). L'oeuvre d'art à la portée de tous. *Vie Des Arts*, (58), 12-12.
<https://www.erudit.org/fr/revues/va/1970-n58-v1197812/58083ac.pdf>

- Paré, I. (2008, janvier 26). *Cuba, mon amie fidèle*. Le Devoir. <https://nouveau-eureka-cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca/Search/ResultMobile/0>
- Peterson, R. A. (2004). Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives. *Sociologie et sociétés*, 36(1), 145-164. <https://www.erudit.org/en/journals/socsoc/1900-v1-n1-socsoc815/009586ar/abstract/>
- Peterson, R. A. et Lehman, E. V. (1996). *Age and Arts Participation, with a Focus on the Baby Boom Cohort* (Research Division Report # 34). Washington : National Endowment for the Arts. <https://eric.ed.gov/?id=ED410186>
- Poirier, C., Desjardins, M. K., Martet, S., Melançon, M.-O., Poirier, J., Blais, K. S.-G. et Barrette, Y. (2012). *La participation culturelle des jeunes à Montréal : Des jeunes culturellement actifs : version intégrale* [ensemble de données]. Culture Montréal. <http://espace.inrs.ca/id/eprint/6809/>
- Porter, J. (2003). L'art de réinventer une institution nationale. *Archives*, 34(3), 73-88. http://www.archivistes.qc.ca/revuearchives/vol34_3/34-3-porter.pdf
- Porter, J. et Rinfret, N. (2013). *Devenir un leader culturel : Récit d'un rêveur pragmatique*. Presses de l'Université du Québec.
- Prévost, J.-G. et Beaud, J.-P. (2000). *L'ère du chiffre / The Age of Numbers : Systèmes statistiques et traditions nationales/Statistical Systems and National Traditions*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec. <https://muse.jhu.edu/book/20140/>
- Pronovost, G. (1992). Loisir et Société / Society and Leisure. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 2(15), 437-460. <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F07053436.1992.10715427>
- Pronovost, G. (2000). Les jeunes et le temps. *Lien social et politiques*, 43(43), 33-40. <https://www.erudit.org/en/journals/lsp/1900-v1-n1-lsp355/005218ar.pdf>
- Pronovost, G. (2002). *Les enquêtes de participation culturelle : une comparaison France-Québec-États-Unis* [ensemble de données]. Observatoire de la culture et des communications, de l'Institut de la statistique du Québec Et au ministère de la Culture et des Communications du Québec. <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/50587>

Pronovost, G. et Cloutier, J. (1996). Trajectoires de la participation culturelle. Dans J. P. Baillargeon (dir.), *Les publics du secteur culturel : nouvelles approches* (pp. 58-81). Québec, IQRC/PUL.

Pronovost, G. et Ebrary. (2005). *Temps sociaux et pratiques culturelles* (Collection Temps libre et culture ed., vol. 8). Sainte-Foy, Québec : Presses de l'Université du Québec.
<https://cap.banq.qc.ca/search/f06cca18-f059-46f2-9188-d551fcdfe0a>

Québec. (2016). *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec 2014 - Faits saillants de l'Enquête* (publication n° 27). Québec : Gouvernement du Québec.
<https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Survol27.pdf>

Québec. (2017). *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec : Les pratiques culturelles selon la génération des baby-boomers et des jeunes de 25 à 34 ans de 1979 à 2009* (publication n° 23 version révisée). Québec : Ministère de la Culture et des Communications et de la Condition féminine.
https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Survol23_08-2012rev.pdf

Robinson, E. S. et al. (1928). *The behavior of the museum visitor*. Washington, D.C: American Association of Museums.
<https://eric.ed.gov/?id=ED044919>

Robinson, J., Keegan, C. A., Hanford, T. et Triplett, T. A. (1985). *Public participation in the arts: Final report on the 1982 survey*. College Park, Md: University of Maryland, Survey Research Center.

Roumanes, J.-B. et Lévy, B. (2004). Pierre Théberge, John Porter, Guy Cogeval. *Vie des arts*, 49(194), 56-61.
<https://www.erudit.org/fr/revues/va/2004-v49-n194-v1098460/52724ac.pdf>

Saint-Pierre, D. (2010). La Politique culturelle du Québec : bilan et défis. Dans D. Saint-Pierre et C. Audet (dir.), *Tendances et défis des politiques culturelles : Cas nationaux en perspective : France, Angleterre, États-Unis, Allemagne, Espagne, Belgique, Suisse, Suède, Québec, Pays de Galles et Ecosse, les organisations internationales*. Québec : Presses de l'Université Laval.

Samson, D. (1995). *Nous sommes tous des poissons. Les stratégies de lecture des visiteurs d'exposition* [thèse de doctorat inédite]. Université du Québec à Montréal.

Santerre, L. et Collin, M. (2000). *De la démocratisation de la culture à la démocratie culturelle* [ensemble de données]. Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique Ministère de la Culture et des Communications.

<https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/40949>

Schuster, M. (2007). Participation Studies and Cross-National Comparison : Proliferation, Prudence, and Possibility. *Cultural Trends*, 16(2), 99-196.

<https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F09548960701299815>

Schuster, M. (2008). Comparing participation in the art and culture. Dans S. Tepper et B. Ivey (dir.), *Engaging art the next great transformation of America's cultural life* (p. 49-84). Hoboken: Taylor and Francis.

Schuster, M. et National Endowment for the Arts. (1991). *The Audience for American Art Museums*. (Research Division Report # 23). Washington, D.C.: Distributed by ERIC Clearinghouse.

<https://eric.ed.gov/?id=ED351242>

Selbach, G. (1998). Compte rendu de thèse : Gérard Selbach Les musées d'art américains : mission et gestion en conflit ? *Culture & Musées*, 14(1), 154-158.

https://www.persee.fr/doc/pumus_1164-5385_1998_num_14_1_1232

Selbach, G. (2007). Esquisse d'une histoire des musées américains : naissance, croissance, missions et politique fédérale et locale. *Revue LISA/LISA e-journal*, V(1), 58-91. <http://journals.openedition.org/lisa/1593>

Sellen, C. (2018, septembre 27). Building Francophone philanthropy on an international scale. *WINGS Elevating Philanthropy*.

<https://philanthropyinfocus.org/2018/09/27/building-francophone-philanthropy-on-an-international-scale/>

Skelly, J. (2016, janvier 5). *Art Association of Montréal*. Encyclopédie canadienne.

<https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/art-association-of-montreal>

Statista. (s.d.). <https://www.statista.com>

Statistique Canada. (2002). *Profil de la population canadienne selon l'âge et le sexe : Le Canada vieillit* (publication 96F0030X2001002). Ottawa : Statistique Canada.

<https://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/catalogue/96F0030X2001002>

Statistique Canada. (s.d.). *Estimations démographiques annuelles : Canada, provinces et territoires, 2018 Analyse : Population selon l'âge et le sexe*.
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/91-215-x/2018002/sec2-fra.htm>

Thibault, M.-T., Bernier, S. et Jutras, D. (2006). *État des lieux du patrimoine des institutions muséales et des archives* (Cahier 5). Québec : Observatoire de la culture et des communications du Québec, Institut de la statistique du Québec.
<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/cahier-5-territoires.pdf>

Trudel, J. (1992). Aux origines du Musée des Beaux-Arts de Montréal : La fondation de l'Art Association of Montreal en 1860. *Journal of Canadian Art History / Annales d'histoire de l'art Canadien*, 15(1), 31-62.
<https://www.jstor.org/stable/42615731>

United States. (1967). *Statistical abstract of the United States 1967* (88th annual edition). Washington: U.S. Bureau of Census.
<https://www.census.gov/library/publications/1967/compendia/statab/88ed.html>

Van Der Donckt, J. R. (2012). Guerres culturelles et musées d'art aux États-Unis : le cas de Hide/Seek : Difference and Desire in American Portraiture. *Muséologies*, 6(1), 35-53.
<https://www.erudit.org/en/journals/museo/2012-v6-n1-museo0164/1011531ar/>

Vallières, M., Desloges, Y., Harvey, F., Héroux, A., Auger, R., Lamontagne, S. L. et Charbonneau, A. (2008). *Histoire de Québec et de sa région* (vol. 3). Québec : Presses de l'Université Laval.

Viel, A. (2016). Créativité et territoire(s) en mouvement Créer pour mieux vivre et habiter la pluralité territoriale. *Ethnologies*, 8(1-2), 213-236.
<https://www.erudit.org/en/journals/ethno/1900-v1-n1-ethno03231/1041594ar.pdf>

Vilatte, J.-C. (2007). *Méthodologie de l'enquête par questionnaire. Formation offerte à Grisolles*.
https://www.academia.edu/36296265/Formation_Evaluation_1er_2_f%C3%A9vrier_2007_%C3%A0_Grisolles_M%C3%A9thodologie_de_l'enqu%C3%AAte_par_questionnaire