

La fréquentation des arts de la scène au Québec

Par **Gilles Pronovost**, professeur émérite, Département d'études en loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières

Depuis la dernière étude quinquennale du ministère québécois de la Culture et de la Communication, réalisée en 2014, nous ne disposons plus de données représentatives sur les pratiques culturelles. Il faut se rabattre sur des enquêtes partielles ou ponctuelles. Cependant, un consortium, formé de 12 associations et regroupements de diffusion et de producteurs québécois de disciplines des arts vivants, est à l'origine de deux enquêtes nationales d'envergure portant sur le public des arts de la scène, l'une menée en 2020, l'autre en 2023. La référence de ces études apparaît à la fin de ce bulletin.

Le rapport de l'étude de 2023 fait 558 pages et compte 249 figures et 193 tableaux, de quoi rebuter les plus endurcis! Mais au vu du grand intérêt de ces deux études, il vaut la peine d'en indiquer certaines conclusions et aussi de signaler les tendances et les enjeux qui en ressortent. Il faudra se référer au document original pour plus de précisions.

Tout au long de leurs analyses, les auteurs de l'étude rappellent régulièrement les nuances qu'il faut apporter à leurs descriptions statistiques. En introduction, ils ont pris soin souligner les limites générales de toute recherche du genre. Le format du présent compte rendu oblige à présenter des constats globaux qui doivent être nuancés à leur tour ou, au besoin, approfondis par un examen plus détaillé.

Méthodologie de l'étude

Tout comme dans la précédente étude de 2020, les données de celle de 2023 sont issues de deux sondages. Le premier, désigné comme « sondage national », est tiré d'un panel web administré par la firme Léger & Léger auprès d'un échantillon représentatif de la population. Le second, dit « de recontactant », est un sondage administré par la même firme, les répondants du sondage national y ayant été sollicités à nouveau pour obtenir des informations complémentaires, ce qui a permis d'échapper quelque peu à l'obstacle d'un questionnaire trop long.

Le sondage dit national a été mené auprès de 6162 personnes âgées de 16 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Le sondage dit « de recontactant » a été mené auprès de 4094 individus. Ces ordres de grandeur sont comparables à ceux de l'étude précédente. Afin d'en assurer la représentativité, les données du sondage national ont été pondérées selon les méthodes usuelles.

L'enquête a retenu les disciplines suivantes, qui sont celles des 12 associations et regroupements de diffusion de producteurs québécois à l'origine du sondage : danse, musique classique, musique instrumentale, théâtre, chanson francophone, chanson anglophone, humour, cirque, comédies musicales, variétés. La taille de l'échantillon permettait à chacune de ces disciplines d'avoir droit à une description détaillée du profil de ses divers publics. C'est dire déjà le grand intérêt de cette recherche pour les institutions culturelles.

Publics et non-publics de la culture

En s'appuyant sur les relevés de l'Observatoire de la culture et de la communication, le rapport rappelle d'abord la chute importance de l'assistance aux spectacles en 2020 et 2021 en raison de la pandémie de COVID-19, suivie d'un net rattrapage à partir de 2022, sans que l'écart avec les années pré-COVID

ait été entièrement comblé. Mais l'essor des pratiques culturelles numériques, le télétravail, d'éventuelles nouvelles habitudes de consommation, pour ne prendre que ces exemples, n'ont-ils pas modifié plus ou moins durablement l'ensemble des habitudes de fréquentation des arts de la scène? Tel était l'un des arguments majeurs pour procéder à cette nouvelle enquête.

L'essentiel de la description porte sur le profil sociodémographique général, mais aussi régional, des publics et des non-publics qui se dégage des données, ainsi que sur les profils plus ou moins spécifiques dans chacune des disciplines artistiques retenues. Chacune des grandes régions du Québec, chacune des disciplines fait ainsi l'objet d'analyses très fouillées, dans le contexte des grandes tendances dans l'évolution de la participation culturelle au Québec.

Spectacles professionnels : entre fréquentation ponctuelle et intérêts inassouvis

Un peu plus de la moitié de la population âgée de 16 ans et plus (57 %) a déclaré avoir assisté à au moins un spectacle professionnel tarifé en 2023. Or, ce public global est composé pour près de la moitié de spectateurs occasionnels générant à peine 15 % de l'assistance totale. Par ailleurs, environ le tiers des spectateurs déclare assister à cinq spectacles ou plus..., mais génère environ les deux tiers de la clientèle.

Pour faire court, on dira que si la population féminine domine légèrement ces publics, les hommes sont majoritaires chez les plus passionnés. Les occasionnels sont généralement plus âgés, les plus scolarisés ont une pratique plus diversifiée. Naturellement, la diversité des intérêts disciplinaires a une forte incidence sur le public plus assidu des institutions culturelles; par exemple, environ les deux tiers de leurs spectateurs sont composés de personnes intéressées à au moins trois catégories de disciplines artistiques. Goûts éclectiques et intérêts diversifiés, telles sont quelques-unes des caractéristiques du public des spectacles professionnels payants.

Les spectacles gratuits et leur public

Les spectacles professionnels gratuits sont fréquentés par le tiers de la population québécoise et l'assistance totale à ces événements représente environ la moitié de la fréquentation des spectacles tarifés. Ce sont les spectacles extérieurs de chanson (francophone ou anglophone) et d'humour qui sont les plus populaires. À l'exception des plus jeunes et des plus vieux, les données sociodémographiques indiquent une plus grande homogénéité de fréquentation selon les groupes d'âge.

Les publics du spectacle amateur

Environ le quart de la population québécoise se retrouve parfois à un spectacle amateur. C'est la chanson francophone qui remporte la palme de ce genre de spectacles. Même s'il s'agit d'une minorité, elle est importante, car de nombreuses études, y compris celle-ci, démontrent clairement que le public du spectacle amateur constitue un « réservoir » important pour la constitution du public des spectacles professionnels. Et ce public est composé de personnes passionnées, dont l'intensité de la participation va de pair avec celle de la fréquentation des spectacles professionnels.

De plus, la majorité de la population québécoise s'est adonnée à des pratiques culturelles en amateur au cours de sa vie. Il s'agit d'un phénomène qui a pris une grande ampleur dans la deuxième moitié du siècle dernier et qui se poursuit toujours, alimenté par les pratiques culturelles numériques. Les jeunes y affichent des taux de participation très importants. Encore ici, le public des spectacles professionnels se recrute de manière significative parmi les artistes amateurs dans l'âme.

À la conquête des « non-publics »

Comme on l'a souligné, un peu plus de 4 personnes sur 10 ne fréquentent pas les spectacles professionnels payants, et encore plus n'assistent pas à des spectacles gratuits ou en amateur. Ces catégories ne sont pas étanches toutefois. Cette recherche le démontre bien puisqu'environ le quart de ce

« non-public » des spectacles tarifés se retrouve parfois à des spectacles professionnels gratuits et près du tiers à des spectacles amateurs. À mesure qu'ils vieillissent, les participants « non-publics » sont plus nombreux. Parmi les autres caractéristiques, mentionnons que le revenu moyen du « non-public » est moins élevé que celui du public des spectacles professionnels, de même que la scolarité.

Ces résultats sont similaires à ceux de nombreuses études qualitatives qui ont démontré que ce « non-public » exprime assez clairement des « intérêts culturels » différents. La culture, les habitudes et les valeurs de certains milieux légitiment la participation à certains événements et déconsidèrent la présence en certains lieux, tout autant qu'elles reconnaissent ou disqualifient l'appel à certaines motivations.

En outre, les contraintes de l'environnement, l'habitat, le niveau de vie, etc. sont des obstacles majeurs (par exemple, Lapointe, M-C. et J. Luckerhoff, 2021). Nous y reviendrons.

Quels publics pour quelles disciplines?

La richesse de ce sondage est aussi liée au fait que l'on peut en tirer le profil disciplinaire de la culture. Comme mentionné, 10 disciplines artistiques font ainsi l'objet d'analyses spécifiques. Il n'est pas possible de traiter ici de chacune d'elles, il faut s'en tenir à quelques constats généraux.

Sans surprise, les spectacles d'humour remportent la palme de la popularité (27 % de taux de participation), suivis des spectacles de chansons anglophones (21 %) et francophones (20 %), puis du théâtre (15 %). Les autres disciplines obtiennent des taux variant entre 5 % et 10 %.

Règle générale, on a affaire à un public plus jeune. Ce sont les spectacles de chansons anglophones qui attirent les populations les plus jeunes. La danse et la musique instrumentale attirent également un public légèrement plus jeune. Sans surprise, à quelques nuances près, le public des concerts classiques et du théâtre est un peu plus âgé. En général, on assiste à un seul, voire parfois deux

spectacles disciplinaires par année, mais le théâtre, au public plus âgé, et la chanson anglophone, au public plus jeune, recrutent les plus actifs en termes de nombre de spectacles.

Le rapport présente une section complète consacrée à la répartition géographique du public des arts de la scène. On doit ici se contenter de renvoyer à cette partie du rapport, en rappelant qu'il esquisse quelques constats déjà bien établis, dont la concentration de la participation culturelle dans les grandes régions urbaines de Montréal et Québec, celle de Montréal comptant à elle seule plus de la moitié des participants.

À la recherche de facteurs explicatifs

Le rapport permet de confirmer la diminution importante du public des arts de la scène, tous types de spectateurs confondus (occasionnels, passionnés, etc.) et pour toutes les disciplines sauf le cirque. L'ordre de grandeur est de -19 % pour l'assistance aux spectacles payants entre 2020 et 2023. Le rapport résume ainsi ces tendances : un décrochage accéléré du public plus âgé; une moindre présence des jeunes, particulièrement chez les hommes; une baisse plus accélérée dans la population féminine; une perte d'habitude de fréquentation des spectacles en raison de l'interruption prolongée des activités culturelles pendant la pandémie. On rappelle un certain nombre de facteurs explicatifs, dont les nouvelles habitudes nées ou accélérées pendant la pandémie, le télétravail, les rencontres virtuelles, etc.

Tout cela n'est pas sans affecter de manière significative la viabilité économique de nombreuses institutions culturelles. Ainsi, si les spectateurs occasionnels sont plus sensibles au prix des billets, il n'en va pas tout à fait de même pour les plus assidus, qui sont cependant de moins en moins nombreux. La sensibilité au prix du billet varie d'ailleurs fortement selon la discipline (le sondage indique que l'on est plus enclin à accepter les prix les plus élevés pour des spectacles de chansons anglophones, les moins élevés pour la danse et les variétés). À la limite, pour le public des institutions

culturelles, la variable économique accompagne certaines variables sociodémographiques plus lourdes, dont elle est en partie le reflet.

Ainsi, on a vu que d'autres variables influencent lourdement les pratiques culturelles, notamment l'âge, le sexe et le lieu de résidence. Le rapport évoque « le manque d'intérêt » et « le manque de temps », deux facteurs régulièrement soulignés dans les sondages. La plupart des grandes enquêtes, nationales ou internationales, reprennent de telles analyses. En raison de la forte dimension symbolique et émotive des activités culturelles, d'autres facteurs sont aussi en jeu.

Des variables sociodémographiques à géométrie variable

Il faut d'abord mentionner que cette enquête sur la fréquentation des arts de la scène porte sur un *échantillon* de pratiques culturelles. Le jeu des variables sociodémographiques n'est pas nécessairement du même ordre, par exemple dans le cas des habitudes de lecture, des pratiques culturelles en amateur, des choix musicaux ou de l'intérêt pour les loisirs numériques. C'est que l'on a affaire à un véritable kaléidoscope d'effets. Par exemple, le vieillissement de la population n'affecte pas à la même intensité les loisirs numériques et la fréquentation du théâtre. Les effets dits de genre sont plus ou moins prononcés selon l'âge et le type d'institution fréquentée et sont certainement corrélés à la présence généralisée des femmes sur le marché du travail, source évidente de contrainte dans leurs usages du temps. La présente enquête pointe l'ambiguïté du facteur économique. Et ainsi de suite. De sorte qu'au total, la *variance expliquée*, ou encore les corrélations statistiques sont généralement de faible ampleur, mais ces corrélations sont toujours présentes à des degrés variables et doivent être constamment rappelées.

Outre l'âge, dont les effets peuvent être soit positifs, soit négatifs selon les périodes, certains facteurs générationnels sont aussi en jeu. Par exemple, on a beaucoup insisté sur l'influence de la génération

des baby-boomers dans la montée de la participation culturelle dans la deuxième moitié du siècle dernier. Il semble bien que les générations suivantes aient adopté d'autres modes de vie et soient sensibles à d'autres pratiques, influençant à rebours les générations qui précèdent. La généralisation de la présence des femmes sur le marché du travail infléchit quelques écarts hommes-femmes autrefois omniprésents. L'effet toujours constant du niveau de scolarité sur la propension aux sorties culturelles ne s'exerce plus de la même manière, puisque les plus scolarisés d'aujourd'hui, sans nécessairement délaisser les lieux classiques de « culture savante », sont davantage éclectiques dans leurs choix et se retrouvent majoritairement dans la catégorie des « touche-à-tout » plutôt que dans des pratiques centrées sur une seule activité.

Manque de temps, manque d'intérêt

Outre les facteurs sociodémographiques bien étayés, la présente enquête, tout comme de nombreuses autres, rappelle un constat classique toujours observé : les absents évoquent le « manque d'intérêt », les participants le « manque de temps ». Les uns manifestent que leur champ d'intérêt ne coïncide pas avec une grande partie de l'offre culturelle : ils préfèrent autre chose, ou s'adonnent fréquemment avec intensité à une ou quelques activités spécifiques souvent en concurrence avec la consommation culturelle. D'autres se disent en manque de temps, car ils ne peuvent assouvir leurs passions culturelles. Dans les deux cas, les corrélations statistiques sont assez nettes.

Ce concept d'intérêt culturel de base renvoie à un aspect plus profond et plus difficile à cerner, soit une sorte de culture apprise propre aux divers milieux sociaux : les jeunes, les personnes âgées, les quartiers dits populaires, les classes plus scolarisées, les « classes moyennes », les régions manifestent plus que des particularités culturelles. On pourrait encore traduire ce phénomène par la notion de « modes de vie », c'est-à-dire une structuration plus ou moins complexe de valeurs, d'attitudes et de comportements, structuration en interaction étroite

avec certains déterminants sociodémographiques, mais jamais figée dans le temps et même sujette à des bouleversements majeurs.

Le mur du temps

Il s'exerce aussi une temporalité inhérente aux pratiques culturelles, qui s'applique d'ailleurs à la plupart des activités de loisir. Certaines activités se pratiquent dans le creux des disponibilités quotidiennes, d'autres nécessitent un temps long de planification, c'est qui est le cas de la plupart des « sorties culturelles ». Or au jeu du temps, il y a des inégalités liées également aux variables sociodémographiques. Une enquête récente de Statistique Canada a démontré que si le télétravail permet de récupérer environ une heure par jour de temps disponible, les activités de loisir y accaparent environ la moitié de ce gain quotidien, au premier chef non pas la fréquentation de spectacles, mais l'écoute de la télévision. Le rapport en fait mention explicitement.

C'est pourquoi, comme je l'expliquais, il importe de distinguer entre le *temps long* du loisir du *temps court* (voir *Bulletin 21*, no 16, 2024, cité dans la bibliographie). Les données indiquent très clairement que certaines catégories de population, même très occupées par de longues journées de travail, bénéficient généralement d'horaires flexibles, ont la possibilité de se constituer des « blocs de temps » à l'échelle de la semaine, du mois, voire de l'année, ce qui leur permet de planifier des activités de plus longue durée que la petite demi-heure quotidienne éventuellement gagnée grâce au télétravail.

Les travailleurs n'ayant pas cette possibilité, notamment ceux en travail posté (heures fixes de travail dans une usine, par exemple), ont plus de contraintes dans leur vie quotidienne, ne bénéficient pas d'horaires souples et ne peuvent pas troquer du temps de travail d'une semaine ou d'un mois à l'autre.

La montée des pratiques culturelles par médias interposés

L'enquête américaine menée en 2022 et citée dans la bibliographie (*National Endowment for the Arts*) indique que 69 % des Américains ont utilisé divers dispositifs médiatiques à des fins culturelles (littéralement, *participer à un événement culturel via une plateforme numérique*) et que 43 % ont assisté à une performance en direct (*live streamed performing arts events*). Autre indicateur de la même tendance, les enquêtes portant sur l'emploi du temps étayent la diminution importante du temps consacré à des sorties culturelles. Ce sont les activités numériques qui font en sorte qu'au total, le temps culturel quotidien se maintient après un long déclin au tournant du siècle dernier.

Il s'agit d'une donnée incontournable : l'essor de la participation culturelle par médias interposés, la médiatisation du champ culturel. D'autant plus que le numérique permet ce que l'on a appelé *l'individualisation des pratiques culturelles*, c'est-à-dire qu'il offre à chacun une très grande souplesse dans le choix des activités, le temps de consommation et le respect des intérêts culturels individuels. Les jeunes générations sont très sensibles à de tels aspects, y retrouvant ou y affirmant une partie d'eux-mêmes, le respect de leur sensibilité, voire la construction de leur identité personnelle.

Conclusion

Les grandes enquêtes de participation culturelle au Québec ont été réduites comme peau de chagrin depuis plusieurs décennies. Il faut saluer la réalisation de ces deux grandes études nationales sur la fréquentation des arts de la scène. On a peu parlé de l'enquête menée en 2020, l'histoire ne doit pas se répéter dans le cas de cette deuxième enquête, par-delà son contenu volumineux et peu invitant. On doit veiller à en diffuser soit les grands résultats, soit des constats plus spécifiques, selon les intérêts des institutions culturelles, et ce, par des communiqués, des séminaires et des conférences, s'adressant tant au grand public qu'aux étudiants, aux chercheurs et aux responsables des institutions culturelles.

Références

Saire, Pierre-Olivier (dir.), Morad Jeldi, George Krump, Rosaire Garon, Martin Tétu et Sophie Dubois Paradis (2024) « Étude des publics des arts de la scène au Québec – Seconde édition », étude réalisée par DAIGLE/SAIRE pour le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS), Montréal.

Autres références

Donnat, O. (2011). Pratiques culturelles, 1973-2008: Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales. *Culture études*, 117(7), 1-36.

Lapointe, M. C., & Luckerhoff, J. (2021). *Non-publics de la culture: Six institutions culturelles de la Mauricie à l'étude*. PUQ.

National Endowment for the Arts. (2022). *Arts Participation Patterns in 2022: Highlights from the Survey of Public Participation in the Arts*.

National Endowment for the Arts. (2023) *Online audiences for the arts programming: a survey of virtual participation amid Covid-19*.

Pronovost, G. (2024). Le télétravail rend-il plus heureux? Les paradoxes du temps libéré. *Bulletin de l'Observatoire québécois du loisir*, 21(16).