

# TERRITOIRES VISUELS

## TRADUIRE LE MONDE EN IMAGES



SOCIOLOGIE VISUELLE

ÉDITEURS  
Pierre Fraser  
Georges Vignaux

ÉDITIONS PHOTO|SOCIÉTÉ

NUMÉRO 1, SECONDE ÉDITION





Denis Harvey  
photographe

## **Centrale Outarde 1**

Date : 02 novembre 2019

Lieu : Chute-aux-Outardes (Côte-Nord, Québec)

Matériel : Nikon D7200

Ouverture : f/8

Vitesse : 1/125

ISO : 100

Distance focale : 28mm



[photosociete.com](http://photosociete.com)



▼ Les aires de jeux pour enfants se constituent à la fois comme repères, parcours, réseaux et territoires visuels







## **TERRITOIRES VISUELS** — 10

- [Territoires visuels](#)
- [Les repères visuels codifiés et normalisés](#)
- [Les repères visuels non codifiés et non normalisés](#)
- [Le choix des repères visuels](#)
- [Les repères visuels de type graffiti](#)
- [Franges visuelles](#)
- [Lieux-mouvements](#)



## **SOCIOLOGIE VISUELLE** — 35

- [Une sociologie qui se veut visuelle](#)
- [La photographie sociologique](#)
- [L'entretien photographique](#)
- [La recherche photographique](#)
- [La restitution des résultats](#)
- [La sociologie sur les images](#)
- [L'analyse de corpus visuels établis](#)



## **STATUTS VISUELS** — 51

- [Le présupposé de la sociologie visuelle](#)
- [Le statut global de l'image en sociologie visuelle](#)
- [Le statut particulier de l'image en sociologie visuelle](#)
- [La représentation du monde](#)
- [Traduire le monde en images](#)
- [Le visuel est partout](#)







## Comité de rédaction

---



**PIERRE FRASER — cofondateur de la revue**

Docteur en sociologie, diplômé de l'Université Laval. Sociocinéaste et photographe, à la retraite de l'enseignement depuis 2020, son principal champ de recherche est celui de la sociologie visuelle, incluant la sociologie photographique et la sociologie filmique, qu'il articule autour de l'utilisation de l'image pour représenter les réalités sociales.



**GEORGES VIGNAUX — cofondateur de la revue**

Docteur d'État de l'Université Paris 7. Philosophe, linguiste et logicien, son principal champ de recherche porte sur les phénomènes d'argumentation et de linguistique du discours, ainsi que sur la portée sociale et sémiotique de l'image.



**LYDIA ARSENAULT — coéditrice**

Sociologue, diplômée de l'Université Laval. Son principal champ de recherche porte tout particulièrement sur les phénomènes de discrimination et de stigmatisation sociales. Elle utilise également l'image comme outil d'illustration de la stratification sociale.



**OLIVIER BERNARD — coéditeur**

Docteur en sociologie, diplômé de l'Université Laval. Le corps en action et le corps en mouvement ainsi que ses représentations iconiques dans la sphère publique orientent ses recherches qui mettent en lumière ce qui norme le corps. Il est également directeur de la collection « Arts martiaux » aux Presses de l'Université Laval.



▼ L'art urbain, un ensemble de repères visuels qui déstabilisent l'environnement visuel immédiat



© Pierre Fraser, 2018 (Parc de la Pointe aux lièvres, Québec)





# TERRITOIRES VISUELS

- [Territoires visuels](#)
- [Les repères visuels codifiés et normalisés](#)
- [Les repères visuels non codifiés et non normalisés](#)
- [Le choix des repères visuels](#)
- [Les repères visuels de type graffiti](#)
- [Franges visuelles](#)
- [Lieux-mouvements](#)





Denis Harvey



## **Tempête**

Date : 27 janvier 2017

Lieu : Ragueneau (Côte-Nord)

Matériel : Nikon D7100

Ouverture : f/22

Vitesse : 1 sec.

ISO : 125

Distance Focale : 28 mm



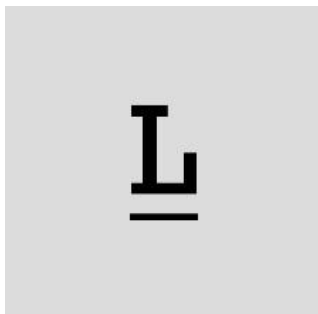


Georges Vignaux



Pierre Fraser

## Territoires visuels



**La notion de territoire visuel** se veut avant tout un dispositif permettant d'analyser les images fixes, éventuellement les images animées. Nous avons pour idée que si le rôle de la sociologie visuelle est de se cantonner à ne présenter que des images pour traduire certaines réalités sociales, elle est forcément un sous-produit de la méthode sociologique et ne peut alors prétendre à son autonomie en tant que discipline à part entière. Auquel cas, si la

sociologie visuelle ne doit être qu'une réplique du photojournalisme ou du documentaire photographique, certaines des célèbres photographies d'Henri Cartier-Bresson peuvent très bien faire l'affaire. En revanche, si une grille d'analyse permet de qualifier ce qui constitue le visuel, tout comme de comprendre comment le visuel s'inscrit dans un territoire et dans le social, il devient dès lors possible de procéder à des analyses sociologiques qui produisent de la connaissance où se conjuguent la construction de l'objet, le travail de terrain et les outils méthodologiques. Ce faisant, il devient possible de traiter l'image comme un modèle d'expression, de communication, de monstration et de démonstration, en somme, un outil qui rassemble les trois principes fondamentaux d'une analyse sociologique : la description, la recherche des contextes, l'interprétation. Pour y parvenir, nous proposons sept concepts clés.

### Repère visuel

**1.** Le repère visuel possède quatre **propriétés** distinctives : la **visibilité** (physique, historique, morphologique), la **pertinence** pour l'action (gare routière, carrefour, centre commercial, etc.), la **distinctivité** (impossible de le confondre avec un autre), la **disponibilité** (stabilité relativement pérenne dans son environnement). **2.** Le repère visuel possède quatre **fonctions** précises : **signaler** en vue de l'accomplissement d'actions ou suggérant l'opportunité d'actions ; **localiser** d'autres repères visuels qui doivent déclencher une action (le repère visuel est élément de réseau) ; **confirmer** qu'un individu est au bon endroit (positionnement précis sur un territoire) ; **combler** certaines attentes (art, commerce, divertissement, finance, spiritualité, etc.). **3.** Le repère visuel s'inscrit à l'intérieur de deux **dimensions** précises : **le fonctionnel**, c'est-à-dire comment les réseaux travaillent le territoire et réciproquement et comment le territoire sollicite un ou des réseaux, voire hypothétiques ; **le cognitif**, c'est-à-dire les ancrages (repères) dans la ville, les systèmes de repérage pour le



déplacement (parcours), schémas mentaux pour le parcours à pied, en voiture, etc., et qui constituent effectivement des réseaux d'appropriation locale ou globale de l'espace (territoire). **4.** Le repère visuel participe à la **normalisation** des comportements, conduites, jugements, attitudes, opinions, croyances, et différencie ce qu'il convient de faire par rapport à la norme dominante.

### **Parcours visuel**

**1.** Un parcours visuel est constitué de repères visuels propres à certains espaces clairement délimités (l'espace et le territoire, le tangible) **2.** Un parcours visuel forme des parcours de déplacements orientés dans telle ou telle direction en fonction de l'espace dans lequel il s'inscrit (les lieux où se concentrent les dimensions physiques perceptibles).

### **Réseau visuel**

**1.** Un réseau visuel est constitué de repères visuels propres à certains réseaux sociaux (le social et le sociétal, l'intangible) permettant leur identification et leur localisation dans le but de déclencher une action ou une opportunité d'actions. **2.** Un réseau visuel forme des parcours sociaux pour certaines classes sociales ou communautés, et détermine d'autant certaines attitudes et comportements (les lieux où se concentrent les dimensions symboliques perceptibles).

### **Frontière visuelle**

Une frontière visuelle est avant tout une limite physique. Elle circonscrit et délimite un territoire visuel, généralement représentée par un bâtiment, une voie de chemin de fer, une autoroute, un boisé, une falaise, une muraille, etc. Les frontières visuelles articulent les micros-territoires de la ville. Ici, Les délimitations physiques se donnant comme repères visuels deviennent supports de faisceaux de lectures sociales et par suite de frontières immatérielles symboliques.

### **Frange visuelle**

Une frange visuelle prend généralement la forme d'un terrain en friche ou d'un bâtiment à l'abandon. Ses limites sont à la fois précises et imprécises. Précises, dans le sens où elles sont géographiquement circonscrites. Imprécises, dans le sens où elles ne sont pas tout à fait socialement circonscrites, c'est-à-dire dont la fonction sociale n'est pas clairement déterminée.

### **Lieu-mouvements**

Un lieu-mouvements est un espace au sens fort de la plénitude sociale et se constitue comme lieu de connectivités concrètes et symboliques. Ces



connectivités résident autant dans les pratiques de cet espace que dans les différents plans de lectures cognitives et symboliques que cet espace favorisera à travers ses repères, ses parcours et des réseaux. Cela prend forme d'ancrages concrets dans l'espace social : types de publics et d'habitants, stratégies d'adaptation et d'appropriation, interactions entre commerces, services et opportunités variées, flux de circulation.

## **Territoire visuel**

**1.** Un territoire visuel est avant tout géographiquement délimité : il correspond généralement à un quartier ou à des aires aux propriétés et caractéristiques visuelles similaires. **2.** Un territoire visuel se positionne par rapport à l'espace territorial global sous forme de filtres superposés spécifiques ou généraux, inclusifs ou exclusifs. **3.** Un territoire visuel est essentiellement composé de réseaux visuels (le social et le sociétal, l'intangible) et de parcours visuels (l'espace et le territoire, le tangible) que construisent certains types de repères visuels. **4.** Un territoire visuel est socialement identifiable et interprétable par ceux qui l'habitent.

Concrètement, nous faisons de la notion de repère visuel l'unité minimale constituante d'un territoire visuel, ce qui permet de construire des réseaux visuels (le social et le sociétal) et des parcours visuels (l'espace et le territoire) eux-mêmes constitués de franges visuelles, de frontières visuelles et de lieux-mouvements qui les caractérisent et les délimitent. En fait, la ville comme macroterritoire se fragmente ainsi en une multitude de microterritoires (quartiers, espaces publics dédiés, bâtiments) possédant leurs propres repères, réseaux et parcours visuels. Tout cela suppose des réseaux et des parcours jalonnés de repères visuels qui renvoient à des pratiques sociales spécifiques et différenciées.

Dans un quartier en processus d'embourgeoisement ou déjà embourgeoisé, en matière de parcours visuel (l'espace et le territoire), tout l'espace physique est structuré autour de repères visuels destinés à signaler l'embourgeoisement progressif du quartier par un aménagement spécifique, depuis le type de mobilier urbain, en passant par la conservation de bâtiments âgés bien entretenus, jusqu'aux commerces de proximité destinés à une clientèle favorisée côtoyant des services d'aide sociale destinés à une clientèle moins nantie. Ici, réseaux visuels et parcours visuels se superposent, constitués de plusieurs couches de représentations sociales que rend directement accessible la photographie. Autrement, les innombrables repères visuels disséminés partout dans un tel type de quartier circonscrivent un territoire social invisible sous-jacent (le social et le sociétal), en épaisseur, qui se superpose à l'espace géographique, d'où des repères, des parcours, des réseaux, des frontières, des lieux-mouvements et des franges qui régissent la vie sociale dans son ensemble.



La photo ci-dessous rend particulièrement compte de l'idée voulant que réseaux visuels et parcours visuels, dans les quartiers embourgeoisés, se superposent, et qu'ils sont constitués de plusieurs couches de représentations sociales.

▼ Personne défavorisé circulant dans la portion embourgeoisée du quartier Saint-Roch de Québec



© Pierre Fraser, 2016

Dans les portions embourgeoisées d'un quartier, la mixité sociale se manifeste par différents repères visuels. D'une part, l'aménagement urbain est pensé en fonction de résidents enclins à adopter des valeurs environnementalistes, d'équité sociale, d'alimentation bio, et de mobilité active. D'autre part, les personnes défavorisées, qui habitent les portions non encore embourgeoisées du quartier, sont « tolérées » dans cet espace visuel ; elles peuvent circuler librement en autant qu'elles se fassent discrètes, qu'elles se fondent dans le décor en quelque sorte. Donc, si on part de l'idée qu'un parcours visuel est constitué de repères visuels propres à certains espaces clairement délimités (l'espace et le territoire = le tangible), les portions embourgeoisées d'un quartier répondent fort bien à ce critère. On peut également considérer que les portions embourgeoisées d'un quartier forment des parcours de déplacements orientés dans telle ou telle direction en fonction de l'espace dans lequel elles s'inscrivent (les lieux où se concentre les dimensions physiques perceptibles). À cet égard, le résident d'un quartier embourgeoisé a accès à un ensemble de services qui, par leurs factures visuelles respectives, lui signale qu'il peut accomplir



certaines actions, qu'il peut localiser d'autres repères visuels qui doivent déclencher d'autres opportunités d'actions, tout en lui confirmant qu'il est au bon endroit, afin de combler certaines attentes liées à la vision du monde de son groupe d'appartenance.

En se référant à la photo de la page précédente, la personne défavorisée qui circule sur le trottoir où sont alignées, à droite de celui-ci, les chaises de différents bistros et restaurants, montre bien la dimension sociale et sociétale de la portion embourgeoisée du quartier. Ici, c'est bien l'intangible qui se manifeste où se superposent des statuts sociaux différenciés, formant des parcours sociaux, d'une part, pour une classe sociale favorisée, et excluant, d'autre part, la classe sociale défavorisée de ces mêmes parcours sociaux ; les attitudes et comportements deviennent donc tributaires des parcours et réseaux visuels inscrits dans la portion embourgeoisée du quartier.

▼ L'itinérant qui quémande un repas, quartier St-Roch, Québec



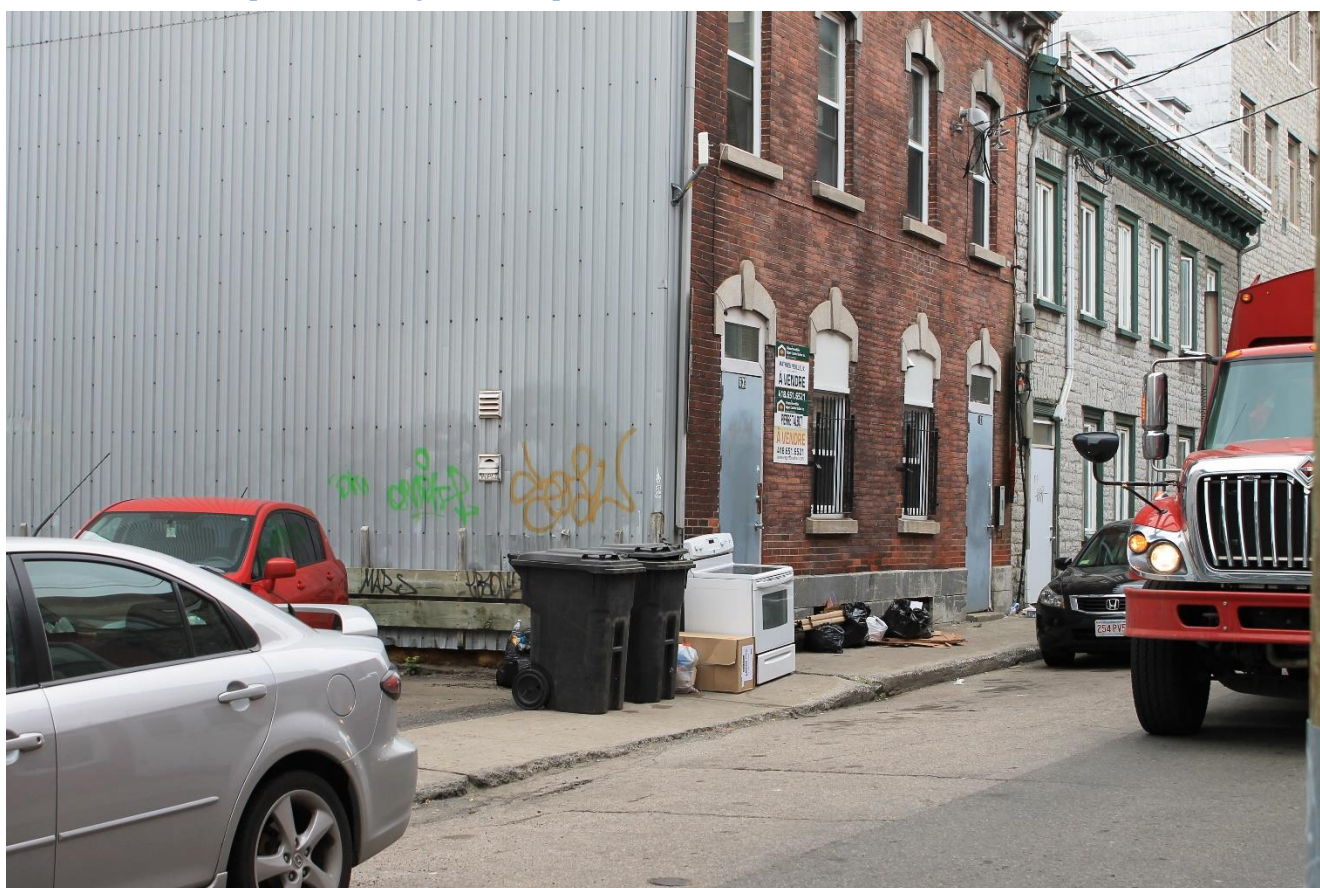
© Pierre Fraser, 2016

La photo ci-dessus, prise par Pierre Fraser, est représentative de cette superposition de repères, de parcours et de réseaux visuels. Cet homme, visiblement itinérant, accompagné de son chien, demande à l'homme assis à la table s'il accepterait de lui offrir un repas. L'homme assis à la table, qui consulte son téléphone, ne lui répond pas immédiatement. En fait, il mettra environ trente secondes avant de répondre et lui paiera finalement le



repas en question<sup>1</sup>. Donc, si un territoire visuel est bel et bien constitué de parcours visuels (espace et territoire, le tangible) et de réseaux visuels (social et sociétal, l'intangible), ceux-ci doivent être visibles et se manifester de différentes façons, et cette photo en témoigne tout particulièrement. On y retrouve donc là le *social*, c'est-à-dire l'ensemble des rapports que l'itinérant est susceptible d'entretenir avec les autres membres du quartier, qu'ils soient ou non économiquement favorisés, et le *sociétal*, c'est-à-dire les différents aspects de la vie sociale de cet itinérant par rapport au quartier dans lequel il habite. En fait, il est généralement admis qu'un quartier embourgeoisé se doit de favoriser une certaine mixité sociale, à savoir, la solidarité sociale à l'échelle du quartier, la promotion de l'égalité des chances, et ce, dans une optique de réduction des inégalités sociales et le droit au maintien des gens moins favorisés dans leur milieu de vie<sup>2</sup>. Cette mixité sociale est par la force des choses réseau visuel, car se superposent à la fois le réseau visuel de la favorisation et celui de la défavorisation qui chacun possèdent leurs propres repères visuels.

▼ À deux rues de la partie embourgeoisée du quartier Saint-Roch, Québec



© Pierre Fraser, 2014

<sup>1</sup> Propos rapportés par le sociologue Pierre Fraser.

<sup>2</sup> Dansereau, F., Charbonneau, S., Morin, R. et al. (2002), *La mixité sociale en habitation*, Rapport de recherche réalisé pour le Service de l'habitation de la Ville de Montréal, p. 111.



Toutefois, comme le dépeint la photo précédente, si le droit au maintien de gens moins favorisés dans leur milieu de vie fait partie intégrante du concept d'embourgeoisement, il n'en reste pas moins que les repères visuels de la portion embourgeoisée et de la portion non embourgeoisée sont fort différents. À ce titre, les repères visuels de cette partie du quartier ne reflètent en rien l'embourgeoisement : l'état du bâtiment, les graffiti, les barreaux dans les fenêtres, et les déchets qui s'accumulent depuis trois jours, en témoignent. Cette morphologie visuelle du quartier, celle des vieux quartiers centraux, renvoie au critère de visibilité d'un repère visuel, à savoir qu'il est avant tout physique, par le seul état des bâtiments, et qu'il est aussi historique, car le quartier Saint-Roch a été l'un des grands quartiers ouvriers de la ville de Québec.

À partir de cette brève présentation, on peut dire que la portion embourgeoisée d'un quartier est bel et bien un territoire visuel géographiquement délimité : il possède des caractéristiques visuelles qui lui sont propres. De plus, il se positionne par rapport à l'espace territorial global de la ville sous forme de filtres superposés spécifiques ou généraux, inclusifs ou exclusifs. Finalement, comme il est essentiellement composé de réseaux visuels (le social et le sociétal, l'intangible) et de parcours visuels (l'espace et le territoire, le tangible) que construisent certains types de repères visuels, ce type de territoire visuel est socialement identifiable et interprétable par ceux qui l'habitent.

Le défi pour le sociologue-photographe est bien de parvenir à « saisir » le territoire visuel dans lequel il évolue, afin d'en faire ressortir à la fois les parcours visuels (le tangible) et les réseaux visuels (l'intangible) qui le traversent et le constituent. C'est donc à un exercice à la fois pratique et théorique que nous convions le lecteur. À la fin de celui-ci, chaque lecteur intéressé par une pratique sociale de la photographie devrait être en mesure d'articuler sa réflexion autour des sept concepts ici présentés.













Denis Harvey



## Feux rouges

Date : 4 septembre 2017

Lieu : Baie-Comeau (Côte-Nord), Québec

Matériel : Nikon D7100

Ouverture : f/22

Vitesse : 1/60

ISO : 100

Distance Focale : 90 mm

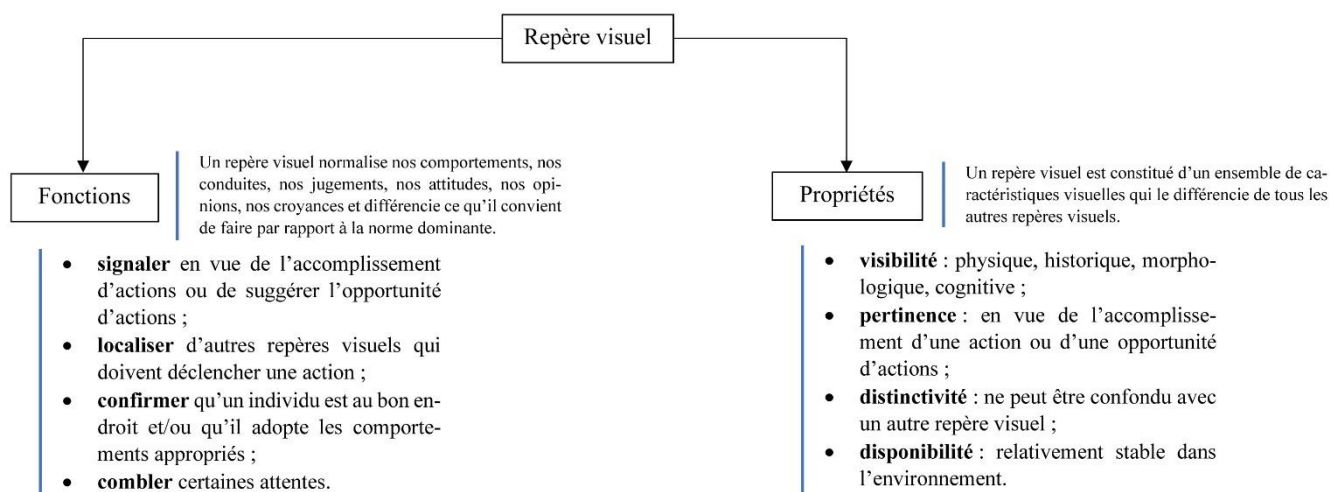


# REPÈRES VISUELS

*Un repère visuel est constitué d'un ensemble de caractéristiques visuelles (le morphologique) qui le différencie de tous les autres repères visuels. Il normalise nos comportements, nos conduites, nos jugements, nos attitudes, nos opinions, nos croyances et différencie ce qu'il convient de faire par rapport à la norme dominante.*

## Les 4 propriétés d'un repère visuel

- visibilité : caractéristiques morphologiques ;
- distinctivité : il ne peut le confondre avec un autre ;
- pertinence : ce à quoi il sert ;
- disponibilité : stabilité dans l'environnement.



Presque tout, dans notre environnement, est repère visuel. Qu'il s'agisse des objets utilitaires du quotidien, des vêtements, du mobilier urbain, de l'architecture — lieux d'habitation, de culture, de culte, de commerce, de festivités, de production industrielle, de restauration, de santé, de scolarisation, de tourisme —, en passant par les moyens de déplacement et la signalisation qui les accompagnent, jusqu'à la représentation symbolique des missions régaliennes de l'État, tout est visuel. De l'extérieur, on différencie l'hôpital du palais de justice par sa configuration architecturale. De l'intérieur, le décorum de l'hôpital se différencie totalement de celui du palais de justice : le personnel médical est vêtu de façon à signaler la prestation de soins — sarrau blanc, stéthoscope, masque de procédure — alors que le personnel judiciaire est vêtu de façon à signaler la prestation de prescriptions légales — policiers en uniforme et armés, agents de sécurité en uniforme, avocats et juges portant la toge. Il est impossible de confondre un hôpital avec un palais de justice, tout comme il est impossible de confondre un restaurant avec une quincaillerie. Cette impossibilité de confusion des genres visuels est liée au fait que chaque lieu possède ses propres repères visuels qui sont eux-mêmes liés à des codes visuels spécifiques. Ses codes visuels sont enchâssés dans la fonction à laquelle ils sont dédié — **le morphologique**. Par exemple, le



cardiomètre ne peut être confondu avec le marteau du juge, ni le pain acheté à l'épicerie avec le flacon d'aspirine — **la distinctivité**. Alors que la seringue a pour fonction d'injecter un quelconque liquide dans le corps dans le but de délivrer un traitement, la borne de recharge sert à recharger un véhicule électrique — **la pertinence**. Dans un hôpital on retrouvera tout le matériel médical nécessaire pour dispenser des soins de santé, alors que dans une église on retrouvera tous les objets servant à la dispensation du culte — **la disponibilité**. En somme, la visibilité d'un repère visuel tient par sa morphologie, sa distinctivité, sa pertinence et sa disponibilité. En ce sens, photographier un milieu de vie, c'est avant tout être en mesure de reconnaître les repères visuels qui le constituent. En fait, l'environnement urbain et rural est constitué de repères visuels qui tracent des parcours à la fois géographiques et sociaux. Ces parcours s'inscrivent par la suite dans des territoires, eux aussi, à la fois géographiquement et socialement délimités. Par exemple, chaque quartier, qu'il soit favorisé ou défavorisé, possède certains repères visuels qui lui sont propres. Ce qui vaut dans un quartier ne vaut pas nécessairement dans l'autre ; on ne retrouvera pas dans un quartier cossu des murs ou des infrastructures graffités, alors qu'on en retrouvera plusieurs dans les quartiers centraux.

## Les 4 fonctions d'un repère visuel

- signaler en vue de l'accomplissement d'actions ou suggérant l'opportunité d'actions ;
- localiser d'autres repères qui doivent déclencher une action (le repère est élément de réseau) ;
- confirmer qu'un individu est au bon endroit et/ou qu'il adopte les comportements appropriés ;
- combler certaines attentes.

Chaque repère visuel signale l'accomplissement d'actions ou suggérant l'opportunité d'actions. Par exemple, fréquenter un supermarché ou un marché public versus une banque alimentaire sont deux expériences fort différentes même si la finalité relève de la même logique : s'alimenter. Aux fins de ma démonstration je mettrai en opposition un marché public (marché du Vieux-Port de Québec) et une banque alimentaire (La Bouchée Généreuse, quartier Limoilou, Québec).

La disposition d'un marché public doit répondre à une seule contrainte : rendre accessibles le plus facilement possible les produits à vendre — signaler, localiser, confirmer. Chaque commerçant dispose dès lors d'un espace qu'il loue, qui lui est attribué et qu'il peut aménager à sa guise, tout en respectant les règles édictées par le propriétaire des lieux. Certains commerçants, un peu plus fortunés, louent des espaces qu'ils configurent un peu comme une boutique, avec une porte d'entrée, d'où parfois l'impression d'être confronté à une consommation structurée et organisée, alors que le client cherche avant tout une « expérience » d'authenticité et de contact direct avec le vendeur et/ou le producteur. La configuration de vente, quant à elle, est classique : un ou des présentoirs sur lesquels sont déposés et alignés les produits à vendre. Pour le reste, il en va de la créativité du commerçant pour mettre en valeur sa marchandise. Et cette créativité se décline de plusieurs façons.



▼ Une présentation qui relève de la rusticité et de la simplicité afin de combler certaines attentes



La présentation (photo de la page précédente) renvoie directement à la notion de terroir avec son côté rustique — confirmer ce à quoi s’attend le consommateur. Et cette créativité se décline de plusieurs façons. La présentation (photo de la page suivante) renvoie directement à la notion de terroir avec son côté rustique. Tout compose la rusticité, l’authenticité et le terroir dans cette présentation — confirmer les attentes du client — : le panneau routier signale une route rurale : c’est l’appel de la campagne et de ses valeurs proches de la nature, le terroir ; des produits à saveur d’érable — du pain, des biscuits, des galettes, du maïs soufflé, des noix —, le sirop d’érable ne pouvant qu’être produit qu’en forêt dans une érablière ; le panier d’osier, typique de la ruralité et d’une époque où le pain fait et cuit à la maison signalait une nourriture simple et abordable ; la vieille boîte de bois à la couleur chaude rappelle, pour les consommateurs d’un certain âge, l’enfance — pour les autres, elle renvoie à toute cette notion d’une époque où les objets usuels étaient plus simples, non encore dévoyés par une technologie qui s’inscrit dans tout et partout ; sur la gauche, la bûche de bois à la couleur chaude ; les bûches en arrière-plan ; la vieille tasse ; le produit vendu, c’est-à-dire du sucre d’érable décliné en produits de toutes sortes.





J'attire l'attention du lecteur sur le fait que sept éléments bien distincts de ces deux photos structurent cette vision du produit renvoyant à l'authenticité et au terroir : le panneau routier ; le vieux bois dont est fait le présentoir et le mur arrière ; les paniers d'osier ; les vieilles boîtes de bois à la couleur chaude ; les bûches en arrière-plan ; la vieille tasse ; le produit vendu : du sucre d'érable décliné en produits de toutes sortes. À la gauche de ces deux, comme le montre la photo de la page suivante, le commerçant a su décliner le sirop d'érable en un foisonnant assortiment de produits : caramel à l'érable ; confit d'oignon au sirop d'érable ; gelée au sirop d'érable ; moutarde à l'érable ; vinaigre d'érable ; pain de sucre à l'érable ; sauce BBQ à l'érable ; vinaigrette à l'érable. Non seulement toute saveur sucrée est-elle indissolublement liée au plaisir — la chose a un ancrage biologique innée —, mais les recherches scientifiques en nutraceutique ont démontré que le sirop d'érable est très riche en antioxydants. Donc, pourquoi ne pas se sucrer le bec tout en bénéficiant de certains avantages pour la santé ? On élimine ainsi la culpabilité de la calorie.



▼ Les produits déclinés sous différentes formes constituent autant de repères visuels



La banque alimentaire, tout comme le marché public, est confrontée à une seule et même contrainte : rendre accessibles le plus facilement possible les produits offerts gratuitement — signaler, localiser, confirmer. Cependant, il y a une différence, et cette différence est majeure : alors que le commerçant du marché public joue d'ingéniosité dans la mise en valeur de ses produits pour attirer le consommateur, la banque alimentaire n'a pas à se préoccuper de cette portion de la transaction commerciale : les produits sont disposés pêle-mêle sur des tables alignées les unes à la suite des autres — signaler autrement. Il s'agit de mettre en place un circuit de denrées et de produits, un peu comme à la cafétéria, où le bénéficiaire se sert à la carte à travers une offre souvent fort limitée de produits. À ce titre, la photo de la page suivante, est éloquent quant à l'aménagement du local de cette banque alimentaire. Comme il s'agit de l'entrepôt d'un ancien commerce de produits sanitaires, les lieux sont restés en l'état. Aucun aménagement particulier n'y a été fait pour agrémenter l'espace, sans compter que, en dehors du jeudi de chaque semaine, cette portion de l'entrepôt est dédiée au transit des marchandises livrées. Ce n'est que le jeudi matin venu que l'espace est réorganisé de façon à accueillir les bénéficiaires de 13 h jusqu'à 17 h. En somme, l'apparence générale des lieux ne paie pas de mine. D'une part, le côté léché d'un marché public pour séduire une clientèle qui a de l'argent à dépenser, d'autre part, le côté banal et ordinaire d'une banque alimentaire pour simplement distribuer des denrées alimentaires et autres produits de toutes sortes. Il ne faut surtout pas voir là une logique binaire, mais bien la mise en opposition de deux aménagements dont la finalité est la même, à savoir nourrir des gens. Ces deux aménagements se situent dans une logique commerciale différente, mais ne peuvent échapper au fait que le repère visuel que constitue chacun des produits n'est pas cadré dans un étal comme il le serait dans un marché public ou un supermarché. Même si une bouteille de ketchup reste une bouteille de ketchup et que sa morphologie visuelle



n'est en rien altérée, qu'elle soit située sur l'étal d'un supermarché ou sur la table d'une banque alimentaire, il n'en reste pas moins qu'elle sollicite deux réseaux visuels différents sur le plan social et sociétal.

▼ Les tables, disposées en rectangle, permettent de réguler le flux des bénéficiaires qui se serviront



La photo ci-dessus et celle de la page suivante révèlent aussi une autre logique qui est la même qui prévaut autant pour les commerçants du marché public, que d'une épicerie, que d'un supermarché ou d'une banque alimentaire : l'approvisionnement des produits (achat, dons, collecte) ; le transport des denrées à différents stades d'acheminement, par des prestataires ou les associations caritatives elles-mêmes ; l'entreposage des denrées ; la manutention et la préparation des commandes et des lots à distribuer ; la distribution des produits alimentaires aux bénéficiaires par les organismes caritatifs. Pour une banque alimentaire, le défi est d'autant plus grand, car la plupart de ces étapes sont assurées par des bénévoles, et surtout par le fait que, par la variété des produits distribués (épicerie, surgelés, réfrigérés), et notamment au caractère périssable, voire parfois très périssable des produits, et par la nature même du public qui bénéficie de l'aide alimentaire, il est indispensable d'assurer la sécurité des aliments à chaque étape de la filière. Autrement dit, la banque alimentaire ne peut se soustraire à l'exigence de salubrité des aliments. La logique de présentation des produits, dans une banque alimentaire, n'a pas à entrer dans une démarche commerciale de mise en valeur de ceux-ci. Le bénéficiaire n'est pas là pour acheter un produit en fonction de ses préférences, mais il est bien là pour combler un besoin aussi fondamental que celui de se nourrir. Certes, le bénéficiaire a la possibilité de choisir les produits qu'il préfère consommer, mais cette possibilité est d'autant limitée que le choix de produits offerts est lui-même limité. Conséquemment, comme le soulignait un bénéficiaire, « *On prend ce qu'il y a et on fait pas trop la fine gueule...* ».



▼ Les produits sont présentés pêle-mêle



Si, dans un supermarché ou un marché public il y a des vendeurs et clients, dans une banque alimentaire il y a des bénévoles et des bénéficiaires. Tout comme le vendeur dans un marché public, le bénévole est avant tout dans une démarche de proximité avec le bénéficiaire. Le lieu de prestation de services (vente ou don de produits alimentaires) change donc le rôle social des différents intervenants. Si le vendeur est vêtu de façon à paraître sous son meilleur jour pour le consommateur, le bénévole n'est en rien soumis à cette exigence envers le bénéficiaire — un bénévole trop bien vêtu pourrait paraître suspect aux yeux d'un bénéficiaire. Ici, le rôle social tenu en fonction du lieu de prestation exige des repères visuels vestimentaires différenciés afin de rejoindre le client ou le bénéficiaire. Autrement, la proximité des produits offerts est exactement la même dans un marché public ou une banque alimentaire, c'est-à-dire directement accessibles au client ou au bénéficiaire, à la différence près que le client se sert lui-même en fonction du budget dont il dispose, alors que le bénéficiaire est servi par un bénévole qui contrôle le flux des produits donnés.

Le papier toilette (France), ou papier de toilette (Québec), papier cul ou papier hygiénique, peu importe le nom qui lui est donné, est un produit de consommation si courant et si ancré dans nos pratiques d'hygiène depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale qu'il viendrait rarement à l'esprit de quelqu'un de pouvoir s'en passer. Considéré comme un produit de luxe au début du XX<sup>e</sup> siècle (le papier journal servait souvent d'expédient), il a rapidement été adopté par toutes les classes sociales.



▼ La distribution du papier toilette dans une banque alimentaire



Là où le bât blesse, c'est que ce produit, élément de base d'une hygiène personnelle, à l'utilisation plus qu'intime, n'est parfois pas accessible à tous les citoyens. Dans la plupart des banques alimentaires, le papier toilette est un produit très en demande. Pour avoir discuté avec des gens qui fréquentent les banques alimentaires, quelques-uns m'ont précisé que, les premières fois, lorsqu'ils en demandaient, ils éprouvaient une profonde gêne, et certains m'ont même parlé d'humiliation. Mais tous m'ont précisé qu'après un certain temps, cette gêne faisait place à une simple réflexion qui se résume comme suit : « *J'en ai besoin...* ». La photo ci-dessus dépeint très bien cette situation. L'homme que vous voyez, bénévole de la banque alimentaire *La Bouchée Généreuse* (Québec, quartier Limoilou), distribue de façon parcimonieuse les rouleaux de papier toilette. Remarquez que ces rouleaux ne sont pas dans des emballages : ici, pas question de laisser les gens partir avec un emballage complet. Remarquez que l'homme distribue également des craquelins. En fait, s'il a des craquelins à distribuer, c'est que la semaine où cette photo a été prise, il n'y avait pas assez de rouleaux pour occuper tout l'espace de la table. Il s'agit là d'une réalité des banques alimentaires : la disponibilité de tel ou tel produit varie énormément d'une semaine à l'autre. Certains bénéficiaires de cette banque alimentaire, vers 15 h, sont repartis sans rouleaux de papier toilette, alors qu'ils étaient venus en chercher. Certains bénéficiaires ont compris qu'il fallait arriver très tôt pour faire la file, alors que la distribution commence à 13 h. C'est le prix à payer pour accéder à une plus grande diversité de produits quand on est défavorisé. Finalement, dites-vous que certaines personnes utiliseront un autre moyen pour s'essuyer l'anus après avoir déféqué, le produit de remplacement le plus utilisé étant les circulaires publicitaires distribués chaque mercredi. C'est aussi ça, entre autres, la réalité de la défavorisation.



▼ Les boîtes de biscuits soda quasi épuisées, on les remplace par des flacons de vinaigrette



Le sociologue Herbert Marcuse soulignait que des mots disparaissent pour critiquer efficacement le capitalisme et le penser négativement, au profit d'autres mots — concepts opérationnels — qui permettent de penser positivement le capitalisme, c'est-à-dire des mots destinés à agir et non à penser la réalité sociale. Par exemple, jusqu'à ce qu'on remplace le mot *pauvre* par le mot *défavorisé*, il était possible de penser le pauvre comme un individu *exploité* par le capitalisme. Conséquemment, s'il y avait un exploité, c'est forcément qu'il devait y avoir un *exploiteur*, et cet *exploité*, par la force des choses, était pris dans un processus qui le rendait *pauvre*. Toutefois, en changeant le mot *pauvre* pour le mot *défavorisé*, c'est toujours le même individu, mais il n'aurait pas eu de chance dans la vie. C'est donc un état que d'être défavorisé et non un processus. Pour autant, que l'individu soit pauvre ou défavorisé, il n'en reste pas moins que ses repères visuels n'ont en rien changé, qu'il s'agisse de ses vêtements, de sa posture corporelle, des endroits et des gens qu'il fréquente, de son milieu d'habitation.



▼ Un choix restreint d'aliments disponibles à la banque alimentaire, ne choisir que ce qui est disponible







## Les repères visuels codifiés et normalisés

La signalisation est aussi repère visuel : elle indique des parcours, affiche ce qui est permis ou interdit comme comportements, mais elle est aussi porteuse des valeurs sociales dominantes d'une époque donnée. Une promenade dans un boisé urbain est particulièrement instructive en ce sens. Le 11 juin 2015, au Parc de L'Escarpeement (Québec), j'ai pris plus de 120 photos et une constante est ressortie : discrètement intégrée à la forêt, une signalisation efficace (**repères**) permet non seulement au marcheur de se positionner et de savoir où il est rendu (**parcours**), mais aussi de savoir ce qui lui est soit permis ou interdit d'adopter comme comportement dans ce lieu destiné à la fréquentation publique. L'ensemble des parcours dessinés dans ce boisé urbain par les repères que fournit la signalisation délimite un **territoire** à la fois social et géographique. Territoire social, dans le sens où il est destiné à la marche, à l'apaisement dans et par la nature, au maintien de la forme par une activité physique, à la socialisation par des rencontres (jeux pour enfants et adultes). Territoire géographique, dans le sens où il est délimité au nord par le boulevard de la Morille, au sud par le boulevard Lebourgneuf, à l'ouest par la rue Des Brumes, à l'est par la rue Des Gradins. La signalisation disséminée dans le Parc de l'Escarpeement répond effectivement aux quatre critères d'un repère visuel. À noter que, en pleine forêt, hors de la ville, ces panneaux de signalisation sont absents ; il semblerait que dans les limites de la ville, il soit nécessaire de tenir informer le citoyen de sa position géographique et de ses obligations visant le vivre ensemble, alors que dans la forêt, il semble que le citoyen redevient un individu qui assume ses responsabilités face à la nature sans qu'il soit nécessaire de lui souligner.

▼ Signaler un territoire géographique c'est aussi signaler le territoire social qui l'habite





▼ La signalisation indique des parcours, affiche ce qui est permis ou interdit comme comportements







## La signalisation comme repère visuel

Si la **signalisation** est destinée à fournir des renseignements d'un ordre particulier, à prévenir, à réguler les comportements dans les milieux où vivent les gens, elle véhicule aussi les valeurs culturelles dominantes. À ce titre, les deux photos que voici se calent dans la logique de la distinctivité du repère. La première signale le bon comportement à adopter pour la salubrité des lieux — ramasser les excréments de son chien. Tout comme en milieu urbain, la ville de Québec, pour des considérations à la fois hygiéniques et de vivre ensemble, recommande fortement à tout randonneur accompagné de son chien de prendre les moyens nécessaires pour ramasser ses excréments. D'ailleurs, l'affiche représente un homme muni d'un sac de plastique dans lequel seront déposées les excréments de l'animal. Il est également souligné sur cette affiche de rapporter tous les déchets (valeurs écologiques). Mais plus encore, ce renforcement soulignant de ramasser les excréments est présent sur une multitude de panneaux indiquant des parcours (induire un comportement).

▼ La signalisation a valeur de construction sociale en tant que concept et catégorie de pensée



La photo de la page de droite qui interdit l'utilisation du vélo dans les sentiers pédestres du Parc de l'Escarpement est de deux types : elle renvoie à la signalisation routière classique et à une proposition plutôt qu'à une interdiction — « *Je ne circule pas en vélo sur les sentiers pédestres* » — et à une invitation à être courtois — le vivre ensemble.



▼ Rappeler au citoyen ses devoirs civiques



Les valeurs écologiques, dans notre société, ont pris une place prépondérante. Elles ont valeur de construction sociale, c'est-à-dire la construction d'un concept, d'une notion, d'une représentation, d'une catégorie de pensée qui, dans le cas présent, a pour finalité d'assainir l'environnement par un ensemble de gestes et de comportements de la part de chacun pour y arriver (agir localement, penser globalement).

À ce titre, sur le panneau indicateur de la photo ci-dessus, il est pertinent de relever cette préoccupation environnementaliste avec l'affiche du bas. Tout d'abord, l'invitation à laisser intact (action locale) tout ce qui peut être découvert (champignons, lichen, mousse, plante, etc.), histoire de ne pas perturber l'environnement du parc. Ensuite, il y a cette injonction caractéristique de la mouvance écologiste, à savoir, de préserver les écosystèmes (penser globalement). Cette signalisation n'est pas innocente, car elle renvoie à une valeur sociale globale du respect de la nature.



▼ Un repère visuel permet la localisation d'autres repères visuels qui doivent déclencher une action







## Les repères visuels non codifiés et non normalisés (affichage et objets)

Nous avons vu que certains repères visuels, ceux qui sont codifiés et normalisés, soit signalent des comportements obligés (signalisation routière), soit suggèrent des comportements à adopter (signalisation dans un parc urbain). Les repères visuels non codifiés et non normalisés (affiche, panneau-réclame, agencement d'objets), quant à eux, ne signalent pas des comportements obligés, mais suggèrent des comportements, guident l'individu, le convient à poser une action. Pour tenter de rendre compte de ce type de repère visuel, j'utiliserai le contexte du Marché public du Vieux-Port de Québec. Dans un premier temps, à partir de la photo de la page de gauche, portez votre attention sur les affiches suspendues au plafond. Dans un deuxième temps, décortiquez la structure infographique de ces affiches. Les deux premières affiches, sur leur portion de droite, portent le logo du Marché du Vieux-Port (elles sont situées tout près de l'entrée ouest de l'édifice), tandis que celles qui leur succèdent ne renvoient qu'à ce qui est situé à la gauche des deux premières pancartes.

### Première fonction

#### Signaler un site en vue de l'accomplissement d'actions

Le logo du Marché du Vieux-Port signale effectivement un site, celui du Marché du Vieux-Port. Il signale aussi l'offre qui est là présentée et l'accomplissement de certaines actions propres à une saison donnée. Les actions sont ramenées symboliquement à des figures de produits dont l'achat est possible (effet de métonymie) — un crabe = existence d'une poissonnerie : (i) vers la fin du mois d'août, le marché est essentiellement occupé par les agriculteurs maraîchers des villages avoisinants qui viennent vendre leur production (propositions) ; (ii) les consommateurs sont invités à déambuler devant les étals, à s'arrêter devant les étals, à discuter avec les commerçants, à éventuellement acheter (actions).

### Seconde fonction

#### Permettre la localisation d'autres repères qui doivent déclencher une action

Les éléments infographiques situés à la gauche des affiches signalent aux gens qu'ils trouveront, dans ce lieu, certains types d'aliments frais (fromage, pain artisanal, poisson, fruits de mer, légumes et fruits frais, saucisses) ou breuvages (vin, bières de microbrasserie, apéros) dans le but de déclencher une action, celle d'inciter à parcourir tout le marché pour y découvrir ces produits (multiplicité des parcours qui combinent l'économique, l'achat et le ludique sous la forme du plaisir de l'œil). Il s'agit bel et bien là d'autres repères qui doivent déclencher une action : déambuler, regarder, découvrir les produits offerts, socialiser (discuter avec les commerçants), acheter.

### Troisième fonction

#### Confirmer que l'individu est au bon endroit et/ou qu'il adopte les comportements appropriés

Le logo du Marché du Vieux-Port signale effectivement à l'individu qu'il est au bon endroit (repère statique). Les autres éléments infographiques situés à la gauche de l'affiche renforcent cette localisation par la nature même de leurs propriétés graphiques. Les affiches qui ne comportent pas le logo du Marché du Vieux-Port travaillent également dans le même sens.



▼ Les tresses de gousses d'ail signalent le goût, la fraîcheur, le produit du terroir





## Quatrième fonction

### Comblent certaines attentes

En fait, il est plausible d'envisager que le logo (repère) confirme à l'individu qu'il s'attend à trouver dans ce lieu un certain type d'offre répondant à certaines attentes. Le Marché du Vieux-Port fonctionne dans une double logique : une offre permanente (saucisses, fromages, chocolat, poisson, charcuterie) et une offre saisonnière (produits maraîchers) : la stabilité et la variation. Par exemple, au printemps et au tout début de l'été, le consommateur trouvera au Marché du Vieux-Port surtout des produits d'horticulture. Plus la saison estivale avance, plus l'offre de produits se modifie en fonction des produits maraîchers qui deviennent disponibles. Au début de l'automne, les cucurbitacées prennent de plus en plus de place. Avec l'approche de l'hiver, des commerçants offrant surtout des produits pouvant servir de cadeaux de Noël remplacent les précédents.



## Le choix des repères visuels

**Quatre critères** doivent guider la pratique du sociologue-photographe dans le choix des repères visuels : (i) la visibilité (physique, historique, morphologique) ; (ii) la pertinence pour l'action (la gare routière, le carrefour) ; (iii) la distinctivité (on ne peut le confondre avec un autre) ; (iv) la disponibilité (stabilité dans l'environnement). À titre d'exemple, j'ai choisi la photo de la page précédente pour montrer que les repères visuels qui guideront le sociologue-photographe pour sa recherche ne sont pas forcément de l'ordre de la signalisation comme dans l'exemple du parc urbain. L'étal de légumes que voici démontre clairement ce que je cherche à expliquer. Premièrement, les tresses de gousses d'ail accrochées au-dessus de l'étal du commerçant signalent effectivement un site en vue de l'accomplissement de certaines actions : s'approcher, regarder, éventuellement acheter. Deuxièmement, les tresses de gousses d'ail permettent de localiser d'autres repères qui doivent déclencher une action : choisir ses légumes préférés. Troisièmement, les tresses de gousses d'ail confirment à l'individu qu'il est à l'endroit approprié pour une action spécifique : acheter des légumes. Quatrièmement, les tresses de gousses d'ail répondent à certaines attentes : goût, fraîcheur, authenticité, produit du terroir. Par la suite, une fois les critères de fonctionnalité vérifiés, le sociologue-photographe doit déterminer si les tresses de gousses d'ail répondent effectivement aux critères de visibilité, de pertinence, de distinctivité et de disponibilité : il semblerait bien que les tresses de gousses d'ail y répondent.





## Les repères visuels de type graffitis

Le graffiti n'est normalisé que pour la sous-culture des graffiteurs et des tagueurs et non pour les autres membres de la société.

Comme il a déjà été mentionné, un repère visuel exerce 4 fonctions (signaler, localiser, confirmer, satisfaire) et qu'il possède 4 propriétés (visibilité, pertinence, distinctivité, disponibilité). En ce sens, le graffiti constitue-t-il un repère visuel ? Plus spécifiquement, le tag (blaze), qui est la signature d'un graffiteur constitue-t-il un repère visuel ? En fait, le tag entre dans une logique quelque peu différente du graffiti lui-même et s'adresse à trois publics cibles : la sous-culture des graffiteurs et des tagueurs ; les résidents d'un quartier donné ; les résidents d'un quartier défavorisé.

▼ Les graffiteurs et les tagueurs parcourent la ville et y signent leurs propres réseaux et parcours visuels



### Public cible : sous-culture des graffiteurs et des tagueurs

Premièrement, si le graffiti est avant tout inscription ou dessin peint sur un mur, un monument ou des éléments du mobilier urbain, le tag signale tout d'abord la présence d'un tagueur en vue de l'accomplissement d'actions (ou suggérant l'opportunité d'actions) par d'autres tagueurs. Deuxièmement, le tag localise, c'est-à-dire qu'il permet la localisation d'autres repères visuels de même nature qui doivent déclencher ou suggérer une action de la part des autres tagueurs (le repère est élément de réseau). Troisièmement, le tag confirme aux autres tagueurs qu'ils sont au bon endroit et qu'ils sont en présence de l'œuvre de tel ou tel tagueur. Quatrièmement, le tag satisfait les attentes des autres tagueurs. En termes de propriétés visuelles, il semblerait bien que le tag y réponde, parce que (i) il est visible, (ii) pertinent pour



la sous-culture à laquelle il s'adresse, (iii) distinctif, car chaque tagueur a une signature qui le distingue effectivement de tous les autres tagueurs, et (iv) disponible, parce qu'il relativement est stable dans l'environnement où il se situe.

### Public cible : les résidents du quartier



**Pour les gens qui ne font pas partie** de la sous-culture des graffiteurs et des tagueurs, le tag suscite non seulement la controverse, mais il est aussi considéré comme une forme de vandalisme : « Ce problème date de plusieurs années. [...] Il y a une certaine accumulation et les graffitis sont de plus en plus visibles. Les vandales sont plus audacieux également<sup>3</sup> », remarque Louis Dumoulin, président du conseil de quartier de Saint-Jean-Baptiste de la ville de Québec. Pour un résident du quartier, « C'est un côté rebelle, destructeur, agressif, où on massacre on brise les choses<sup>4</sup>. » Pour la coordonnatrice des programmes en transport actif chez Vivre en Ville, Pauline Guyomard, « En 2013, on était à peu près à 900 graffitis [...] recensés par le chantier urbain Graff'Cité. En 2014, c'était plus de 1 400 et on pense que ça a augmenté, y compris l'hiver dernier, et ça, c'est un phénomène nouveau<sup>5</sup>. » De guerre lasse, le Conseil de quartier a mis en place plusieurs solutions, dont une trousse de nettoyage gratuite, disponible à la quincaillerie Saint-Jean-Baptiste sur la rue d'Aiguillon. Cependant, le problème ne semble pas s'atténuer, et aus-

sitôt effacés, les graffitis ont tendance à réapparaître.

Dans ce contexte, le tag exerce-t-il les 4 fonctions du repère visuel et en possède-t-il les 4 propriétés ? Premièrement, pour le résident du quartier, le tag signale effectivement la présence d'une sous-culture et incite à poser ou suggérer des actions (recenser les tags, tenter d'identifier les tagueurs, effacer les tags). Deuxièmement, le tag, pour le résident, localise, c'est-à-dire qu'il permet la localisation d'autres repères visuels de même nature qui doivent déclencher ou suggérer une action de la part des autres résidents du quartier (le repère est élément de réseau). Troisièmement, le tag confirme aux résidents du quartier qu'ils sont en présence de vandalisme et qu'il y a des tagueurs actifs dans leur quartier. Quatrièmement, le tag satisfait des attentes d'insatisfaction. En termes de propriétés visuelles, pour les résidents du quartier, il semblerait bien que le tag y réponde, parce qu'il est visible, pertinent, distinctif, et disponible, et parce qu'il est relativement stable dans l'environnement où il se situe.

<sup>3</sup> Bouchard, C. (2019, 2 juin), *Multiplication de graffitis dans Saint-Roch et Saint-Jean-Baptiste*, Québec Urbain, URL : <https://www.quebecurbain.qc.ca/categorie/graffiti/>.

<sup>4</sup> *Idem.*

<sup>5</sup> *Idem.*



## Public cible : quartiers défavorisés

**Dans les quartiers défavorisés, le tag accède à une autre dimension sociale** : il contribue au délitement du lien social. Aussi à contresens que la chose puisse paraître, ce n'est pas le délitement social qui crée les incivilités et la délinquance, mais bien l'inverse. Autrement dit, plus les incivilités sont présentes, dont entre autres les graffitis et les tags, plus le lien social a tendance à se déliter. Fondée sur la « théorie de la vitre brisée » élaborée en 1969 par le psychosociologue américain Philip Zimbardo, et reformulée par James Wilson et George Kelling en 1982, cette théorie stipule que « si une vitre brisée n'est pas remplacée, toutes les autres vitres de l'environnement connaîtront le même sort. » Il en irait donc de même avec les tags : si les tags ne sont pas effacés dès qu'ils font leur apparition, de plus en plus de tags se retrouveront sur les murs et le mobilier urbain.

### ▼ Le tag est-il uniquement le fait des quartiers centraux ?



Si les résidents du quartier ne se mobilisent pas pour enrayer la prolifération des tags, autrement dit, une absence de réaction à cette incivilité et à la dégradation visuelle de l'environnement, cette attitude sera susceptible de contribuer au délitement du lien social et au développement d'autres formes de délinquance dans le quartier en question. Comme le remarque le sociologue Nicolas Mensch, « Les graffiti, comme marques du désordre, sont à la source d'un sentiment d'insécurité. Leur effacement et les poursuites pénales menées à l'encontre de leurs auteurs reflètent la répression ordinaire de ce mouvement. [...] Si les graffiti peuvent suggérer un lien social délité et favoriser l'expression d'un sentiment d'insécurité, ces marques s'inscrivent aussi dans un mouvement pictural complexe et dont l'intérêt culturel ne peut plus être ignoré<sup>6</sup>. »

Premièrement, pour le résident d'un quartier défavorisé, le tag signale le désordre social et incite à poser ou suggérer des actions (abandon de l'implication sociale, délitement du lien social). Deuxièmement, le tag, pour le résident d'un quartier défavorisé, localise des endroits peu fréquentables (le repère est élément

---

<sup>6</sup> Mensch, N. (2014), *L'art transgressif du graffiti. Pratiques et contrôle social*, thèse de doctorat, C3S-EA 4660 - UFC, URL : <http://bit.ly/1RWocLw>.



de réseau). Troisièmement, le tag confirme aux résidents d'un quartier défavorisé l'incapacité collective ainsi que celle des autorités à se saisir du problème et de le régler. Quatrièmement, le tag satisfait des attentes de sentiment d'insécurité. En termes de propriétés visuelles, pour les résidents d'un quartier défavorisé, il semblerait bien que le tag y réponde, parce qu'il est visible, pertinent, distinctif et disponible. Il est clair que les tagueurs parcourent la ville et y signent leur propre réseau, compréhensible d'eux seuls et néanmoins visible des autres. Le tag est aussi un fait urbain total, car il représente le passage du simple « crayonnage » à la reconnaissance comme pratique artistique authentique. Partant de là, se pose deux questions pertinentes : (i) s'agit-il là d'une conquête et d'une appropriation de territoire ; (ii) s'agit-il là d'une affirmation de soi telle la trace d'un animal pour marquer son espace. Il reste maintenant à répondre à ces questions. L'image permettrait-elle d'y répondre ? Le défi est lancé.

▼ Le tag localise, c'est-à-dire qu'il permet la localisation d'autres repères visuels de même nature





▼ Identifier les repères visuels propres à un quartier c'est aussi établir une carte sociale de ce quartier







Denis Harvey



### **Cathédrale St-Jean-Eudes**

Date : 30 juin 2020

Lieu : Baie-Comeau

Matériel : Nikon d7200

Ouverture : f/13

Vitesse : 1/15 secondes

ISO : 50

Distance focale : 28 mm

Filtre ND variable 8 stop.



# RÉSEAUX VISUELS

## Définition

*Un réseau visuel est constitué de repères visuels propres à certains réseaux sociaux — culturel, religieux, politique, financier, commercial, judiciaire, éducatif — permettant leur identification et leur localisation dans le but de déclencher une action.*

**Un réseau visuel** est articulé autour de trois caractéristiques : morphologique, fonctionnel, cognitif.

- le morphologique avec ses rapports au territoire, les lieux où se concentre l'exclusion sociale, les dimensions physiques perceptibles, l'attitude des gens (à Paris, l'ouest riche versus l'est pauvre ; à Québec, la haute ville riche versus la basse ville défavorisée) ;
- le fonctionnel, c'est-à-dire comment les réseaux travaillent le territoire et réciproquement, comment le territoire sollicite un ou des réseaux, voire un réseau hypothétique (à Paris, les Roms venus de Roumanie se terrent sous les bretelles d'autoroute du nord dans de vastes campements ignorés et se répandent dans la ville en réseau structuré pour le partage des contenus de pou-belles ; à Québec, les défavorisés sillonnent surtout les rues du quartier St-Roch où plusieurs organismes communautaires qui leur sont dédiés y ont pignon sur rue) ;
- le cognitif, c'est-à-dire les ancrages (repères) dans la ville, les systèmes de repérage pour le déplacement (parcours), schémas mentaux pour le parcours à pied, en voiture, etc., et qui constituent effectivement des réseaux d'appropriation locale ou globale de l'espace (territoire).

## L'aspect morphologique

**Il est nécessaire de repérer le morphologique**, c'est-à-dire comprendre comment se répartit la stratification sociale dans un milieu donné. Il importe aussi de savoir qu'un quartier ne livre pas de facto ce qui le caractérise. Il faut y passer plusieurs heures), le photographier sous tous les angles possibles afin de bien le saisir. Par la suite, il faut classer et répertorier les photographies, tenter de trouver à travers celles-ci ce qui montre le plus adéquatement la morphologie du quartier. Une fois engagé dans ce processus, il faut voir comment cette répartition est globalement effectuée, c'est-à-dire les quartiers ou arrondissements. Du moment qu'un quartier ou arrondissement est identifié, il faut :

- s'informer sur sa structure économique et démographique (données statistiques) afin d'obtenir un premier portrait d'ensemble (rapports aux territoires) ;
- parcourir le quartier, armé de sa caméra, et le photographier afin de savoir où se concentre l'exclusion sociale ;
- identifier les dimensions physiques perceptibles et les photographier (architecture, circulation, types de commerces présents, services communautaires, trottoirs, pistes cyclables, éclairage, parcs urbains, mobilier urbain, graffitis), tout ce qui est susceptible de rendre compte des caractéristiques physiques d'un quartier ;
- repérer les personnes qui habitent le quartier et les photographier (postures du corps, vêtements).



▼ Les réseaux visuels constituent des réseaux sociaux





## L'aspect fonctionnel

**Montrer l'aspect fonctionnel d'un quartier** — réseaux visuels qui travaillent le territoire et réciproquement — c'est aussi montrer comment le territoire sollicite un ou des réseaux d'un territoire donné. Réussir à montrer l'aspect fonctionnel par l'image est à la fois une démarche simple et complexe. Simple, car il suffit de repérer dans l'environnement les types de commerces ou services communautaires qui y sont présents. Complexe, dans le sens où photographier un commerce ne montre pas forcément comment celui-ci travaille le territoire et la relation que les habitants entretiennent avec lui. Par exemple, si je photographie une épicerie, que je suis dans un quartier défavorisé et que je ne photographie que le commerce, je passe à côté de l'aspect fonctionnel de celui-ci. Autrement dit, il faut que je puisse photographier les gens qui entrent ou sortent de ce commerce, ce qui rendra effectivement compte de sa fonctionnalité. À ce titre, la photo ci-dessous est intéressante à plus d'un égard. Premièrement, elle dépeint un quartier où l'on retrouve des terrasses sur les trottoirs (quartier St-Roch de Québec en plein processus de revitalisation). Deuxièmement, si on prête le moindre attention à ce qui compose cette photo, on y repère un homme dont l'attitude et les vêtements ne semblent pas concorder avec ceux des autres personnes présentes. Troisièmement, cette photo révèle aussi la mixité sociale, et qui dit mixité sociale signale aussi quartier central.

▼ Des gens défavorisés et favorisés qui se côtoient représentent aussi la fonctionnalité d'un quartier





## L'aspect cognitif

Comme le montre la photo ci-dessous, prise dans le quartier Petit Champlain du Vieux-Québec, chaque repère visuel fonctionne comme des ancres cognitifs dédiés aux touristes, comme système de repérage pour orienter les déplacements (parcours), dessinant ainsi des schémas mentaux pour le parcours à pied, à vélo, en voiture, etc., et qui constituent effectivement des réseaux d'appropriation locale ou globale de l'espace (territoire). En fait, monter le cognitif n'est pas la tâche la plus simple, car il faut passer d'innombrables heures dans un quartier pour identifier ce qui fait repère visuel dans celui-ci pour les gens qui y habitent comme pour les gens qui y sont de passage.

▼ La spécificité de la dimension cognitive d'un réseau visuel se révèle en fonction du quartier



Par exemple, les graffitis participent au repérage, tout comme les bâtiments démolis transformés en stationnements de surface. Par exemple, lorsque je me déplace dans les quartiers St-Roch, St-Sauveur et St-Jean-Baptiste de la ville Québec, mes principaux repères visuels sont les graffitis : ils m'indiquent des parcours de la défavorisation, car plus les graffitis sont présents sur les bâtiments ou les infrastructures, plus la défavorisation est présente, plus les bâtiments sont sujets au délabrement, plus les gens ont des postures qui manifestent la défavorisation. Tous ces parcours construits par les graffitis forment un réseau où s'inscrit la défavorisation. En somme, les graffitis, dans le cas de figure présent, agissent comme des schémas mentaux qui me permettent de parcourir à pied le quartier. Tous ces graffitis forment un réseau d'appropriation locale et globale de ce territoire. En revanche, dans les quartiers centraux plus huppés ou en voie d'embourgeoisement, les graffitis fonctionnent autrement que par la simple défavorisation et ce sont ce sont d'autres repères visuels qui fonctionnent et qui en relèvent l'aspect cognitif.



▼ Le clocher de l'église est aussi système de repérage d'une foi catholique reléguée à son passé







Denis Harvey



### **Sans-frontière**

Date : 12 octobre 2020

Lieu : Fermont (Nord du Québec)

Matériel : Nikon D800

Ouverture : f/13

Vitesse : 1/8

ISO : 50

Distance focale : 28 mm



## PARCOURS VISUELS

### Définition

*Un parcours visuel est essentiellement composé de repères visuels désignant un lieu — espace circonscrit —, où l'individu se déplace en suivant une direction plus ou moins déterminée en fonction de l'espace dans lequel il se trouve dans le but d'accomplir une action. Un parcours visuel, en fonction du lieu où il s'inscrit, forme aussi des parcours sociaux pour certaines classes sociales (ou communautés) et détermine d'autant des attitudes et des comportements.*



**Dans un marché public**, les affiches et les agencements de produits que les commerçants mettent en place tracent des parcours invitant à la consommation. Dans un supermarché, ces parcours visuels ont fait l'objet d'une analyse toute particulière afin de maximiser les ventes : à l'entrée, fruits, légumes, poissonnerie, boulangerie, charcuterie, boucherie ; au centre, les produits transformés ; aux deux tiers, les produits de nettoyage, d'hygiène personnelle, et la nourriture pour animaux ; à l'extrémité les surgelés ; au fond, les produits laitiers et les viandes emballées. Chaque allée d'un supermarché est identifiée par une affiche dressant la liste des produits qui s'y retrouvent. Chaque produit a lui-même fait l'objet d'une conception toute particulière pour attirer le consommateur. Tout, ici, dans un supermarché, constitue des parcours visuels incitant à la consommation. Les parcours visuels sont aussi des parcours sociaux. Dans un supermarché à escompte, les produits sont disposés sur d'immenses étales similaires à ceux des entrepôts. Dans un su-

permarché standard, les produits sont disposés sur des présentoirs d'une hauteur maximale de 2 mètres. La localisation d'un supermarché, dans un quartier défavorisé, ou dans un quartier de la strate médiane de la classe moyenne, ou dans un quartier nanti, détermine la gamme de produits qui sera offerte. Concrètement, la localisation d'un supermarché définit en partie certaines pratiques de commensalité. Autre exemple, les graffitis, les bâtiments délabrés et le mobilier urbain abîmé agissent comme repères visuels qui tracent des parcours de la défavorisation. Autrement, l'attitude corporelle des gens et leurs vêtements sont autant de repères visuels qui tracent des parcours : une personne vêtue à la dernière mode n'a pas les mêmes parcours géographiques et sociaux qu'une personne aux vêtements élimés et défraîchis.





Denis Harvey



### Je vous vois

Date : 17 novembre 2013

Lieu : Chute-Aux-Outardes (Côte-Nord)

Matériel : Nikon D7100

Ouverture : f/4.8

Vitesse : 1/250

ISO : 400

Distance Focale : 52 mm





## Franges visuelles

### Définition

*Une frange visuelle prend généralement la forme d'un terrain en friche ou d'un bâtiment à l'abandon. Ses limites sont à la fois précises et imprécises. Précises, dans le sens où elles sont géographiquement circonscrites. Imprécises, dans le sens où elles ne sont pas tout à fait socialement circonscrites, c'est-à-dire dont la fonction sociale n'est pas clairement déterminée.*

▼ Un bâtiment à l'abandon agit souvent comme frange visuelle (Quartier St-Roch, Québec, mars 2015)



**Il existe, en milieu urbain, des zones intermédiaires de type frange.** Le bâtiment ci-dessus, situé à l'intersection des rues St-Joseph et Monseigneur-Gauvreau dans la portion revitalisée du quartier St-Roch de Québec, d'ancien commerce de proximité, est devenu par la suite une piquerie, a été squatté par des SDF, a été placardé par les autorités municipales, a été interdit d'utilisation, et est aujourd'hui un bâtiment tout à fait en phase avec la revitalisation du quartier. Les deux photographies de la page suivante sont intéressantes à plus d'un égard, car elles témoignent de la transformation d'un local commercial en frange visuelle en l'espace d'à peine 8 mois. Situé sur la rue St-Joseph dans le quartier St-Roch (Québec), encastré entre un restaurant (à gauche) et un centre communautaire (à droite), il est possible de constater, sur la première photo, que le commerce est sur le point de fermer ses portes, car il y a une affiche indiquant « Vente fin de bail » (le commerce a définitivement fermé ses portes le 30 juin 2014).



▼ Le local commercial occupé (Quartier St-Roch, Québec, mars 2014)



Sur la photo ci-dessous, il est possible de constater que la façade du même local a subi une métamorphose impressionnante : de bâtiment à la fonction sociale précise, il est devenu un bâtiment à la fonction sociale imprécise. L'espace restreint de la façade de ce bâtiment est clairement devenu une frange. À quelques reprises, j'ai vu là des hommes uriner, d'autres fumer des joints, d'autres faire des transactions illicites, et en ce sens, il est pertinent de souligner que l'état de délabrement d'un espace donné incite aux incivilités (théorie de la vitre brisée) et à certaines formes de criminalité.

▼ Le local commercial abandonné à la façade graffitée (Quartier St-Roch, Québec, avril 2015)



Comme le souligne le chercheur Georges Vignaux, on pourrait baptiser aussi ces espaces : « les marges » au sens de l'abandon, du sans destination, du non affecté, de la « zone », « à ban » comme on disait autrefois pour désigner l'espace des bannis et qui a donné « la banlieue ». Cela rejoint la notion de franges visuelles.



▼ Le moindre bâtiment à l'abandon est susceptible, en fonction du quartier, de devenir frange visuelle







Denis Harvey



### **Divergence**

Date : 16 avril 2017

Lieu : Baie-Comeau (Côte-Nord)

Matériel : Nikon D7100

Ouverture : f/22

Vitesse : 1/15

ISO : 100

Distance Focale : 250mm



## FRONTIÈRES VISUELLES

### Définition

*Une frontière visuelle est avant tout une limite physique. Elle circonscrit et délimite un territoire visuel. Une frontière visuelle est généralement représentée soit par un bâtiment, une voie de chemin de fer, une autoroute, un boisé, une falaise, une muraille, etc. Les frontières visuelles articulent les micros-territoires de la ville. Ici, Les délimitations physiques se donnant comme repères visuels deviennent supports de faisceaux de lectures sociales et par suite de frontières immatérielles, symboliques.*



Cette photo, prise dans le quartier St-Roch de Québec, est intéressante à plus d'un égard. Premièrement, elle rend compte d'une réalité plus qu'urbaine, alors qu'une bretelle d'accès à la haute ville surplombe une épicerie. Deuxièmement, le pilier de la bretelle d'accès comporte une peinture représentant une église de style gothique. Troisièmement, le pilier de la bretelle d'accès est situé au carrefour d'un feu de circulation très achalandé sur le boulevard Charest. Quatrièmement, les gens que vous voyez assis près de la bicyclette (coin inférieur gauche de la photo) ou ceux assis à la gauche des bacs de récupérations sont des gens défavorisés. Concrètement, tout espace se définit à partir de repères et instaure des limites, des frontières limitant ou ouvrant des parcours internes/externes. Ce travail des parcours construit des territoires dotés de lectures sociales et par suite de zones. Les repères visuels de cette photo — le type de quartier dans

lequel s'inscrivent les éléments architecturaux, l'épicerie située sous une bretelle d'accès surélevée, un pilier représentant une église gothique — instaurent des limites et des frontières. Le meilleur exemple en est donné par le pilier de la bretelle d'accès : avant que la ville de Québec ne prenne la décision d'autoriser une finalité artistique au pilier, celui-ci était régulièrement graffité, alors qu'il est aujourd'hui rarement graffité. Pour les graffiteurs, la seule finalité artistique du pilier semble tracer une limite, délimiter une frontière qui ne doit pas être franchie. Ce pilier construit donc effectivement un territoire doté d'une lecture sociale différenciée pour différents groupes qui fréquentent le milieu.





Denis Harvey



### **Le dernier droit**

Date : 8 août 2017

Lieu : Les Buissons (Côte-Nord)

Matériel : Nikon D7100

Ouverture : f/5.6

Vitesse : 1/800

ISO : 400

Distance Focale : 400 mm





## Lieux-mouvements

### Définition

*Un lieu-mouvements est un espace au sens fort de la plénitude sociale. Un lieu-mouvement se constitue comme lieu de connectivités concrètes et symboliques. Ces connectivités résident autant dans les pratiques de cet espace que dans les différents plans de lectures cognitives et symboliques que cet espace favorisera à travers ses repères, ses parcours et des réseaux. Cela prend forme d'ancrages concrets dans l'espace social : types de publics et d'habitants, stratégies d'adaptation et d'appropriation, interactions entre commerces, services et opportunités variées, flux de circulation.*

À travers leurs réseaux et leurs parcours visuels, la ville, le milieu rural, et les lieux dédiés aux manifestations culturelles, sportives, religieuses ou autres disposent d'un ou plusieurs lieux-mouvements. En ce sens, il est possible de dire que les gens « écrivent » ces espaces en termes de temporalités d'occupation, de perception et de déplacement au travers de ces mêmes espaces. L'accessibilité d'un espace est donc tributaire de la question de sa structure, de ses aménagements et de ses perceptions chez les gens : c'est là que se fonde l'occupation de ces lieux, leurs formes et leurs problématiques. Les « porosités » entre tous ces espaces — aucun espace n'est une bulle isolée des autres espaces — auront pour conséquence que toute fonction préalablement définie se verra progressivement « digérée » par une autre (du touristique au commercial, du festif au culturel, du religieux au profane). Par exemple, les espaces du mouvement de la ville sont constitutifs de la ville même, au sens qu'ils sont autant figures métonymiques de l'urbain et de ses transformations que « bassins attracteurs » (au sens topologique) concentrant des populations, les unes en transit, les autres attirées là par une polarisation particulière de l'espace urbain, sous forme de territoires clos ou de nœud d'échanges. Par exemple, la photo de la page suivante, prise dans le quartier Petit Champlain du Vieux-Québec, est représentative de la notion de lieu-mouvement. Certes, les quartiers touristiques sont forcément des lieux-mouvements, mais il en va de même des amphithéâtres, des centres commerciaux, des supermarchés, des lieux de culte, des lieux culturels. En somme, partout là où la rencontre sociale se produit il y a lieu-mouvements et une analyse fine de ces lieux-mouvements doit fournir une connaissance des modalités selon lesquelles s'opèrent des logiques territoriales selon les rapports « interne/externe » (le lieu par rapport à ce qui l'irrigue et à ce qu'il renvoie en retour) et « ouvert/fermé » (jeux sur les frontières et délimitations). Il s'agit ici d'une double problématique, laquelle se constitue « en miroir », à savoir cette interaction continue qui fait la ville, entre constitution de pôles et concentrations nouvelles mettant en question ces pôles mêmes. En fait, qu'est-ce qui fait lien à l'intérieur et lien de l'intérieur à l'extérieur ? C'est un peu comme si tout mouvement de l'urbain et sur la durée s'opérait par adhérence, c'est-à-dire par connectivités de proche en proche entre déplacements et activités, connectivités constitutives, chaque fois, de territoires déterminés. Ainsi, à partir de ces flux, et sur des durées tantôt longues tantôt brèves, la ville se constitue, se transforme. Repérer les lieux-mouvements c'est aussi montrer comment les parcours visuels sont utilisés, comment ils dynamisent des interactions sociales, comment ils créent du lien social. En somme, l'important est de comprendre et d'analyser comment certains lieux s'articulent au sens fort de ces lieux en ce qu'ils se situent au croisement de réseaux de parcours et attirent (bassins attracteurs) les gens qui s'y retrouvent en fonction de buts précis, voire de familiarités.



▼ Les quartiers touristiques représentent l'une des multiples facettes de ce qu'est un lieu-mouvements



Quartier Petit Champlain, Vieux-Québec





# SOCIOLOGIE VISUELLE

- [Une sociologie qui se veut visuelle](#)
- [La photographie sociologique](#)
- [L'entretien photographique](#)
- [La recherche photographique](#)
- [La restitution des résultats](#)
- [La sociologie sur les images](#)
- [L'analyse de corpus visuels établis](#)





Pierre Fraser  
sociologue

## **Canneberges de luxe**

Date : 05 décembre 2015

Lieu : Marché du Vieux-Port de Québec

Matériel : Canon 7D

Ouverture : f/5.6

Vitesse : 1/50

ISO : 200

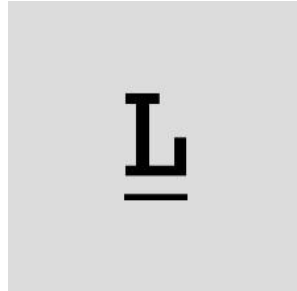
Distance focale : 51 mm





## Une sociologie qui se veut visuelle

Georges Vignaux



**A SOCIOLOGIE** s'est tout d'abord construite comme une discipline de mots ou de lettres, sous la forme d'argumentations écrites formulées dans une langue naturelle et plus ou moins associée à des données chiffrées à la formalisation permise par le langage mathématique. Dans un contexte où l'image est de plus en plus présente, où tous peuvent, munis d'un téléphone intelligent, produire des images, où les médias sociaux utilisent abondamment l'image, la sociologie est de plus en plus encline à mobiliser également des images, soit comme objet d'étude, soit comme outil de recherche, soit comme moyen de communication

et d'échanges scientifiques autour de résultats. Des chiffres et des lettres, mais aussi des images, fixes ou animées, voilà les matériaux avec lesquels les sociologues rendent compte, aussi, du monde social<sup>7</sup>. Malgré tout, existe-t-il réellement une sociologie visuelle ? Est-elle une discipline qui permette efficacement d'utiliser l'image comme modèle d'expression, de communication, de monstration et de démonstration ? Est-elle une démarche scientifique qualitative qui fait objectivement appel aux trois principes fondamentaux d'une analyse, à savoir, la description, la recherche de contextes et l'interprétation ? Avant de répondre à ces questions, un bref rappel historique des méthodes de la sociologie visuelle s'impose.



### La photographie sociologique

**La photographie**, apparue au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, s'est rapidement implantée comme outil d'analyse de la société. En 1880, le projet *Pictures of East Anglian Life*<sup>8</sup> du photographe britannique Peter Henry Emerson (1856-1936), dans un contexte où la Révolution industrielle bat son plein, s'inscrit déjà comme outil d'analyse sociologique. Douglas Harper va même jusqu'à avancer qu'Emerson fut le premier à pratiquer la sociologie visuelle<sup>9</sup>, puisque ses photographies rendaient bel et bien compte de certaines réalités sociales concrètes. En fait, Emerson était convaincu que la photographie ne pouvait atteindre la dignité artistique qu'en restant fidèle à elle-même et à la nature, même si celle-ci était éminemment tributaire de la technique. Bien au fait des théories optiques d'Hermann von Helmholtz voulant que l'œil humain n'enregistre l'objet de l'attention que dans une mise au point nette, n'acceptant pas la supériorité supposée d'une image précise et détaillée, Emerson a développé une esthétique de la vue basée sur la « mise au point sélective », c'est-à-dire orienter le regard du spectateur vers la partie de l'image qui présente un intérêt, tandis que le reste passe au second plan. À ce titre, les trois photos suivantes réalisées par Emerson<sup>10</sup> sont intéressantes à plus d'un égard sur le plan social et technique. Non seulement montrent-elles certaines tranches de vie de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle en Angleterre, mais elles encapsulent surtout

<sup>7</sup> Chauvin, P. M., Reix, F. (2015), « Sociologies visuelles. Histoire et pistes de recherche », *L'Année sociologique*, vol. 65, n° 1, p. 17-41.

<sup>8</sup> Région du Royaume-Uni dont l'économie, basée sur la laine et le textile, fut l'une des riches régions du pays jusqu'à la Révolution industrielle.

<sup>9</sup> Harper, D. (2012), *Visual Sociology*, New York : Routledge, p. 22.

<sup>10</sup> Le travail photographique de Peter H. Emerson est l'un des premiers exemples de la promotion de la photographie en tant que forme d'art. Il est connu pour ses photographies de paysages naturels et pour ses conflits avec l'establishment photographique concernant le but et la signification de la photographie.



un ensemble de valeurs et de normes sociales de l'époque, tout comme elles présentent certaines technologies propres à chaque activité photographiée. La première de ces photographies, *Setting the Bow Net*, montre l'une de ces techniques utilisées à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle pour préparer un filet de pêche, tout comme elle montre une mode vestimentaire typique de l'époque et un certain type d'aménagement du territoire.

▼ Setting the Bow-Net



© Peter H. Emerson, 1886

En 1886, en pleine Révolution industrielle, les photos de l'ouvrage *Life and Landscape on the Norfolk Broads* saisies dans l'East Anglia — alors considérée comme l'un des derniers paradis « primitifs » d'Angleterre — et réalisées par Emerson en collaboration avec le peintre Thomas Goodall (1857-1944), sont considérées comme la première démonstration de naturalisme photographique. La première photo de la page suivante, *Coming Home from the Marshes*, montre bien ce naturalisme photographique avec ses habitants qui reviennent des marais après avoir travaillé tout le jour durant. Cette photo est non seulement révélatrice de la technologie utilisée pour le travail des champs, mais elle est aussi révélatrice des rudes étoffes qu'utilisait une certaine classe sociale pour se vêtir, sans compter la cruche que tient la femme contenant un quelconque breuvage pour se désaltérer, qui révèle ici toute la rusticité de la vie de ces gens. La seconde photo, *Towing the Reeds*, quant à elle, montre le corps au travail : celui en arrière-plan au travail de la faux, celui d'avant-plan au remorquage d'un petit chaland transportant des ballots de roseaux. À y regarder de près, tout, dans ces photos, traduit la rudesse de l'époque. Et il est là le potentiel de l'utilisation de l'image en sociologie, en ce qu'elle permet d'appréhender la réalité sociale autrement que par une méthode quantitative.



▼ Coming Home from the Marshes





▼ Towing the Reeds



© Peter H. Emerson, 1886



Au-delà des débats sur le positionnement de la sociologie visuelle, la présente démarche tentera non seulement d'en explorer les méthodes et les pratiques, mais tentera aussi d'en formaliser un premier cadre théorique à travers les notions de repères, de parcours et de territoires visuels. En ce sens, la sociologie visuelle n'est différente d'aucune autre pratique sociologique quantitative ou qualitative, à savoir la description, la recherche des contextes et l'interprétation. Conséquemment, nul besoin de la catégoriser, même si la tentation est grande, car « l'utilisation de l'image comme outil de recherche aide [avant tout] le chercheur à comprendre mieux le monde social et permet une représentation plus ample de la réalité sociale<sup>11</sup>. » En ce sens, la sociologie visuelle n'est pas que dédiée au sociologue, mais intéressera au plus haut point le journaliste ou le spécialiste des communications dans sa capacité à analyser sociologiquement l'image, fixe ou animée, d'en dégager les signes distinctifs qui renvoient à certaines réalités sociales, ou le géographe qui saura inscrire des réalités sociales dans un territoire géographique délimité à travers des repères, des parcours et des territoires.



## **L'entretien photographique (photo elicitation)**

L'entretien photographique (entretien avec appui d'images) où le chercheur et l'interviewé se concentrent sur les images sélectionnées par le chercheur. Pour bien comprendre le processus, je vous propose d'examiner attentivement les deux photographies des pages suivantes. La première photo représente un homme assis sur son déambulateur à l'intersection des rues Du Pont et St-Joseph du quartier St-Roch de la ville de Québec, tout près de la Maison Gilles Kègle, qui offre des services aux gens démunis dans un quartier central défavorisé en pleine revitalisation. La seconde photo représente un homme assis sur son déambulateur dans un sentier pédestre situé dans un boisé urbain, soit celui du Parc Chauveau de la ville de Québec, dans le secteur Lebourgneuf, lui-même encadré par un quartier huppé, Le Mesnil, et un quartier de niveau classe moyenne médiane, Neufchâtel. Qu'est-il possible d'effectuer comme analyse à partir de ces deux photos afin de retirer des informations socialement pertinentes à propos de ces deux hommes ? Il faut tout d'abord repérer les différences, et à partir de celles-ci procéder à une analyse différenciée qui sera elle-même encadrée par une certaine démarche qui va du particulier au général.

Le sociologue Jean-Yves Trépos pose une question tout à fait pertinente : « Quel est alors l'enjeu différentiel d'une utilisation sociologique de la photo elicitation ? On peut le dire simplement : il s'agit d'obtenir des réponses dans de meilleures conditions que dans l'interview classique (c'est le test de l'accès à une population difficile) et il s'agit d'obtenir des réponses plus étoffées (un mélange d'émotion et de connaissance, de morale et de politique). Pour y parvenir, il est nécessaire de mettre au point un dispositif d'enquête spécifique, qui s'ajuste à des contraintes thématiques (l'objet central de la recherche) et, comme toujours, qui réponde à quelques interrogations théoriques supplémentaires<sup>12</sup>. » Donc, pour aller du particulier au général à partir de l'analyse comparative des deux photos, il faut produire du sens, décrire les modalités de généralisation et procéder à une mise en récit.

---

<sup>11</sup> *Idem.*

<sup>12</sup> Trépos, J. Y. (2015), « Des images pour faire surgir des mots : puissance sociologique de la photographie », *L'Année sociologique*, vol. 65, no. 1, p. 191.

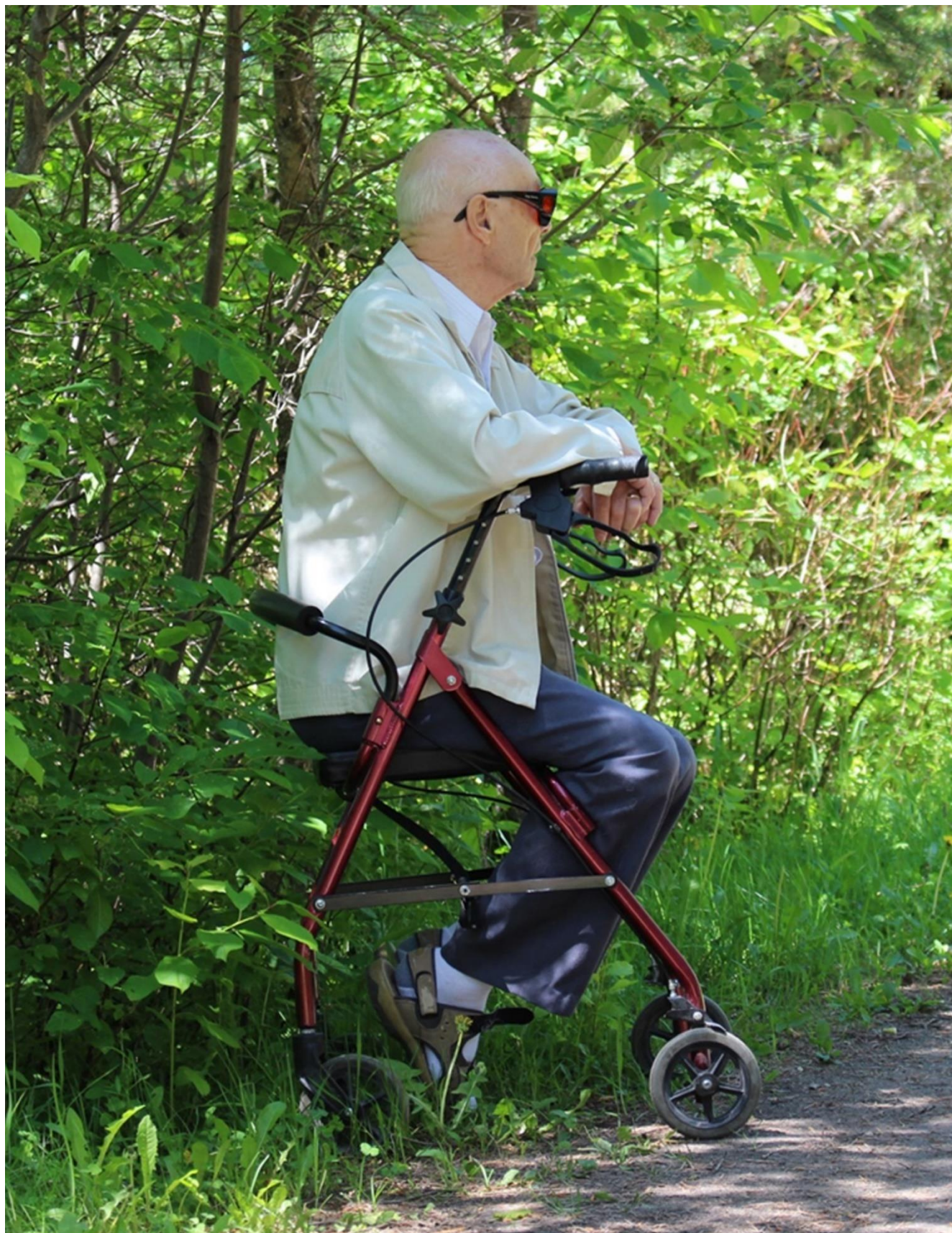


▼ Homme assis sur son déambulateur, quartier St-Roch, Québec





▼ Homme assis sur son déambulateur (Parc Chauveau, Québec, septembre 2015)





Produire du sens, décrire les modalités de généralisation et procéder à une mise en récit s'effectue en trois étapes :

- ces deux photos doivent conduire à une *production de sens*, c'est-à-dire décrire ce qu'elles semblent contenir et dire ensuite ce qu'elles suggèrent — deux hommes assis sur un déambulateur dans des contextes différents ;
- ces deux photos doivent conduire à des *modalités de généralisation*, c'est-à-dire qu'elles doivent susciter chez l'analyste un jugement global sur la situation sociale des deux hommes assis sur leurs déambulateurs — deux contextes différents, le premier dans un quartier central en plein processus d'embourgeoisement, le second dans un boisé urbain au cœur même d'un quartier de banlieue à la nord-américaine de niveau médian de la classe moyenne ;
- ces deux photos doivent conduire à une *mise en récit* qui intègre les deux étapes précédentes, c'est-à-dire que ces deux photos, d'une part, ont délibérément été choisies pour raconter quelque chose de cohérent — cohérence qu'il s'agit de restituer —, et d'autre part, le contact avec l'image doit inciter à produire un récit à propos de tout ou partie des photos : la première photo révèle les vêtements élimés d'un homme qui fume en milieu urbain à l'intersection de deux rues achalandées, tandis que la seconde révèle des vêtements de bonne qualité d'un homme qui observe la nature dans un boisé urbain . Ces deux modalités de mise en récit, n'épuisent pas pour autant toutes les possibilités, mais elles désignent un continuum narratif compris entre deux pôles. En d'autres termes, bien souvent, derrière un propos généralisant (constatif, esthétique, moral), se profile une expérience vécue pour celui qui analyse ces photos, une relation à un proche, sur un mode finalement inductif. Toutefois, cette méthode a ses limites si on tente d'analyser la photo ci-dessous.

En fait, si on ne dispose pas des codes requis pour analyser une photo, il devient alors impossible de produire un récit à propos de celle-ci. La photo de la page précédente, prise en 1886 par le commissionnaire de service Edward Bangs Drew (1843-1924) de la Chinese Maritime Customs Service des États-Unis, alors en service à Shanghai, renvoie justement à cette difficulté. Comment interpréter l'habillement des gens représentés sur cette photo, comment déceler les codes sociaux liés aux liens familiaux, comment situer le statut social de cette famille de l'avant-dernière décennie du XIX<sup>e</sup> siècle si on ne dispose ni des codes sociaux et culturels requis ?

La question de posséder les codes sociaux et culturels requis pour analyser adéquatement une photo s'applique-t-elle aussi à des photos prises dans le contexte de vie d'un individu lui-même immergé dans sa propre culture ? Un jeune étudiant d'aujourd'hui peut-il analyser efficacement une photo datant de 1930 renvoyant à des pratiques religieuses catholiques comme la confirmation et la profession de foi ? Rien n'est moins certain.



## La recherche photographique

Trois phases en régissent la pratique : prendre des photos du lieu et des objets d'analyse ; confronter les hypothèses avec les images obtenues ; enregistrer des communications verbales le cas échéant. Il va sans dire que le sociologue qui fait de la sociologie visuelle doit avoir cette capacité à entrer facilement en contact avec les gens dans les situations les plus diverses aux fins de sa recherche.



▼ A Chinese merchant's family



© Edward Bangs Drew, 1886

La photo de la page suivante, prise par mon collègue Pierre Fraser, est tout à fait représentative de cette démarche. Afin de confronter nos hypothèses respectives quant aux quartiers centraux en plein processus d'embourgeoisement, nous avons besoin de photos qui représenteraient au mieux le phénomène de mixité sociale relative à ce type de quartier et celle-ci est particulièrement explicite à ce sujet. Un homme, visiblement itinérant, accompagné de son chien, demande à l'homme assis à la table s'il accepterait de lui offrir un repas. L'homme assis à la table et qui consulte son téléphone ne répond pas immédiatement. En fait, il mettra environ trente secondes avant de répondre et lui paiera finalement le repas en question<sup>13</sup>. La sociologie visuelle permet de rendre compte des multiples contrastes sociaux qui prévalent dans notre société dite d'abondance. Comme le disait si bien Jean-Charles Falardeau, le sociologue « est aussi un homme qui apprend avec ses pieds [...] en observant patiemment, longuement et méthodologiquement, sur place, les problèmes sociaux qu'il a à étudier<sup>14</sup>. »

<sup>13</sup> Propos rapportés par le sociologue Pierre Fraser.

<sup>14</sup> Langlois, S., Leroux, R. (2013), Jean-Charles Falardeau, *Sociologie du Québec en mutation. Aux origines de la Révolution tranquille*, Québec : Les Presses de l'Université Laval, p. 44.



▼ L'itinérant qui quémante un repas, quartier St-Roch, Québec







## La restitution de résultats

**Cette technique** consiste en la production et la visualisation des résultats obtenus. Il s'agit ici de traiter l'image comme un modèle d'expression, de communication, de monstration et de démonstration. Cette démarche, avant tout qualitative, doit rassembler les trois principes fondamentaux d'une analyse : la description, la recherche des contextes, l'interprétation. Le tout peut prendre soit la forme d'un article scientifique où le texte accompagne les photos, soit la forme d'un documentaire, d'une entrevue ou d'une capsule vidéo.

La photo de la page suivante, *L'homme aux vêtements usés et élimés*, se veut une amorce pour un article traitant des attitudes corporelles et du port de certains vêtements liées à l'appartenance à une classe sociale donnée. Si on part de l'idée que les attitudes corporelles se construisent, dans les quartiers défavorisés, à partir de corps fatigués, de vêtements usés et élimés, la démarche lente et les itinéraires discrets, en contraste avec l'environnement global mobile, c'est peut-être qu'elles traduisent une certaine inertie, un certain abandon au sort. À l'inverse, les corps jeunes et énergiques, vêtus à la dernière mode et à la démarche affirmée, sont en contraste, dans les sociétés occidentales, avec une large part de la population vieillissante. Concrètement, la géométrie sociale se construit toujours à partir de contrastes, de là la nécessité de tout un travail de typification des attitudes corporelles qui reste encore à faire. En ce sens, cette photo traduit deux phénomènes : (i) la façon de se vêtir de certaines personnes démunies et la posture corporelle, parfois prostrée, des gens défavorisés — certes, tous les gens défavorisés n'ont pas une posture corporelle prostrée ni ne porte tous des vêtements défraîchis — ; (ii) la façon dont les attitudes corporelles des uns et des autres entrent en contraste, tracent des parcours à la fois visuels et sociaux, délimitent un territoire visuel et social où se vit la mixité entre gens nantis et démunis.

La seconde photo, *La jeune femme chic*, poursuit cette analyse des attitudes corporelles. En l'examinant attentivement, on constate, à l'arrière-plan, un homme adossé à un mur qui est aussi un habitué de la banque alimentaire du quartier et des services de soutien aux personnes démunies. À remarquer aussi le contraste de ses vêtements par rapport à ceux de la jeune femme qui passe tout juste devant lui, tout comme l'attitude corporelle de la jeune femme par rapport à celle de l'homme.



▼ L'homme aux vêtements usés et élimés (Quartier St-Roch, Québec, 1<sup>er</sup> août 2015)





▼ La jeune femme chic (Quartier St-Jean-Baptiste, Québec, 31 mars 2015)





Faut-il ici souligner que l'allure même d'un vêtement signale l'appartenance à un groupe social ou à une classe sociale donnée. En fait, et c'est là où les choses deviennent intéressantes, c'est que si on s'y mettait et qu'on analysait les vêtements que porte la jeune femme, ainsi que le type de valise qu'elle tire, la posture de son corps et la position de sa tête, ceux-ci pourraient nous en dire beaucoup sur sa position personnelle sur le gradient social, tout comme si on procédait à la même analyse pour l'homme à l'arrière-plan ; il y a ici toute une sociologie des postures du corps et de la mode à convoquer.

En fait, le statut socio-économique d'une personne se reflète non seulement dans des indices subtils tels que certains mouvements du corps lorsqu'elle est en relation avec d'autres personnes, mais aussi dans le fait que les inégalités sociales sont reproduites par le corps d'où l'idée que « le corps social fait du corps individuel la courroie de réception, de transmission et de transformation de son ordre symbolique [où] le corps individuel est toujours engendré par l'information à partir de laquelle le corps est socialement construit et reconnu. C'est cette information qui soutient, de façon synchronique, une vision particulière du corps social et du corps individuel<sup>15</sup>. » Donc, en partant de plusieurs photos, il devient dès lors possible de restituer de véritables résultats en autant que l'on fasse une fidèle description de ce qui constitue la représentation de chacune des photos, que l'on en identifie correctement les contextes respectifs, et que l'on puisse parvenir à une interprétation somme toute relativement fiable.



## La sociologie sur les images

Cette méthode se fonde sur l'interprétation, c'est-à-dire l'identification des significations symboliques des images produites dans l'activité sociale et l'explication du processus d'identification et d'analyse des significations symboliques produites dans le but de raconter une histoire. Les sociologues sont de plus en plus invités aujourd'hui à mobiliser les images pour alimenter la compréhension de l'objet d'étude sociologique. Par exemple, pour décrire les phénomènes de stratification sociale, comment l'image peut-elle être une voie d'accès à leur connaissance et à leur compréhension ? Quelle place pour les données visuelles dans cette explication ? En mars 2014, mon collègue Pierre Fraser a participé à une table ronde à propos de la ville intelligente. Alors qu'il intervenait sur le fait que l'ajout de technologies pour rendre la ville plus « intelligente » ne conduirait pas forcément à réduire les inégalités sociales, un jeune homme dans la trentaine travaillant pour une société de hautes technologies établie dans le quartier St-Roch de Québec — ancien quartier central défavorisé et depuis revitalisé et embourgeoisé — lui a rétorqué : « *Les pauvres ont juste à aller ailleurs...* ». Il lui a alors demandé : « *Où veux-tu que ces gens aillent ?* », et celui-ci de lui répondre : « *Ils peuvent se trouver des logements ailleurs, par exemple, dans Limoilou...* » Alors qu'il tentait d'expliquer que la revitalisation d'un quartier correspond souvent à l'exode des pauvres, il a donc posé la question suivante aux participants : « *Est-il possible de vivre une mixité sociale, même si un quartier est revitalisé ?* ». Une jeune femme, début trentaine, lève alors la main : « *Personnellement, les pauvres ne me dérangent pas. En fait, je donne au 'Café en attente' tout près de chez moi, rue de la Couronne, afin qu'un démuné de mon quartier puisse boire gratuitement un bon café. J'utilise les transports en commun, je consomme dans des commerces de proximité, j'achète mes légumes au Marché du Vieux-Port, je recycle et je participe à la vie du quartier.* »

Partant de là, mon collègue et moi nous nous sommes demandé comment la sociologie visuelle pourrait bien « raconter l'histoire » d'une réalité sociale à travers l'image, que ce soit par la photo ou la vidéo. En fait, nous n'avons eu qu'à reprendre le slogan officiel de la ville de Québec voulant que le quartier St-Roch soit devenu le *Nouvo St-Roch*. Dans ce tout nouveau St-Roch revitalisé, la rue St-Joseph a subi, au fil des quinze dernières années, une véritable revitalisation. L'Université du Québec y a implanté son siège social et l'Université Laval y a implanté son pavillon d'arts graphiques dans l'ancien édifice de la

<sup>15</sup> St-Jean, M. (2010), *Métamorphose de la représentation sociale du corps dans la société occidentale contemporaine*, Thèse de doctorat, UQAM, URL: <https://archipel.uqam.ca/3756/1/D1938.pdf>.



Dominion Corset. Le mail couvert de la rue St-Joseph a été détruit et a révélé les devantures des commerces. Des entreprises de marque s'y sont implantées au rythme où des gens plus fortunés s'y sont eux-mêmes installés. Des restaurants huppés sont apparus, des bistrots se sont établis et une toute nouvelle faune a remplacé, le jour, celle des démunis. En fonction de ce contexte d'embourgeoisement, la séquence de photos des cinq pages suivantes<sup>16</sup> révèle la réalité de la mixité sociale, montre les parcours visuels dans lesquels une vieille dame, vraisemblablement défavorisée, s'inscrit.

▼ Rue St-Joseph, devant des commerces s'adressant à une clientèle aisée



D'autre part, de l'autre côté de la rue, un commerce de vêtements griffés québécois situé au sous-sol de l'Église St-Roch, lequel héberge également des services communautaires pour personnes défavorisées. En fait, la paroisse St-Roch, confrontée au problème de la baisse de la pratique religieuse, comme bien d'autres paroisses québécoises par ailleurs, n'a pas eu le choix de chercher des solutions pour rentabiliser ses espaces afin de rencontrer ses obligations financières. Comme le souligne Anne de Shalla, présidente de *Signatures Québécoises* — un regroupement de vingt-cinq designers québécois —, c'est une « église qu'on a voulu revitaliser à des fins plus commerciales et artistiques sans défaire la trame commerciale du quartier<sup>17</sup>. » Pour Christine St-Pierre, ministre québécoise de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, l'ouverture de ce commerce « va donner encore plus de panache au Quartier St-Roch qui est en train de se développer de façon extraordinaire ! ». Pour le maire de Québec, Régis Labeaume, « Ce sont des initiatives comme celles-là qui animent le quartier en lui conférant un caractère propre qu'on ne trouve nulle part ailleurs. » Concrètement, « *La mode entre à l'église !* », comme l'annonce le slogan de *Signatures Québécoises*. En fait, la paroisse St-Roch, confrontée au problème de la baisse de la pratique religieuse, comme bien d'autres paroisses québécoises par ailleurs, n'a pas eu le choix de chercher des solutions pour rentabiliser ses espaces afin de rencontrer ses obligations financières.

<sup>16</sup> Photos prises le 4 octobre 2014 entre 10 h 30 et 10 h 40.

<sup>17</sup> de Shalla, A. (2015), *La boutique de mode permanente des créateurs du Québec*, URL: <http://www.signaturesquebecoises.com/a-propos>.



▼ Un commerce de vêtements griffés québécois



Il est là le côté intéressant de la sociologie visuelle, en ce qu'il permet de faire ressortir les contrastes et les oppositions dans un lieu géographique donné, de montrer et de démontrer les dynamiques à l'œuvre sur le plan social, économique, financier et politique. Et le cheminement de la dame défavorisée dans ce quartier en pleine revitalisation est évocateur de ces contrastes et oppositions et montre également que la revitalisation d'un quartier a aussi ses limites. Par exemple, le quartier St-Roch a été revitalisé entre le boulevard Charest (artère majeure de circulation) et la rue St-Joseph (rue commerciale), c'est-à-dire deux rues de large sur environ un kilomètre de long. Les repères de la revitalisation se traduisent souvent par un mobilier urbain spécifique, par des panneaux-réclame annonçant le renouveau, par des ilots fleuris, par un pavé fait de briques rappelant les rues de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle — esthétique d'une autre époque censée indiquer aujourd'hui le chic urbain —, par des espaces de rencontres (parvis de l'église ou autres), par des commerces « tendance », par des restaurants ou bistrots moyen et haut de gamme. Par exemple, comme le montre les deux photos suivantes, tout juste à l'intersection des rues St-Joseph et Monseigneur-Gauvreau, la revitalisation atteint déjà ses limites.

Encore là, la notion de repère visuel qui construit du sens social, qui construit des parcours et des territoires. D'une part, une revitalisation qui affiche l'expansion économique, qui donne « du panache au Quartier St-Roch qui est en train de se développer de façon extraordinaire », qui annonce que le renouveau embellit le quartier, qui le sécurise aussi en quelque sorte en déportant ailleurs les défavorisés. D'autre part, une revitalisation qui a rapidement ses limites et qui renvoie les plus défavorisés aux franges de ce renouveau économique et social.



La rue Monseigneur-Gauvreau, perpendiculaire à la rue St-Joseph, est, elle aussi, constituée d'un pavé fait de briques, rappel de la revitalisation qui se situe à peine à deux mètres en amont. À l'intersection des rues Monseigneur-Gauvreau et St-François Est, là où est stationnée une voiture de couleur rouge, le pavé fait d'asphalte reprend ses droits, laissant là en plan la revitalisation.

▼ Rue Monseigneur-Gauvreau, à moins de 2 mètres de la rue St-Joseph (Quartier St-Roch, Québec)



Si, d'une part, une revitalisation qui affiche l'expansion économique, qui donne « du panache au Quartier St-Roch qui est en train de se développer de façon extraordinaire », qui annonce que le renouveau embellit le quartier, qui le sécurise aussi en quelque sorte en déportant ailleurs les défavorisés, il y a aussi d'autre part, une revitalisation qui a rapidement ses limites et qui renvoie les plus défavorisés aux franges de ce renouveau économique et social. La rue Monseigneur-Gauvreau, perpendiculaire à la rue St-Joseph, est, elle aussi, constituée d'un pavé fait de briques, rappel de la revitalisation qui se situe à peine à deux mètres en amont. À l'intersection des rues Monseigneur-Gauvreau et St-François Est, là où est stationnée une voiture de couleur rouge, le pavé fait d'asphalte reprend ses droits, laissant là en plan la revitalisation.

Le style de pavé constitué de briques semble prendre une place importante dans la définition de la revitalisation du quartier St-Roch. C'est un peu comme si la surface plane sur laquelle se déplacent les gens et les véhicules, fait de briques, structurait par défaut l'espace urbain revitalisé autour duquel s'articuleront par la suite en hauteur et en profondeur les autres éléments de l'environnement bâti. En ce sens, la rue Monseigneur-Gauvreau est intéressante à plus d'un égard, car elle montre comment la surface plane constituée de briques qu'est la rue n'a pas achevé son travail de revitalisation, car du côté droit de la rue,



un bâtiment est laissé à l'abandon et un autre a été démoli pour faire place à un stationnement de surface. Autrement dit, la revitalisation, dans ce secteur, ne se situe qu'au niveau de la voie carrossable.

Sur la photo ci-dessous, la dame a mis plus d'une minute à traverser la rue, son pas étant scandé par sa capacité à déposer lentement sa canne au sol sur ce type de pavé formé de petites briques, lequel pavé déséquilibrait parfois la dame lorsqu'elle déposait sa canne entre les interstices des briques.

#### ▼ La traverse de la rue



Il est pertinent de préciser que la démolition de certains immeubles dans un quartier défavorisé conduit à des terrains vacants qui seront parfois utilisés comme stationnement. À remarquer aussi, deux caractéristiques de ces terrains vacants : la prolifération des herbes et les graffitis sur les murs. En fait, le terrain vacant, les herbes folles et les graffitis fonctionnent comme autant de repères délimitant des espaces urbains organisant la perception et la qualification de ce type de milieu. Ces repères fonctionnent aussi comme couples antagonistes fondés sur les dialectiques intérieur/extérieur, inclus/exclus, contenu/contenant à partir des éléments qui les composent ou s'ordonnent à partir d'eux. Ils organisent également des parcours de la défavorisation, structurent le milieu urbain, signalent à ceux qui sont défavorisés leur appartenance à un territoire socialement et géographiquement délimité. Et il est là le côté intéressant de la sociologie visuelle, en ce qu'il permet de faire ressortir les contrastes et les oppositions dans un lieu géographique donné, de montrer et de démontrer les dynamiques à l'œuvre sur le plan social, économique, financier et politique. Et le cheminement de la dame défavorisée dans ce quartier en pleine revitalisation est évocateur de ces contrastes et oppositions.



▼ Terrain vacant transformé en stationnement



Finalement, la dame « *n'a juste qu'à aller ailleurs* », pour reprendre les propos du jeune homme qui a interpellé mon collègue. Elle se rend effectivement ailleurs, au Centre Ozanam de la Société de St-Vincent-de-Paul dont la mission est de recueillir auprès de la population des marchandises usagées de qualité afin de les offrir à prix modique aux personnes dans le besoin, et ce, dans le respect de chacun et sans aucune distinction. Contribuer à la lutte à la pauvreté par les économies réalisées avec la vente de marchandises usagées en bon état, maintenir des liens étroits d'entraide financière avec le réseau de la Société de Saint-Vincent-de-Paul, appuyer la cause environnementale en récupérant, en recyclant et en donnant une seconde vie à des quantités importantes de vêtements et d'accessoires, de menus articles, de meubles et d'électroménagers pour les gens qui ont juste à aller ailleurs, le Centre Ozanam est l'endroit tout à fait désigné.



▼ Une destination socio-économique ciblée, une coopération pour gens défavorisés







## L'analyse de corpus visuels établis

L'analyse de corpus visuels est une démarche intéressante à plus d'un égard, car elle implique de façon générale des corpus déjà constitués depuis plusieurs années. Qu'il s'agisse d'un corpus visuel public géré par les Archives nationales, ou d'un corpus visuel privé, ceux-ci sont particulièrement révélateurs de la culture d'une époque donnée, de sa mode vestimentaire, des objets d'utilisation courante, des moyens de transport, des croyances religieuses, de la situation économique, du développement technologique, etc. Par toute l'objectivité dont la photo puisse être porteuse — enregistrement tangible d'un événement qui s'est produit à un moment ou l'autre dans un contexte social donné —, par toute la subjectivité qui imprègne aussi la photo — invariable reflet du point d'attention de celui qui a tenu la caméra et de ce qu'il voulait saisir et montrer —, l'image constitue inévitablement un ensemble de processus subjectifs complexes encapsulés temporellement dans une forme incroyablement objective, de là tout l'intérêt de l'analyse sociologique à travers un corpus visuel.

### ▼ La prière du soir en famille



La société québécoise, du début du XIX<sup>e</sup> siècle jusqu'à la fin des années 1960, a été particulièrement moulée par l'influence de la religion catholique. En fait, la prière du soir, pour plusieurs catholiques, était « une espèce de repos et d'attendrissement<sup>18</sup>. » Comme le souligne l'historien Jean-Marie Lebel,

---

<sup>18</sup> *Idem.*, p. 147.



« Tout commence par des prières et tout se termine par des prières. [...] Les dévotions se succèdent : prières du matin et du soir, récitation du chapelet, exercices du mois de Marie en mai, exercices du mois du Rosaire en octobre, retraites annuelles, prières devant le Saint-Sacrement durant les Quarante-Heures<sup>19</sup>. »

La photo de la page précédente, datant de 1958, montre bien cette encapsulation de valeurs culturelles, de normes sociales, de mode, d'attitudes et de comportement codifiés, et de technologies. Dans les années 1950, immédiatement après le souper (le dîner en France), la famille, sous l'œil attentif du père, qui avait encore à cette époque un rôle social bien campé de pourvoyeur et de guide, prenait le chemin du salon pour la prière du soir. Il est intéressant ici de relever l'habillement des jeunes filles et des jeunes garçons, tout comme leur style de coiffure, qui s'appêtent à entrer dans une nouvelle décennie qui chamboulera tous les codes sociaux alors en place au Québec ; l'arrivée de la mini-jupe est proche, tout comme les cheveux longs et la musique rock venue de Grande-Bretagne avec les Beatles et les Rolling Stones. Autre détail plus qu'intéressant à relever dans cette photo, la présence d'un tourne-disque juste à la gauche du père (sur la droite dans la photo). À remarquer, aussi, le style du mobilier qui date, quant à lui, du milieu des années 1950. Tous ces petits détails permettent vraisemblablement d'en conclure qu'il s'agit là d'une famille de la classe moyenne qui possède les revenus nécessaires pour se procurer toutes ces choses et de subvenir aux besoins d'une famille de plus de huit enfants.

L'œil contemporain qui examine ces photos d'il y a plus de 70 ans réorganise donc un savoir plus ancien qui s'articulait autour des préceptes catholiques. Plus encore, la photographie est indéniablement constituée de plusieurs couches de représentations sociales. Par exemple, la photo de la prière en famille montre la couche de la mode masculine et féminine, la couche technologique (électricité, tourne-disque, lampe), la couche du design immobilier, la couche des postures face à la prière (agenouillement, signe de croix), la couche de la présence de la religion (crucifix). En somme, la photo évoque les valeurs d'une société donnée, et en ce sens, elle est bien un discours, un savoir particulier à propos d'un monde qui structure comment celui-ci est compris et comment les éléments du quotidien prennent leurs places respectives — il s'agit bien là de l'analyse d'un corpus visuel établi. Allan Sekula (1951-2013), photographe américain, également écrivain, réalisateur de films et théoricien de l'art, considère non seulement que la photographie et le film produisent du sens et du langage, mais qu'ils sont aussi discours au sens où l'entend Michel Foucault, c'est-à-dire qu'ils incarnent le pouvoir institutionnel parce qu'ils organisent le savoir<sup>20</sup>. En ce sens, les archives de photos ne sont pas qu'une simple mine d'informations, mais révèlent à quel point une société en arrive à se reconnaître et à se représenter elle-même. Par exemple, les photos des pages suivantes participent, dans un premier temps, au pouvoir institutionnel d'une époque, l'Église, et à l'organisation d'un certain savoir, celui de la présence de la religion dans plusieurs moments de la vie.

L'analyse de corpus visuels établis n'est pas qu'un simple alignement de photos, mais bien une démarche sociologique qualitative qui veut aussi rendre compte de réalités sociales d'une autre époque. Par exemple, la photo de la page suivante n'est pas anodine avec son prêtre à l'avant-plan, car il fut une époque où, au Québec, avoir un prêtre dans la famille était socialement bien vu.

---

<sup>19</sup> Lebel, J. M. (1993), « La vie quotidienne en 1900 », Cap-aux-diamants, numéro hors-série, Québec : Les éditions Cap-aux-diamants, p. 32.

<sup>20</sup> Meunier, C. (2011), « A Dialogue with Allan Sekula », *Lieven Gevaert Series*, Livre 2, Louvain : Leuven University Press.





Comme le souligne fort à propos Roberto Perrin, « l'Église, institution entièrement canadienne-française, sera l'architecte de ce nouvel espace public, grâce d'abord à l'expansion remarquable de ses effectifs — aux quatre cinquièmes féminins — et ensuite à la création d'un réseau institutionnel articulé englobant services publics et, plus tard, organisations socioéconomiques telles que syndicats, caisses populaires et coopératives. Desservant la très grande majorité de la population québécoise, ces institutions catholiques<sup>21</sup> » assuraient un type de service public aux citoyens pour obtenir des services spécialisés en matière religieuse : baptême, première communion, confirmation, mariage, funérailles, etc. L'Église est en quelque sorte devenue un lieu de production et de dispensations de biens symboliques d'un type particulier où les sacrements administrés par des clercs qualifiés seront perçus comme autant d'objets de droit<sup>22</sup>. On est ainsi en présence de bénéficiaires de biens symboliques (les sacrements) dont la prestation est assurée par un petit groupe de personnes spécialisées et reconnu comme tel par leur appartenance à l'Église catholique. Comme le montre la photo de la page suivante mettant en scène des jeunes filles venant tout juste d'être confirmées, la prestation du bien symbolique qu'est la confirmation de l'entrée de chacune d'elle dans la foi chrétienne est bel et bien rendu. Comment ? Par des attitudes, des comportements et une façon de se vêtir. On remarquera les mains jointes de chacune d'elles, qui attestent de la confirmation, tout comme le fait que toutes, sans exception, ont les cheveux courts, tout comme la couleur blanche de la robe domine, à l'exception des deux jeunes filles à chaque extrémité à l'arrière-plan. Toutes ces caractéristiques nous renseignent sur la décennie 1930 au Québec quant à la

<sup>21</sup> Perin, R. (2001), « L'Église et l'édification d'une culture publique au Québec », dans *Études d'histoire religieuse*, vol. 67, Montréal: Société canadienne d'histoire de l'Église catholique, p. 263 [261–270].

<sup>22</sup> Routhier, G. (2001), « La paroisse québécoise : évolutions récentes et révisions actuelles », dans *Atlas historique du Québec*, Québec : CIÉQ, p. 56, URL : <https://atlas.cieq.ca/la-paroisse/la-paroisse-quebecoise-evolutions-recentes-et-revisions-actuelles.pdf>.



forte présence de la religion catholique, mais plus encore, elles incitent aussi à pousser plus loin l'analyse sociologique de cette même présence à cette époque — faire une sociologie de la confirmation comme rite de passage de l'Église catholique.

▼ La confirmation (Marie-Paule Léveillé, collection privée, 1938)



Un autre grand marqueur de l'identité canadienne-française a bel et bien été St-Jean Baptiste, longtemps considéré comme le saint patron des canadiens-français. Le défilé de la St-Jean-Baptiste, tenu chaque année le 24 juin, est définitivement un savoir particulier à propos de la société canadienne française avant qu'elle n'affirme son identité en 1960 et qu'elle ne devienne la société québécoise telle qu'on la connaît aujourd'hui. Nommé patron spécial des Canadiens-français par le pape Pie X le 24 juin 1908 à la demande de la Société St-Jean-Baptiste de Québec (SSJB), le défilé de la St-Jean-Baptiste prend véritablement son envol dans plusieurs villes du Québec. À une époque où il était impossible de dissocier la religion de cette fête, le petit saint Jean-Baptiste, blond et frisé, occupait une place de choix dans les festivités surtout dans les défilés. Comme le disait si bien Georges Meyers (1916-2012), directeur général de la SSJB de la Mauricie de 1956 à 1982 : « Célébrer la Fête nationale, c'est un gage d'avenir, car tant qu'un peuple souligne sa fête nationale, il est assuré de sa survie<sup>23</sup>. » Pour les Canadiens-français, le défilé de la St-Jean a longtemps été un aspect du récit collectif à propos de la société canadienne-française, une façon de se voir dans le monde, une façon de forger une identité. Pour s'en convaincre, il suffit de se remémorer les thèmes de certains de ces défilés : 1946 — *Les Canadiens français et les sciences* ; 1947 — *La Patrie, c'est ça* ; 1948 — *La Cité* ; 1949 — *L'expansion française en Amérique* ;

<sup>23</sup> Veilleux, J. F. (2016, 7 juin), *La Fête nationale, une tradition ancestrale*, La gazette de la Mauricie, URL : <https://www.gazettemauricie.com/la-fete-nationale-une-tradition-ancestrale/>.



1950 — *Le folklore* ; 1951 — *Le Canada français dans le monde*. Ces thèmes, au fil des années, évoquent particulièrement une progression sociale, une ouverture sur la science, comme une ouverture sur le monde. Ces Canadiens-français, qui allaient bientôt devenir des Québécois en reforgeant leur identité avec la Révolution tranquille du début des années 1960, s'apprêtent à entrer dans la modernité. Ce n'est pas rien pour l'époque, surtout pour un peuple qui fut inféodé pendant plus de 350 ans à la religion catholique et soumis à la domination britannique.

▼ Défilé de la St-Jean-Baptiste le 24 juin 1960 au Cap de la Madeleine<sup>24</sup>



Le 11 mai 1977, le gouvernement souverainiste de René Lévesque proclame le 24 juin jour de la Fête nationale du Québec, journée désormais fériée et chômée où le drapeau du Québec était omniprésent. Ce ne sera plus seulement la fête identitaire des Québécois de souche catholique, mais bien une fête laïque pour tous ceux qui habitent le territoire du Québec. Conséquence de cette affirmation nationale, le petit St-Jean-Baptiste blond et frisé a disparu, tout comme les symboles de la religion catholique dont la pratique religieuse n'en finit plus de décliner depuis 1960. Si Georges Meyers disait que tant qu'un peuple souligne sa fête nationale, il est assuré de sa survie, le spectacle de la Fête nationale de 2020, a non seulement évacué le drapeau du Québec et les discours patriotiques, mais a aussi permis à l'artiste québécois Émile Bilodeau d'arborer un macaron anti-loi 21 — loi sur la laïcité du Québec qui interdit le port de symboles religieux pour les employés de l'État québécois en position d'autorité. En évacuant graduellement les symboles du peuple québécois lors de sa fête nationale, c'est un ensemble de repères visuels qui disparaissent, prélude à un effacement progressif de ce qui a fondé l'identité québécoise.

<sup>24</sup> © Fonds Serge St-Louis, 1960.



▼ Des repères visuels qui traversent le temps : Coca-Cola, Texaco





▼ L'image permet de décrire la morphologie visuelle du tangible et de l'intangible











# STATUTS VISUELS

- [Le présupposé de la sociologie visuelle](#)
- [Le statut global de l'image en sociologie visuelle](#)
- [Le statut particulier de l'image en sociologie visuelle](#)
- [La représentation du monde](#)
- [Traduire le monde en images](#)
- [Le visuel est partout](#)





Denis Harvey  
photographe

## L'oublié

Date : 23 avril 2018

Lieu : Pointe-Lebel (Côte-Nord)

Matériel : Nikon D7200

Ouverture f/7

Vitesse : 1/15

ISO : 100

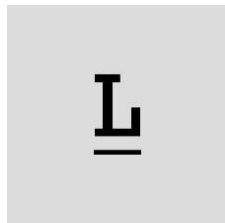
Distance Focale : 18mm





Pierre Fraser

## Le présupposé de la sociologie visuelle



**A SOCIOLOGIE VISUELLE** part de l'idée que la vue est un « sens privilégié de la connaissance du monde<sup>25</sup>. » Conséquemment, le présupposé de la sociologie visuelle, en tant que démarche scientifique, s'articulerait autour du fait que l'image peut être un « langage utilisé pour une description de la réalité sociale » et que celle-ci « doit être pensée comme un texte<sup>26</sup>. » Ce présupposé mérite d'être analysé. D'une part, il est possible de convenir que l'image peut être un « langage » utilisé pour une

description de la réalité sociale à travers la photographie, le film ou le multimédia, et que la sociologie visuelle, de nature qualitative, peut rendre compte de certaines réalités sociales au même titre que la sociologie quantitative est en mesure de le faire, la différence étant dans la forme de présentation des résultats. Cependant, l'image est-elle vraiment un « langage » ? D'autre part, affirmer que l'image doit être pensée comme un texte est une affirmation qui mériterait d'être beaucoup plus étayée, pour la simple raison qu'il n'existe aucune grammaire et syntaxe de l'image. Par exemple, si le langage possède des mots qui s'articulent selon une syntaxe bien précise, le tout générant du sens, à bien y regarder, l'image ne s'inscrit pas dans ce type de structure. En fait, il n'existe aucun élément de base comme le serait un phonème — la plus petite unité distinctive de la chaîne parlée, c'est-à-dire la plus petite unité de son capable de produire un changement de sens par commutation (lampe/rampe).

Certes, la sémiologie visuelle prétend qu'il existerait des iconèmes, à savoir la plus petite unité distinctive de signification d'une image (découper l'image en plusieurs unités de signification) — la plus petite unité d'image capable de produire un changement de sens par permutation quant à sa position dans l'image. Ce même iconème serait constitué de graphèmes : unité distinctive qui varie par la taille, la valeur, le grain, la couleur, l'orientation, et la forme. Le défi, ici, car il y a effectivement un défi, c'est d'arriver à analyser une image avec de tels concepts. Concrètement, en sociologie visuelle, utiliser les méthodes de la sémiologie visuelle est non seulement d'avance voué à l'échec, mais une entreprise risquée et douteuse. En fait, le sociologue doit analyser autrement l'image et ne pas considérer l'image comme un langage ou un texte potentiel, ce qu'elle n'est peut-être pas. De là, le présupposé de la sociologie visuelle se fonde effectivement sur l'idée que la vue est un sens privilégié de la connaissance du monde et que sa démarche scientifique s'articule autour du fait que l'image peut être un moyen (et non un langage) pour décrire la réalité sociale. Il faut maintenant voir ce que vaut une image en sociologie visuelle, comment elle est constitutive de la réalité sociale, c'est-à-dire un modèle d'expression, de communication, de monstration et de démonstration, un outil qui rassemble les trois principes fondamentaux d'une analyse : la description, la recherche des contextes, l'interprétation.

Il ne s'agit surtout pas ici de faire un exposé exhaustif et historique des méthodes qui ont été utilisées pour faire de la sociologie visuelle. Plusieurs ouvrages, dont celui de Douglas Harper, *Visual Sociology*<sup>27</sup>, en fait une très bonne recension. Dans la foulée du développement des techniques photographiques, le journaliste, photographe et réformateur américain Jacob Riis (1849-1914), dès 1890, entreprend de décrire et de montrer, à travers la photo, la condition sociale des quartiers défavorisés de New

<sup>25</sup> La Rocca, F. (2007), « Introduction à la sociologie visuelle », *Sociétés*, vol. 95, Paris : De Boeck Supérieur, pp. 33-40.

<sup>26</sup> *Idem.*, p. 31.

<sup>27</sup> Harper, D. (2012), *Visual Sociology*, New York : Routledge, p. 33.



York. Au cours de la même période, le sociologue Lewis Hine (1874-1940), à la fois documentariste et photographe, entreprend d'utiliser pour la première fois la photographie comme outil documentaire afin de mettre en lumière les conditions de travail dans lesquelles se retrouvent les enfants.

Tout le courant de réforme sociale du début du XX<sup>e</sup> siècle, aux États-Unis, pour sa part, est grandement tributaire de la photographie et des travaux des sociologues. D'ailleurs, les différents numéros de l'*American Journal of Sociology*, de 1896 à 1916, comportent un important lot de photographies servant à appuyer les avancées théoriques et les hypothèses alors formulées. Il est également intéressant de constater que l'article du sociologue américain Frank Wilson Blackmar (1854-1931), *The Smoky Pilgrims*<sup>28</sup>, relatant la vie de deux familles pauvres du Kansas à travers la photographie, seront par la suite repris par Howard Becker (*Photography and Sociology*<sup>29</sup>), Erwing Goffman (*Gender Advertisements*<sup>30</sup>) et Douglas Harper (*Good Company*<sup>31</sup>, *Working Knowledge*<sup>32</sup>) et feront l'objet d'une application concrète en ce qui concerne l'analyse de l'image et son utilisation en sociologie. Comme le souligne Elizabeth Chaplin, ces études démontrent que « lorsque des sociologues, qui sont aussi photographes, produisent des images qui possèdent à la fois une finalité documentaire et certaines qualités esthétiques, celles-ci génèrent, une fois combinées à un texte descriptif, une pratique sociologique enrichie<sup>33</sup>. » Au XX<sup>e</sup> siècle, il importe de souligner les importantes contributions de Gregory Bateson et Margaret Mead avec leur célèbre ouvrage *Balinese Character : a Photographic Analysis*<sup>34</sup> (1942), ainsi que les travaux de John Collier et Malcolm Collier (1986) avec leurs techniques de production filmique comme inventaire de la culture matérielle. À ne pas oublier Tim Asch<sup>35</sup>, qui se servit du film pour décrire la vie sociale du Cap Breton en 1950, et finalement, Pierre Bourdieu, qui soulignait que « L'étude de la pratique photographique et de la signification de l'image photographique est une occasion privilégiée de mettre en œuvre une méthode originale tendant à saisir dans une compréhension totale les régularités objectives des conduites et l'expérience vécue de ces conduites<sup>36</sup>. »



## Le statut global de l'image en sociologie visuelle

Le chercheur britannique John Tagg, spécialiste de l'histoire de la photographie, a bien résumé la position de l'image : elle est une « rhétorique de la vérité mobilisée<sup>37</sup> ». Que faut-il entendre par cette position ? En fait, l'avantage de l'image, c'est qu'elle est en mesure de représenter une multitude de situations sociales qu'il est possible par la suite d'interpréter de différentes façons en fonction de l'angle d'analyse sociologique privilégié. Par exemple, une photographie montrant un pêcheur peut représenter le rôle social qu'investit un individu le week-end venu (activité de loisir), ou bien, un individu dont c'est la principale source de revenu.

<sup>28</sup> Blackmar, F. W. (1897), « The Smoky Pilgrims », *American Journal of Sociology*, vol. 2, n° 4, Janvier 1897, pp. 485-500.

<sup>29</sup> Becker, H. (1974), « Photography and sociology », *Studies in Anthropology of Visual Communication*, vol. 1, n° 1, p. 3-26.

<sup>30</sup> Goffman, E. (1979), *Gender Advertisements*, London : Macmillan.

<sup>31</sup> Harper, D. (1982), *Good Company*, Chicago : Chicago University Press.

<sup>32</sup> Harper, D. (1987), *Working Knowledge*, Chicago : Chicago University Press.

<sup>33</sup> Chaplin, E. (1994), *Sociology and Visual Representation*, London : Routledge, p. 221-222.

<sup>34</sup> Bateson, G., Mead, M. (1942), *Balinese Character : a Photographic Analysis*, New York : New York Academy of Sciences.

<sup>35</sup> Harper, D. (1994), *Cape Breton 1952 : the Photographic Vision of Timothy Asch*, Louisville, Kentucky : IVSA.

<sup>36</sup> Bourdieu, P. (1965), *Un art moyen, Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris : Éditions de Minuit, p. 11.

<sup>37</sup> Tagg, J. (1988), *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories*, Minneapolis : University of Minnesota Press.





La photo ci-dessus est significative en ce sens, car sans disposer d’aucune description préalable, il est possible de se rendre compte que le pêcheur en question s’adonne à une activité de loisir. Elle révèle également un certain statut social, car le pêcheur en question est vêtu de l’habillement approprié pour s’adonner à cette activité, habillement qui vaut au bas mot 170 \$, il dispose d’une canne à pêche dernier cri (120 \$) et d’un moulinet de haute précision (240 \$). La date où la photo a été prise (7 juin 2015) indique qu’il s’agit vraisemblablement d’un individu qui ne travaille pas le week-end (ou qu’il ne travaillait pas ce week-end-là), et qu’il est en mesure de profiter de ses moments de loisirs. Concrètement, le contexte dans lequel une image a été saisie déploie en bonne partie la portée sociale de celle-ci. Trois grandes approches théoriques sont généralement reconnues pour soutenir la démarche en sociologie visuelle : (i) l’approche anthropologique et ses méthodes photographiques qui rendent compte de la culture ; (ii) les techniques de photojournalisme où les photographies sont considérées comme des preuves, c’est-à-dire des représentations de la réalité, ni plus ni moins qu’un enregistrement simple et efficace d’un phénomène ou d’un événement ; (iii) la perspective poststructuraliste où les images construisent la réalité. Ce qui fédère ces trois approches, c’est l’idée que les images sont avant tout considérées comme des textes qui peuvent être « lus » afin de révéler leur signification sociale plus large, les idéologies qu’elles véhiculent et les messages qu’elles communiquent.



▼ Jour de pêche urbaine dans la rivière St-Charles (Parc Chauveau, Québec, juin 2015)





Sociologiquement parlant, les images ont la capacité de révéler les mécanismes de la vie sociale. Elles révèlent les connexions qu'établissent les gens avec les objets et le territoire et montrent comment les gens interagissent avec leur milieu. Tout comme l'approche quantitative en sociologie permet d'aller au-delà de la simple constatation d'un fait social et de mettre en lumière ce qui était auparavant invisible à la simple investigation, l'approche qualitative, et spécifiquement l'approche visuelle, permet en plus d'archiver la réalité sociale, c'est-à-dire de fournir un accès visuel à une réalité sociale passée. C'est ce que Mills nomme l'« imagination sociologique<sup>38</sup> ». Cette notion d'imagination sociologique proposée par Mills stipule que l'image permet d'établir des liens et des connexions entre l'histoire au sens large et les réalités sociales dans lesquelles la vie au quotidien est vécue. L'image possède aussi cette capacité à passer du plus impersonnel (société/structure) au plus intime (individu/agent) et de voir comment les deux s'interconnectent. En somme, la grande qualité de l'image réside dans cette capacité à montrer le particulier, le local, le personnel et le familial, tout en suggérant qu'elle s'inscrit dans une réalité sociale beaucoup plus large. Autrement dit, l'image permet de comprendre comment les plus petites unités de l'analyse sociale — les gens, les objets — agissent pour former une réalité sociale globale où toute activité personnelle est essentiellement sociale, où tout ce qui est social renvoie inévitablement à ce qui est personnel. Si l'image, entendre ici la photo, permet de révéler les mécanismes de la vie sociale, le film, quant à lui, va encore plus en profondeur pour comprendre comment les plus petites unités de l'analyse sociale, en sociologie visuelle — les gens, les objets —, agissent pour former une réalité sociale globale où toute activité personnelle est essentiellement sociale, où tout ce qui est social renvoie inévitablement à ce qui est personnel. À ce titre, le pêcheur des pages précédentes montre comment ce dernier agit et réagit avec son environnement pour s'adonner à la pratique de la pêche. Il montre aussi comment, sans être vêtus de la même façon que le pêcheur au milieu de la rivière, les gens sur la berge s'adonnent, eux aussi, à la pratique de la pêche (photo de la page précédente).

#### ▼ La pêche comme activité familiale



<sup>38</sup> Mills, C. W. (1997), *L'imagination sociologique*, Paris : Éditions la découverte.





## Le statut particulier de l'image en sociologie visuelle

Il y a cinq raisons pour lesquelles la sociologie peut largement bénéficier de l'apport de l'image dans sa pratique. Premièrement, le médium visuel et les messages qu'il convoie dominent la communication dans les sociétés contemporaines. Conséquemment, étudier comment les messages sont produits, ce qu'ils encodent, de quelle façon ils sont consommés, permet de mettre à jour une veine de données qui enrichit les types de données quantitatives que les sociologues utilisent généralement. Deuxièmement, l'image est une forme de données qui encapsule plusieurs couches de signification dans un format directement accessible. Troisièmement, l'image possède une particularité intrinsèque qui lui est propre : elle est objective, car ce qui est vu, c'est ce que la caméra capture, et toutes choses étant égales par elles-mêmes, il s'agit bien d'un enregistrement tangible d'un événement qui s'est produit à un moment ou l'autre dans un contexte social donné. Finalement, l'image est irréductiblement subjective, car elle reflète invariablement le point d'attention de celui qui tient la caméra et de ce qu'il voulait saisir et montrer. Conséquemment, l'image constitue un ensemble de processus subjectifs complexes encapsulés dans une forme incroyablement objective, de là tout l'intérêt à procéder à une analyse rigoureuse de ce que toute image représente et véhicule comme messages.

▼ Montrer la défavorisation c'est faire un choix subjectif encapsulé dans un médium hautement objectif



La photo ci-dessus explique parfaitement cette situation. Prise dans le quartier St-Jean-Baptiste de Québec en mars 2015, elle montre toute l'objectivité de l'image, c'est-à-dire que l'habillement de l'homme renvoie irrémédiablement non seulement à sa condition sociale, mais aussi à tout ce qui entoure cette condition sociale, le quartier dans lequel il vit, les lieux qu'il fréquente, sa condition de santé, son entourage, son alimentation (j'ai déjà croisé l'homme dans une banque alimentaire), etc. Mais cette photo en montre également toute la subjectivité : alors que je marchais sur la rue St-Jean et que je tentais de saisir, à travers des photos, la nature même de l'environnement bâti qui traduit une condition sociale défavorisée, cet homme venait vers moi. J'ai donc attendu qu'il me dépasse pour ensuite le photographier



de derrière. Donc, ma photo reflète invariablement le point d'attention de celui qui tient la caméra et de ce que je voulais saisir et montrer.

Troisièmement, réfléchir, écrire et discuter à propos des images engage un processus discursif à partir duquel les arguments deviennent plus explicites, plus clairs et mieux conceptualisables. En ce sens, les sociologues rompus à l'exercice quantitatif savent fort bien que le moyen le plus simple de rendre compte des résultats de leurs recherches consiste à présenter leurs données sous forme de graphiques, de chartes et de tables, et de discourir par la suite à propos de ces représentations graphiques. Autrement dit, la même logique interprétative s'applique autant à l'aspect quantitatif qu'à l'aspect qualitatif.

Quatrièmement, la production documentaire — photographie, vidéo, film — est un moyen de communication qui peut facilement être modifié par le sociologue pour atteindre le but qu'il vise par sa recherche. Par exemple, certains sociologues ont souvent collaboré avec des ethnologues cinéastes et des photographes spécialisés dans le documentaire photographique afin de produire des documents aussi scientifiquement rigoureux qu'engageants. À ce titre, lorsque j'ai produit et réalisé le documentaire *Requiem pour une église*, documentaire qui voulait rendre compte des impacts sociaux de la fermeture de l'église St-Jean-Baptiste de Québec, j'ai fait appel au sociologue Simon Langlois pour présenter le phénomène de mutation sociale qui a eu cours depuis le début des années 1960 pour conduire à cette situation (la rigueur scientifique), tout comme j'ai fait appel au curé Pierre Gingras pour exposer les tenants et les aboutissants de cette fermeture (l'état des lieux). Par la suite, j'ai interrogé différents intervenants pour qui cette fermeture avait des impacts tout de même importants (l'aspect engageant). Concrètement, en incorporant dans une recherche différents éléments visuels qui viennent soutenir l'argumentation, on enrichit non seulement la portée des résultats, mais aussi leur compréhension.

Cinquièmement, utiliser les images pour expliquer la réalité sociale est un moyen pédagogique simple et efficace pour faire comprendre la mécanique à l'origine d'un processus social ou les impacts d'une mesure sociale. Autrement, les images peuvent être diffusées publiquement et interprétées collectivement en mode interactif avec les médias sociaux ou toute autre plateforme d'échange.

En ce sens, le travail de l'image se poursuit en dehors de la salle de cours, encourageant ainsi une forme d'éducation publique aux réalités sociales d'une communauté en particulier, ou d'une communauté plus large. Par exemple, lorsque j'ai mis en ligne mon documentaire *Requiem pour une église* sur YouTube, plus de 1 000 visionnements en moins de 15 jours sont survenus pour plus de 45 960 minutes d'écoute (le documentaire dure 50 minutes) : ce qui veut donc dire que les gens ont en moyenne visionné 91 % du contenu du documentaire, ce qui n'est pas rien. Autre fait intéressant, jamais je n'aurais pensé qu'un sujet aussi pointu puisse intéresser autant de gens. Donc, l'une des missions que se propose la sociologie visuelle, à savoir rendre accessible au plus grand nombre la recherche en sociologie, était atteinte. Au-delà de ces cinq facteurs, il faut tenir compte de deux considérations lorsque vient le temps de faire de la sociologie visuelle. Première considération, travailler avec l'image requiert une attention soutenue. La caméra doit impérativement pointer sur l'objet de recherche, le cadrer et saisir le moment où l'événement se produit. Autrement dit, être à la bonne place au bon moment : plus facile à dire qu'à faire. Il faut être armé d'une patience à toute épreuve pour saisir ces moments particuliers qui rendront compte de l'objet de recherche. Il faut parfois passer plusieurs heures dans un quartier pour en saisir sa réalité sociale. Par exemple, la photo de l'homme assis sur son déambulateur qui fume a exigé que j'arpente le quartier St-Roch de Québec pendant plus de deux heures pour saisir cet homme défavorisé au coin d'une rue un jour de mars ensoleillé.

Deuxième considération, travailler avec l'image c'est aussi faire appel à de l'équipement technique sophistiqué qui a parfois le chic de ne pas fonctionner comme attendu. Par exemple, saisir des photos ou



de la vidéo à l'extérieur, en hiver, à  $-15^{\circ}$ , exige de disposer de plusieurs piles de rechanges, car la charge baisse rapidement à ces températures. Se retrouver dans des conditions d'éclairage médiocre exige de bien savoir comment faire les réglages ISO, et même si on dispose d'un éclairage d'appoint, rien n'est pour autant gagné. Le son, bête noire de tout vidéaste, est une constante préoccupation. Et ce ne sont là que quelques éléments dont il faut tenir compte. En somme, on ne peut s'improviser sociologue qui fait de la sociologie visuelle si on n'a pas, à la base, une formation en sociologie, tout comme on ne peut faire de la sociologie visuelle, si on n'a pas une formation de base en photographie ou en captation vidéo.

Travailler avec l'image pour faire de la sociologie qualitative, tout comme travailler avec des données pour faire de la sociologie quantitative, exige la même rigueur scientifique. La différence, et elle est tout de même de taille, c'est qu'il faut disposer de plusieurs compétences techniques dans le traitement de l'image qui vont de la prise de photos, à la captation vidéo, au logiciel d'édition photographique et au logiciel de montage. Autre exemple, pour réaliser un documentaire de 45 minutes, il est nécessaire de disposer d'au moins cinq heures de tournage. Pour obtenir des photos qui décriront adéquatement une certaine réalité sociale, il faut parfois prendre des milliers de photos, en faire le tri, les éditer et les recadrer le cas échéant. Finalement, il faut disposer du matériel adéquat et savoir comment l'utiliser dans une multitude de conditions.

Pour rappel, les nombreux problèmes liés à l'utilisation de la photographie par des sociologues ou au travail sociologique des photographes ont été largement traités, notamment par Howard Becker<sup>39-40</sup>, Elizabeth Chaplin<sup>41</sup>, Douglas Harper<sup>42-43</sup>, et en France, par Sylvain Maresca<sup>44-45</sup> et Bruno Péquignot<sup>46</sup>. Nous retiendrons ici trois pratiques de la sociologie visuelle utilisant la photographie : la sociologie avec des images (*photo elicitation*) ; la sociologie photographique sur des images (analyse de corpus visuels) ; la sociologie photographique en images. Le sociologue Jean-Yves Trépos a fort bien su résumer la question de l'utilisation de la photographie en sociologie :

« Il y a de bonnes raisons d'estimer, d'abord sur un plan pratique, que l'utilisation de photographies pourrait répondre à cette triple difficulté : (i) donner l'occasion de s'exprimer d'une manière plus affranchie ; (ii) d'avoir des interactions moins stressantes et sans grande déperdition entre le moment initial et le moment final que ce qui se produit dans une interview classique ; (iii) offrir la chance de réduire la dissymétrie, souvent tenue naturelle par les sociologues, entre le chercheur et ceux auprès desquels il s'informe. Mais peut-on en rester à ces commodités d'accès ? [...] Louis Marin a brillamment montré comment les différents niveaux de sens d'une image articulent largement l'actuel et le virtuel, l'objet matériel et l'objet représentatif. On peut donc s'attendre à ce que l'image permette des enchaînements plus ou moins inattendus de représentations, favorisés par son caractère polysémique qui laisse ouvertes plusieurs entrées thématiques simultanées<sup>47</sup>. »

---

<sup>39</sup> Becker, H. S. (1986), *Doing Things Together : Selected Papers*, Evanston : Northwestern University Press.

<sup>40</sup> Becker, H. S. (2003), *Paroles et musique*, Paris : L'Harmattan.

<sup>41</sup> Chaplin, E. (1994), *Sociology and Visual Representation*, London : Routledge.

<sup>42</sup> Harper, D. (1988), « Visual Sociology : Expanding Sociological Vision », *The American Sociologist*, p. 54-70.

<sup>43</sup> Harper, D. (2000), « The Image in Sociology : Histories and Issues », *Journal des anthropologues*, p. 143-160.

<sup>44</sup> Maresca, S. (1996), *Précis de photographie à l'usage des sociologues*, Rennes : Presses universitaires de Rennes.

<sup>45</sup> Maresca, S., Meyer, M. (2013), *Des pouvoirs de l'image*, Paris : Seuil.

<sup>46</sup> Péquignot, B. (2008), *Recherches sociologiques sur l'image*, Paris : L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », Série « Sociologie des Arts ».

<sup>47</sup> Trépos, J. Y. (2015), « Des images pour faire surgir des mots », *L'Année sociologique*, vol. 65, n° 1, p. 191-224 [193].





## La représentation du monde

**Partant de tout ce qui a été dit** précédemment à propos de l'image, fixe ou animée, il est possible de dégager trois prémisses qui gouvernent la sociologie visuelle : (i) représenter le monde sous forme visuelle est différent de représenter le monde par les mots et/ou les nombres ; (ii) représenter le monde sous forme visuelle dépend de la position sociale de celui qui voit ; (iii) considérer que « voir » est une construction sociale au cœur même de la démarche de la sociologie visuelle. En fait, le monde qui est vu, photographié, dessiné ou autrement représenté sous une quelconque forme visuelle, est différent du monde qui est représenté par les mots et les nombres. Conséquemment, la sociologie visuelle mène à une nouvelle compréhension de celui-ci, par le simple fait qu'elle connecte à des réalités différentes insaisissables par la recherche empirique. Le monde derrière les statistiques existe bel et bien (tous ces gens qui ont coché une case d'un questionnaire à un moment ou l'autre de leur vie), mais le monde des nombres est une réalité abstraite tout en étant celle qui est la plus acceptée et reconnue dans la recherche en sciences sociales. À l'inverse, le monde qui est vu, photographié, filmé, peint ou virtuellement reproduit, existe aussi sous une forme complexe et problématique, mais n'est pas pour autant moins adapté à l'étude sociologique que le monde derrière les nombres.

Représenter visuellement le monde est à la fois complexe et compliqué. Complexe, dans le sens où cette représentation visuelle dépend des limites des technologies disponibles. Compliqué, dans le sens où voir est tributaire de la position sociale de celui qui voit : histoire personnelle, sexe, âge, ethnicité, instruction et une multitude d'autres facteurs qui conduisent une personne à interpréter le message ou le discours véhiculé par une image à partir d'un angle de vue particulier, sans compter que cette construction de sens acquiert des significations successives au fur et à mesure qu'elle est interprétée par différentes audiences. Par exemple, le célèbre film de Stanley Kubrick, *2001 Odyssée de l'espace* (1968), a acquis, au fil du temps, à travers tout ce que les spécialistes et analystes en ont dit depuis presque 50 ans, différentes couches de significations qui, en ce début de XXI<sup>e</sup> siècle, interpellent tout particulièrement avec la montée en puissance des technologies de l'intelligence artificielle. Ce sont désormais les puissants et les célébrités scientifiques de ce monde, tels Stephen Hawking, Elon Musk et Bill Gates, parmi tant d'autres, qui plaident pour un développement humain de l'intelligence artificielle pour éviter une catastrophe, celle de la domination de l'homme par la machine. Comme le faisait remarquer Ignacio Ramonet : « en période de crise, la fonction de la catastrophe apparaît donc évidente : elle permet de proposer au spectateur (qui en a absolument besoin pour son identité, au moment où toutes les certitudes vacillent) un mythe de sa fin<sup>48</sup>. » Mieux encore, en période de crise, la catastrophe se manifeste visuellement — la pandémie de 2020 nous l'a bien montré.



## Traduire le monde en images

**Voir le monde sensible, voilà le programme** de la sociologie visuelle. Et ce champ en pleine émergence de la sociologie possède cette étonnante capacité à interroger directement les réalités sociales de notre monde, à montrer concrètement ce à quoi ressemble un concept sociologique. Toutefois, le défi, car il y a un défi, et il est de taille, c'est d'arriver à montrer la réalité sociale. Cette affirmation peut sembler quelque peu tautologique, mais elle ne l'est pas. Par exemple, l'environnement urbain est conçu de façon à livrer des messages spécifiques, ne serait-ce que par la signalisation, la densité des rues, l'architecture, la présence ou non de parcs urbains, de trottoirs, de lampadaires, de pistes cyclables, de transport collectif, etc. Autrement dit, l'environnement urbain est truffé d'un ensemble de repères visuels qui créent

---

<sup>48</sup> Ramonet, I. (2004, [2000]), *Propagandes silencieuses*, coll. Folio, Paris : Gallimard, p. 113.



ainsi des parcours délimités par un territoire à la fois géographique et social. Par exemple, dans un quartier central, certains repères visuels sont plus présents que dans d'autres quartiers : graffitis, personnes défavorisées, bâtiments délabrés ou abandonnés, stationnements de surface après démolition d'un bâtiment, carreaux cassés, patrouilles policières plus fréquentes, intersections achalandées, itinérants, etc. Dans un quartier de banlieue nord-américaine, c'est la présence d'autres repères visuels qui fonctionnent : rues larges bordées d'arbres, maisons individuelles, pas de graffitis, peu ou pas de personnes défavorisées, pas de carreaux cassés, pas de bâtiments délabrés, parcs urbains, etc. Ce sont tous là des codes facilement lisibles qui révèlent un environnement symbolique consciemment élaboré et qui décrivent un statut social. Le défi, en sociologie visuelle, est d'arriver à montrer l'adhésion ou non à des normes, l'évolution des normes, les prises de positions sociales, etc. Le sociologue doit donc constamment être à l'affût du moindre repère visuel. Comment alors arriver à montrer cette réalité sociale ? Ma prémisse, et elle est discutable, c'est que, bien que les modes évoluent — vêtement, design, architecture, musique —, la réalité des choses, elle, reste sensiblement toujours la même. Si j'avais pris des photos dans les quartiers St-Roch et St-Jean-Baptiste de Québec il y a 20 ans, et que je les avais comparé avec celles que j'aurais prises en 2014 et 2015, j'aurais vu, certes, des changements importants dans le visuel du milieu urbain — nouveaux bâtiments, nouvelle architecture, façons différentes de se vêtir, postures différentes des corps, beaucoup d'individus munis d'écouteurs la tête penchée sur un petit appareil tenu dans leur main —, mais j'aurais aussi constaté que rien n'a vraiment changé côté réalités sociales : les quartiers défavorisés sont encore défavorisés ou en processus partiel de revitalisation, des gens défavorisés qui arpentent les rues, des gens défavorisés qui portent encore et toujours des vêtements élimés, des graffitis et du street art, des terrains en friche transformés en stationnement de surface, des carreaux cassés, des patrouilles policières toujours aussi fréquentes, etc. C'est un peu comme si les réalités sociales refusent de changer à travers le temps et que seul le revêtement extérieur subit en quelque sorte un *dérillage* pour mieux paraître.

La question qui se pose, et elle se pose impérativement pour le sociologue qui veut faire de la sociologie visuelle, sur quoi est-il possible de s'appuyer pour montrer, par exemple, la stratification sociale ? Faut-il utiliser des concepts comme la solidarité mécanique et organique proposée par Durkheim, ou bien, le concept de rôle social de Talcott Parsons, ou bien, la stigmatisation telle que l'avait envisagée Goffman, ou bien, la notion de gouvernementalité conçue par Foucault ? En fait, tous ces concepts sont valides et pertinents pour montrer la réalité sociale, mais comment faut-il procéder ? Rien n'est vraiment simple, car comment arriver à montrer des concepts sociologiques aussi élémentaires que les règles, les normes, la violation des normes, l'adhésion aux normes ? En ce sens, le graffiti est intéressant à plus d'un égard, car toute une théorie s'est structurée autour du graffiti et de sa fonction sociale comme valeur d'une certaine contre-culture et de sa non-adhésion à certaines normes. Mais au-delà de la fonction sociale du graffiti, il n'en reste pas moins que celui-ci est avant tout un repère visuel souvent rencontré dans les quartiers centraux et qui permet au sociologue d'identifier des parcours socialement inscrits dans ces milieux. Il y a beaucoup à faire en sociologie visuelle. Les chantiers sont nombreux, le champ d'exploration est presque vierge, les écueils sont inévitables dans une pratique émergente, mais surtout, tout ceci témoigne du changement de statut accordé aux données visuelles en sociologie. Comme le souligne Fabio La Rocca, « la sociologie, la photographie, la vidéo forment donc un système d'enquête et de connaissance conscient et interdisciplinaire pour mûrir méthodologiquement une nécessité cognitive : la connaissance du monde social. [...] La sociologie visuelle est alors une réponse à cette explosion des images, une nouvelle façon de comprendre comment elles affectent notre conscience<sup>49</sup>. » Si, pour Luhmann, il n'existe pas de réalité indépendamment de l'observateur, « celui-ci peut se servir des images

---

<sup>49</sup> La Rocca, F. (2007), *op. cit.*



pour interpréter le monde social, et ainsi, l'image permet donc, comme l'écrit Heidegger, d'amener à nous ce qui est en face de nous, elle permet de rapporter la chose à celui qui la représente<sup>50</sup>. » Partant de là, la sociologie visuelle est un paradigme phénoménologique de la connaissance. Mais au-delà de toute glose académique, la sociologie visuelle est avant tout une pratique qualitative intimement liée au terrain dont la finalité est de rendre compte de réalités sociales à travers l'image, fixe ou animée. Le pouvoir de l'image dépasse parfois celui des mots, car il met le citoyen en contact avec des réalités qu'il ne verrait pas autrement et ma prétention est la suivante pour y parvenir : la sociologie visuelle doit s'appuyer sur des concepts théoriques différents de la sociologie théorique ou quantitative si elle veut rendre compte de la façon la plus adéquate possible des réalités sociales par l'image, ce qui n'autorise pas pour autant à se soustraire à la rigueur de la méthode scientifique.

▼ Des repères visuels qui signalent, d'autres qui renvoient au passé (Isle-aux-Coudres, 10 octobre 2017)



---

<sup>50</sup> *Idem.*





## Le visuel est partout

**Dans un contexte où l'image est partout**, où l'image prédomine, il y a là toute une dimension visuelle et sociale qui est mise en action et qui conditionne nos vies. Le simple panneau routier et le feu de circulation régissent nos déplacements. L'architecture structure nos espaces de vie et nos relations sociales. Le panneau-réclame et la publicité communiquent des façons d'être et de consommer. Dans un contexte technologique où chacun est en mesure de produire et de diffuser des images à partir de son téléphone intelligent, où la consommation d'images est inévitable, la sociologie visuelle propose de mobiliser la production d'images, fixes ou animées, pour rendre compte des différentes réalités sociales qui travaillent et traversent la société. En fait, les images dépeignent des réalités sociales que ne peuvent montrer les mots et les chiffres, d'où la nécessité de les mobiliser pour saisir toutes les subtilités de la réalité sociale. En arts visuels et médiatiques, l'image et le message encapsulent des valeurs sociales, d'où l'idée de les décoder, socialement parlant. En géographie, les innombrables repères visuels disséminés partout sur le territoire circonscrivent un territoire social invisible, sous-jacent, en épaisseur, qui se superpose au territoire géographique, d'où des repères, des parcours, des franges et des réseaux visuels qui régissent la vie sociale dans son ensemble. En architecture, le bâtiment, à travers ses aménagements, structure la nature même du lien social dans des parcours visuels précis, définit les conditions de l'espace de vie, d'où l'importance de le traduire en images pour en saisir la portée sociale. Si on part de l'idée que l'image doit être pensée comme un texte, c'est-à-dire des tissus capables de former des ensembles de significations dont il est possible de décrire le fonctionnement et les effets induits, le lecteur sera amené à traiter l'image comme un modèle efficace d'expression, de communication, de monstration et de démonstration, un outil qui rassemble les trois principes fondamentaux d'une analyse : la description, la recherche des contextes, l'interprétation.

Si le pouvoir de l'image dépasse parfois celui des mots, et si l'image met le citoyen en contact avec des réalités qu'il ne verrait pas autrement, alors la sociologie visuelle doit donc s'appuyer sur des concepts théoriques qui lui sont propres pour parvenir à rendre compte autrement de ce que la sociologie théorique ou quantitative fait déjà avec rigueur et efficacité. Autrement dit, si la sociologie visuelle veut rendre compte de la façon la plus adéquate possible des réalités sociales par l'image, elle ne doit en rien sacrifier à la rigueur de la méthode scientifique. Et c'est justement ici qu'intervient notre proposition de *territoire visuel*, car nous pensons qu'elle dispose d'un certain potentiel pour parvenir à traiter le social à travers l'image.

Par exemple, comme le montre la photo de la page suivante, la cité est aussi devenue un gymnase aux frontières floues et indéfinies, un vaste terrain d'entraînement — le territoire. C'est aussi la métaphore d'une société qui se veut en santé et qui espère sinon l'atteindre — le social et le sociétal —, du moins la conserver. Le moindre trottoir, le moindre parc, le moindre boisé, la moindre piste cyclable, sont, chaque jour, envahis par des hordes de gens en survêtement — ces lieux deviennent des repères visuels de la santé qui tracent ainsi des réseaux et des parcours visuels du mieux-être. Le fait de faire du jogging ou du vélo dans un parc urbain signale à tous que l'on prend soin de son corps — le corps en santé est repère visuel. Montrer que l'on transpire et que l'on respire et expire fortement envoient un signal supplémentaire, celui du nécessaire effort pour être et rester en forme, état jamais atteignable, car ne plus faire l'exercice auquel on s'adonne conduirait, selon la doxa de la remise en forme, le corps à dépérir — repère visuel du vieillissement.



### ▼ La ville est aussi gymnase urbain



À l'inverse des pratiques sportives en milieu fermé, le sport dans les espaces ouverts offre certains avantages pour de nombreuses personnes et cela se reflète dans le milieu urbain où de plus en plus de personnes pratiquent un sport dans des espaces ouverts plutôt que dans des installations spécifiques. Sentir la fraîcheur du soleil levant, celle de la chaleur du soleil du midi, ou celle plus fraîche du soleil couchant, ne se compare en rien au fait d'être enfermé entre quatre murs. Autrement, transpirer sous un soleil ardent, haleter alors que l'on croise un congénère qui, lui aussi, transpire et halète autant, c'est aussi montrer que l'effort requis pour être en santé est pris au sérieux. Mieux encore, courir alors qu'il neige ou qu'il pleut, c'est non seulement montrer son engagement envers sa propre santé, mais c'est aussi montrer que l'on est prêt à affronter l'adversité sous toutes ses formes. L'activité sportive en milieu urbain n'est pas seulement qu'activité sportive, mais aussi activité sociale inscrite dans un espace et un territoire. Ici, tout devient repère visuel. Voir l'horizon devant soi et ne pas avoir les limites imposées par quatre murs, s'imprégner de la présence des arbres alors que l'on roule à vélo, voir le gris de l'asphalte sur lequel on court, apprécier l'impression d'infini d'un ciel bleu azur tout en pratiquant son activité préférée ne peut en rien se comparer à un gymnase. Sur le plan social, alors que le gymnase ne permet de s'afficher qu'à un nombre restreint de personnes, souvent les mêmes, le milieu urbain permet de s'affranchir de cette contrainte. Tant mieux si l'on croise des gens que l'on connaît, car eux aussi se reconnaîtront dans cette pratique. À partir de nos vêtements et de nos accessoires, ils pourront juger de ce que l'on est prêt à investir pour assurer sa santé. Votre vélo a-t-il un cadre et des roues de fibre de carbone ? Combien coûte-t-il ? Toutes ces questions dépassent le strict cadre de la santé et renvoient à l'individu en société.



▼ Transpirer sous un soleil ardent et haleter fortement signalent aussi la vertu du corps à l'effort





3