Document generated on 08/09/2025 5:15 p.m.

Mens
Revue d'histoire intellectuelle et culturelle

Nicole Neatby. *From Old Quebec to La Belle Province: Tourism Promotion, Travel Writing, and National Identities, 1920-1967,* Montréal, McGill-Queen's University Press, 2018, 339 p.

Rachel Nadon

Volume 21, Number 2, Spring 2021

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1085232ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1085232ar

See table of contents

Publisher(s)

Centre de recherche en civilisation canadienne-française

ISSN

1492-8647 (print)
1927-9299 (digital)

Explore this journal

Cite this review

Nadon, R. (2021). Review of [Nicole Neatby. *From Old Quebec to La Belle Province: Tourism Promotion, Travel Writing, and National Identities, 1920-1967,* Montréal, McGill-Queen's University Press, 2018, 339 p.] *Mens*, *21*(2), 139–144. https://doi.org/10.7202/1085232ar

Tous droits réservés © Mens, 2022

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

français du XX^e siècle (évoquée avec Henri Bourassa), qui donnerait une meilleure idée de sa filiation et de ses héritages. Chose certaine, écrit dans une langue claire, simple et jolie, cet ouvrage destiné à un public savant et profane fera mieux connaître une époque et un catholicisme de moins en moins familiers des contemporains. Chemin faisant, il complexifie et diversifie la scène politique, religieuse et intellectuelle d'une période historique trop souvent vue comme un bloc monolithique, celle de la Grande Noirceur… caractérisation que Jules-Paul Tardivel aurait probablement approuvée.

— Jean-François Laniel
Université Laval

Nicole Neatby. *From Old Quebec to La Belle Province: Tourism Promotion, Travel Writing, and National Identities, 1920-1967,* Montréal, McGill-Queen's University Press, 2018, 339 p.

Récompensé du prix Clio de la Société historique du Canada en 2019, *From Old Quebec to La Belle Province* montre toute la pertinence et surtout l'importance d'une histoire culturelle du tourisme pour comprendre les liens complexes entre identité, culture et économie. En une remarquable étude, érudite et ambitieuse, Nicole Neatby propose un ouvrage au croisement de plusieurs disciplines, dont pourront tirer profit historiennes, littéraires et sociologues.

De 1920, soit le début du tourisme automobile de masse, jusqu'à l'Expo 67 de Montréal, événement qui cristallise la « nouvelle » image d'un Québec moderne promue par le gouvernement provincial, la professeure de Saint Mary's décortique patiemment la manière dont se construisent, se diffusent et se reconduisent différentes conceptions du Québec et de ses habitants. En étudiant les écrits de voyage (*travel writings*) d'auteurs américains, canadiens-anglais et canadiens-français, en plus de publicités et de documents promotionnels gouvernementaux (provinciaux et fédéraux), de publications associatives

et d'articles de périodiques, Nicole Neatby cherche à comprendre comment l'identité nationale de ces voyageurs, issus de cultures distinctes, payés pour écrire sur leurs expériences, donne forme à leurs conceptions du Québec et influence leurs expériences de terrain. Le point focal mis sur l'analyse du *tourist gaze*, selon l'expression de John Urry (1990), autorise une perspective comparatiste qui éclaire les usages identitaires, politiques et « pécuniaires » des représentations.

En effet, si le livre s'intéresse aux « guides » de voyage (récits, articles longs publiés dans les journaux et les revues) il propose également une étude des objectifs et des stratégies de vente du gouvernement. Comment attirer des touristes dans la province? Quelle image du Québec et quelles expériences vendre aux lecteurs afin de les séduire? Et inversement, quelle figure du touriste (attentes, attitudes, désirs et craintes présumés) ces textes construisent-ils? Séparé en sept chapitres, le livre alterne entre une étude des discours (et des images) touristiques officiels et des écrits de voyageurs (*travel writings*), tout en déployant une impressionnante étude de l'arrière-plan culturel et politique de l'époque. Les sources textuelles et graphiques variées – les reproductions sont nombreuses et bienvenues – sont particulièrement révélatrices des jeux d'échos entre ces deux corpus.

Authenticité et antimodernisme au pays de Québec

« Au pays de Québec rien ne doit mourir et rien ne doit changer », dit la voix du pays à Maria Chapdelaine, l'héroïne du roman de Louis Hémon (1913). Ce « pays » intouché par la modernité nord-américaine, resté proche de la vieille France dont il est l'incarnation anachronique, est celui que les officiers du Provincial Tourism Bureau (PTB) promeuvent jusqu'aux années 1950. En effet, dès les années 1930, le PTB, fondé en 1926, et le ministère des Routes, qui agrandit à cet effet le réseau autoroutier, vantent notamment l'attrait du Saguenay-Lac-Saint-Jean, de Charlevoix et de la Gaspésie, nouvellement accessibles, aux voyageurs américains et canadiens anglais. Ces campagnes pastorales sont présentées comme le lieu

d'une expérience « authentique » du « Old Quebec », francophone, agricole et catholique; comme la promesse d'un ressourcement loin du rythme affolant des villes modernes nord-américaines. C'est ainsi à partir d'une perspective que Neatby qualifie d'« antimoderniste » que les membres du PTB penseront jusqu'aux années 1950 l'« image de marque » du Québec ainsi que les « désirs » potentiels de vacanciers en mal de grand air. Si les brochures destinées aux touristes venant de l'extérieur du Québec misent sur une expérience de l'altérité culturelle, celles qui s'adressent aux Canadiens français mettent plutôt l'accent sur la beauté des paysages de « leur » province.

À cette perspective, en phase avec le discours nationaliste de l'époque, se joint l'idée qu'il faut « refranciser » la province, une idée que défend notamment Paul Gouin, dont Neatby éclaire le rôle central dans la promotion touristique de la province de ces années. Son objectif est entre autres d'amener les hôteliers à offrir aux touristes de l'extérieur du Québec une expérience authentiquement francophone, mais aussi de faire du tourisme un outil de promotion de l'identité nationale. À ce titre, *From Old Quebec to La Belle Province* montre l'importance de la cuisine, de l'artisanat et de la décoration, à la fois comme objets de fierté locale, comme sources de profits mais aussi, plus largement, comme éléments révélateurs des « politiques culturelles ».

Or, les écrits touristiques, qu'ils soient issus du gouvernement ou d'une association de commerçants, s'adressent souvent à un destinataire double, aux attentes différentes : les vacanciers et les investisseurs. Si le « Old Quebec » plaît aux touristes intéressés par exemple par l'histoire de la communauté francophone en Amérique du Nord, il entre en contradiction avec l'image d'un Québec en pleine expansion économique, qui aurait le pouvoir de convaincre les investisseurs et les entrepreneurs de s'établir dans une région ou une autre. C'est là un exemple parmi d'autres de cette dialectique entre « ancien » et « moderne », qui s'annonce dès le titre de l'ouvrage et qui *travaille* un grand nombre de documents promotionnels. À ce titre, l'exemple de Montréal offre un contrepoint judicieux : Paul Gouin et Albert

Tessier, figures nationalistes de la promotion touristique, n'ont que peu cherché à vendre les attraits de la métropole, à des lieux du « Old Quebec ». Dès les années 1940, ce sont plutôt les membres (anglophones) du Montreal Tourist and Convention Bureau qui en font la promotion, en insistant, sur le mode allusif, sur l'offre variée de divertissements pour adultes. « Paris de l'Amérique du Nord », ville de « gaieté » et de plaisirs parfois défendus, Montréal apparaît comme une cité moderne qui n'aurait de « vieux » que son port.

Province « distincte » par sa culture et sa langue en Amérique du Nord, le Québec offre un lieu d'où penser les relations entre anglophones et francophones, Étatsuniens et Canadiens (français et anglais). L'étude de manuels scolaires, de peintures, de livres d'histoire et de fiction permet à Neatby de montrer comment les représentations et les discours d'un certain Québec ont amené les voyageuses et voyageurs à en rechercher les incarnations *réelles*, prises pour les signes du « vrai » Québec, en oblitérant ce qui ne coïncidait pas avec cette idée. Argument de vente et caractéristique recherchée par les vacanciers d'hier et d'aujourd'hui, l'authenticité de l'expérience apparaît ainsi souvent comme une valeur truquée. Autant les documents officiels que les *travel writings* sur le Québec ne font par exemple que rarement mention, sinon de manière folklorique, des autochtones ou alors les présentent, comme certains écrits sur la Colombie-Britannique, comme des « attractions », reconduisant ainsi une vision profondément coloniale de l'histoire et du territoire canadiens. Dans une toute autre perspective, on peut se demander s'il existe des guides ou des écrits touristiques d'auteurs et d'autrices issus de la francophonie canadienne sur la Belle Province. Le PTB ciblait-il aussi les communautés acadiennes ou franco-ontariennes? Des autrices franco-manitobaines, par exemple, ont-elles écrit sur leurs escapades au Québec? Il y a là certainement de quoi poursuivre le travail amorcé par Neatby.

La littérature comme guide

From Old Quebec to La Belle Province propose à mon sens un point de vue assez neuf sur l'histoire du Québec, mais aussi sur l'histoire de la littérature (d'où je parle). Neatby montre bien que des textes de fiction comme *The Golden Dog* de William Kirby ou même *Maria Chapdelaine*, traduit et tiré à plusieurs milliers d'exemplaires, ont joué un rôle important dans le discours touristique étatique et dans l'expérience des voyageurs, qui y ont vu une source importante de savoir préalable sur la destination choisie. À l'inverse, une Saguenéenne comme Éva Bouchard, qui se présente comme la muse de Louis Hémon et qui signe même des cartes postales du nom de Maria Chapdelaine, capitalise sur le célèbre roman afin de faire connaître le Foyer de Maria Chapdelaine qu'elle ouvre à Péribonka. Celui-ci devient une attraction prisée de la région et un *topos* récurrent des écrits de voyageurs en provenance de l'extérieur du Québec. De même, que l'écrivain Roger Lemelin reçoive une mention honorifique de l'Association des hôteliers pour avoir représenté des Canadiens français joyeux et hospitaliers dans *Les Plouffe*, image qui coïncide avec celle que « vendent » les offices touristiques aux Canadiens anglais et aux Américains, montre que la « fonction » de la littérature, c'est-à-dire le pouvoir des représentations littéraires, est reconnue, voire célébrée, de manière inattendue.

Ces récupérations intéressées des représentations littéraires dans un objectif marchand et ces effets de croisements entre les romans et les publications touristiques, que met en lumière *From Old Quebec to La Belle Province*, renvoie obliquement aux rapports entre la littérature et l'économie. Existe-t-il par exemple un pendant canadien au Federal Writer's Project américain, ou des écrivains qui ont fait carrière, sous pseudonyme ou non, en rédigeant des brochures touristiques sur la Gaspésie? À l'évidence, la littérature et le tourisme multiplient les croisements et leur proximité appelle à un approfondissement des formes que produisent et nourrissent leurs interrelations. Ces liens ne sont pas sans rapport avec l'histoire de la presse : les officiels du PTB,

explique Neatby, investissent très tôt les revues prestigieuses et les quotidiens pour rejoindre un large public, publiant par exemple des récits de voyage sans en mentionner le caractère commercial. Avant l'avènement des cahiers « Voyage » et des magazines spécialisés, les brochures, feuillets, livres et périodiques en tous genres traitent des « emblèmes » d'une « destination » par l'entremise de genres spécifiques. Il me semble que le livre de Neatby confirme l'intérêt d'une étude médiatique des discours et des représentations qui dépasse les « frontières » des supports et qui pose à nouveaux frais la question de la fonction sociale de la littérature et, surtout, de ses usages multiples.

— Rachel Nadon
Université du Québec à Trois-Rivières et
Université Paul-Valéry-Montpellier 3