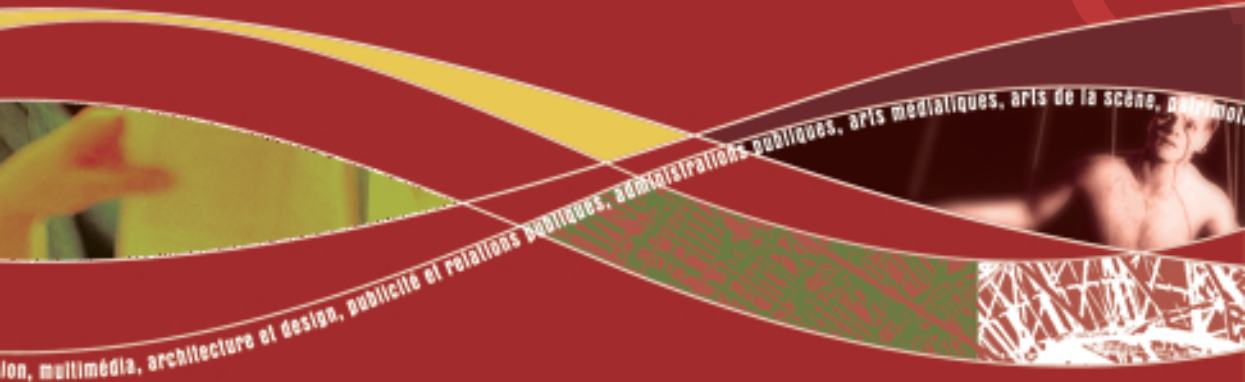


2007

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC



LE SYSTÈME D'INDICATEURS DE LA
CULTURE ET DES COMMUNICATIONS
AU QUÉBEC

PREMIÈRE PARTIE :
CONCEPTUALISATION ET ÉLABORATION
CONCERTÉE DES INDICATEURS

Pour tout renseignement concernant l'ISQ
et les données statistiques qui y sont disponibles,
s'adresser à :

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : (418) 691-2401

ou

Téléphone : 1 800 463-4090
(sans frais d'appel au Canada et aux États-Unis)

Site Web : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives Canada
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
1^{er} trimestre 2007
ISBN 978-2-550-48831-6 (version imprimée)
ISBN 978-2-550-48832-3 (PDF)

© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2007

Toute reproduction est interdite
sans l'autorisation expresse
de l'Institut de la statistique du Québec.

Janvier 2007

A VANT-PROPOS

Parmi les mandats confiés à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) figurent ceux d'élaborer un système intégré de statistiques, de façon à couvrir tout le champ de la culture et des communications, de documenter l'importance et le rôle de la culture et des communications dans la société moderne et de contribuer à la réflexion sur les grandes tendances internationales.

Mais la petite histoire de la statistique culturelle au Québec remonte à plus de 30 ans, longtemps avant la création de l'OCCQ. Au milieu des années 1970, le Bureau de la statistique de l'époque (BSQ) mettait sur pied, avec la collaboration de la Régie du cinéma, son enquête sur les projections cinématographiques, enquête que l'OCCQ poursuit toujours avec la collaboration de la Régie. Une dizaine d'années plus tard s'est ajoutée l'enquête sur les dépenses de l'administration publique québécoise au titre de la culture. De 1989 à 1993, le BSQ publiait *Indicateurs d'activités culturelles au Québec*, analyse des principales statistiques disponibles sur le secteur, dont l'approche avait été structurée avec quelques partenaires dont le ministère des Affaires culturelles, la Société générale des industries culturelles et l'Institut québécois du cinéma. En 1997, le BSQ a revu le modèle de construction de cette publication, en collaboration avec l'Institut québécois de recherche sur la culture, et il a publié une édition révisée qui n'a malheureusement pas eu de suite.

À ses débuts, en 2001, l'Observatoire s'est consacré à la mise sur pied de plusieurs enquêtes statistiques, principalement sur le marché et la fréquentation de grands produits culturels. Les principales lacunes statistiques de base ainsi comblées, l'OCCQ s'est attaqué à des travaux d'analyse, au transfert de connaissances au profit des agents du secteur culturel et à la production de portraits statistiques. L'année 2005 marque le début des travaux d'élaboration systématique d'indicateurs de la culture et des communications à l'OCCQ selon une approche scientifique. Celle-ci permet le développement d'un cadre conceptuel, d'une suite logique et d'une problématique mieux définis par rapport aux démarches davantage pragmatiques – tirer le meilleur parti de ce que l'on a – qui ont été entreprises à la fin des années 1980.

Après six années de travail, l'OCCQ arrive maintenant à un aboutissement de son mandat de documenter quantitativement l'évolution culturelle de la société québécoise, en produisant des indicateurs. Nous souhaitons que ce système d'indicateurs culturels établira des relations entre diverses statistiques culturelles de manière à fournir une description quantitative cohérente de la culture québécoise, conformément au cadre conceptuel de l'OCCQ.

Le secteur culturel est en mutation, l'offre culturelle est en croissance, l'accord sur la diversité culturelle fait des échanges internationaux un élément stratégique, les modes de vie subissent les répercussions du vieillissement démographique. L'OCCQ se donne ici l'objectif de fournir au milieu culturel et aux décideurs publics un outil qui décrira notre culture de façon synthétique et qui facilitera la prise de décisions. Voilà ce que l'Observatoire souhaite accomplir avec la production de ses indicateurs.



Serge Bernier, directeur
Observatoire de la culture et des communications du Québec

Cette publication a été réalisée
grâce à la participation de :

Benoit Allaire, conseiller principal en recherche
en culture et communications
Observatoire de la culture et des communications
du Québec

Avec la participation de :

Denise Perron, pour le secrétariat
Claudette D'Anjou, pour la mise en page
Geneviève Laplante, pour la révision linguistique
Institut de la statistique du Québec

Sous la direction de :

Serge Bernier, directeur
Observatoire de la culture et des communications
du Québec

Pour tout renseignement concernant
le contenu de cette publication :

Observatoire de la culture et des communications
du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : (418) 691-2414
Télécopieur : (418) 643-4129
Courriel : observatoire@stat.gouv.qc.ca
Site Web : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire

Note : L'Observatoire de la culture et des communications du Québec constitue une direction
de l'Institut de la statistique du Québec.

Design graphique de la couverture :

Bleu outremer

T ABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|----|
| Introduction | 7 |
| 1. Élaboration concertée des indicateurs de la culture et des communications | 9 |
| 1.1 Un exemple d'indicateur culturel | 11 |
| 1.2 Les 14 indicateurs prioritaires..... | 12 |
| 1.3 Le choix des indicateurs..... | 14 |
| 1.3.1 Les qualités d'un indicateur culturel..... | 15 |
| 1.3.2 Les dimensions d'un indicateur culturel..... | 15 |
| 1.3.3 La grille de sélection des indicateurs..... | 15 |
| 1.4 Les 22 indicateurs..... | 20 |
| 1.5 L'élaboration des indicateurs | 20 |
| 1.5.1 Les indicateurs relatifs aux ressources..... | 22 |
| 1.5.2 Les indicateurs relatifs au système d'émission | 22 |
| 1.5.3 Les indicateurs relatifs aux produits..... | 23 |
| 1.5.4 Les indicateurs relatifs au public et aux retombées | 23 |
| 1.6 Les 69 indicateurs..... | 24 |
| 2. Fondements théoriques | 31 |
| 2.1 D'où viennent les statistiques? | 31 |
| 2.2 Cadre théorique du programme d'indicateurs..... | 33 |
| 2.2.1 Vous avez dit culture? | 33 |
| 2.2.2 Les activités culturelles | 35 |
| 3. Périmètre du secteur de la culture et des communications au Québec | 39 |
| 3.1 Frontières du secteur | 40 |
| 3.2 Lien avec les classifications économiques..... | 41 |
| 3.3 Unités statistiques..... | 42 |
| 3.4 Structure et principes de classification | 43 |
| 3.5 Fonctions | 44 |
| Conclusion | 47 |
| Annexe | 49 |
| Système de numérotation et structure du SCACCQ | 49 |
| 11 Arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques | 49 |
| 12 Arts de la scène | 50 |
| 13 Patrimoine, institutions muséales et archives | 50 |

| | | |
|----|---|----|
| 14 | Bibliothèques..... | 51 |
| 15 | Livre | 51 |
| 16 | Périodique..... | 52 |
| 17 | Enregistrement sonore | 52 |
| 18 | Cinéma et audiovisuel..... | 52 |
| 19 | Radio et télévision | 53 |
| 20 | Multimédia | 53 |
| 21 | Architecture et design | 53 |
| 22 | Publicité et relations publiques..... | 54 |
| 23 | Organismes de représentation et de promotion..... | 54 |
| 24 | Administrations publiques | 54 |
| 90 | Établissements en activité dans plus d'un domaine de la culture et des communications..... | 54 |
| | Principaux ouvrages consultés | 57 |
| | Liste des publications | 61 |

Liste des tableaux

| | | |
|------------|--|----|
| Tableau 1 | Les 14 indicateurs prioritaires..... | 13 |
| Tableau 2 | Indicateur X – Taux de croissance des dépenses culturelles par personne ... | 16 |
| Tableau 3 | Regroupement des critères de qualité et des dimensions descriptives selon les critères de sélection..... | 17 |
| Tableau 4 | Grille de sélection des indicateurs (hypothèses de travail)..... | 18 |
| Tableau 5 | Dimensions du système de la culture et des communications et principales composantes..... | 24 |
| Tableau 6 | Dimensions du système de la culture et des communications, principales composantes et sous-dimensions | 25 |
| Tableau 7a | Indicateurs des ressources et dimensions interprétatives | 26 |
| Tableau 7b | Indicateurs du système d'émission et dimensions interprétatives | 27 |
| Tableau 7c | Indicateurs des produits et dimensions interprétatives..... | 28 |
| Tableau 7d | Indicateurs du public et dimensions interprétatives..... | 29 |
| Tableau 8 | Énoncés théoriques du système d'indicateurs..... | 37 |
| Tableau 9 | Structure des activités de la culture et des communications..... | 40 |

Liste des figures

| | | |
|----------|--|----|
| Figure 1 | Schéma des étapes de la construction des indicateurs culturels | 10 |
| Figure 2 | Évolution du rapport entre le nombre de travailleurs culturels et l'ensemble des travailleurs, Québec, Ontario et Canada, 1991-2001 | 11 |
| Figure 3 | Schéma des dimensions structurelles de la reproduction culturelle | 21 |

I NTRODUCTION

Le projet d'un système d'indicateurs de la culture et des communications pour le Québec fait partie inhérente du développement de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). Au point de départ, la principale tâche de l'OCCQ était de délimiter son objet en répondant à la question : « Quelles sont les activités économiques et sociales qui font partie du secteur de la culture et des communications au Québec? »

Pour répondre à cette question, l'OCCQ a d'abord élaboré et proposé un cadre conceptuel¹ permettant aux décideurs gouvernementaux et aux représentants des associations professionnelles du secteur de la culture et des communications de distinguer les activités culturelles. On trouvera à la partie 3 une description schématique du cadre conceptuel. Une fois le cadre conceptuel débattu, modifié et validé par les décideurs gouvernementaux et les acteurs des milieux culturels, l'OCCQ a pu établir une classification. Il s'agit du Système de classification des activités de la culture et des communications au Québec (SCACCQ)², publié en 2003. Cette classification constitue la base de la production statistique de l'OCCQ. Elle permet de décrire quantitativement, de façon cohérente, l'ensemble des activités culturelles au Québec.

Bien qu'elle soit nécessaire, la production de nombreuses statistiques culturelles ne permet pas, à elle seule, de répondre à des questions fondamentales sur l'état de la culture au Québec. Plus précisément, quel est l'état du développement culturel au Québec? Celui-ci est-il sur le déclin ou atteint-il des sommets? Les activités culturelles y sont-elles plus nombreuses et variées? Sont-elles plus accessibles au plus grand nombre de personnes? Quels sont les domaines culturels les plus fragiles? Notre secteur culturel est-il en meilleure ou en moins bonne santé que celui des autres provinces canadiennes, des autres pays?

Répondre à ces questions exige une synthèse intelligente des données existantes et peut-être même la production de nouvelles données. Cette « synthèse intelligente » se présente sous la forme d'un système d'indicateurs culturels. C'est à cette tâche que s'est attaqué l'OCCQ en 2005 et la présente publication fait connaître les premiers résultats de notre démarche. On y trouve les éléments théoriques fondamentaux qui soutiennent le système des indicateurs de la culture et des communications, la description de l'élaboration concertée des indicateurs prioritaires, ainsi qu'un rappel des éléments du périmètre culturel défini par l'OCCQ. Mis à part quelques exemples, on n'y trouvera donc pas d'indicateurs chiffrés. Ceux-ci seront publiés dans la deuxième partie du document.

Contrairement à l'habitude qui consiste à partir du problème pour aller vers la solution, de la problématique aux résultats de recherche, nous avons choisi de présenter d'abord la « solution » pour remonter vers le problème. Nous pensons que cette façon de faire augmente sensiblement la compréhension des idées et des concepts discutés. La première partie présente la liste des indicateurs culturels prioritaires que nous avons retenus, les étapes qui ont présidé à cette sélection et le procédé par lequel la liste initiale d'indicateurs a été élaborée à partir du cadre théorique. La deuxième partie décrit la réflexion théorique tandis que la troisième partie rappelle les éléments clés du SCACCQ et du cadre conceptuel qui a orienté son élaboration.

1. Claude MARTIN (2002). Éléments d'un cadre conceptuel des statistiques de la culture et des communications, Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.
2. OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2003). Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec 2004, Québec.

1 . ÉLABORATION CONCERTÉE DES INDICATEURS DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

Même si l'idée d'un système d'indicateurs culturels pour les secteurs de la culture et des communications du Québec est née au sein de l'équipe de l'Observatoire, il a été convenu dès le départ que la construction de cet outil statistique se ferait en concertation avec les décideurs gouvernementaux et les représentants des milieux culturels. Ces discussions se sont déroulées au sein du comité de direction de l'Observatoire, de son comité conseil et de son comité consultatif des chercheurs universitaires en culture.

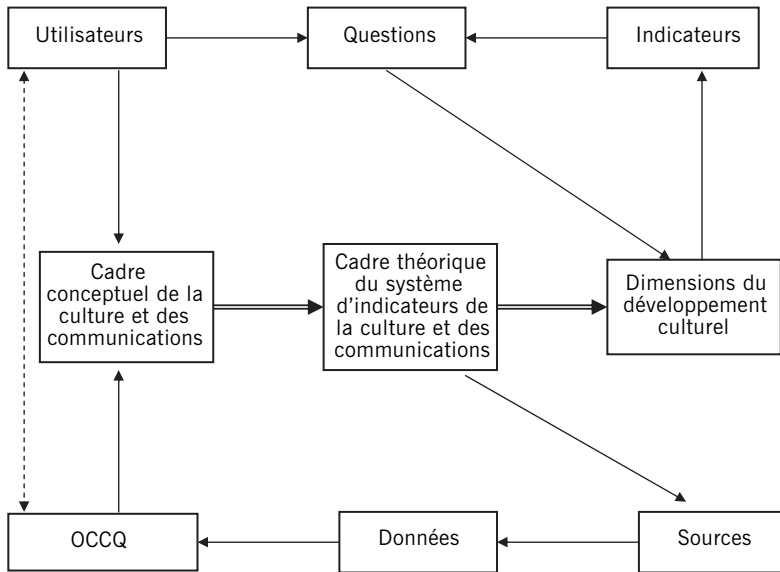
Le comité de direction de l'Observatoire est composé des dirigeants du ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ), du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ), de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), ainsi que des présidents des comités consultatifs de l'OCCQ. Il existe un comité consultatif pour chaque secteur de la culture et des communications et ceux-ci réunissent des représentants des associations professionnelles de leur secteur. Le comité conseil de l'Observatoire est constitué de professionnels du CALQ, du MCCQ et de la SODEC.

Le système d'indicateurs de la culture et des communications du Québec a été construit avec la contribution essentielle des principaux utilisateurs, ce qui illustre la pertinence et la fécondité du modèle d'organisation de l'OCCQ, fondé sur l'intégration organique des chercheurs et des utilisateurs.

La figure 1 illustre les liens logiques entre les étapes de la construction des indicateurs culturels :

- Les utilisateurs posent des questions à propos du développement culturel du Québec.
- Ces questions sont abordées lors des activités de l'OCCQ.
- Ces activités produisent un cadre conceptuel de la culture et un cadre théorique pour la production des indicateurs.
- Le cadre théorique du système détermine le choix des sources (enquêtes, fichiers administratifs, etc.) et des données.
- Les données sont traitées par l'OCCQ selon les contraintes du cadre conceptuel, les exigences du cadre théorique du système d'indicateurs et les demandes des utilisateurs relatives au développement culturel.
- Les indicateurs sont produits par l'OCCQ et répondent aux questions des utilisateurs.

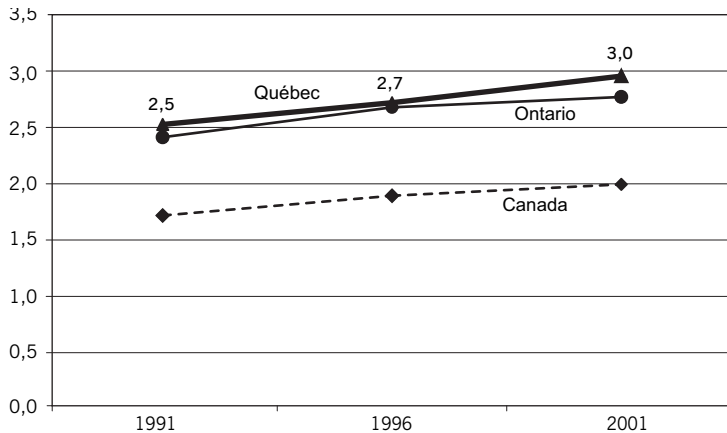
Figure 1
Schéma des étapes de la construction des indicateurs culturels



Nous présentons maintenant les étapes qui ont permis de transformer la première esquisse en un projet structuré indiquant clairement les priorités auxquelles doit répondre le système d'indicateurs.

1.1 UN EXEMPLE D'INDICATEUR CULTUREL

Figure 2
Évolution du rapport entre le nombre de travailleurs culturels et l'ensemble des travailleurs, Québec, Ontario et Canada, 1991-2001



Source : Statistique Canada, données de recensement, 97F0012XCB01022.
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le rapport entre le nombre de travailleurs culturels et l'ensemble des travailleurs est un indicateur culturel. Il s'agit d'une mesure relative d'une dimension essentielle de la vie culturelle, ramenée à un seul chiffre. Pourtant, même si l'on dit que 3,0 % de la main-d'œuvre québécoise était constituée de travailleurs culturels en 2001, on ne dit pas grand-chose. Il est nécessaire d'accompagner le chiffre en question des éléments qui lui donnent sa signification, qui orientent son interprétation et qui permettent de comprendre sa construction.

La figure 2, qui est en quelque sorte la surface de l'indicateur, révèle certains éléments comparatifs qui orientent l'interprétation de l'indicateur. On peut comparer la valeur la plus récente de l'indicateur avec les valeurs précédentes et affirmer que la main-d'œuvre culturelle prend une place de plus en plus importante dans la société québécoise. On peut aussi évaluer l'importance de cette main-d'œuvre en la comparant à celle d'autres sociétés, telles que l'Ontario ou l'ensemble canadien. L'indicateur nous montre que la part de la main-d'œuvre culturelle dans l'ensemble des travailleurs québécois est nettement plus importante et croît plus rapidement qu'ailleurs au Canada, sauf en ce qui concerne l'Ontario qui connaît une situation comparable à celle du Québec.

Mais que signifie donc cette croissance de la main-d'œuvre culturelle? C'est le cadre théorique qui permet de répondre à cette question : il nous autorise à dire que la société québécoise consacre relativement plus de ressources humaines à son développement culturel, ce qui est un signe positif de vitalité, mais qui peut également signifier que ce développement est de plus en plus encadré par des mécanismes systémiques. Qu'est-ce que le développement culturel? Qu'est-ce que la vitalité culturelle? Nous aborderons ces questions plus loin. Pour le moment, il suffit de retenir que l'indicateur doit être rattaché à un cadre théorique explicite et validé par les utilisateurs.

Mais cet indicateur est-il valable pour toutes les professions culturelles? N'y aurait-il pas des différences importantes entre l'évolution numérique des professions liées au domaine de l'édition et celles des arts de la scène? L'indicateur doit être suffisamment solide pour

permettre des comparaisons structurelles, c'est-à-dire entre les éléments qui le composent, afin de caractériser l'effort consacré au développement culturel. Ou encore, au détriment de quel autre secteur cette croissance de l'importance relative de la main-d'œuvre culturelle s'est-elle produite? Celui de la santé? De l'éducation? De l'industrie manufacturière? L'indicateur doit aussi répondre clairement à toutes les questions concernant la méthode de calcul, les sources de données et la définition des concepts. Par exemple, qu'est-ce que la main-d'œuvre culturelle?

On voit que, peu importe son niveau de détail, l'indicateur doit nécessairement être accompagné des éléments qui en permettent l'interprétation correcte et qui lui donnent sa pleine signification.

1.2 LES 14 INDICATEURS PRIORITAIRES

Ces différentes questions sont à l'origine du cheminement de l'OCCQ qui a abouti à une liste de 14 indicateurs prioritaires. À ce stade, notre démarche consistait tout simplement à réduire autant que possible et de manière raisonnée une longue liste d'indicateurs. Le tableau 1 définit sommairement le but de chacun des 14 indicateurs, en matière de l'intérêt qu'il représente. Chacun de ces buts est lié à l'une des trois dimensions interprétatives du modèle, soit la vitalité culturelle, la diversité culturelle et l'accessibilité à la culture.

Tous ces indicateurs sont présentés sous forme d'une figure qui décrit l'évolution de l'indicateur selon une période à déterminer.

Tableau 1
Les 14 indicateurs prioritaires

| But | Indicateurs économiques |
|--|--|
| 1. Rapport entre le PIB des secteurs de la culture et des communications et le PIB total | Mesurer la part de la culture dans l'économie. Le PIB culturel mesure la valeur des ressources économiques consacrées à la culture. C'est un indicateur de vitalité culturelle. |
| 2. Indice d'exportation des produits culturels | Mesurer la variation de la valeur des exportations des produits culturels. C'est un indicateur de vitalité culturelle. |
| 3. Indice des prix des produits culturels | Mesurer la variation du coût des produits culturels. C'est un indicateur d'accessibilité économique à la culture. |
| 4. Indice de concentration des industries culturelles (production et diffusion regroupées) | Mesurer le degré de concentration des industries permet d'appréhender les difficultés d'accès au marché. C'est un indicateur d'accessibilité économique. |
| 5. Indice des ventes totales de produits culturels | Mesurer la variation de la valeur des ventes de produits culturels indique l'évolution de la consommation culturelle. |
| 6. Part de marché des produits culturels nationaux | Évaluer la position économique des produits culturels québécois dans l'ensemble des produits culturels vendus. C'est un indicateur de vitalité culturelle et, dans le contexte québécois, un indicateur de diversité culturelle. |
| 7. Indice de diversité des ventes totales par pays producteur | Mesurer la variation du degré de diversité culturelle selon l'origine des produits permet de suivre l'évolution de l'ouverture des Québécois aux autres cultures. |
| Indicateurs sociaux | But |
| 8. Rapport entre l'effectif des travailleurs culturels et l'effectif de la population active | Mesurer l'évolution numérique de la main-d'œuvre culturelle. C'est un indicateur de vitalité culturelle. |
| 9. Nombre d'établissements de diffusion par 1 000 habitants | Mesurer l'accessibilité à la culture. |
| 10. Rapport entre les dépenses culturelles des ménages et les dépenses de loisir | Mesurer l'évolution de la part de la consommation culturelle des ménages dans leurs dépenses de loisir. C'est un indicateur de vitalité culturelle. |
| 11. Indice composite de la fréquentation des établissements culturels | Mesurer l'achalandage des établissements culturels est un bon indicateur de l'ampleur de la participation à la culture. |
| 12. Indice composite de la participation aux activités culturelles | Mesurer la prévalence de certains comportements culturels. C'est un indicateur de vitalité culturelle. |
| 13. Rapport entre le temps consacré aux activités culturelles et le temps de loisir | Mesurer la variation du temps social consacré à la culture. C'est un indicateur de vitalité culturelle. |
| 14. Rapport entre le nombre de nouveautés et l'ensemble de l'offre | Mesurer l'évolution du renouvellement de l'offre culturelle (création). C'est une mesure de vitalité culturelle. |

Tous ces indicateurs sont représentés par une figure décrivant l'évolution de l'indicateur selon une période à déterminer.

1.3 LE CHOIX DES INDICATEURS

Le choix de ces 14 indicateurs a été effectué à partir d'une première liste de 22 indicateurs, selon une grille de sélection qui réunit deux ensembles de critères : les dimensions descriptives et les critères de qualité des indicateurs. Les dimensions descriptives proviennent de la réflexion de l'IFACCA (International Federation of Arts Councils and Culture Agencies) sur le problème de l'usage d'indicateurs statistiques pour toute politique culturelle³. La liste des critères de qualité est le résultat des discussions de l'OCCQ avec ses partenaires à partir des critères de qualité énoncés par Robert V. Horn⁴.

Précisons ces critères et ce que nous entendons par indicateur culturel et, en tout premier lieu, ce qu'est un indicateur. La façon la plus aisée de bien comprendre ce qu'est un indicateur est probablement de commencer par situer cette notion dans la chaîne des étapes de la recherche sociale quantitative. Horn propose une formulation simple et éclairante des liens logiques – qui mène des observations aux préoccupations sociales – que nous reproduisons ci-après⁵.

Les observations
 organisées systématiquement fournissent des
données
 contenant l'information de base pouvant être formalisée en
statistiques
 qui sont transformées en
indicateurs
 conçus pour exprimer la
structure ou la variation
 d'un phénomène lié à des
préoccupations sociales ou scientifiques.

Qu'est-ce qu'un indicateur? Bien qu'une donnée brute puisse constituer un indicateur dans certains contextes, la plupart du temps un indicateur est une mesure composite qui, d'une part, réunit une grandeur et un étalon – par exemple, le nombre de bibliothèques par 100 000 habitants – tandis que, d'autre part, elle se rattache à des concepts faisant partie d'un cadre théorique qui définit les phénomènes à étudier. Un indicateur avancé, souvent appelé « indice », est un indicateur qui regroupe plusieurs indicateurs pondérés selon certains critères dans le but d'octroyer une valeur mathématique à un phénomène social qui n'est pas directement mesurable. Par exemple, l'indice de développement humain regroupe plusieurs indicateurs sociaux particulièrement significatifs, tels que l'indicateur de l'espérance de vie (moyenne d'âge au moment du décès) et celui de la scolarité (moyenne du nombre d'années d'études).

Qu'est-ce qu'un indicateur culturel? C'est un indicateur qui mesure l'évolution dans le temps, la répartition dans l'espace ou les modifications structurelles d'un phénomène lié à la culture. Par exemple, on peut vouloir évaluer l'effort consacré au développement culturel par la collectivité québécoise (dépenses publiques et privées par personne) depuis 1992. Cet effort est-il constant, croissant ou décroissant? Est-il équitable selon les régions? Le rapport entre les dépenses privées et publiques s'est-il modifié? C'est à ce genre de questions que l'indicateur doit répondre.

3. IFACCA (2005). *D'Art report 18. Statistical Indicators for Arts Policy*.

4. Robert V. Horn (1993). *Statistical Indicators for the Economic and Social Sciences*, Cambridge University Press.

5. *Ibid.*, p. 11 (trad. libre).

Un tel indicateur peut être lié à une dimension plus étendue qui, bien qu'elle comprenne des aspects normatifs, permet des interprétations et des jugements. Il s'agit de la vitalité culturelle. Cependant, l'effort consacré à la culture n'est qu'une seule dimension de la vitalité culturelle. Il serait donc plus approprié de construire un indice de vitalité culturelle qui serait le résultat de l'agrégation de plusieurs indicateurs de vitalité culturelle selon une pondération à déterminer.

Il existe plusieurs techniques de construction d'indicateurs. Souvent, il faut construire des indices composés de plusieurs dimensions. Par exemple, un indicateur relatif à la fréquentation des établissements culturels, lui-même lié à un indice de vitalité culturelle, doit tenir compte des taux de fréquentation de plusieurs types d'établissements culturels, tels les bibliothèques, les cinémas, etc. Dans la dimension de la diversité culturelle, plusieurs indicateurs peuvent être construits selon des techniques se rapprochant des mesures de concentration, une grande concentration pouvant être interprétée comme le signe d'une faible diversité. Toutefois, la diversité culturelle demeure un concept qui reste à préciser et les propositions que nous faisons à ce propos sont sujettes à amélioration⁶.

1.3.1 LES QUALITÉS D'UN INDICATEUR CULTUREL

De ce qui précède on aura déduit certaines qualités que doit avoir un indicateur culturel. La liste qui suit les résume :

- Faire partie d'un système cohérent appuyé sur un cadre théorique qui situe la culture dans l'ensemble social.
- Informer sur les tendances et les changements de l'état de la culture selon les régions et les secteurs d'activité.
- Pouvoir appréhender et signaler l'apparition d'un problème.
- Être fiable, au sens méthodologique du terme : une modification de l'indicateur signifie une modification du phénomène mesuré.
- S'appuyer sur des données statistiques de qualité.
- Être comparable avec des indicateurs étrangers lorsque possible.
- Être compris par le grand public même si sa construction peut être complexe.
- Obtenir un fort degré de consensus parmi les acteurs des milieux culturels et des gouvernements concernés.
- Être publié régulièrement à la date prévue.

De plus, il est préférable d'utiliser un petit nombre d'indicateurs particulièrement significatifs.

1.3.2 LES DIMENSIONS D'UN INDICATEUR CULTUREL

Non seulement les indicateurs culturels doivent-ils répondre à ces critères de qualité, mais présenter aussi un certain nombre de dimensions qui permettent de décrire l'indicateur et qui en assurent la pertinence et la faisabilité. Ces caractéristiques – ou dimensions descriptives

6. Récemment, des chercheurs français ont proposé un concept de diversité culturelle qui repose sur trois dimensions : la variété, l'équilibre et la disparité. Pour l'analyse comparative de la diversité culturelle dans l'industrie du cinéma, ces dimensions sont mises en relation par le calcul de l'indice de Herfindal-Hirschmann. Voir : François MOREAU et Stéphanie PELTIER (2004). « Cultural Diversity in the Movie Industry. A Cross-National Study », *Journal of Media Economics*, vol. 17, n° 2, p. 123-143.

– élaborées par l'IFACCA sont décrites au tableau 2 à l'aide d'un indicateur fictif. Le détail de ces dimensions doit nécessairement accompagner la diffusion des indicateurs puisqu'elles en donnent la véritable signification, ce qui évite les interprétations erronées.

Tableau 2

Indicateur X – Taux de croissance des dépenses culturelles par personne

| Dimension descriptive | Description |
|------------------------|---|
| But | Mesurer la croissance des dépenses culturelles par personne permet une meilleure appréciation du développement des ressources financières consacrées aux activités culturelles par la société québécoise. C'est un indicateur de vitalité culturelle. |
| Définition | Variation moyenne annuelle des dollars constants dépensés pour des activités culturelles par les administrations publiques, les ménages et les entreprises, par personne. |
| Métadonnées | Sources : <i>Enquête sur les dépenses culturelles des administrations publiques; Enquête sur les dépenses des ménages; Enquête sur les dépenses culturelles des entreprises et organismes privés</i> (si possible). Étendue de la variable -100 % à « l'infini » %. |
| Comparaisons | Comparaisons possibles avec les autres provinces canadiennes et avec d'autres périodes. Comparaisons possibles avec d'autres secteurs de l'économie. |
| Signification | Une augmentation du taux va dans le sens d'un gain de vitalité culturelle. |
| Structure | L'indicateur peut être ventilé en fonction des secteurs (privé/public) et selon les régions administratives. On peut également le calculer pour chaque domaine du SCACCC. |
| Limites | Cet indicateur mesure partiellement la vitalité culturelle. L'indicateur peut être valide même si l'on omet les dépenses des entreprises. Toutefois, rien ne permet d'affirmer que la contribution de ce secteur, même si elle est petite, est constante dans le temps. |
| Format de présentation | Courbe des dépenses totales par personne et selon le secteur accompagnée des taux de croissance respectifs. |
| Interprétation | Variation de la croissance selon les secteurs et les domaines avec comparaisons interprovinciales. Liens avec d'autres indicateurs du développement culturel. |

1.3.3 LA GRILLE DE SÉLECTION DES INDICATEURS

Dans le but de faciliter la démarche de sélection des indicateurs, nous avons combiné les critères de qualité des indicateurs déterminés par l'OCCQ avec les dimensions descriptives proposées par l'IFACCA à l'aide de la grille de sélection utilisée par Godin, Gingras et Bourneuf pour la sélection d'indicateurs de culture scientifique et technique⁷. Cela nous a permis d'évaluer de manière raisonnée la pertinence de chacun des 22 indicateurs tirés de la liste des 69 indicateurs de base.

Les critères de qualité et les dimensions descriptives des indicateurs peuvent alors être regroupés selon cinq catégories de critères de sélection : théorique, méthodologique, analytique, pratique, politique. Tous les indicateurs doivent correspondre à chaque critère de sélection.

7. Benoît GODIN, Yves GINGRAS et Éric BOURNEUF (1997). *Les indicateurs de culture scientifique et technique*, étude réalisée pour le ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie, le ministère de la Culture et des Communications et le Conseil de la science et de la technologie, Québec.

- Le critère *théorique* se réfère à la validité interne de l'indicateur, qui assure l'adéquation entre l'indicateur et la dimension à laquelle il se réfère.
- Le critère *méthodologique* se réfère à la fiabilité de l'indicateur, c'est-à-dire sa cohérence et sa constance.
- Le critère *analytique* se réfère à la comparabilité de l'indicateur dans le temps et dans l'espace.
- Le critère *pratique* se réfère à l'existence et à la disponibilité des données nécessaires à la construction de l'indicateur.
- Le critère *politique* se réfère à l'intérêt que représente l'indicateur et à sa capacité d'influer sur l'action politique.

Le tableau 3 montre les regroupements des dimensions descriptives et des critères de qualité, selon ces critères de sélection, qui permettent d'établir un ordre de priorité pour évaluer la possibilité méthodologique et la pertinence des indicateurs proposés par le modèle théorique. On peut ainsi appliquer les cinq critères de sélection aux 22 indicateurs prioritaires proposés initialement et élaguer la liste de façon substantielle. Les résultats de nos consultations concernant les indicateurs prioritaires sont résumés dans la grille d'évaluation présentée au tableau 3. Bien que cette grille d'évaluation n'ait pas été utilisée telle quelle lors de nos consultations, les commentaires que nous avons recueillis peuvent lui être adaptés.

Tableau 3

Regroupement des critères de qualité et des dimensions descriptives selon les critères de sélection

| Critères de sélection (Godin et autres) | Théorique (validité) | Méthodologique (fiabilité) | Analytique (comparabilité) | Pratique (disponibilité des données) | Politique (intérêt) |
|---|---|--|---|--|---|
| Dimensions descriptives (IFACCA) | Signification | Définition Limites | Comparaisons Structure | Métadonnées Présentation | But Interprétation |
| Critères de qualité | Faire partie d'un système cohérent appuyé sur un cadre théorique qui situe la culture dans l'ensemble social. | Être fiable, au sens méthodologique du terme : une modification de l'indicateur signifie une modification du phénomène mesuré. | Informer sur les tendances et les changements de l'état de la culture selon les régions et les secteurs d'activité. Être comparable avec des indicateurs étrangers lorsque possible. | S'appuyer sur des données statistiques de qualité. Être compris par le grand public même si sa construction est complexe. Être publié régulièrement à une date annoncée. | Pouvoir appréhender et signaler l'apparition d'un problème. Obtenir un fort degré de consensus parmi les acteurs des milieux culturels et des gouvernements concernés. |

Pour faciliter la compréhension du tableau 4, nous utilisons la définition sommaire des critères de sélection comme tête de colonne au lieu du critère lui-même. Par ailleurs, la validité des indicateurs n'est pas définie pour le moment. Les indicateurs sont considérés comme valides a priori, puisqu'ils répondent au critère minimal de leur intégration au cadre théorique du système des indicateurs de la culture et des communications. La vérification de la validité d'un indicateur exige un travail considérable et, en définitive, revient à reprendre la conceptualisation à l'origine de l'indicateur. Par exemple, les résultats aux tests de quotient intellectuel (indicateurs) mesurent-ils vraiment l'intelligence (concept)? Ou encore, les taux de participation à certaines activités culturelles mesurent-ils vraiment la participation à la culture? On comprendra que la discussion pourrait s'éterniser. Ce qui importe, c'est d'explicitier le plus clairement possible le processus qui nous permet de passer d'une dimension complexe comme celle de la valeur de la production culturelle, à l'indicateur du produit intérieur brut culturel.

Les symboles dans les cases du tableau représentent nos hypothèses de travail actuelles quant à la validité et à la pertinence de l'indicateur. Nous avons utilisé la notation suivante pour faciliter cette première évaluation.

- Un – signifie que le critère de qualité est absent pour cet indicateur.
- Un + signifie que le critère de qualité est présent en partie seulement ou qu'il est sujet à certaines vérifications.
- Un ++ signifie que le critère de qualité est présent avec certitude.

Par exemple, la validité et la fiabilité du rapport entre le PIB des industries culturelles et le PIB total (indicateur 4) sont assez certaines, mais il reste à vérifier la fiabilité des statistiques financières des industries des secteurs de la culture et des communications selon le *Système de classification des industries de l'Amérique du Nord* (SCIAN) et leur harmonisation avec ceux du *Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec* (SCACCQ).

La comparabilité dans le temps est assurée, mais la comparabilité dans l'espace se limite aux possibilités de comparaison avec les autres provinces canadiennes ou d'autres secteurs économiques. La plupart des données nécessaires à la construction du PIB culturel sont disponibles. Enfin, l'intérêt pour cet indicateur est manifeste à cause de sa portée quant à l'évaluation du poids économique des secteurs de la culture et des communications.

Tableau 4
Grille de sélection des indicateurs (hypothèses de travail)

| Indicateur | Validité | Fiabilité | Compa- rabilité | Dispo- nibilité des données | Intérêt |
|---|----------|-----------|--------------------|-----------------------------------|---------|
| 1. Taux de croissance des dépenses culturelles par personne | + | + | + | + | - |
| 2. Rapport entre le nombre de places dans les programmes de formation culturelle et le nombre de demandes d'admission | + | + | - | ++ | - |
| 3. Indice de concentration des dépenses culturelles des ménages selon la langue d'usage à la maison | + | + | + | ++ | - |
| 4. Rapport entre le PIB des industries culturelles et le PIB total | + | + | ++ | + | ++ |

Tableau 4 (suite)
Grille de sélection des indicateurs (hypothèses de travail)

| Indicateur | Validité | Fiabilité | Compara- bilité | Disponi- bilité des données | Intérêt |
|---|----------|-----------|--------------------|-----------------------------------|---------|
| 5. Rapport entre le nombre de travailleurs culturels et le nombre de travailleurs des autres secteurs | + | ++ | ++ | ++ | ++ |
| 6. Nombre d'établissements de diffusion par personne | + | ++ | ++ | ++ | ++ |
| 7. Indice de diversité des travailleurs culturels selon la communauté culturelle | + | + | ++ | ++ | - |
| 8. Indice de concentration de l'industrie (production et diffusion regroupées) | + | + | + | + | ++ |
| 9. Rapport entre le nombre de nouveautés et l'ensemble de l'offre | + | + | + | + | + |
| 10. Indice des ventes totales de produits culturels | + | + | + | + | + |
| 11. Part de marché des produits nationaux | + | + | + | ++ | ++ |
| 12. Indice de concentration des titres disponibles dans les régions | + | + | - | + | - |
| 13. Indice des prix des produits culturels | + | ++ | ++ | + | ++ |
| 14. Indice de concentration des ventes des nouveautés par pays producteur | + | + | + | + | - |
| 15. Indice de concentration des ventes totales par pays producteur | + | + | + | + | + |
| 16. Rapport entre les dépenses culturelles des ménages et les autres dépenses | + | + | ++ | ++ | + |
| 17. Indice composite de la fréquentation des établissements culturels | + | + | ++ | ++ | + |
| 18. Indice composite de la participation aux activités culturelles | + | + | ++ | ++ | + |
| 19. Rapport entre le temps consacré aux activités culturelles et le temps hors travail | + | ++ | ++ | ++ | + |
| 20. Indice des prix de l'équipement culturel domestique | + | + | ++ | + | - |
| 21. Indice de diversité de la fréquentation de l'équipement culturel selon les domaines | + | + | ++ | ++ | - |
| 22. Indice de diversité de la participation aux activités culturelles selon les domaines | + | + | ++ | ++ | - |

Le lecteur attentif aura remarqué que le tableau 4 ne comporte que 13 indicateurs présentant un intérêt certain. En fait, même s'il ne faisait pas partie de cette liste, un indicateur prioritaire a été ajouté au cours de nos consultations. Il s'agit de l'indice d'exportation des produits culturels. Celui-ci découle des discussions relatives aux indicateurs de la balance commerciale culturelle, qui apparaissaient sur la liste initiale des 69 indicateurs.

1.4 LES 22 INDICATEURS

Cette liste de 22 indicateurs culturels provient elle-même de la liste initiale des 69 indicateurs. Cette réduction représente une étape importante dans l'élaboration de notre modèle. Il s'agit du moment de l'intégration de questions plus normatives au système d'indicateurs. Comment déterminer la pertinence économique, sociale ou politique des indicateurs culturels? Ou encore, comment les relier à des préoccupations de cet ordre?

Précisons d'entrée de jeu que ce système ne vise pas à mesurer l'efficacité ou l'efficience de la politique culturelle québécoise. Son but est plutôt de permettre la description du développement culturel au Québec, de même que des comparaisons internationales, lorsque possible. Bien que la pertinence du concept de développement culturel soit contestable et contestée, il nous semble que l'approche de l'UNESCO sur cette question demeure valide et qu'elle permet certaines comparaisons internationales à condition que soient clairement définies toutes les étapes de la construction des indicateurs nationaux.

De cette approche, nous avons retenu trois dimensions particulièrement significatives qui se prêtent à l'élaboration d'indicateurs quantitatifs : la vitalité culturelle, la diversité culturelle et l'accessibilité à la culture⁸. Chacun des 69 indicateurs a été classé selon ces trois « dimensions interprétatives », ce qui a permis de choisir un certain nombre d'indicateurs en fonction de leur potentiel interprétatif et non seulement pour leur signification par rapport au cadre théorique. Nous nous sommes également assurés que les trois dimensions du développement culturel sont prises en compte par le système d'indicateurs.

1.5 L'ÉLABORATION DES INDICATEURS

La liste initiale des 69 indicateurs a été établie à partir d'un modèle théorique fondé en partie sur le cadre conceptuel à la base du Système de classification des activités de la culture et des communications au Québec (SCACCQ), ce qui assure la cohérence entre le système d'indicateurs de la culture et des communications et les autres travaux de l'OCCQ. Le modèle théorique, ou modèle simplifié du processus de reproduction culturelle, est illustré à la figure 3.

Ce modèle, basé sur une théorie simple de la communication (émetteur – message – récepteur), permet de formuler des indicateurs à propos de la structure et des différentes conditions de la reproduction culturelle. Le système d'indicateurs culturels se divise donc en quatre catégories :

- les indicateurs relatifs aux ressources;
- les indicateurs relatifs au système d'émission;
- les indicateurs relatifs aux produits;
- les indicateurs relatifs au public et aux retombées.

Les ressources sont représentées sur un plan distinct des autres dimensions puisqu'elles existent indépendamment du processus de reproduction systémique de la culture. On peut les considérer comme l'environnement au sein duquel s'effectue cette reproduction culturelle. Le système d'émission y puise les ressources financières (argent), matérielles (biens d'équipement, intrants), informationnelles (expressions, connaissances, normes et valeurs, conditions

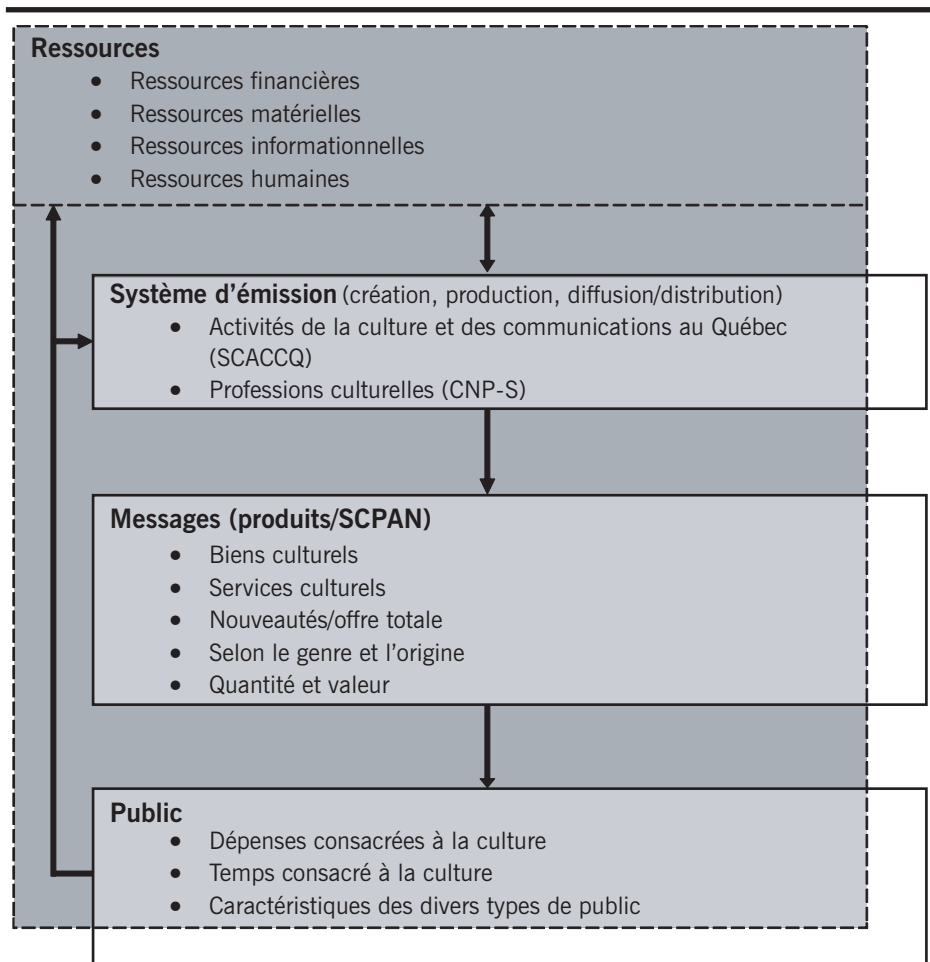
8. Ces dimensions ont été retenues par l'UNESCO dans sa réflexion au sujet de la recherche sur les indicateurs culturels du développement. S'y ajoutent l'éthique universelle, la participation à l'activité créatrice et la convivialité. Sakiko Fukuda PARR, « À la recherche d'indicateurs de la culture et du développement. Avancées et propositions », dans UNESCO, *Rapport mondial sur la culture, 2000*, Paris, Éditions UNESCO, p. 293-299.

politiques et juridiques) et humaines, dans le but de produire et de diffuser des messages (produits symboliques) qui sont consommés et interprétés par un public dont les activités (temps, dépenses, interprétations) deviennent des ressources pour le système.

Dans ce schéma d'ensemble de la reproduction systémique de la culture, l'Observatoire figure parmi les ressources informationnelles utilisées par le système d'émission et le public.

Nous présentons ci-après certaines composantes des dimensions à la base de ces catégories. En théorie, il est possible de multiplier ces composantes en grand nombre mais, en pratique, le modèle n'en serait plus un sans un certain élagage. En conséquence, nous ne présentons que celles qui nous apparaissent incontournables, ce qui ne veut pas dire qu'il faille développer un indicateur pour chacune de ces composantes.

Figure 3
Schéma des dimensions structurelles de la reproduction culturelle
(Les flèches indiquent le sens de la circulation de l'information.)



Dans la partie suivante, nous exposons de manière détaillée ce qui définit chacune de ces grandes catégories d'indicateurs.

1.5.1 LES INDICATEURS RELATIFS AUX RESSOURCES

Les ressources des activités culturelles comprennent les dimensions suivantes : les ressources financières, les ressources matérielles, les ressources informationnelles et les ressources humaines. Les ressources financières sont représentées par les dépenses des administrations publiques, celles des ménages et celles des entreprises consacrées aux activités culturelles.

Les ressources matérielles désignent les biens immobiliers, les biens d'équipement et les matériaux nécessaires à la production des produits culturels. Elles se mesurent à l'aide des dépenses des établissements culturels pour ce type de biens.

Les ressources informationnelles sont constituées de l'ensemble incommensurable de la culture. À ce titre, elles peuvent être considérées comme « ressource » à partir de n'importe quelle perspective au fil de l'activité culturelle. En fait, le concept de ressources informationnelles peut être assimilé à celui de capital culturel, en ce sens qu'il exprime également la relation des acteurs avec les messages qui circulent dans la société. Bien que, sous plusieurs aspects, les ressources informationnelles ne soient pas mesurables directement, certaines dimensions le sont, qualitativement ou quantitativement, tels le cadre juridique des activités culturelles, le degré d'organisation des établissements et des travailleurs culturels ou l'étendue de la politique culturelle. Ces dimensions peuvent être regroupées en tant que composantes du processus de régulation dans lequel s'intègrent les activités culturelles.

Les ressources informationnelles comprennent, évidemment, les produits symboliques qui désignent le contenu et les produits, véhiculés et transformés par l'activité culturelle. Ceux-ci peuvent aussi être considérés comme des ressources pour la création et la production. De ce point de vue, il est pertinent de mesurer les modalités de formation des travailleurs culturels et leur accès aux ressources informationnelles.

Les ressources humaines sont composées des personnes dont l'activité professionnelle est liée aux activités culturelles. Cela comprend tant les travailleurs faisant partie des professions culturelles que ceux qui exercent d'autres métiers, mais qui travaillent dans les établissements culturels.

1.5.2 LES INDICATEURS RELATIFS AU SYSTÈME D'ÉMISSION

Dans ce qui suit, nous considérons surtout, sinon exclusivement, les activités culturelles qui s'inscrivent dans un processus de médiation. De plus, nous n'établissons pas de distinction entre les activités qui obéissent à une logique marchande et les autres.

Les indicateurs relatifs au système d'émission mesurent le développement des activités dont le but est de créer ou de produire un message dont la portée symbolique est la caractéristique principale. Ces activités se distinguent selon les caractéristiques de leurs produits et sont subdivisées en domaines. Il existe plusieurs découpages des domaines d'activités culturelles. En ce qui nous concerne, pour des raisons évidentes, nous avons opté pour celui qui résulte de la combinaison du SCACCQ, de la classification des professions culturelles tirée de la Classification nationale des professions (CNP-S) de Statistique Canada et d'une classification des produits culturels issue en partie du Système de classification des produits de l'Amérique du Nord (SPAN).

La répartition des fonctions⁹ au sein de chaque domaine culturel n'est pas uniforme et il faudra établir les distinctions appropriées en élaborant les indicateurs de chaque domaine

9. Nous utilisons ici le terme « fonction » au sens qui lui est attribué par le cadre de la statistique culturelle de l'UNESCO : UNESCO (1986). *The UNESCO Framework for Culture Statistics. Paper Prepared for the Third Joint Meeting on Cultural Statistics*, CES/AC.44/11, 13, Paris, UNESCO.

culturel, s'il y a lieu. Par exemple, les fonctions de production et de diffusion ne sont pas aussi faciles à distinguer dans le domaine des arts de la scène que dans celui de l'édition. Pour le moment, il s'agit de définir des indicateurs qui nous permettent de répondre à des questions qui touchent plusieurs aspects de la vitalité culturelle, comme la variation du nombre de nouveaux produits ou de créateurs.

La fonction de création est comprise ici comme une sous-dimension du système d'émission dont le but est de renouveler les formes ou les objets symboliques qui traversent le système culturel de même qu'une partie des conditions nécessaires à ce renouvellement. Au premier chef, les aspects à mesurer concernent les créateurs et les conditions de création. Il s'agit de pouvoir caractériser l'évolution du nombre de créateurs, leur répartition selon le type d'activités culturelles, les genres de produits, leur degré de professionnalisation, leurs caractéristiques sociales ainsi que d'autres critères qu'il reste à définir.

En nous appuyant sur le cadre conceptuel à la base du SCACCQ, les indicateurs de production s'appliquent à l'élaboration de processus qui permettent à une œuvre originale d'être traduite sous une forme qui permettra sa mise en circulation. Ces processus se matérialisent dans l'existence d'établissements de production particuliers. Il importe d'en mesurer les variations quant à leur taille – en nombre d'emplois et en valeur de production – et à leur performance financière.

Les indicateurs de diffusion et de distribution se rapportent à l'évolution des moyens de mise à la disposition du public des œuvres créées et produites en amont du processus communicationnel. Les dimensions à mesurer ici sont de deux ordres. Le premier regroupe les sous-dimensions comparables de la fonction de production, c'est-à-dire l'envergure et la rentabilité des établissements, tandis que le second regroupe les sous-dimensions de l'accès à la culture. Par exemple, la variation du nombre et de la taille des bibliothèques publiques nous informe sur les changements dans la diffusion de la culture, tandis que ces mêmes mesures, selon le nombre de personnes desservies par région, sont des indicateurs simples de l'accès à la culture.

1.5.3 LES INDICATEURS RELATIFS AUX PRODUITS

Les indicateurs relatifs aux produits culturels s'inscrivent dans la mesure de deux grandes dimensions du développement culturel : la vitalité culturelle et la diversité culturelle. Les indicateurs de vitalité culturelle, vus sous l'angle des produits, mesurent le nombre de nouveautés et la quantité de produits mis en marché. Dans la dimension de la diversité culturelle, les indicateurs mesurent la part des produits nationaux dans l'ensemble des produits culturels en circulation, le rapport entre les importations et les exportations, la répartition selon les pays producteurs, les genres et les groupes ethniques ou linguistiques.

Nous considérons aussi le fait qu'à la valeur des produits culturels correspondent certains prix. Si l'on veut être en mesure d'établir la valeur des produits, il nous faut donc pouvoir mesurer les variations de prix des produits culturels. Un indice des prix des produits culturels serait donc un indicateur important.

1.5.4 LES INDICATEURS RELATIFS AU PUBLIC ET AUX RETOMBÉES

Précisons d'abord que des indicateurs relatifs aux retombées pourront être élaborés ultérieurement, mais que cette tâche ne fait pas partie de ce projet. Nous n'en parlons ici que pour les situer dans l'ensemble du système d'indicateurs. Pour le moment, nous nous intéressons uniquement aux indicateurs relatifs au public. Ce groupe d'indicateurs se divise

en deux catégories : les indicateurs qui concernent la consommation culturelle et ceux qui mesurent la participation à la culture. Nous intégrons parmi ces derniers les indicateurs basés sur la mesure du temps consacré aux activités culturelles.

Les indicateurs de la consommation culturelle, qui sont surtout basés sur les dépenses culturelles des ménages, tout comme certains indicateurs des ressources culturelles, visent, dans un premier temps, à mesurer les variations de la part de la consommation culturelle dans l'ensemble des dépenses des ménages et à ventiler cette mesure selon les types de produits de la culture et des communications. Ensuite, il s'agit de mesurer deux autres aspects de la consommation culturelle : son volume et sa valeur. Le volume de la consommation culturelle est défini comme la quantité de produits culturels consommés, tandis que sa valeur résulte de la quantité de produits consommés multipliée par leur prix.

1.6 LES 69 INDICATEURS

Cette liste initiale d'indicateurs provient du découpage des dimensions en composantes et sous-dimensions. Les indicateurs qui résultent de cette opération ne sont que des hypothèses de travail. Au fil de nos consultations, certains ne se sont révélés d'aucune utilité, tandis que d'autres ont été retenus, avec ou sans modification, pour la liste provisoire des indicateurs prioritaires. C'est donc avec raison que le lecteur pourra contester plusieurs des indicateurs présentés ci-dessous.

Les tableaux 5 et 6 expriment schématiquement le découpage des activités culturelles que nous avons déjà proposé. Les tableaux 7a à 7d dressent la liste des indicateurs selon l'aspect de l'activité culturelle à mesurer et la dimension interprétative de cette mesure.

Tableau 5

Dimensions du système de la culture et des communications et principales composantes

| Ressources | Système d'émission | Produits | Publics |
|------------------------------|--|-------------------------------------|---|
| Ressources financières | Créateurs et conditions de création | Nouveautés | Consommation culturelle |
| Ressources matérielles | Établissements de production | Quantités de produits mis en marché | Participation à la culture |
| Ressources informationnelles | Établissements de diffusion et de distribution | Importations et exportations | Incidences sociales des activités culturelles (non élaboré ici) |
| Ressources humaines | Établissements de formation | Valeur des produits vendus | |

Tableau 6

Dimensions du système de la culture et des communications, principales composantes et sous-dimensions

| Ressources | Système d'émission | Produits | Publics |
|--|--|--|--|
| Ressources financières <ul style="list-style-type: none"> Dépenses publiques au titre de la culture Dépenses culturelles des ménages Dépenses culturelles des entreprises et des organismes privés | Créateurs et conditions de création <ul style="list-style-type: none"> Nombre de créateurs Répartition des créateurs Professionnalisation des créateurs Caractéristiques sociales des créateurs | Nouveautés <ul style="list-style-type: none"> Nombre de nouveautés Répartition des nouveautés selon les genres | Consommation culturelle <ul style="list-style-type: none"> Dépenses culturelles des ménages Équipement culturel des ménages |
| Ressources matérielles <ul style="list-style-type: none"> Biens immobiliers Biens d'équipement Intrants | Établissements de production <ul style="list-style-type: none"> Taille des établissements (nombre d'emplois) Nombre d'établissements Valeur de la production Performance financière Concentration de l'industrie Valeur ajoutée | Quantités de produits mis en marché <ul style="list-style-type: none"> Répartition selon les genres Répartition selon le pays d'origine | Participation à la culture <ul style="list-style-type: none"> Fréquentation des établissements culturels Temps consacré aux activités culturelles Participation aux activités culturelles Pratique en amateur |
| Ressources informationnelles <ul style="list-style-type: none"> Cadre juridique des activités culturelles Degré d'organisation des établissements et des travailleurs culturels Étendue de la politique culturelle Contenu véhiculé et transformé par l'activité culturelle Modalités de formation des travailleurs culturels Accès aux ressources informationnelles par les travailleurs culturels | Établissements de diffusion et de distribution <ul style="list-style-type: none"> Taille des établissements (nombre d'emplois) Nombre d'établissements Valeur de la production Performance financière Concentration de l'industrie Valeur ajoutée | Valeur des produits <ul style="list-style-type: none"> Ventes selon les genres Répartition des ventes selon le pays d'origine Prix Parts de marché des produits nationaux | Incidences sociales des activités culturelles (non élaboré ici) |
| Ressources humaines <ul style="list-style-type: none"> Part des travailleurs culturels dans la population active Nombre de travailleurs culturels Relève | | Commerce international <ul style="list-style-type: none"> Balance commerciale des biens culturels Balance commerciale des services culturels | |

Tableau 7a
Indicateurs des ressources et dimensions interprétatives

| Dimension et sous-dimension | Indicateur | Dimension interprétative |
|---|--|--------------------------|
| Ressources financières | Taux de croissance des dépenses culturelles Taux de croissance des dépenses culturelles par personne | Vitalité culturelle |
| Dépenses publiques au titre de la culture | Rapport entre les dépenses publiques au titre de la culture et l'ensemble des dépenses culturelles | Vitalité culturelle |
| Dépenses culturelles des ménages | Rapport entre les dépenses culturelles des ménages et leurs dépenses de loisir | Vitalité culturelle |
| | Mesure de concentration ou de diversité des dépenses culturelles des ménages selon la langue d'usage à la maison | Diversité culturelle |
| Dépenses culturelles des entreprises et des organismes privés | Taux de croissance des dépenses culturelles des entreprises Rapport entre les dépenses culturelles des entreprises et l'ensemble des dépenses culturelles | Vitalité culturelle |
| Ressources matérielles | | |
| Biens immobiliers | Taux de croissance de la valeur du parc immobilier consacré à la culture | Vitalité culturelle |
| Biens d'équipement | Taux de croissance de la valeur des biens d'équipement | Vitalité culturelle |
| Intrants | Taux de croissance de la valeur des intrants des établissements culturels | Vitalité culturelle |
| Ressources informationnelles | | |
| Cadre juridique des activités culturelles | Néant | |
| Degré d'organisation des établissements et des travailleurs culturels | Rapport entre les organisations membres d'une association professionnelle et l'ensemble des organisations Rapport entre les travailleurs membres d'une association professionnelle et l'ensemble des travailleurs | Vitalité culturelle |
| Étendue de la politique culturelle | Néant | |
| Contenu véhiculé et transformé par l'activité culturelle | Néant | |
| Modalités de formation des travailleurs culturels | Rapport entre le nombre de places dans les programmes de formation culturelle et le nombre de demandes d'admission | Accessibilité |
| Accès aux ressources informationnelles par les travailleurs culturels | Rapport entre le temps consacré à la culture par les travailleurs culturels et celui de l'ensemble de la population | Accessibilité |
| Ressources humaines | | |
| Part des travailleurs culturels dans la population active | Taux de croissance de la part des travailleurs culturels dans la population active | Vitalité culturelle |
| Nombre de travailleurs culturels | Taux de croissance du nombre de travailleurs culturels | Vitalité culturelle |
| Relève | Taux de croissance de la proportion de travailleurs culturels de moins de 30 ans | Vitalité culturelle |

Tableau 7b
Indicateurs du système d'émission et dimensions interprétatives

| Dimension et sous-dimension | Indicateur | Dimension interprétative |
|---|---|---------------------------------------|
| Créateurs et conditions de création | | |
| Nombre de créateurs | Rapport entre le taux de croissance du nombre de travailleurs culturels et le taux de croissance du nombre de travailleurs des autres secteurs | Vitalité culturelle |
| Répartition des créateurs | Mesure de concentration ou de diversité selon les domaines culturels | Diversité culturelle |
| Professionnalisation des créateurs | Proportion des créateurs membres d'une association professionnelle | Vitalité culturelle |
| Caractéristiques sociales des créateurs | Rapport entre les hommes et les femmes Rapport établi selon la langue d'usage Indice de diversité selon la communauté culturelle Rapport entre le niveau de scolarité médian des créateurs et celui de la population | Accessibilité Diversité culturelle |
| Établissements de production | | |
| Taille des établissements | Rapport entre le nombre d'emplois dans les établissements de la culture et des communications (production) et le total des emplois | Vitalité culturelle |
| Nombre d'établissements | Variation du nombre d'établissements | Vitalité culturelle |
| Nombre d'établissements ¹⁰ par personne | Nombre d'établissements par personne | Accessibilité |
| Valeur de la production | Rapport entre le PIB des industries culturelles et le PIB total | Vitalité culturelle |
| Performance financière | Évolution des marges bénéficiaires | Vitalité culturelle |
| Concentration de l'industrie | Mesure de concentration de l'industrie selon la propriété | Diversité culturelle |
| Établissements de diffusion et de distribution | | |
| Taille des établissements | Rapport entre le nombre d'emplois dans les établissements de la culture et des communications (diffusion) et le total des emplois | Vitalité culturelle |
| Nombre d'établissements | Variation du nombre d'établissements | Vitalité culturelle |
| Nombre d'établissements par personne | Nombre d'établissements par personne | Accessibilité |
| Valeur de la production | Rapport entre le PIB des industries culturelles et le PIB total | Vitalité culturelle |
| Performance financière | Évolution des marges bénéficiaires | Vitalité culturelle |
| Concentration de l'industrie | Mesure de concentration de l'industrie selon la propriété | Diversité culturelle |
| Établissements de formation | | |
| Taille des établissements | Rapport entre le nombre d'étudiants dans les domaines de la culture et des communications et le total de la population étudiante | Vitalité culturelle |
| Nombre d'établissements | Variation du nombre d'établissements | Vitalité culturelle |
| Diplomation | Variation du nombre annuel de diplômés | Vitalité culturelle |
| Budget | Indice des revenus par étudiant | Vitalité culturelle |
| Coût de la formation | Rapport entre les coûts de formation des professions culturelles et ceux des autres professions | Accessibilité |
| Diversité des établissements selon les domaines culturels | Mesure de concentration des établissements culturels | Diversité culturelle |

10. Le terme « établissements » est utilisé à titre indicatif. Selon les domaines, il y aura lieu d'utiliser un autre critère. Par exemple, dans le domaine du cinéma, le nombre d'écrans est un meilleur critère que le nombre d'établissements pour mesurer l'accessibilité.

Tableau 7c
Indicateurs des produits et dimensions interprétatives

| Dimension et sous-dimension | Indicateur | Dimension interprétative |
|--|---|--------------------------|
| Nouveautés | | |
| Nombre de nouveautés | Rapport entre le nombre de nouveautés et l'ensemble de l'offre | Vitalité culturelle |
| Répartition des nouveautés selon les genres | Mesure de concentration ou de diversité des genres de nouveautés | Diversité culturelle |
| Répartition des nouveautés selon les pays producteurs | Mesure de concentration ou de diversité des produits des pays producteurs | Diversité culturelle |
| Quantités de produits mis en marché | | |
| Répartition des quantités de produits selon les genres | Mesure de concentration ou de diversité selon les genres de produits | Diversité culturelle |
| Répartition des quantités de produits mis en marché selon les pays producteurs | Mesure de concentration ou de diversité des produits mis en marché selon les pays producteurs | Diversité culturelle |
| Quantité de titres disponibles | Évolution du nombre de titres disponibles | Vitalité culturelle |
| Disponibilité des titres selon les régions | Mesure de concentration ou de diversité des titres disponibles selon les régions | Accessibilité |
| Valeur des produits culturels | | |
| Ventes des nouveautés | Nombre d'unités vendues par nouveauté | Vitalité culturelle |
| Ventes des nouveautés selon les genres | Mesure de concentration ou de diversité des ventes des genres de nouveautés | Diversité culturelle |
| Ventes des nouveautés selon les pays producteurs | Mesure de concentration ou de diversité des ventes de nouveautés pour les pays producteurs | Diversité culturelle |
| Ventes des nouveautés nationales | Part des produits nationaux dans les ventes de nouveautés | Vitalité culturelle |
| Ventes totales des produits culturels | Indice des ventes totales de produits culturels | Vitalité culturelle |
| Ventes totales des produits selon les genres | Mesure de concentration ou de diversité des ventes totales des genres | Diversité culturelle |
| Ventes totales des produits selon les pays producteurs | Mesure de concentration ou de diversité des ventes totales par pays producteur | Diversité culturelle |
| Ventes totales des produits nationaux | Part de marché des produits nationaux | Vitalité culturelle |
| Prix des produits culturels | Variation de l'indice des prix des produits culturels | Accessibilité |
| Commerce international | | |
| Importations et exportations de biens culturels | Rapport entre la balance commerciale des biens culturels et celle des autres biens | Vitalité culturelle |
| Importations et exportations de services culturels | Rapport entre la balance commerciale des services culturels et celle des autres services | Vitalité culturelle |

Tableau 7d
Indicateurs du public et dimensions interprétatives

| Dimension et sous-dimension | Indicateur | Dimension interprétative |
|---|--|----------------------------------|
| Consommation culturelle | | |
| Dépenses culturelles des ménages | Rapport entre les dépenses culturelles des ménages et les autres dépenses | Vitalité culturelle |
| Équipement culturel des ménages | Indice des prix des biens d'équipement culturel des ménages | |
| Taux de possession de biens d'équipement culturel par les ménages | Accessibilité | |
| Participation à la culture | | |
| Fréquentation des établissements culturels | Indice composite de la fréquentation des établissements culturels | Vitalité culturelle |
| Fréquentation des établissements culturels | Mesure de concentration ou de diversité de la fréquentation des biens d'équipement culturel selon les domaines | Diversité culturelle |
| Participation aux activités culturelles | Indice composite de la participation aux activités culturelles | Vitalité culturelle |
| Participation aux activités culturelles | Mesure de concentration ou de diversité de la participation aux activités culturelles selon les domaines | Diversité culturelle |
| Temps consacré aux activités culturelles | Rapport entre le temps consacré aux activités culturelles et le temps hors travail | Vitalité et diversité culturelle |
| Pratique en amateur | Indice composite de la pratique en amateur | Vitalité et diversité culturelle |

2. FONDEMENTS THÉORIQUES

La création relativement récente de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) est un indicateur précieux de la volonté grandissante de connaissance des pouvoirs publics et des principaux acteurs des domaines de la culture et des communications à propos de la culture québécoise. Cette volonté n'est pas nouvelle. L'essor de la culture québécoise est émaillé d'études et de rapports décrivant de nombreuses facettes de celle-ci à l'aide d'instruments de mesure variés et de stratégies argumentaires orientées selon la position des acteurs dans leurs champs respectifs, tandis que la recherche scientifique sur la culture québécoise a depuis longtemps achevé son processus d'institutionnalisation. La volonté de l'OCCQ de créer un système d'indicateurs culturels, soutenu en cela par plusieurs représentants tant professionnels qu'institutionnels de la sphère culturelle québécoise, constitue un pas de plus... vers quoi au juste?

Déjà, les quelques lignes qui précèdent mettent de l'avant un ensemble de notions qui peuvent sembler aller de soi : indicateur, connaissance, pouvoirs publics, culture québécoise, mesure, argumentaire, acteur, champs, science, institutionnalisation. Mais qu'est-ce que la connaissance? la science? la culture? Que signifie mesurer? Que désignent vraiment toutes ces notions? Évidemment, notre travail n'essaie pas de répondre à ces questions – formulées un peu naïvement, il est vrai –, mais plutôt d'analyser comment ces notions pourraient être mobilisées dans un projet de construction d'indicateurs culturels. Cette analyse exige une certaine forme de régression tant dans l'évolution des statistiques culturelles que dans l'appréhension du phénomène culturel.

Rappelons qu'il s'agit tout d'abord d'un document ayant servi à l'élaboration concertée du cadre théorique du système d'indicateurs. Son objectif était de recueillir les commentaires et les suggestions de multiples décideurs et chercheurs actifs au sein des organisations culturelles québécoises. Selon nous, il s'agit d'une démarche essentielle pour valider la pertinence des indicateurs.

Rappelons aussi que ce système d'indicateurs ne vise pas à mesurer l'efficacité de tous les énoncés de politique québécoise relatifs à la culture. Un peu à la façon dont Bernard Perret justifie la construction d'indicateurs sociaux pour la France¹¹, le rôle de ce système est plutôt de permettre la description du développement culturel au Québec, et d'établir des comparaisons internationales, lorsque possible.

2.1 D'OÙ VIENNENT LES STATISTIQUES?

L'histoire de l'évolution des statistiques et des organisations produisant des statistiques au Canada et au Québec montre que celles-ci se sont déployées de concert avec la poussée de l'industrialisation du pays au XIX^e siècle et avec la construction de l'État social à partir du milieu du XX^e siècle. Si, au départ, il s'agissait de mesures essentiellement descriptives (recensements, mesures des rendements agricoles, etc.), les statistiques sont devenues plus complexes et l'on crée maintenant des modèles statistiques probabilistes pour calculer les répercussions des mesures sociales. La création d'indicateurs et d'indices se situe quelque part entre ces deux extrêmes de la science statistique.

11. Bernard PERRET (2002). « Indicateurs sociaux : État des lieux et perspectives », *Les Papiers du CERC*, n° 2002-01, Paris, Conseil de l'emploi, des revenus et de la cohésion sociale.

L'historique de la construction et de l'usage du produit intérieur brut (PIB) au cours des années 1930 aux États-Unis, qui au départ s'appelait le « revenu national », éclaire le lien entre la construction d'indicateurs, la politique et la théorie sociale. Sans entrer dans les détails, disons que la construction du PIB exige l'établissement d'une rigoureuse comptabilité nationale des valeurs ajoutées par branche d'activité, qui s'appuie sur une classification des activités économiques, sur les comptes gouvernementaux, sur des enquêtes sur les investissements des entreprises et sur les dépenses des ménages. Si, aujourd'hui, ces objets statistiques sont répandus dans le monde, plusieurs étaient tout simplement inexistantes avant la *General Theory of Employment, Interest and Money* de Keynes¹². En fait, les premiers calculs du revenu national ont été réalisés par des chercheurs universitaires qui étudiaient la distribution des revenus et leur croissance à long terme. Ces efforts n'étaient pas orientés vers une comptabilité nationale, mais obéissaient à un programme de recherche théorique qui a conduit à la naissance de l'économétrie. Les relations entre les théoriciens mathématiques de l'économie, les statisticiens et les responsables politiques ne vont pourtant pas de soi. Alain Desrosières souligne ainsi cette difficulté de l'appropriation des outils et du langage de la statistique économique :

En Europe, en revanche, les responsables politiques et administratifs ne commenceront à connaître et à parler le langage de la macroéconomie et de la comptabilité nationale que pendant la guerre (en Grande-Bretagne), ou après elle (en France). [...] Mais pour que cette langue nouvelle soit comprise, adoptée et utilisée de façon naturelle, il ne suffit pas que l'idée fasse son chemin. Il faut encore qu'elle puisse prendre appui sur un réseau dense d'enregistrements et d'outils stabilisés, qui la rendent non seulement crédible, mais, paradoxalement oubliée parce qu'inscrite dans des banques de données, des indicateurs conjoncturels et des argumentations d'usage quotidien¹³.

Et, pour illustrer cette méfiance envers les statisticiens, Desrosières rapporte ce qui suit : « Selon les témoins du temps, Keynes faisait plus confiance à son intuition qu'aux chiffres fournis par les statisticiens. Si le chiffre ne lui convenait pas, il le modifiait, et si, par hasard, il en était satisfait, il s'émerveillait : « Tiens vous avez trouvé le bon chiffre! »¹⁴. »

Dans le domaine de la statistique culturelle, des réactions semblables de la part des utilisateurs et des décideurs politiques sont encore fréquentes. On voit donc que le lien entre la statistique économique et la théorie économique est plutôt lâche. D'un côté, les économistes statisticiens refusent d'associer leurs analyses, strictement descriptives, à une quelconque théorie; de l'autre côté, les économètres qui réfutent la valeur de telles statistiques ne disent rien sur les mécanismes profonds de l'économie, intégrés au sein de modèles ayant une valeur prédictive. Cependant, l'absence d'hypothèses théoriques n'empêche pas le développement de la statistique descriptive vers des instruments complexes telles la création d'indices, la décomposition des séries temporelles ou la désaisonnalisation des données.

Dans les faits, il n'y a donc pas de lien de nécessité entre la production de statistiques sociales et la théorie sociale, entre la production d'indicateurs culturels et une quelconque théorie de la culture. C'est lorsque les chiffres et les théories se trouvent au cœur des débats publics qu'apparaît la nécessité du dialogue entre ces univers autonomes. C'est à ce moment que sont questionnés les chercheurs à propos de leurs objets et qu'est posée l'exigence de la cohérence et de la clarté conceptuelle de ceux-ci au regard de toute politique culturelle.

12. John M. KEYNES (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*, Londres, Macmillan.

13. Alain DESROSIÈRES (2000 [1993]). *La politique des grands nombres. Histoire de la raison statistique*. Paris, Éditions La Découverte & Syros, p. 386.

14. *Ibid.*, p. 387.

Il s'agit de la principale raison pour laquelle nous avons tenté de fonder notre programme d'indicateurs culturels sur un cadre théorique peut-être un peu plus explicite que ceux qui ont été établis jusqu'à maintenant dans le domaine de la statistique culturelle; loin de nous cependant l'idée de construire une impossible « culturométrie ». De plus, nous ne croyons pas qu'il s'agisse de la seule conceptualisation possible, ni même qu'elle soit la meilleure. Nous souhaitons seulement qu'elle soit suffisamment structurée pour permettre des interprétations, des débats, des prises de décisions éclairées quant aux activités culturelles et, surtout, des orientations pour la production des statistiques culturelles. En retour, ces activités contribueront sans aucun doute à l'amélioration de notre conceptualisation du système d'indicateurs et à la pertinence des indicateurs eux-mêmes.

Dans ce qui suit, nous présentons successivement un résumé du cadre théorique et les concepts qui soutiennent le programme d'indicateurs de la culture et des communications au Québec, la structure du programme d'indicateurs et, enfin, les indicateurs eux-mêmes.

2.2 CADRE THÉORIQUE DU PROGRAMME D'INDICATEURS

L'une des premières tâches d'un programme d'indicateurs est de définir l'objet de sa mesure, de délimiter le domaine des activités sociales à propos desquelles il projette de rendre compte de la façon la plus synthétique possible. Dans l'optique d'arrimer notre projet aux statistiques culturelles actuelles et de l'insérer dans l'échange d'information entre les producteurs de statistiques culturelles, les chercheurs, les utilisateurs et les décideurs, il serait peu judicieux de créer de toute pièce une nouvelle conceptualisation du secteur de la culture et des communications.

C'est pourquoi le programme d'indicateurs culturels s'appuie sur le cadre conceptuel de l'OCCQ élaboré par Claude Martin, et qui est à la base du Système de classification de la culture et des communications au Québec (SCACCQ), conçu par l'OCCQ. Le cadre conceptuel prévoit également l'utilisation d'une classification des professions culturelles et d'une classification des produits culturels.

Ce cadre théorique repose essentiellement sur une théorie élémentaire de la communication, à savoir un ensemble relativement ouvert de relations entre un émetteur, un message et un récepteur. Ces relations sont catégorisées selon la nature des messages qui circulent entre l'émetteur et le récepteur, ces messages étant des produits culturels (journaux, disques, expositions, etc.). Maintenant, comment justifier l'utilisation de ces outils pour la production d'indicateurs culturels? Ou comment répondre à la question « qu'est-ce qui est culturel? »

2.2.1 VOUS AVEZ DIT CULTURE?

Dans l'ouvrage, désormais classique, de Kroeher et Kluckhohn sur les diverses définitions et concepts de culture¹⁵, on situe l'émergence de la notion de culture à la fin du XVIII^e siècle en Allemagne¹⁶. Celle-ci apparaît dans les écrits d'historiens qui s'intéressaient davantage aux mœurs, aux sciences et aux arts qu'aux événements politiques et aux victoires militaires. Il s'agissait en quelque sorte de reconstituer une histoire du progrès des sociétés et des civilisations. Emprunté au français, où il avait un sens différent, le terme « culture » a été utilisé par ces historiens pour décrire ce progrès. Bien que datant du Moyen Âge, quand il

15. Alfred L. KROEHER et Clyde KLUCKHOHN (1963). *Culture. A critical Review of Concepts and Definitions*, New York, Vintage Books, Random House.

16. Dans ce qui suit, nous nous appuyons fortement sur la synthèse des éléments historiques de l'ouvrage de Kroeher et Kluckhohn réalisée par Guy ROCHER (1992). *Introduction à la sociologie générale*, Montréal, Hurtubise HMH, p. 101-106.

désignait le culte religieux, ce n'est qu'au xvii^e siècle que ce terme, en français, en est venu à signifier le travail de la terre et, subséquentement, la formation de l'esprit (xviii^e siècle). Cette signification de la culture comme progrès intellectuel d'une personne, ainsi que le comprenait Alexis de Tocqueville, a par la suite été étendue au progrès intellectuel des collectivités par les historiens von Irwin et Adelung. L'historien français Michelet utilise également le terme en ce sens dans sa description de la transition entre le Bas-Empire romain et le haut Moyen Âge de son *Histoire de France* (1833) : « Ce mot me plaît... je l'accepte, Barbares. Oui, c'est-à-dire plein d'une sève nouvelle, vivante et rajeunissante... Nous avons, nous autres Barbares, un avantage naturel; si les classes supérieures ont la culture, nous avons bien plus de chaleur vitale...¹⁷ »

En passant de l'allemand à l'anglais, grâce à l'ouvrage d'Edmund B. Tylor, *Primitive Culture*, la notion de culture perd sa signification de progrès social pour devenir synonyme de civilisation et faire place à ce qui est communément compris comme la définition anthropologique de la culture : « La culture ou la civilisation, entendue dans son sens ethnographique étendu, est cet ensemble complexe qui comprend les connaissances, les croyances, l'art, la morale, les coutumes et toutes les autres aptitudes et habitudes qu'acquiert l'homme en tant que membre de la société¹⁸. »

Ce n'est que récemment que le terme « culture », dans son sens anthropologique, est venu à la langue française. Bien que l'on puisse peut-être expliquer cette apparition tardive par des facteurs conjoncturels, tels la prépondérance du modèle durkheimien ou le déclin de la sociologie française, comme le fait Guy Rocher, il nous semble que l'acceptation générale du terme comme progrès intellectuel, propre au français, constitue une barrière beaucoup plus importante. Ce sens français de culture est fortement connoté et a conduit aux notions de culture savante et de culture populaire. De cette manière, il est difficile d'en faire un concept ayant des prétentions à l'objectivité scientifique.

Il est possible de passer outre la distinction entre la conception anthropologique de la culture et la conception culturelle de la distinction anthropologique (pour parler à la manière de Bourdieu). À cet égard, nous pouvons tirer des leçons du bilan réalisé par William H. Sewell à propos de l'évolution de la place de la notion de culture dans l'anthropologie¹⁹. Sans entrer dans les détails, disons que Sewell propose d'aborder la culture selon deux points de vue : comme ensemble d'activités concrètes et comme système de références symboliques. Cette proposition nous paraît intéressante à plusieurs titres, mais surtout parce qu'elle fait écho à d'autres propositions théoriques au sujet de la culture. Nous pensons ici au modèle dumontien de la culture et sa distinction entre culture première et culture seconde, entre culture du donné et culture produite²⁰; ou encore à l'articulation entre les volets « système » et « monde vécu » de la théorie sociale de Jürgen Habermas²¹.

Nous nous appuyons en bonne partie sur cette théorie pour fonder notre approche de la mesure de la culture, qui est en fait une mesure des activités culturelles.

17. Cité dans : Jacques LE GOFF (1977). *Pour un autre Moyen Âge*, Paris, Gallimard, p. 26. Le parallèle entre ces comparaisons de niveaux culturels d'univers complètement différents par Michelet et Tocqueville, qui étaient contemporains, est tout simplement saisissant. En effet, dans la relation de son voyage au Bas-Canada, Tocqueville parle dans des termes comparables de la différence entre les Américains cultivés et les Canadiens arriérés... Lire à ce sujet la conférence de Simon LANGLOIS, *Alexis de Tocqueville, un sociologue au Bas-Canada*. Conférence prononcée le 8 février 2006 devant les membres de l'Association internationale d'études québécoises.

18. Cité dans : Guy ROCHER, *op. cit.*, p. 105.

19. William H. SEWELL (1999). « The Concept(s) of Culture », dans Victoria E. BONNEL et Lynn HUNT (dir.), *Beyond the Cultural Turn. New Directions in the Study of Society and Culture*, Berkeley, University of California Press, p. 35-61.

20. Fernand DUMONT (1968). *Le lieu de l'homme*, Montréal, Éditions HMH.

21. Jürgen HABERMAS (1987). *Théorie de l'agir communicationnel*, t. 2, Paris, Fayard.

2.2.2 LES ACTIVITÉS CULTURELLES

Dans le présent contexte, nous ne ferons qu'exposer les grandes lignes de l'explicitation de la théorie de l'activité communicationnelle pour l'établissement des fondements de la construction de notre système d'indicateurs culturels. La théorie habermassienne propose d'analyser l'activité sociale à partir du modèle d'une situation de communication idéale où des interlocuteurs échangent des paroles ou des signes de façon légitime dans un but de compréhension mutuelle. Il s'agit de l'agir communicationnel. Cette communication s'appuie sur un horizon de références, commun aux interlocuteurs. Cet horizon, normalement inaccessible aux interlocuteurs jusqu'à ce que surgissent de nouvelles situations où celle-ci faillit à sa tâche, s'appelle « monde vécu ».

L'agir communicationnel permet au monde vécu de se reproduire en renouvelant et en transmettant le savoir culturel (qui se différencie en science, en art et en morale dans les sociétés modernes), en intégrant socialement les individus, en établissant des solidarités et en permettant la formation des identités personnelles. À ces processus de reproduction (reproduction culturelle, intégration sociale et socialisation) correspondent trois composantes du monde vécu : la culture, la société et la personnalité. Notons que ces structures du monde vécu sont indissociables et apparaissent simultanément dans toutes les actions langagières, chacune de celles-ci étant principalement orientée vers la reproduction d'une seule de ces composantes en particulier.

On comprendra que ce qui nous intéresse ici, c'est le processus de reproduction culturelle. Au départ, cette conceptualisation s'applique aux situations courantes de communication où les individus ont directement accès les uns aux autres. En fait, la complexité croissante des sociétés exige une théorisation qui permet de rendre compte des formes de communication qui relient les individus autrement que par le face à face. C'est pourquoi la théorie sociale d'Habermas établit des moyens d'intégration sociale permettant à l'agir communicationnel de se délester de tâches qu'il ne peut plus effectuer. Ce délestage s'effectue au moyen de « médiums », dont les principaux sont l'argent et le pouvoir. Ces médiums permettent à leur tour l'émergence d'un système possédant sa propre logique, ses propres exigences, liées à la nature des médiums. Le système se déploie donc sous les formes de l'économie et de l'État. On reconnaît ici l'influence du sociologue américain Talcott Parsons, père du fonctionnalisme systémique²².

Ces exigences finissent par s'imposer à la situation de communication et se substituent aux attentes normales de l'intercompréhension. Par exemple, dans les sociétés primitives, la danse permettait à la fois aux danseurs de remercier les forces mythiques qui protègent la tribu, de rendre hommage aux anciens et de faire valoir leur habileté expressive, et ce, au moment et à l'endroit établis par la tradition, tandis que, dans les sociétés modernes, la danse est un spectacle qui se produit selon les exigences de la circulation du capital et, souvent, de la politique culturelle.

Étant donné que le monde vécu, par ses propres processus de reproduction, a pour objectif de se reproduire lui-même, on peut appliquer ces derniers aux composantes du monde vécu : culture, société, personnalité. Ainsi, par rapport à la culture, la reproduction culturelle produit des interprétations susceptibles de consensus, par rapport à la société, elle produit les légitimations fondant l'ordre social et, par rapport à la personnalité, elle fournit des modèles de comportements pour la formation culturelle et l'éducation.

22. Élaborée surtout dans les années 1940 et 1950, la théorie sociale de Parsons, extrêmement complexe, a été graduellement abandonnée par les sociologues dans les années 1960. Habermas utilise certains concepts fondamentaux de Parsons dans l'explication des activités sociales qui échappent aux normes de l'agir communicationnel, sans toutefois en faire le cœur de sa propre théorie sociale.

Dans les sociétés contemporaines, les contextes communicationnels traditionnels sont remplacés par la mise en relation systémique des activités sociales. Ainsi, la plupart des activités visant la reproduction symbolique des interprétations du monde, des légitimations et des modèles sociaux sont prises en charge par l'économie et l'État. Nous proposons donc de concevoir les activités culturelles comme une catégorie des activités communicationnelles, spécialisées dans la reproduction symbolique du monde vécu, tout en faisant la distinction entre les activités qui sont prises en charge par l'économie et l'État, et celles qui obéissent principalement aux exigences de l'intercompréhension.

La prise en charge de certains processus d'intercompréhension, visant la reproduction culturelle des ordres sociaux, par des médiums (l'argent, le pouvoir ou les médias de masse) engendre des problèmes de légitimation. Autrement dit, la nature même de ces médiums induit une asymétrie dans la communication entre les personnes, ce qui contribue à affaiblir la base de validité du contenu échangé. C'est lorsque ce dernier n'est plus discutable qu'apparaît la nécessité de justifier cette asymétrie pour que la communication puisse se poursuivre.

Ces problèmes de légitimation, dans nos sociétés où domine la démocratie de masse, se transforment en exigence de démocratie culturelle. En effet, pour que les savoirs culturels soient valides, ceux-ci doivent être légitimés et le sont d'autant plus que le processus de reproduction culturelle s'effectue démocratiquement. Ce caractère démocratique se vérifie par l'accessibilité aux moyens de la culture, par la diversité des activités culturelles légitimes et aussi par la vitalité de la culture, ce qui inclut la participation aux activités culturelles.

C'est cette exigence normative, celle de la démocratie culturelle, qui est au fondement de notre système d'indicateurs culturels.

Rappelons qu'il s'agit d'une théorie. On ne trouvera pas le monde vécu ni le système au coin de la rue. L'opérationnalisation de ces concepts n'est pas une mince affaire. Nous croyons toutefois qu'à partir de cette conception, hautement abstraite il est vrai, nous pouvons présenter, avec tous les défauts de la simplification, les énoncés qui soutiennent le cadre théorique du système d'indicateurs de la culture et des communications de l'OCCQ.

Tableau 8
Énoncés théoriques du système d'indicateurs

1. Les activités culturelles sont considérées comme une catégorie des activités communicationnelles. Elles se caractérisent par leur orientation vers la reproduction symbolique de l'ensemble des connaissances, des valeurs et des normes qui font partie inhérente de la vie en société.
2. Les activités culturelles se déroulent selon deux modes de communication : les activités médiates et non médiates.
3. On entend par activités médiates celles où la communication exige un processus intermédiaire. (Par exemple, si raconter une histoire à ses enfants à l'heure du coucher est une activité culturelle, son mode de communication n'est pas comparable à la tournée d'un conteur, doublée de la promotion de son dernier disque, des entrevues à la télévision qui s'ensuivent et de son rang au palmarès des ventes de disques.)
4. De manière générale, le système d'indicateurs que nous élaborons concerne les activités culturelles qui sont médiatisées, le terme étant utilisé ici dans son sens le plus large.
5. Le processus de médiatisation de la culture s'effectue par la mobilisation d'un ensemble de ressources et de conditions qui proviennent de l'environnement des activités culturelles.
6. Cet ensemble est constitué de ressources financières, matérielles, informationnelles et humaines.
7. Toutes ces ressources sont mobilisées à divers degrés par ce qu'il est convenu d'appeler le « système d'émission », conformément au cadre conceptuel de l'OCCQ.
8. Le résultat de ces activités est condensé dans des produits destinés au public, sous la forme de biens ou de services, y compris les droits.
9. Ces produits sont à la fois consommés et réinterprétés par le public et contribuent à reproduire ou à remettre en question les éléments de la culture, tant sur le plan symbolique que sur celui des conditions matérielles et sociales de sa reproduction.
10. L'exigence normative à la base de la construction du système d'indicateurs est celle de la démocratie culturelle.

3. PÉRIMÈTRE DU SECTEUR DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS AU QUÉBEC²³

Depuis longtemps, la définition du périmètre culturel – qu’est-ce qui est culturel et qu’est-ce qui ne l’est pas? – est au cœur des débats qui animent le domaine de la statistique culturelle. Le caractère fondamental de cette question n’échappe à personne. C’est sur cette base que sont construites les statistiques culturelles ainsi que, le cas échéant, les indicateurs, qui débouchent sur des comparaisons entre les époques, les localités et les pays. La définition du périmètre culturel est donc toujours une sorte de compromis entre le besoin des décideurs de se reconnaître dans la définition du périmètre culturel et celui de se comparer avec d’autres sociétés. Le cadre conceptuel élaboré par l’OCCQ privilégie les besoins de connaissances des décideurs québécois du secteur de la culture et des communications, tout en cherchant à se rapprocher des pratiques internationales en matière de statistiques culturelles.

L’Observatoire de la culture et des communications du Québec a notamment pour mandat d’élaborer un système intégré de statistiques qui couvre tout le secteur de la culture et des communications²⁴ et de documenter l’importance et le rôle de la culture dans la société québécoise. Un tel mandat entraîne pour l’OCCQ la nécessité de délimiter, de structurer et de subdiviser son champ d’observation de manière à le couvrir en entier, tout en évitant les doubles comptes. Il s’agit donc, en pratique, de se doter de grilles de classification et de nomenclatures qui permettent de répertorier et de décrire les entités au sujet desquelles des statistiques seront produites. L’économie de la culture et des communications met en action des agents, des entreprises et des travailleurs qui offrent des produits sous forme de biens ou de services, lesquels seront diffusés puis consommés par la population.

Cette première classification porte le nom de Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec (SCACCQ). Tous les travaux de production statistique et d’analyse de l’OCCQ, peu importe le segment de la culture et des communications auquel ils s’intéressent, recourent à cette classification et à son vocabulaire.

En résumé, le SCACCQ est un système de classification qui fournit une structure hiérarchique ainsi qu’une nomenclature et un ensemble de définitions des diverses activités économiques liées à la culture et aux communications au Québec, et ce, afin d’inscrire les travaux statistiques dans un cadre formel qui facilitera l’analyse. Soulignons que le SCACCQ est organisé autour des concepts de l’offre ou de la production (et non autour de ceux de la consommation ou des pratiques culturelles). En conséquence, l’OCCQ n’a présenté dans le SCACCQ que des activités économiques qui se prêtent à une analyse statistique en matière de production.

23. Cette partie présente quelques extraits du cadre conceptuel de l’OCCQ et du SCACCQ.

24. Les établissements dont l’activité principale consiste à fournir des services de télécommunication sont exclus du champ d’observation de l’OCCQ. Cependant, les distributeurs de signaux télévisuels sont inclus.

Tableau 9
Structure des activités de la culture et des communications

| Domaines de production des biens symboliques* | Système d'émission | | | Produit | Public | |
|---|--------------------|-----------|------------|---------|---------------|------------------------|
| | Unités déclarantes | Fonctions | | | | |
| | | Création | Production | | | Diffusion/distribution |
| Arts visuels, métiers d'art, etc. Arts de la scène Patrimoine, musées, archives Livre Périodique Bibliothèques Enregistrement sonore | Travailleurs | | | | Ventes | Préférences |
| | | | | | Genres | Portée |
| | Établissements | | | | Prix de vente | Durée |
| | | | | | Importations | Dépenses |
| Cinéma et audiovisuel Radio et télévision Multimédias, nouveaux médias Activités multisectorielles Architecture et design Publicité et relations publiques | Entreprises | | | | Exportations | Équipement |
| | | | | | | Possession |
| | | | | | | |

| Domaines de la régulation | Activités | |
|--|----------------|----------------------------|
| Administration fédérale | Travailleurs | Emplois |
| Administration locales Écoles (cult. et communic.)** | Établissements | Flux financiers |
| Gestion de droits Associations | Organisations | Indicateurs de performance |
| Espace (région, localité, etc.) | | |
| Temps | | |
| Pas de collecte de statistiques, sauf pour quelques organismes de diffusion. | | |

* Voir le Système de classification des établissements de la culture et des communications de l'Observatoire pour la liste des domaines, secteurs et sous-secteurs.

** Le Système de l'Observatoire fait de la formation une fonction associée au système d'émission de chaque domaine.

3.1 Frontières du secteur

En statistiques économiques, on dispose depuis plus de 50 ans de systèmes de classification destinés à répertorier les types d'industries. Ces classifications, assez complexes, sont l'objet de développements et d'améliorations constantes. Cette tendance s'est accélérée avec la mondialisation des marchés et la conclusion d'accords internationaux qui ont nécessité l'élaboration de classifications communes aux différents pays participants. Cependant, malgré le niveau de raffinement et d'efficacité atteint par ces typologies économiques, et bien qu'elles englobent les industries de la culture et des communications, on ne peut s'y fier que partiellement pour organiser les statistiques sur la culture.

En effet, le secteur de la culture et des communications est très particulier et sa production de biens et de services ne répond pas à la même logique que celle d'un secteur économique conventionnel. L'activité principale du secteur culturel est la production de sens. Le secteur n'est pas stimulé et mobilisé uniquement par le profit; il est aussi animé par un fort sentiment de rétribution symbolique – certains créateurs et certains établissements étant prêts à sacrifier des revenus à cette fin – et par une volonté d'expression qui est à l'origine des produits.

Les classifications économiques existantes mettent de l'avant des critères qui se trouvent à éliminer certains types d'entreprises ou d'organismes culturels. Ainsi, une valeur de production minimale (en dollars) est nécessaire pour qu'un secteur industriel donné soit reconnu dans les classifications existantes; or, certains secteurs culturels ne répondent pas à ce critère.

Nous sommes ainsi amenés à délimiter les frontières du secteur de la culture et des communications en fonction des particularités du secteur au Québec. La division du travail au Québec n'est pas la même que dans d'autres sociétés; voilà pourquoi notre découpage du secteur en différents domaines est donc particulier.

Cependant, nous voulons aussi comparer notre information statistique à celle d'autres sociétés et, pour ce faire, nous nous sommes inspirés des travaux menés en France, à l'UNESCO, dans la Communauté européenne, au Canada, en Australie et ailleurs.

Dans la mesure du possible, nous avons adopté une approche cohérente qui tient compte de la notion de production de sens (ou de communication) comme facteur définitoire, mais nous avons aussi pris en compte la tradition et la logique politique propres à la situation québécoise. En outre, nous avons effectué certains choix, établi certaines définitions, avec les représentants des milieux culturels membres de nos comités consultatifs; sans parvenir à l'unanimité, nous avons obtenu des consensus.

La liste des domaines retenus aux fins du SCACCQ n'est pas donnée hors du temps; elle témoigne d'une époque et d'un contexte particuliers. La raison politique, l'histoire, la création d'un ministère de la Culture et des Communications, les pratiques des gouvernements, la façon dont on a demandé à l'Observatoire d'organiser et de structurer ses comités consultatifs sont autant d'éléments qui ont servi à bâtir une liste de domaines, une liste chargée d'histoire, une liste québécoise.

3.2 Lien avec les classifications économiques

Comme on l'a vu, il fallait dresser une classification, pour les activités de la culture et des communications, qui refléterait la réalité culturelle québécoise. C'est ce que l'OCCQ a tenté de faire en créant le SCACCQ et en l'arrimant aux classifications économiques existantes, de manière à lier les domaines culturels au reste de l'économie. Parmi d'autres conditions, la cohérence est essentielle pour effectuer des études d'impact économique.

Les principes à la base du SCACCQ sont essentiellement les mêmes que ceux qui gouvernent le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord²⁵ (SCIAN). Ainsi, nous avons repris, partout où cela était possible, la même terminologie que celle qu'utilise le manuel du SCIAN. Rappelons que le SCIAN comporte deux secteurs (51 et 71) qui se rapportent à la culture et aux communications et qui renferment plusieurs classes d'établissements à caractère culturel. Malgré tout, certains segments du champ de la culture et des communications sont absents du SCIAN parce que noyés dans des classes très vastes. Tel est le cas des artisans en métiers d'art, assimilés dans le SCIAN aux industries du bois, du verre, etc., ou encore des

25. http://www.statcan.ca/francais/subjects/standard/index_f.htm.

conseils régionaux de la culture que le SCIAN classe sous « organismes d'action sociale » ou « autres associations ». La précision du SCIAN ne permet pas non plus de respecter le mandat de l'OCCQ qui est de couvrir, en respectant leurs frontières respectives, chacun des domaines de la culture (livre, spectacle, cinéma, etc.). Dans le SCIAN, certains types d'établissements culturels sont amalgamés, peu importe les domaines précis auxquels ils appartiennent. Ainsi, les artistes en arts visuels, les comédiens, les écrivains et nombre d'autres créateurs sont réunis au sein de la classe 711510, Artistes, auteurs et interprètes indépendants.

Statistique Canada se base sur le SCIAN pour produire toutes ses données, y compris, bien évidemment, celles qui se rapportent à la culture. Cette production statistique est d'une grande richesse et constitue une matière première très importante pour l'OCCQ. Lorsque celui-ci analyse et diffuse des données de Statistique Canada, il le fait en utilisant son propre système de classification, le SCACCQ, mais après avoir rendu disponible une table de correspondance entre le SCACCQ et le SCIAN. Cette table apparaît en annexe du présent ouvrage.

3.3 Unités statistiques

Une unité statistique²⁶ est une unité d'observation ou de mesure au sujet de laquelle des données sont recueillies ou compilées. Statistique Canada a établi une hiérarchie des unités statistiques. Au sommet de la hiérarchie, l'**entreprise** (ou l'**organisation**) est une unité d'observation à laquelle correspond un ensemble complet d'états financiers. En deuxième lieu, la **compagnie** permet de mesurer au moins le bénéfice d'exploitation. Vient ensuite l'**établissement**, niveau où sont disponibles les données comptables nécessaires pour évaluer la production, mais pas nécessairement le bénéfice d'exploitation. Enfin, au bas de la hiérarchie (et rarement utilisé), l'**emplacement** est une unité d'observation qui ne peut être définie qu'à partir du nombre d'employés et pour laquelle on ne dispose généralement pas de données financières. Dans le cas de la plupart des petites unités (par exemple une cordonnerie), l'établissement et l'entreprise se recourent : il s'agit de la même entité.

Le SCACCQ devant servir à la collecte de statistiques sur la production de biens et services, c'est donc aux établissements qu'il s'intéresse. Il s'attache à décrire tous les types d'activités économiques liées à la culture et aux communications et, de ce fait, à distinguer et à classer différents types d'établissements (ou « parties d'établissements »²⁷). Les différents types d'établissements sont classifiés dans le SCACCQ selon leur **activité principale**. Ainsi, les agences de distribution artistique (*casting*) sont définies comme des « établissements dont l'activité principale est de recruter des figurants de même que des acteurs ou des actrices pour le cinéma ».

Soulignons que les **travailleurs indépendants** (ou autonomes) sont considérés comme des établissements à part entière, puisqu'ils doivent absolument être pris en compte pour que la production d'un secteur donné soit comptabilisée en entier. Les personnes salariées, quant à elles, ne constituent en aucun cas des unités statistiques au sens du SCACCQ, ce qui n'empêche pas l'OCCQ de réaliser, par ailleurs, des travaux statistiques ayant pour unité le travailleur (autonome ou salarié), par exemple dans le cas des tableaux sur l'effectif des professions culturelles. Ainsi, dans le SCACCQ, lorsqu'un groupe d'établissements mentionne des

26. http://www.statcan.ca/francais/concepts/stat-unit-def_f.htm.

27. Les entités répertoriées dans le SCAQQC ne sont pas toujours des établissements à proprement parler. Dans certains cas, il peut s'agir de « parties d'établissements ». Par exemple, au sein du groupe « 13910, Établissements d'enseignement et de formation du domaine des bibliothèques », on trouve les universités qui offrent une formation en bibliothéconomie et en sciences de l'information, par exemple l'Université de Montréal. Or, ce n'est pas toute l'Université de Montréal (établissement) qui intéresse le SCACCQ, mais seulement le programme de bibliothéconomie (géré par l'École de bibliothéconomie et des sciences de l'information).

personnes, comme « 90109, Journalistes » ou « 90110, Illustrateurs indépendants », il s'agit des journalistes ou des illustrateurs qui sont travailleurs indépendants : le groupe en question n'englobe pas les journalistes ou illustrateurs salariés. Car, rappelons-le, le SCACCQ ne porte pas sur des types de professions mais d'établissements, et le terme « indépendants » utilisé pour qualifier, par exemple, les illustrateurs précise que nous ne parlons pas de l'ensemble des travailleurs en illustration (dont certains sont des salariés), mais bien de l'ensemble des établissements spécialisés en illustration (dont certains peuvent n'être composés que d'une seule personne).

Les plus petits « établissements » qu'il est possible de rencontrer dans une industrie donnée, on l'aura compris, sont les travailleurs indépendants. Dans le secteur de la culture et des communications, ces derniers sont particulièrement présents. (À preuve, il est fréquent de désigner les produits culturels par le nom des personnes qui les ont créés ou qui les interprètent.)

3.4 STRUCTURE ET PRINCIPES DE CLASSIFICATION

Le SCACCQ est un système global qui s'applique à toutes les activités des établissements de la culture et des communications. Sa structure est hiérarchique; au niveau le plus élevé, le secteur de la culture et des communications s'y trouve divisé en 15 domaines :

- 11 Arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques
- 12 Arts de la scène
- 13 Patrimoine, institutions muséales et archives
- 14 Bibliothèques
- 15 Livre
- 16 Périodique
- 17 Enregistrement sonore
- 18 Cinéma et audiovisuel
- 19 Radio et télévision
- 20 Multimédia
- 21 Architecture et design
- 22 Publicité et relations publiques
- 23 Organismes de représentation et de promotion en culture et communications
- 24 Administrations publiques
- 90 Établissements en activité dans plus d'un domaine culturel et des communications

Chacun de ces 15 domaines est subdivisé en **groupes** correspondant aux différents types d'établissements existants. Au besoin, un groupe sera divisé en **sous-groupes**. La structure complète de SCACCQ est présentée en annexe.

C'est l'**activité principale**²⁸ d'un établissement donné qui indique dans quel domaine et quel groupe du SCACCQ il doit être classé. Tous les groupes du SCACCQ sont mutuellement exclusifs et un établissement donné ne peut donc être classé que dans un seul groupe. Cependant, comme il existe des établissements dont l'activité principale touche plusieurs domaines culturels à la fois (c'est le cas, par exemple, des designers graphiques), nous avons créé un

28. L'activité principale est généralement déterminée à partir du calcul de la valeur ajoutée, calcul basé sur la somme des salaires et avantages sociaux, de la dépréciation et du surplus net d'exploitation. Dans les cas où il n'y a pas de salaires versés (prépondérance du bénévolat, par exemple), l'activité principale est déterminée à partir des ressources humaines affectées (nombre de jours travaillés, par exemple).

code supplémentaire pour distinguer ces établissements « **multidomains** ». Les groupes multidomains portent tous un code qui commence par 90 et, dans le SCACCQ, ils sont regroupés sous la rubrique « Établissements en activité dans plus d'un domaine culturel et des communications ».

Par ailleurs, il existe en pratique certains établissements culturels qui, bien que leur activité principale soit clairement définissable, exercent aussi des activités culturelles secondaires. Ainsi, un musée (dont l'activité principale est de gérer des collections et de présenter des expositions) peut avoir pour activité secondaire la diffusion de spectacles dans son auditorium. Il va de soi que ce genre d'établissements polyvalents sera classé dans le groupe du SCACCQ correspondant à son activité principale (« 13203, Musées »). Cependant, ces établissements polyvalents sont dotés d'un **code d'activité secondaire** qui permet de les enregistrer au besoin. (Ce code permet, par exemple lors d'une enquête sur la diffusion de spectacles, d'inscrire ce musée sur la liste des répondants.)

3.5 FONCTIONS

Une pratique, établie par l'unesco et utilisée par plusieurs pays, consiste à distinguer les types d'établissements culturels selon leur **fonction** dans la filière de production. En effet, les biens ou services à caractère culturel passent généralement par trois étapes avant d'être disponibles pour consommation par le public : la création, la production et la diffusion (ou la distribution). On ajoute à ce cycle la fonction de formation (qui regroupe les établissements chargés de former les travailleurs de la culture). Nous avons retenu ce principe de classification : à l'intérieur de chacun des 15 domaines qui composent le SCACCQ, les différents groupes sont répartis en quatre sous-ensembles : création, production, diffusion/distribution et formation.

Chacune de ces quatre étapes est généralement la responsabilité d'un établissement distinct, mais il existe aussi des établissements qui prennent en charge plus d'une étape. C'est le cas par exemple des artistes en arts visuels pour qui création et production de leurs œuvres constituent le même acte ou de certaines compagnies de théâtre qui assument à la fois la production et la diffusion de leurs spectacles. Ces établissements sont classés dans l'une ou l'autre « fonction » selon leur activité principale ou selon celle de leur activité qui constitue leur raison d'être ou qui se trouve en amont dans la filière de production. Ainsi les artistes en arts visuels sont classés dans « création » et les compagnies de théâtre dans « production », même lorsqu'elles font aussi de la diffusion.

Notons que certains systèmes de classification étrangers comprennent aussi une fonction de conservation, que nous n'avons pas retenue pour le SCACCQ, puisque tous les établissements ayant une activité de conservation (musées, cinémathèques, archives, etc.) sont déjà représentés à l'intérieur du domaine 13, Patrimoine, institutions muséales et archives.

1. **La création** est définie comme « la conception d'œuvres originales donnant généralement lieu à des droits d'auteur²⁹ ». Un exemple typique serait la rédaction d'un manuscrit. Dans plusieurs cas, la fonction de création inclut des activités de recherche. En ce qui concerne les bibliothèques et les musées, la fonction de création se traduit par la conception et la gestion stratégique des services offerts (collections, expositions, etc.).
2. **La production** de biens ou de services à caractère culturel est définie comme « la mise en œuvre du processus qui permet de passer de l'œuvre originale à l'œuvre disponible pour le public³⁰ ». Des exemples typiques seraient l'édition d'un livre, y compris son

29. Définition inspirée d'Eurostat, *Les statistiques culturelles dans l'UE. Rapport final du LEG*, Luxembourg, Commission européenne, 2000, p. 25.

30. *Ibid.*

impression, ou l'enregistrement et la reproduction sur disque d'une œuvre musicale. La fonction de production peut aussi prendre la forme d'une mise à la disposition du public d'artéfacts matériels ou immatériels. La fonction de production peut, dans certains cas, comporter une composante créatrice, mais elle prend généralement corps à partir d'une œuvre originale déjà créée. Dans certains domaines du SCACCQ, la fonction de production est absente puisqu'elle ne constitue pas une activité culturelle. C'est le cas du domaine 21, Architecture et design : la conception d'une œuvre architecturale (création) est une activité de nature culturelle, mais la construction de l'édifice (production) qui en découle n'en est pas une.

3. **La diffusion ou la distribution** sont définies comme l'offre, généralement publique, des biens ou services produits à l'étape précédente. Dans le cas de biens matériels (livres, disques, etc.), cette fonction recouvre la gestion d'entrepôts, de véhicules de transport et de magasins; on parle alors de « distribution » et on distingue normalement le commerce de gros du commerce de détail. Cette fonction peut aussi être assumée par des moyens électroniques ou immatériels (ondes, câblodistribution, Internet); on parle alors de « diffusion ». Le terme « diffusion » s'applique en outre à la présentation de spectacles en salle, à la programmation d'expositions et à la tenue d'événements culturels (salons, festivals, etc.). La fonction de diffusion/distribution inclut les activités de promotion. Dans le cas du domaine 16, Bibliothèques, la fonction diffusion/distribution est absente puisqu'elle est intégrée à la fonction de production. (Dans les bibliothèques, en effet, la production du service pour lequel elles sont mandatées présuppose qu'elles assurent simultanément la diffusion d'œuvres auprès du public.)
4. **La formation** des créateurs ou des travailleurs culturels ne fait pas directement partie du cycle dont nous venons de parler, lequel concerne les étapes de production d'un bien ou d'un service. Pourtant, si l'on élargit un tant soit peu la perspective pour prendre en considération l'ensemble du contexte qui préside à la mise en disponibilité de produits culturels dans l'espace public, il devient tout à fait pertinent de reconnaître la formation des travailleurs culturels comme une fonction faisant partie intégrante du secteur de la culture et des communications. Cette fonction est définie comme l'offre de programmes et de cours en vue de permettre l'accès aux métiers ou professions culturelles.

C ONCLUSION

En conclusion, l'expérience de l'OCCQ illustre qu'il n'y a pas de lien de nécessité entre la production de statistiques sociales et la théorie sociale, entre la production d'indicateurs culturels et une quelconque théorie de la culture. C'est lorsque les chiffres et les théories arrivent au cœur des débats publics qu'apparaît la nécessité du dialogue entre ces univers autonomes. C'est à ce moment que sont questionnés les chercheurs à propos de leurs objets et qu'est posée l'exigence de la cohérence et de la clarté conceptuelle de ceux-ci au regard de la politique culturelle.

Il s'agit de la principale raison pour laquelle nous avons tenté de fonder notre programme d'indicateurs culturels sur un cadre théorique peut-être un peu plus explicite que ceux qui ont été établis jusqu'à maintenant dans le domaine de la statistique culturelle. Loin de nous l'idée de construire une impossible « culturométrie », ou de croire qu'il s'agit de la seule conceptualisation possible, ni même que celle-ci soit la meilleure. Nous souhaitons seulement qu'elle permette des interprétations, des débats, des prises de décisions éclairées quant à la politique culturelle et aux orientations préalables à la production des statistiques culturelles.

De plus, il est important de rappeler ici deux éléments essentiels. Le premier est que les indicateurs prioritaires ont été choisis par les décideurs du gouvernement et des milieux de la culture et des communications, tandis que le deuxième établit que les indicateurs ne mesurent pas directement l'efficacité ou l'efficacité des programmes gouvernementaux en matière culturelle.

Maintenant, l'OCCQ entame le travail méthodologique nécessaire à la construction des 14 indicateurs prioritaires.

A NNEXE

SYSTÈME DE NUMÉROTATION ET STRUCTURE DU SCACCQ

Le système de numérotation qui a été retenu pour le SCACCQ est un code à cinq chiffres avec une extension de deux chiffres pour les sous-groupes. Les deux premières positions représentent le domaine, la troisième, la fonction, et les deux dernières, le groupe.

Ainsi, le code du sous-groupe « 11303.01, Marchands d'art contemporain » se décompose ainsi :

| | |
|-----------------|---|
| 11303.01 | Domaine : Arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques |
| 11303.01 | Fonction : Diffusion/Distribution |
| 11303.01 | Groupe : Marchands d'art |
| 11303.01 | Sous-groupe : Marchands d'art contemporain |

11 ARTS VISUELS, MÉTIERS D'ART ET ARTS MÉDIATIQUES

- 11101 Artistes en arts visuels
- 11102 Artistes et artisans en métiers d'art
- 11103 Artistes en arts médiatiques
- 11201 Éditeurs d'œuvres d'art
- 11202 Lieux de production en arts visuels
 - 11202.01 Centres d'artistes en production d'arts visuels
 - 11202.02 Autres lieux de production en arts visuels
- 11203 Lieux de production en métiers d'art
- 11204 Lieux de production en arts médiatiques
- 11205 Éditeurs de produits dérivés d'œuvres d'art
- 11301 Agents d'artistes et consultants en arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques
- 11302 Centres d'artistes en diffusion des arts visuels
- 11303 Marchands d'art
 - 11303.01 Marchands d'art contemporain
 - 11303.02 Marchands d'art autre que contemporain
- 11304 Organismes d'événements en arts visuels
- 11305 Boutiques spécialisées en vente de produits des métiers d'art
- 11306 Boutiques spécialisées en vente de produits dérivés d'œuvres d'art
- 11307 Organismes de salons et d'événements en métiers d'art
- 11308 Organismes d'événements en arts médiatiques
- 11401 Établissements d'enseignement et de formation en arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques
- 11910 Établissements du domaine des arts visuels, des métiers d'art et des arts médiatiques n.i.a.

12 ARTS DE LA SCÈNE

- 12101 Concepteurs et metteurs en scène de spectacles indépendants
- 12102 Chorégraphes indépendants
- 12201 Producteurs de spectacles
- 12202 Fournisseurs de services techniques en arts de la scène
- 12301 Agences de tournées
- 12302 Diffuseurs de spectacles
 - 12302.01 Diffuseurs de spectacles en programmation régulière
 - 12302.02 Organismes de festivals et d'événements en arts de la scène
- 12303 Locateurs de lieux de spectacles à vocation artistique
- 12304 Locateurs de lieux de spectacles complémentaires
- 12305 Établissements de billetteries
- 12401 Établissements d'enseignement et de formation en arts de la scène
- 12910 Établissements du domaine des arts de la scène n.i.a.

13 PATRIMOINE, INSTITUTIONS MUSÉALES ET ARCHIVES

- 13101 Établissements de recherche et de conception d'activités et de produits muséaux, patrimoniaux et archivistiques
- 13201 Organismes en patrimoine
 - 13201.01 Organismes en patrimoine archéologique
 - 13201.02 Organismes en patrimoine architectural et paysager
 - 13201.03 Organismes en patrimoine artistique
 - 13201.04 Organismes en patrimoine ethnologique et en pratiques culturelles traditionnelles
 - 13201.05 Organismes en patrimoine historique et généalogique
 - 13201.06 Organismes en patrimoine n.i.a.
- 13202 Établissements du patrimoine à but lucratif
 - 13202.01 Artisans des métiers traditionnels du patrimoine bâti
 - 13202.02 Restaurateurs d'objets d'art et d'objets patrimoniaux
 - 13202.03 Producteurs-artisans de produits du terroir
 - 13202.04 Entrepreneurs-artisans de produits artisanaux
- 13203 Musées
 - 13203.01 Musées d'art
 - 13203.02 Musées d'histoire, d'ethnologie et d'archéologie
 - 13203.03 Musées de sciences naturelles et environnementales
 - 13203.04 Musées de sciences et technologie
- 13204 Lieux d'interprétation
 - 13204.01 Lieux d'interprétation en histoire, en ethnologie et en archéologie
 - 13204.02 Lieux d'interprétation en sciences naturelles et environnementales
 - 13204.03 Lieux d'interprétation en sciences et technologie
- 13205 Centres d'exposition
- 13206 Établissements muséaux à but lucratif
- 13207 Centres et services d'archives

- 13207.01 Centres et services d'archives, culture et société
- 13207.02 Centres et services d'archives, enseignement et recherche
- 13207.03 Centres et services d'archives, institutions religieuses
- 13207.04 Centres et services d'archives, santé et services sociaux
- 13207.05 Centres et services d'archives, gouvernement et secteur municipal
- 13207.06 Centres et services d'archives, finance, économie et travail
- 13301 Producteurs d'événements en patrimoine, institutions muséales et archives
- 13302 Commerces d'objets patrimoniaux
- 13401 Établissements d'enseignement et de formation en patrimoine, institutions muséales et archives
- 13910 Établissements du domaine du patrimoine, des institutions muséales et des archives n.i.a.

14 BIBLIOTHÈQUES

- 14201 Bibliothèques nationales
- 14202 Bibliothèques publiques
 - 14202.01 Bibliothèques publiques autonomes
 - 14202.02 Bibliothèques publiques affiliées
 - 14202.03 Bibliothèques publiques spécialisées
- 14203 Centres régionaux de services aux bibliothèques publiques
- 14204 Bibliothèques collégiales
- 14205 Bibliothèques universitaires
- 14206 Bibliothèques scolaires
- 14207 Centres de documentation et bibliothèques spécialisées
- 14401 Établissements d'enseignement et de formation dans le domaine des bibliothèques
- 14910 Bibliothèques n.i.a.

15 LIVRE

- 15201 Agents d'auteurs
- 15202 Éditeurs de musique en feuille
- 15203 Éditeur gouvernemental
- 15204 Éditeurs scolaires
- 15205 Éditeurs de littérature générale
- 15206 Éditeurs scientifiques et techniques
- 15301 Vente au détail de musique en feuille
- 15302 Diffuseurs, distributeurs et diffuseurs-distributeurs de livres
 - 15302.01 Diffuseurs de livres
 - 15302.02 Distributeurs de livres
 - 15302.03 Diffuseurs-distributeurs de livres
- 15303 Librairies
- 15304 Librairies de livres usagés
- 15305 Organiseurs de salons et événements reliés au livre
- 15401 Établissements d'enseignement et de formation dans le domaine du livre
- 15910 Établissements du domaine du livre n.i.a.

16 PÉRIODIQUE

- 16201 Éditeurs de journaux
 - 16201.01 Éditeurs de journaux quotidiens
 - 16201.02 Éditeurs de journaux régionaux et communautaires
 - 16201.03 Éditeurs de journaux hebdomadaires nationaux
- 16202 Éditeurs de périodiques imprimés
 - 16202.01 Éditeurs de magazines et revues
 - 16202.02 Éditeurs de périodiques culturels
- 16203 Éditeurs de périodiques virtuels
- 16301 Distributeurs de périodiques
- 16302 Points de vente de périodiques
- 16910 Établissements du domaine du périodique n.i.a.

17 ENREGISTREMENT SONORE

- 17101 Réalisateurs d'enregistrements sonores indépendants
- 17102 Arrangeurs indépendants
- 17201 Producteurs d'enregistrements sonores
- 17202 Maisons de disques et étiquettes
- 17203 Studios d'enregistrement sonore
- 17204 Pressage et duplication d'enregistrements sonores
- 17205 Services techniques d'enregistrement sonore n.i.a.
- 17301 Distributeurs d'enregistrements sonores
- 17302 Disquaires
- 17401 Établissements d'enseignement et de formation dans le domaine de l'enregistrement sonore
- 17910 Établissements du domaine de l'enregistrement sonore n.i.a.

18 CINÉMA ET AUDIOVISUEL

- 18101 Concepteurs et réalisateurs d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles indépendants
- 18102 Techniciens artistes et concepteurs en cinéma et audiovisuel indépendants
- 18201 Agences de casting
- 18202 Dessinateurs de scénarimages indépendants
- 18203 Techniciens indépendants en cinéma
- 18204 Producteurs de films et d'audiovisuel
- 18205 Studios de postproduction et autres services à la production de films et d'émissions de télévision
- 18206 Studios de doublage
- 18301 Distributeurs de films et d'émissions de télévision
- 18302 Distributeurs de vidéogrammes
- 18303 Vente et location au détail de vidéogrammes
- 18304 Cinémas
- 18305 Organiseurs d'événements dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel
- 18401 Établissements d'enseignement et de formation dans le domaine du cinéma et l'audiovisuel
- 18910 Établissements du domaine du cinéma et de l'audiovisuel n.i.a.

19 RADIO ET TÉLÉVISION

- 19101 Recherchistes à la radio et à la télévision indépendants
- 19201 Animateurs et présentateurs à la radio et à la télévision indépendants
- 19202 Stations et services de radio
- 19203 Réseaux de radio
- 19204 Stations et services de télévision
- 19205 Réseaux de télévision
- 19206 Services de télévision spécialisée et payante
 - 19206.01 Services de télévision spécialisée
 - 19206.02 Services de télévision payante
- 19207 Techniciens indépendants en télévision
- 19301 Câblodistributeurs
- 19302 Distributeurs de radiodiffusion par satellite
- 19303 Distributeurs de radiodiffusion par micro-ondes
- 19304 Autres établissements de distribution de radiodiffusion
- 19401 Établissements d'enseignement et de formation dans le domaine de la radio et de la télévision
- 19910 Établissements du domaine de la radio et de la télévision n.i.a.

20 MULTIMÉDIA

- 20101 Concepteurs-scénaristes en multimédia indépendants
- 20102 Directeurs artistiques en multimédia indépendants
- 20103 Autres créateurs en multimédia indépendants
- 20201 Producteurs en multimédia
- 20202 Gestionnaires de projets multimédias indépendants
- 20301 Distributeurs de produits multimédias
- 20302 Détaillants de produits multimédias
- 20303 Organismes d'événements en multimédia
- 20401 Établissements d'enseignement et de formation dans le domaine du multimédia
- 20910 Établissements du domaine du multimédia n.i.a.

21 ARCHITECTURE ET DESIGN

- 21101 Services d'architecture
- 21102 Services d'architecture de paysage
- 21103 Services de design d'intérieur
- 21104 Services de design industriel
- 21105 Designers de mode indépendants
- 21106 Services de design et d'architecture multidisciplinaires
- 21301 Organismes d'événements dans le domaine de l'architecture et du design
- 21401 Établissements d'enseignement et de formation en architecture ou en design
- 21910 Établissements du domaine de l'architecture et du design n.i.a.

22 PUBLICITÉ ET RELATIONS PUBLIQUES

- 22101 Agences et services de publicité
- 22102 Cabinets et services de relations publiques
- 22103 Services de communication intégrée
- 22201 Représentants de médias
- 22401 Établissements d'enseignement et de formation en publicité et relations publiques
- 22910 Établissements du domaine de la publicité et des relations publiques n.i.a.

23 ORGANISMES DE REPRÉSENTATION ET DE PROMOTION

- 23901 Sociétés de gestion des droits d'auteur
- 23902 Conseils et organismes de représentation sectoriels
- 23903 Syndicats, corporations et associations professionnelles
- 23904 Organismes de développement ou de promotion de la culture
- 23905 Fondations privées
- 23910 Organismes de représentation et de promotion n.i.a.

24 ADMINISTRATIONS PUBLIQUES

- 24910 Administration fédérale
- 24920 Administration québécoise
- 24930 Municipalités et administrations locales
- 24940 Administrations autochtones
- 24950 Organismes publics internationaux et autres organismes publics extra territoriaux

90 ÉTABLISSEMENTS EN ACTIVITÉ DANS PLUS D'UN DOMAINE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

- 90101 Auteurs-compositeurs-interprètes
- 90102 Auteurs-compositeurs
- 90103 Interprètes
 - 90103.01 Acteurs
 - 90103.02 Chanteurs
 - 90103.03 Musiciens
 - 90103.04 Danseurs
 - 90103.05 Autres interprètes
- 90104 Auteurs dramatiques et scénaristes indépendants
- 90105 Compositeurs
- 90106 Paroliers
- 90107 Auteurs de livres ou de périodiques
 - 90107.01 Écrivains
 - 90107.02 Autres auteurs de livres ou de périodiques indépendants
- 90108 Traducteurs indépendants
- 90109 Journalistes indépendants
- 90110 Illustreurs indépendants
- 90111 Designers graphiques et infographistes indépendants

- 90112 Photographes en communication indépendants
- 90201 Éditeurs de musique
- 90202 Agents d'artistes
- 90203 Agences de presse
- 90301 Détaillants de produits culturels à grande surface
- 90302 Lieux de diffusion culturelle multidomains
- 90303 Organismes d'événements culturels multidomains
- 90304 Autres points de vente de produits culturels
- 90305 Établissements de ventes aux enchères d'œuvres d'art, d'objets d'art ou d'objets patrimoniaux
- 90306 Commissaires indépendants
- 90910 Établissements multidomains n.i.a.

P

PRINCIPAUX OUVRAGES CONSULTÉS

- AMERICAN FOR THE ARTS (2005). *Creative Industries 2005. The Congressional Report*, mars. www.artsusa.org/information_resources/research_information/services/creative_industries/default.asp
- AMERICAN FOR THE ARTS (2005). *Creative Industries 2005. The State Report*, juillet. www.artsusa.org/information_resources/research_information/services/creative_industries/default.asp
- AMEZ-DROZ, Carla (1992). *Indicateurs culturels. Réflexions sur l'élaboration d'indicateurs culturels (production, distribution et consommation)*, Neuchâtel (Suisse), Office fédéral de la statistique.
- ANDREW, Caroline, Monica GATTINGER, M. Sharon JEANNOTTE et Will STRAW (2005). *Accounting for Culture. Thinking Through Cultural Citizenship*, University of Ottawa Press.
- BEAUD, Jean-Pierre, et Jean-Guy PRÉVOST (dir.) (2000). *L'ère du chiffre. Systèmes statistiques et traditions nationales*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université du Québec.
- BENNET, Tony (2001). *Cultural Policy and Cultural Diversity. Mapping the Policy Domain*, Strasbourg, Éditions du Conseil de l'Europe.
- BENNET, Tony (2001). *Differing Diversities. Transversal Study on the Theme of Cultural Policy and Cultural Diversity*, Strasbourg, Éditions du Conseil de l'Europe.
- BENNET, Tony, et Colin MERCER (1998). « Amélioration de la recherche et de la coopération internationale en matière de politiques culturelles. Document préparatoire VI », dans UNESCO, *Le pouvoir de la culture*, Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement.
- BONNELL, Victoria E., et Lynn HUNT (dir.) (1999). *Beyond the Cultural Turn. New Directions in the Study of Society and Culture*, University of California Press.
- CONSEIL DE L'EUROPE (2005). *Élaboration concertée des indicateurs de la cohésion sociale. Guide méthodologique*, Strasbourg, Éditions du Conseil de l'Europe.
- DESROSIÈRES, Alain (2000 [1993]). *La politique des grands nombres. Histoire de la raison statistique*, Paris, Éditions La Découverte & Syros.
- DUBOIS, Vincent (1999). *La politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*, Paris, Éditions Belin.
- DUMONT, Fernand (1968). *Le lieu de l'homme*, Montréal, Éditions HMH.
- DUNLOP, Stewart, Susan GALLOWAY, Christine HAMILTON et Adrienne SCULLION (2004). *The Economic Impact of the Cultural Sector in Scotland*, Scottish Economic Policy Network, University of Stirling.
- EUROSTAT (2000). *Les statistiques culturelles dans l'UE. Rapport final du LEG*, Commission européenne.
- GIRARD, Augustin (1992). *Indicateurs culturels. Quelques exemples*, Conseil de l'Europe, (document provisoire, à diffusion restreinte).
- GODIN, Benoît, Yves GINGRAS et Éric BOURNEUF (1997). *Les indicateurs de culture scientifique et technique. Étude réalisée pour le ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie, le ministère de la Culture et des Communications et le Conseil de la science et de la technologie*, Québec.

- GORDON, John C., et Helen BEILBY-ORRIN (2006). *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture. Draft*, Paris, Organisation pour la coopération et le développement économique.
- HABERMAS, Jürgen (1987). *Théorie de l'agir communicationnel*, t. 2, Paris, Fayard.
- HARRISON, John, et Alan GRAVER (Impact Research Ltd) (2003). *Time for Measuring Culture. A Companion Booklet to the East Midlands Regional Cultural Strategy to Promote the Use of Consistent Cultural Indicators*, Culture East Midlands and Regional Assembly.
- HORN, Robert V. (1993). *Statistical Indicators for the Economic and Social Sciences*, Cambridge University Press.
- IFACCA (2005). *D'Art Report 18, Statistical Indicators for Arts Policy*.
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC et UNESCO (2003). *Actes du colloque international sur les statistiques culturelles, Montréal, 21-23 octobre 2002*, Gouvernement du Québec.
- LANGLOIS, Simon. « Alexis de Tocqueville, un sociologue au Bas-Canada », conférence prononcée le 8 février 2006 devant les membres de l'Association internationale d'études québécoises. <http://aieq.cybercat.ca/url.php?i=1392&f=Web&l=Fr>
- LE GOFF, Jacques (1977). *Pour un autre Moyen Âge*, Paris, Gallimard.
- MADDEN, Christopher (2006). « Cross-Country Comparisons of Cultural Statistics. Issues and Good Practice », *Cultural Trends*, vol. 14(4), n° 56, décembre, p. 299-316.
- MARTIN, Claude (2002). *Éléments d'un cadre conceptuel des statistiques de la culture et des communications*, Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/classif_obs/cadre_concept_CM2002-02.pdf
- MATARASSO, François (1999). *Towards A Local Culture Index. Measuring the Cultural Vitality of Communities*, Comedia. www.comedia.org.uk/pages/pdf/downloads/local_cultural_index.pdf
- MBUYAMBA, Lupwishi (2004). *Cultural Indicators. Views from Africa*. www.africanfutures.net/documents/AFI_OCPA_Maputo_04.pdf
- MERLI, Paola (2002). « Evaluating the Social Impact of Participation in Arts Activities. A Critical Review of François Matarasso's *Use or Ornament?* », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 8, p. 107-118.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (1992). *La politique culturelle du Québec : notre culture, notre avenir*. www.mcc.gouv.qc.ca/?id=925
- MOREAU, François, et Stéphanie PELTIER (2004). « Cultural Diversity in the Movie Industry. A Cross-National Study », *Journal of Media Economics*, vol. 17, n° 2, p. 123-143.
- OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (2003). *Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec 2004*, Québec. www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/class_act_cult2004.htm
- PARR, Sakiko Fukuda (2000). « À la recherche d'indicateurs de la culture et du développement. Avancées et propositions », dans UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, Paris, Éditions UNESCO, p. 293-299.
- PERRET, Bernard (2002). « Indicateurs sociaux. État des lieux et perspectives », *Les Papiers du CERC*, n° 2002-01, Paris, Conseil de l'emploi, des revenus et de la cohésion sociale.
- PIDOUX, Jean-Yves, et Olivier MOESCHLER (2001). *Sources de la statistique de la culture et indicateurs statistiques culturels prioritaires*, Neuchâtel (Suisse), Office fédéral de la statistique et Office fédéral de la culture.
- ROCHER, Guy (1992). *Introduction à la sociologie générale*, Montréal, Hurtubise HMH.

- ROSENGREN, Karl Erik (1984). « Cultural Indicators for the Comparative Study of Culture », dans Gabriele MELISCHEK, Karl Erik ROSENGREN et James STAPPERS, *Cultural Indicators. An International Symposium*, Österreichische Akademie des Wissenschaften, p. 11-32.
- SANTERRE, Lise (1999). *De la démocratisation de la culture à la démocratie culturelle. Rapport d'étude*, Ministère de la Culture et des Communications du Québec, Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique.
- SCHUSTER, J. Mark (2002). *Informing Cultural Policy. The Research and Information Infrastructure*, Center for Urban Policy Research.
- SCHUSTER, J. Mark (1997). « The Performance of Performance Indicators in the Arts », *Nonprofit Management and Leadership*, vol. 7, n° 3, p. 253-269.
- SELWOOD, Sara (2002). « Measuring Culture », *Spiked*, décembre. www.spiked-online.com/Articles/00000006DBAF.htm.
- SEWELL, William H. (1999). « The Concept(s) of Culture », dans Victoria E. BONNEL et Lynn HUNT, *Beyond the Cultural Turn. New Directions in the Study of Society and Culture*, Berkeley, University of California Press.
- STATISTICS NEW ZEALAND, MINISTRY FOR CULTURE & HERITAGE (2006). *Cultural Indicators for New Zealand 2006*, Statistics New Zealand et Ministry for Culture and Heritage.
- TREWIN, Dennis (2006). *Arts and Cultural Heritage in Australia. Key Issues for an Information Development Plan*, Canberra, Australian Bureau of Statistics, Discussion Paper.
- UNESCO (2000). *Rapport mondial sur la culture 2000. Diversité culturelle, conflit et pluralisme*, Paris, UNESCO.
- UNESCO (1986). *The UNESCO Framework for Culture Statistics, Paper prepared for the Third Joint Meeting on Cultural Statistics*, CES/AC.44/11, 13, Paris, UNESCO.
- UNESCO-UIS/OECD (2005). *Education Trends in Perspective. Analysis of the World Education Indicators*, Unesco/OECD.

LISTE DES PUBLICATIONS
DE L'INSTITUT DE LA
STATISTIQUE DU QUÉBEC

Conditions de vie

- Données sociales du Québec, édition 2005
 - Parution : juin 2005
 - Prix: 25,95\$ + TPS
- Données sociodémographiques en bref, 3 parutions par année
 - Distribution gratuite
- Inventaire des indicateurs de pauvreté et d'exclusion sociale
 - Parution : octobre 2005
 - Prix: 14,95\$ + TPS
- La violence conjugale envers les hommes et les femmes, au Québec et au Canada, 1999
 - Parution : novembre 2003
 - Prix: 25,95\$ + TPS
- Recueil statistique sur la pauvreté et les inégalités socioéconomiques au Québec
 - Parution : janvier 2006
 - Prix: 19,95\$ + TPS
- Vie des générations et personnes âgées : aujourd'hui et demain. Volume 1
 - Parution : juin 2004
 - Prix: 27,95\$ + TPS

Culture et communications

- État des lieux du livre et des bibliothèques
 - Parution : septembre 2004
 - Prix: 29,95\$ + TPS
- État des lieux du patrimoine, des institutions muséales et des archives – Cahier 1 : Premier regard
 - Parution : décembre 2006
 - Prix: 15,95\$ + TPS
- Statistiques en bref
 - Distribution gratuite
- Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2006
 - Parution : juin 2006
 - Prix: 19,95\$ + TPS
- Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante, édition 2006
 - Parution : septembre 2006
 - Prix: 18,95\$ + TPS
- Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante, édition 2006 (Annexe statistique)
 - Parution : novembre 2006
 - Prix: 18,95\$ + TPS + TVQ
- Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec 2004
 - Parution : novembre 2003
 - Prix: 19,95\$ + TPS

Démographie

- La situation démographique au Québec, bilan 2006. La migration interne de 55 à 65 ans au cours de la décennie 1995-2005
 - Parution : décembre 2006
 - Prix: 34,95\$ + TPS
- Les noms de famille au Québec : aspects statistiques et distribution spatiale
 - Parution : mai 2006
 - Prix: 21,95\$ + TPS

Documents de référence

- Le Québec chiffres en main, édition 2006
- Québec Handy Numbers, 2006 edition
- Québec cifras en mano, edición de 2006
 - Prix: 1,00\$ +TPS
 - Remise sur quantité :

| | |
|--------------------------|------|
| 10 à 30 exemplaires : | 20 % |
| 31 à 50 exemplaires : | 30 % |
| 51 exemplaires et plus : | 40 % |
- Le Québec statistique, édition 2002
 - Parution : juillet 2002
 - Prix: 64,95\$ + TPS (cédérom inclus)
- Modifications aux municipalités du Québec, bulletin mensuel
 - Parution : mensuelle

Économie

- Commerce international de marchandises du Québec, bulletin trimestriel
 - Distribution gratuite
- Comptes économiques des revenus et dépenses du Québec, édition 2005
 - Parution : mars 2006
 - Prix: 21,95\$ + TPS
- Comptes économiques du Québec, publication trimestrielle
 - Prix:

| |
|---|
| 65,50\$ / 4 n ^{os} + TPS + TVQ |
| 20,50 \$ / l'unité + TPS +TVQ |
- L'Écostat, revue trimestrielle
 - Prix:

| |
|---------------------------------------|
| 125\$ / 4 n ^{os} + TPS + TVQ |
| 35 \$ / l'unité + TPS + TVQ |
- Le Québec dans le monde. Statistiques socioéconomiques. Mars 2006
 - Parution : avril 2006
 - Distribution gratuite
- Portrait statistique de l'évolution récente de l'industrie des services financiers au Québec : comparaison interprovinciale des principaux indicateurs économiques
 - Parution : mai 2006
 - Distribution gratuite

■ **Produit intérieur brut par industrie au Québec, publication mensuelle**

- Prix: 110 \$ / 12 n^{es} + TPS + TVQ (format papier et disquette)
75 \$ / 12 n^{es} + TPS + TVQ (format papier ou disquette)
6,25 \$ / l'unité + TPS + TVQ (format papier)

■ **Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec, édition 2005**

- Parution : janvier 2006 • Prix: 13,95\$ + TPS

■ **Stat-Express, bulletin hebdomadaire des indicateurs économiques conjoncturels**

- Distribution gratuite et distribution par courrier électronique

Économie du savoir

■ **Indicateurs de l'activité scientifique et technologique au Québec. Compendium, édition 2006**

- Parution : juin 2006 • Prix: 21,95\$ + TPS

■ **S@voir.stat – Bulletin de l'économie du savoir, trimestriel**

- Distribution gratuite

Santé et bien-être

■ **Connaître, débattre et décider : la contribution d'une Enquête socioéconomique et de santé intégrée longitudinale – ESSIL**

- Parution : août 2005 • Distribution gratuite

■ **Développer nos compétences en littératie: un défi porteur d'avenir. Rapport québécois de l'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes (EIACA) 2003**

- Parution : mai 2006 • Prix: 29,95\$ + TPS

■ **Enquête de nutrition auprès des enfants québécois de 4 ans**

- Parution : novembre 2005 • Prix: 25,95\$ + TPS

■ **Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2004**

Quoi de neuf depuis 2002?

- Parution : novembre 2005 • Prix: 27,95\$ + TPS

■ **Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois. Volet nutrition**

- Parution : novembre 2004 • Prix: 25,95\$ + TPS

■ **Grandir en qualité 2003. Enquête québécoise sur la qualité des services de garde éducatifs**

- Parution : juin 2004 • Prix: 49,95\$ + TPS

■ **La violence familiale dans la vie des enfants du Québec, 2004**

- Parution : novembre 2005 • Prix: 25,95\$ + TPS

■ **L'incapacité dans les familles québécoises. Composition et conditions de vie des familles, santé et bien-être des proches**

- Parution : juin 2004 • Distribution gratuite

■ **L'incapacité et les limitations d'activités au Québec. Un portrait statistique à partir des données de l'Enquête sur la participation et les limitations d'activités 2001 (EPLA)**

- Parution : mai 2006 • Distribution gratuite

■ **Recueil statistique sur l'allaitement maternel au Québec, 2005-2006**

- Parution : septembre 2006 • Prix: 21,95\$ + TPS

■ **Recueil statistique sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, de 1998 à 2004**

- Parution : novembre 2006 • Prix: 21,95\$ + TPS

■ **Zoom santé**

- Distribution gratuite

Travail et rémunération

■ **Annuaire québécois des statistiques du travail. Portrait historique des principaux indicateurs du marché du travail – Deuxième édition révisée et mise à jour – Volume 1, numéro 1**

- Parution : septembre 2005 • Prix: 21,95\$ + TPS

Portrait historique des conditions et de la dynamique

du travail – Volume 1, numéro 2

- Parution : novembre 2005 • Prix: 21,95\$ + TPS

Portrait des principaux indicateurs du marché du travail, 1997-2005 – Volume 2, numéro 1

- Parution : juin 2006 • Prix: 21,95\$ + TPS

Portrait des principaux indicateurs des conditions et de la dynamique du travail – Volume 2, numéro 2

- Parution : décembre 2006 • Prix: 21,95\$ + TPS

■ **Étude sur les ajustements relatifs à l'équité salariale. Établissements de 200 employés et plus au Québec**

- Parution : juin 2005 • Prix: 21,95\$ + TPS

- Étude sur l'évolution du pouvoir d'achat des salariés de l'administration québécoise durant la décennie 1990
 - Parution : juin 2006 • Prix: 14,95\$ + TPS
- Flash-info, bulletin trimestriel
 - Distribution gratuite
- Les régimes complémentaires de retraite : concepts et données générales
 - Parution : avril 2005 • Distribution gratuite
- Rémunération des salariés. État et évolution comparés, 2006
 - Parution : novembre 2006 • Prix: 37,95\$ + TPS
- Brochure sur les faits saillants du rapport « Rémunération des salariés. État et évolution comparés, 2006 »
 - Parution : novembre 2006 • Distribution gratuite
- Rémunération des salariés. Étude de sensibilité. Effet d'un mode de collecte allégé introduit dans l'ERG 2004
 - Parution : septembre 2004 • Distribution gratuite
- Résultats de l'Enquête sur la rémunération globale au Québec en 2005
 - Parution : mars 2006 • Distribution gratuite

Les publications qui ont été publiées au cours des années antérieures sont toujours offertes à l'Institut ou aux Publications du Québec.

Bon de commande

À remplir en lettres moulées SVP

Nom : _____

Fonction/direction/service : _____

Organisme/entreprise : _____

Adresse : _____

Municipalité : _____

Province : _____ Code postal :

Téléphone : - Courriel : _____

Télécopieur : - Site Web : _____

Titre : _____

| | Quantité | Total |
|--|----------------------|-------------------------|
| S'il y a lieu, préciser le type d'abonnement : mensuel <input type="checkbox"/> trimestriel <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> \$ |
| à l'unité <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> \$ |
| Sous total | | <input type="text"/> \$ |
| + TPS (6%) | | <input type="text"/> \$ |
| + TVQ (7,5%) | | <input type="text"/> \$ |
| S'il y a lieu (voir liste) | | <input type="text"/> \$ |

Retourner à :

Institut de la statistique du Québec
Centre d'information et de documentation
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 5T4

Télécopieur : (418) 643-4129

Total \$





www.stat.gouv.qc.ca

Institut
de la statistique

Québec 