

statistiques en bref

Observatoire de la culture et des communications du Québec

REGARD SUR LES IMPRIMÉS, LA TÉLÉVISION, LE CINÉMA ET LE THÉÂTRE

MARCEL FOURNIER
ET GUY GAUTHIER

Ce numéro de *Statistiques en bref* présente une analyse synthétique des données contenues dans notre publication *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*. L'Observatoire a invité les chercheurs Marcel Fournier et Guy Gauthier à rédiger cette analyse. Marcel Fournier est professeur titulaire au département de sociologie de l'Université de Montréal et Guy Gauthier est chercheur indépendant.

Les auteurs y décrivent les principaux changements qui touchent les champs de la culture et des communications, en mettant surtout l'accent sur les statistiques relatives aux pratiques culturelles de la sphère domestique et aux sorties.

BENOIT ALLAIRE
CHARGÉ DE PROJET, OCCQ

INTRODUCTION

Les *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*¹ (SPCCQ) comprennent six parties : 1.- les publics, 2.- les établissements, 3.- les travailleurs, 4.- les dépenses publiques, 5.- la formation et 6.- les palmarès des œuvres. C'est un assemblage de données provenant d'une vingtaine d'organismes. En tirer une synthèse est un exercice périlleux².

Notre projet est d'analyser quatre secteurs d'activité : deux d'ordre « privé », c'est-à-dire des activités qui s'exercent principalement dans la sphère domestique (la lecture et l'écoute de la télévision), et deux d'ordre « public », c'est-à-dire qui correspondent à des « sorties » (le théâtre et le cinéma). Plutôt que de privilégier l'un ou l'autre des six grands thèmes, l'approche est transversale et temporelle, afin de dépasser la simple description de données pour fournir une analyse des principaux changements qui touchent les champs de la culture et des communications. Pour ce faire, nous avons privilégié comme indicateurs les comportements de réception, les dépenses des ménages et de l'administration publique fédérale et provinciale, ainsi que l'accessibilité aux œuvres. De plus, aux données fournies par les SPCCQ, nous en avons ajouté de nouvelles pour assurer l'équilibre et la cohérence de traitement entre les quatre secteurs.

1. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*.

2. J.-P. BAILLARGEON, « Statistiques culturelles : méthodes, usages, critiques », dans Serge PROULX (dir.), *Accusé de réception*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1998, p. 67-77.

VUE D'ENSEMBLE

Avant de traiter de la télévision, des imprimés (livres, journaux et revues), du théâtre et du cinéma, il convient de présenter une vue d'ensemble de la situation de la culture et des communications, qu'il s'agisse des activités de réception et de leur public ou des dépenses des ménages et des administrations publiques.

D'abord, les activités de réception et leur public. La télévision est le média culturel qui rejoint (portée) dans une journée le plus de Québécois de 15 ans et plus. Rares sont en effet ceux et celles qui ne regardent pas la télévision : moins de 10 % de la population de 15 ans et plus au cours d'une journée type. Il en va de même de la radio : elle rejoint 80 % des Québécois, bien que cette activité s'accompagne le plus souvent d'une autre activité.

Tableau 1

Portée des activités culturelles, population de 15 ans et plus, Québec, 1989, 1994 et 1999

Activité culturelle	1989	1994	1999
	%		
Écoute de musique	84,0	83,8	81,9
Assistance au cinéma	51,0	59,1	72,0
Lecture de quotidiens	77,3	76,5	70,9
Lecture de revues et de magazines	60,6	63,4	55,6
Lecture de livres	53,2	56,9	52,0
Fréquentation de musées	39,3	36,9	39,1
Fréquentation de sites et de monuments historiques	37,6	32,4	38,9
Assistance au concert	47,6	44,5	37,4
Fréquentation de bibliothèques publiques	34,3	32,5	37,3
Assistance au théâtre	38,5	33,9	36,9
Assistance à des spectacles de danse	19,3	10,5	13,7

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, édition 2004, p. 29.

Pour agrandir le cercle des médias, il faut allonger la période de référence. Par exemple, le cinéma en salle, au terme d'une année, rejoint une large part de la population (72 %). Il en va de même de la lecture; presque toute la population ou, du moins, la majorité de celle-ci s'adonne à l'une ou l'autre activité de lecture au cours d'une année (quotidiens : 71 %; revues et magazines : 56 %; livres : 52 %).

Il manque au tableau 1 un nouveau mode de communication, soit Internet, qui est en train de modifier tout l'univers de référence de la culture et des communications.

Ce nouveau média change actuellement l'utilisation des médias écrits et électroniques des jeunes et des ménages les plus aisés. Mais le Québec, qui compte relativement moins de ménages comprenant un utilisateur, prend place parmi les provinces les plus pauvres, avec les Maritimes, loin derrière l'Ontario.

Quelle est la structure du champ des activités de communication et de culture? Où se situent ces activités les unes par rapport aux autres, en particulier les imprimés, la télévision, le cinéma et le théâtre? Quelles sont les oppositions et les complémentarités?

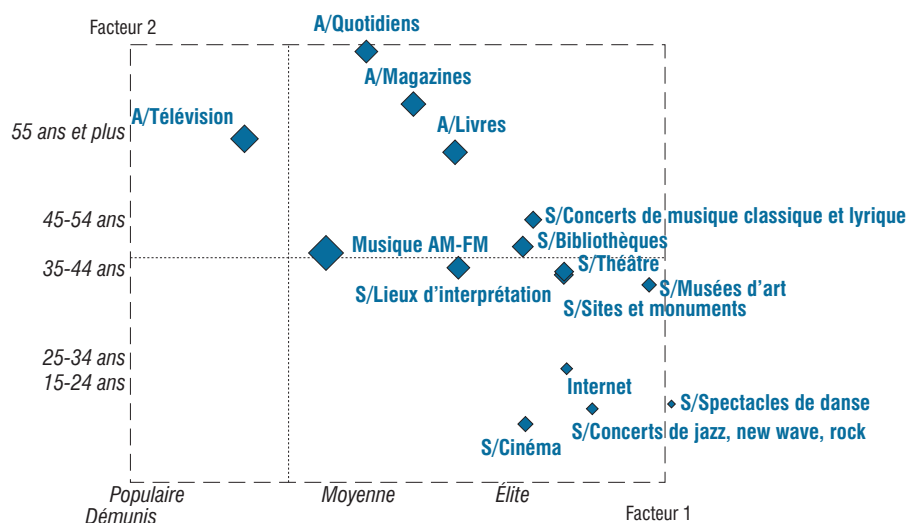
Tableau 2

Ménages comptant au moins un utilisateur régulier d'Internet, tous les lieux d'accès, Québec, Ontario et Canada, 1999, 2001 et 2003

	1999	2001	2003
	%		
Québec	33,1	53,7	54,9
Ontario	44,5	63,7	68,4
Canada	41,8	60,3	64,2

Source : Statistique Canada, Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages au Canada, *Le Quotidien*, 8 juillet 2004.

Figure 1
Positionnement des activités culturelles, 15 ans et plus, Québec, 1999



Source : Ministère de la Culture et des Communications, *Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises, 1999*.

Compilation : Les auteurs; analyse en composantes multiples (ACM).

A : adeptes; S : sorties.

La figure 1³ place dans l'espace les activités culturelles en fonction du positionnement des personnes qui les pratiquent. Première observation, la télévision, isolée à gauche, s'oppose faiblement, quant à sa pratique, aux autres activités. La musique à la radio AM ou FM est plus proche du centre, c'est-à-dire partagée par l'ensemble de la population. Les activités de sorties (mais aussi Internet) se rangent à droite, en périphérie, avec la visite des musées d'art et la présence aux spectacles de danse qui occupent les positions les plus éloignées à droite. Deuxième observation, l'« ancien espace public » – télévision, journaux et magazines – se place en haut, et le nouveau (Internet) en bas.

Nous avons placé en bas, à gauche, les catégories sociales des publics et, à droite, les catégories d'âge qui auraient autrement été, dans ce type de représentation, mélangées aux activités culturelles. Le premier axe de structuration du champ, à l'horizontale, est donc le statut

social des personnes. De gauche à droite, ce statut s'élève en fonction de l'héritage social, de la diplomation, de l'occupation et du revenu familial. Le deuxième axe de structuration est l'âge : en allant du bas vers le haut, les publics vieillissent. Deuxième observation : les publics adeptes des activités culturelles (en haut, à gauche), telle la télévision, sont de statut social plus faible et sont plus âgés, et les publics des activités (en bas, à droite) comme les spectacles de danse ou le cinéma sont plus jeunes et de statut social plus élevé. Les activités sociales prennent le statut de ceux qui les pratiquent et inversement.⁴

Ensuite, les dépenses culturelles des ménages⁵. Ces dépenses représentent l'une des sources les plus importantes de financement des activités culturelles. En 2001, pour ce qui est de l'ensemble des 2,9 millions de ménages québécois, elles sont de l'ordre de 3,5 milliards de dollars, soit un peu moins de la moitié des dépenses en loisirs (8,0 milliards)⁶.

3. La figure 1 a été volontairement décentrée vers la gauche pour permettre une meilleure lecture.

4. P. BOURDIEU, *La distinction*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

5. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*.

6. Le niveau moyen des dépenses de ces ménages, tous postes budgétaires confondus, s'élevait à 49 k\$. Source : Statistique Canada, Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages au Canada, *Le Quotidien*, 8 juillet 2004.

De 1997 à 2001, les dépenses moyennes en loisirs culturels⁷ passent de 1 075 \$ par année par ménage à 1 196 \$, ce qui représente une augmentation (+ 11 %) moins rapide que les autres types de dépenses en loisirs (de 1 213 \$ à 1 553 \$: + 28 %). Dans les dépenses en loisirs culturels⁸ des ménages, le poste budgétaire le plus important est celui du matériel et des services de divertissement au foyer (799 \$) : il compte, en 2001, pour les deux tiers de la somme consacrée aux loisirs culturels. En effet, ce poste budgétaire est en forte croissance à moyen terme (+ 20 %) : les ménages y consacraient en 1997 en moyenne 665 \$. Viennent aux deuxième et troisième rangs les dépenses consacrées au matériel et aux services de lecture (20 % : 229 \$) et les sorties (14 % : 167 \$). Depuis quelques années, ces deux postes budgétaires évoluent en sens inverse : les dépenses relatives aux sorties augmentent (1997 : 150 \$; 2001 : 167 \$, soit + 11 %), tandis que celles qui se rapportent à la lecture baissent (1997 : 260 \$; 2001 : 229 \$, soit - 12 %). Il est intéressant de constater que l'ordre de ces dépenses correspond à celui qui se dégage d'une lecture de gauche à droite et de haut en bas de la figure 1 quant au positionnement des activités culturelles : télévision, imprimés, sorties.

La somme des dépenses des différents gouvernements⁹ (fédéral, provincial et municipal) dans le domaine culturel s'élève au Québec à 2,1 milliards de dollars, c'est-à-dire nettement moins que les dépenses culturelles des ménages qui sont de l'ordre de 3,5 milliards. La comparaison des dépenses des administrations publiques en Ontario et au Québec permet de voir que la structure de ces dépenses est différente dans l'une et l'autre province : au Québec, les dépenses de l'administration provinciale (698 millions de dollars) se placent au deuxième rang après celles de l'administration fédérale (1,1 milliard) et devant celles des municipalités (341 millions). En Ontario, celles des municipalités (826 millions de dollars) sont plus fortes que celles de l'administration provinciale (551 millions).

Les dépenses de l'administration publique fédérale en matière de culture s'élèvent, dans tout le Canada, à 3,2 milliards de dollars. Par habitant, les dépenses de l'administration publique fédérale (qui sont, pour chaque Canadien, de 103,07 \$) sont plus élevées au Québec (149,10 \$) qu'en Ontario (105,46 \$). Ces dépenses sont en forte croissance depuis 1997-1998.

Dans les dépenses du gouvernement fédéral au Québec, le poste budgétaire le plus important est celui de la radio et de la télévision, c'est-à-dire 592 millions de dollars. Si nous y ajoutons la contribution du gouvernement provincial, nous obtenons la somme de 684 millions de dollars, ce qui place ce poste budgétaire au premier rang, tout comme dans le cas pour les ménages. Pas très loin derrière vient au deuxième rang le secteur des musées, du patrimoine et des archives, affichant des dépenses de 447 millions de dollars dont 225 millions de l'administration fédérale et 156 millions de l'administration provinciale. En ce qui concerne le gouvernement du Québec, c'est le premier poste de dépenses en importance. Le troisième secteur est celui des bibliothèques (363 millions de dollars). L'administration provinciale et l'administration municipale y consacrent respectivement 149 et 188 millions de dollars; les dépenses provinciales vont aux bibliothèques des établissements d'enseignement et celles des municipalités, aux bibliothèques publiques. Les autres postes de 100 millions de dollars et plus sont ceux du cinéma et de la vidéo (141 millions) au fédéral et des arts de la scène (100 millions) au provincial. Si les dépenses de l'administration fédérale sont en hausse du tiers depuis 1997-1998 (+ 283 millions de dollars), celles de l'administration provinciale progressent presque au même rythme (+ 29 % : 159 millions), mais en marquant un temps d'arrêt en 2001-2002¹⁰.

7. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*.

8. Les dépenses en loisirs culturels comprennent trois postes budgétaires principaux : 1. le matériel de divertissement au foyer, c'est-à-dire le matériel audio, vidéo et autre matériel de divertissement au foyer (ne comprend pas le matériel informatique), et les services de divertissement au foyer, comme la télédistribution ou la location de vidéocassette; 2. le matériel de lecture et les services liés à la lecture, que ce soit les journaux, les périodiques, les livres, etc., ou la location de livres, les services de reproduction; 3. les sorties au cinéma, à des spectacles en salle ou à des musées, ou à d'autres types d'expositions. Les thèmes que nous traitons, la télévision, le cinéma, le théâtre et la lecture, sont conformes à cette subdivision.

9. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2005* (à paraître).

10. *Ibid.*

Tableau 3

Dépenses de l'administration publique fédérale, provinciale et municipale en 2001-2002 selon le secteur culturel

Secteur culturel	Fédérale	Provinciale	Municipale ¹	Total
				M\$
Radiotélédiffusion	591,9	91,7	–	683,6
Musée, patrimoine et archives	225,2	155,6	65,8	446,6
Musées	57,8	97,3	64,9	220,0
Patrimoine	158,0	39,8	0,9	198,7
Archives publiques	9,4	18,5	–	27,9
Bibliothèques	26,6	148,7	187,5	362,8
Publiques	–	23,4	187,5	210,9
Établissements d'enseignement	–	107,5	–	107,5
Nationales	26,6	17,8	–	44,4
Cinéma et vidéo	140,8	30,3	–	171,1
Arts de la scène	34,6	100,1	5,0	139,7
Activités multidisciplinaires	38,4	33,7	–	72,1
Édition	42,6	12,4	–	55,0
Arts visuels et métiers d'art	5,4	26,1	–	31,5
Enseignement des arts	0,1	24,2	–	24,3
Langue française	–	19,9	–	19,9
Industrie du disque	2,1	5,2	–	7,3
Multimédia	–	4,6	–	4,6
Multiculturalisme	0,1	7,0	–	7,1
Autres secteurs culturels	–	38,1	82,3	120,4
Total	1 107,8	697,5	340,7	2 146,0

1. Voir M. Pelletier, « Les dépenses publiques en matière de culture au Québec en 2001-2002 », *Portraits statistiques*, Direction de la recherche et des statistiques, Ministère de la Culture et des Communications du Québec, avril 2004, 7 p.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*, tableau 4.1.4 (données révisées).

11. Conseil des arts et des lettres, *Le financement privé des arts et des lettres au Québec. Constats du CALQ*, Québec, n° 5, juillet 2003.

12. Selon les estimations de Hill Stratégies Recherche inc., basées sur des totalisations spéciales de l'*Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation* réalisée en 2000 et commandée par le Conseil des arts de l'Ontario. Au Québec, il y a environ 94 000 donateurs aux organismes artistiques et culturels, c'est-à-dire 1,6 % de la population, soit le pourcentage le moins élevé de toutes les provinces. En Ontario, environ 175 000 personnes (1,9 % de la population) ont fait des dons à des organismes artistiques et culturels. Ces dons s'élevaient à environ 25,2 millions de dollars. Source : Hill Stratégies Recherche inc., « Les donateurs aux organismes artistiques et culturels au Canada », *Monographies de recherche sur les arts*, vol. 2, n° 2, janvier 2004.

13. Voir également : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *État des lieux du livre et des bibliothèques*, septembre 2004.

14. Les personnes qui lisent assez souvent et très souvent des livres.

15. Les personnes qui lisent des revues ou des magazines quelques fois par mois ou toutes les semaines ou presque.

16. Les personnes qui lisent des journaux au moins une fois par semaine ou tous les jours ou presque.

Que conclure du partage des ressources venant des administrations publiques? L'administration fédérale dépense plus de la moitié en télévision et radio (Radio-Canada) et, de façon importante, en vidéo et cinéma, domaines culturels les plus riches. Elle se distingue aussi par le niveau de ses dépenses consacrées au patrimoine, tandis que l'administration provinciale privilégie plus que les autres instances les bibliothèques des maisons d'enseignement et les arts de la scène, les municipalités se réservant les bibliothèques publiques.

Additionnons les dépenses des ménages et celles des gouvernements fédéral, provincial et municipal en matière de culture et de communications. Nous obtenons une somme de 5,6 milliards de dollars, soit environ 775 \$ par habitant. On pourrait y ajouter les 22,1 millions de dollars qui proviennent, selon une étude du Conseil des arts et des lettres du Québec¹¹, du financement des arts et des lettres par le milieu privé, et les 6,7 millions attribuables à des dons¹². Il s'agit cependant d'un portrait très partiel des sources privées de financement dans les divers domaines de la culture et des communications, car il ne présente pas les dépenses des entreprises privées qui font de la publicité, commanditent ou investissent et produisent dans ces domaines.

LES IMPRIMÉS : LES LIVRES¹³, LES JOURNAUX ET LES MAGAZINES

Baisse ou stabilité dans les habitudes de lecture, baisse des dépenses moyennes des ménages, augmentation du taux de fréquentation des bibliothèques, augmentation du nombre de titres, augmentation des dépenses publiques. Voilà brossé, en quelques mots, le tableau de la lecture. Que se passe-t-il?

Le taux d'adeptes¹⁴ de la lecture de livres est de 52 % en 1999, celui des adeptes de la lecture de revues et de magazines¹⁵, de 56 % et, quant aux quotidiens¹⁶, de 71 %.

Comparativement aux taux de 1989 et de 1994, la lecture des magazines et des quotidiens est donc en baisse à long terme (61 % et 63 %; 77 % et 77 %), alors que celle du livre est plutôt stable (53 % et 57 %), bien que, dans ce dernier cas, la tendance ne soit pas nette¹⁷.

Cette baisse de la lecture des quotidiens est plus forte chez les moins de 45 ans, chez les étudiants et, aussi, chez ceux dont la langue parlée à la maison est autre que le français. Pour ce qui est de la baisse de la lecture des revues et des magazines, elle prend de l'ampleur avec le niveau d'études.

On peut voir, dans les dépenses moyennes des ménages, au titre de matériel de lecture et autres imprimés¹⁸, une confirmation à moyen terme, de 1997 à 2001, de la même tendance. Les ménages québécois consacrent 151 \$ à l'achat de journaux, de revues et de périodiques en 2001, tandis qu'ils y destinaient 178 \$ en 1997 (- 15 %). Par contre, la somme allouée à l'achat de livres reste stable, à 70 \$.

La baisse du lectorat des revues et des magazines¹⁹ n'a pas eu d'incidence sur leur croissance²⁰. Leur nombre est passé à moyen terme de 381 à 489 (+ 28 %). L'emploi a également progressé (3 381 employés : + 32 %), les recettes aussi (345 millions de dollars : + 36 %), la marge bénéficiaire avant impôt étant de 13 % en 1998-1999, en hausse de 11,6 % par rapport à 1994-1995. Compte tenu de l'augmentation plus forte des ventes de publicité, cette source de revenu est devenue plus importante (52 %) que les abonnements et les ventes de numéros (43 %).

Pour ce qui est de l'édition de livres, entre 1994-1995 et 2000-2001, il y a augmentation du nombre des maisons d'édition et de diffusion (de 143 à 205 : + 43 %, y compris un pic de 234 en 1998-1999)²¹. Durant la même période, on note une augmentation du nombre d'ouvrages édités (de 3 433 à 5 775 : + 41 %) et d'ouvrages

réimprimés (de 3 449 à 5 083 : + 47 %)²². Les recettes ont également augmenté, passant de 489 à 526 millions de dollars (+ 8 %), mais moins rapidement que les dépenses (de 441 à 514 millions de dollars : + 17 %), ce qui réduit la marge bénéficiaire²³.

Dans ce domaine, les dépenses publiques fédérales²⁴ au Québec sont passées de 23 millions de dollars en 1997-1998 à 42,5 millions en 2001-2002 (+ 85 %). L'évolution des dépenses de l'administration publique québécoise²⁵ suit la même forte tendance à la hausse; celles-ci passent, durant les mêmes années, de 7,4 à 12,4 millions de dollars (+ 68 %).

Les imprimés sont accessibles, entre autres, par l'entremise des bibliothèques. La fréquentation des bibliothèques publiques à long terme est plutôt stable comme celle du livre : le taux d'adeptes²⁶ est de 34 % en 1989, de 33 % en 1994 et de 37 % en 1999. Il se produit cependant une hausse du taux de participation particulièrement visible chez les 45-54 ans, et chez ceux dont la langue parlée à la maison est autre que le français.

Les deux gouvernements ont également augmenté leurs dépenses consacrées aux bibliothèques. Au poste de la Bibliothèque nationale du Canada (d'environ 20,0 millions de dollars en 1997-1998 à 26,6 millions en 2001-2002 : + 34 %) pour ce qui est de l'administration publique fédérale, et aux différents types de bibliothèques en ce qui concerne le gouvernement provincial (de 134 millions de dollars en 1997-1998 à 149 millions en 2001-2002 : + 11 %), en particulier les bibliothèques collégiales et universitaires (de 87,4 à 99,1 millions de dollars : + 13 %). Les dépenses des municipalités pour les bibliothèques sont du même ordre : 187,5 millions de dollars en 2001-2002. La part du budget culturel des municipalités consacrée aux bibliothèques est très importante, soit 52 %²⁷.

17. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*.

18. *Ibid.*

19. *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec* ne contient pas de données sur les journaux. Cependant, ceux-ci réagissent également à la baisse du lectorat en modifiant la forme et le contenu de leur publication et en étant plus accessibles.

20. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*.

21. *Ibid.*

22. *Ibid.*

23. *Ibid.*

24. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2005* (à paraître).

25. *Ibid.*

26. Les personnes qui ont fréquenté une bibliothèque publique au cours des 12 derniers mois.

27. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2005* (à paraître).

La télévision

Beaucoup d'heures passées devant le téléviseur, des sommes plus élevées consacrées à s'équiper et à se câbler, et des dépenses plus élevées de la part des gouvernements (surtout le gouvernement fédéral) pour la télévision : tout concourt à donner une centralité à ce média. La télévision est de loin, avec la radio, la plus importante activité culturelle et, même si elle a joué un rôle central dans la « modernisation culturelle » du Québec dans les années 1950 et 1960, elle demeure, aux yeux des élites, la mal aimée des industries culturelles²⁸.

Le nombre d'heures d'écoute en moyenne par semaine a peu varié de 1998 (25,2 heures) à 2002 (23,8 heures). On remarque même une faible tendance à la baisse. Cette baisse est claire chez les jeunes téléspectateurs de 18 ans et moins : la durée d'écoute moyenne des adolescents (12-17 ans) est passée de 18,4 à 14,4 heures et celle des enfants (2-11 ans), de 17,9 à 14,7 heures²⁹.

Parmi des diffuseurs francophones, la télévision de Radio-Canada a perdu beaucoup de terrain, passant d'une part d'auditoire de 23 % en 1993 à 15 % en 2002. Télé-Québec s'en tire mieux, la part d'auditoire étant stable. Durant la même période, la part des télévisions spécialisées est passée de 6 % à 18 %. Le même phénomène est observable en matière de télévision en langue anglaise au Québec. La part d'écoute de la CBC est passée de 2 % à 1 %, tandis que celle de la télévision payante augmentait de 1 % à 3 %. Globalement, les services de la télévision états-unienne ont perdu de l'écoute, soit de 8 % à 5 %. On remarque la même évolution en ce qui a trait à l'offre états-unienne au Québec : décroissance des télévisions traditionnelles, en particulier de la télévision publique, et augmentation de la part des télévisions payantes et spécialisées³⁰.

Tout comme le public consacre une part importante de son temps à regarder la télévision, de même il alloue une portion notable (67 %) de ses dépenses pour s'équiper, améliorer la qualité de réception (télévision numérique à haute définition à écran plat) et élargir son accès à une gamme d'émissions plus étendue.

Tableau 4

Répartition de la part de l'écoute télévisuelle, du lundi au dimanche, de 6h à 2h en novembre selon les groupes de stations, Québec, automne 1993 et automne 2002, population de deux ans et plus

Groupe de stations	1993	2002	Variation annuelle moyenne
	%		
Services canadiens	88,3	91,0	0,3
Langue française	78,6	80,2	0,2
Traditionnels privés	47,6	45,4	-0,5
SRC	22,8	14,9	-4,6
Payants et spécialisés	5,6	17,5	13,5
Télé-Québec	2,6	2,5	-0,4
Autres langues	9,7	10,7	1,1
Traditionnels privés	6,4	5,7	-1,3
CBC	2,1	1,1	-6,9
Payants et spécialisés	0,9	3,2	15,1
Numériques spécialisés	-	0,3	..
Autres	0,3	0,4	3,2
Services états-uniens	7,5	5,1	-4,2
Traditionnels	6,2	3,1	-7,4
PBS	1,1	0,4	-10,6
Payants et spécialisés	0,2	1,6	26,0
Autres	0,6	0,8	3,2
VCR	3,6	3,1	-1,6
Total	100,0	100,0	...

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, édition 2004, p. 67.

28. L. CORNELLIER, « La méchante télé », *Le Devoir*, week-end du Nouvel An 2005, p. E-6, à propos de Michel LEMIEUX, « La télé cannibale » *Éconociété*, Montréal, 2004.

29. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, édition 2004.

30. *Ibid.*

Les dépenses moyennes des ménages au titre de l'achat d'équipement télévisuel (téléviseurs, magnétoscopes et autres ensembles de vidéo et de télévision)³¹ sont demeurées stables de 1997 à 2000 (de l'ordre de 115 \$), et elles ont ensuite augmenté jusqu'à 188 \$ en 2001 (+ 64 %). La location de vidéocassettes et de DVD est demeurée stable (93 \$). Par contre, l'abonnement à la câblodistribution et à la diffusion par satellite a crû : les dépenses moyennes sont passées de 258 \$ en 1997 à 321 \$ en 2001 (+ 29 %)³².

En introduction, nous avons établi que c'est dans ce domaine que dépensent le plus les administrations publiques. Les dépenses en matière de radio et de télévision du gouvernement fédéral³³ au Québec sont en croissance, passant de 444 à 592 millions de dollars (+ 33 %) à moyen terme, ce qui représente 60 % de son budget consacré à la culture. Les dépenses du gouvernement québécois³⁴ sont, en comparaison, plus modestes mais également en hausse : elles sont passées de 68 millions de dollars en 1997-1998 à 92 millions en 2001-2002 (+ 35 %).

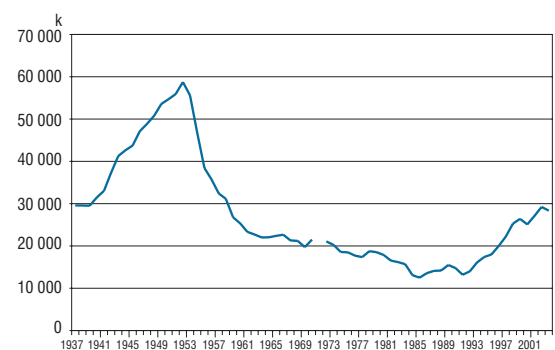
Le cinéma³⁵

L'arrivée de la télévision, au début des années 1950, a fait chuter, durant ses 10 premières années d'existence, les entrées au cinéma. Paradoxalement, au moment où cette même télévision se diversifie, depuis 10 ans, pour s'ajuster aux habitudes d'écoute et aux goûts du public, l'assistance au cinéma se met à augmenter³⁶. Le cinéma affiche un taux de fréquentation élevé. Il est passé entre 1989 et 1999 de 51,0 % à 72,0 %³⁷. Des projections plus nombreuses, une assistance élargie, des dépenses moyennes de la part des ménages plus élevées, des recettes plus substantielles : voilà les principales caractéristiques de ce média qui reprend peu à peu une place importante dans le domaine culturel.

En 2002, les cinémas et les ciné-parcs ont présenté presque un million (924 000) de projections, ce qui augmente considérablement leur accessibilité. À moyen terme, c'est une année record. En 1998, on ne comptait que 641 000 projections. Voyons ce qui s'est passé. Pendant cette période, on note d'un côté une baisse du nombre d'établissements (de 137 en moyenne de 1998 à 2000 à 131 en 2001-2002), mais également une augmentation du nombre moyen d'écrans de cinéma (de 4,3 à 5,9 en moyenne par établissement). En plus, le nombre de projections en moyenne par écran dans une journée type a augmenté de façon continue de 2,99 à 3,27. En bout de ligne, il en résulte une forte augmentation du nombre de projections.

De cette façon, même s'il n'y a pas eu d'augmentation du nombre de fauteuils par écran, le nombre de fauteuils disponibles par jour a augmenté de façon considérable, soit de 366 000 à 515 000. Autrement dit, au cours d'une journée donnée, un demi-million de personnes peut visionner un film (dans la mesure où ces personnes n'en regardent qu'un).

Figure 2
Assistance au cinéma, Québec, 1937-2003¹



1. Il n'y a pas eu d'enquête en 1971.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, édition 2004, p. 85.

31. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, édition 2004.

32. Le partage entre la somme allouée à la câblodistribution et au satellite est probablement modifié, mais les chiffres à ce sujet ne sont pas disponibles.

33. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, édition 2005 (à paraître).

34. *Ibid.*

35. Voir également : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques sur l'industrie du film*, édition 2004.

36. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, édition 2004.

37. *Ibid.*

Cette accessibilité plus grande des films a favorisé l'augmentation du nombre d'entrées de 1998 à 2002 (+ 16 %). Les recettes au guichet ont suivi, passant de 130 à 179 millions de dollars (+ 38 %). Elles ont augmenté plus rapidement que les entrées : les recettes par entrée ont gagné presque un dollar (de 5,13 \$ à 6,12 \$). Ce résultat pourrait s'expliquer par l'augmentation du prix des billets et par des revenus provenant de l'exploitation de services de restauration et de jeux vidéo.

Tableau 5

Variation à moyen terme du nombre de cinémas, de ciné-parcs, d'écrans par cinéma, de projections par écran par jour et du nombre de projections

	Unité	1998	2000	2002
Cinémas	n	116	120	118
Ciné-parcs	n	20	17	14
Tous les cinémas ¹	n	136	137	132
Écrans par cinéma	n	4,7	5,7	6,3
Écrans par ciné-parc	n	2,0	2,1	2,1
Tous les écrans ¹	n	4,3	5,2	5,9
Projections par écran ² /jour	n	3,0	3,1	3,3
Nombre annuel de projections ³	n	635 343	811 942	919 446
Fauteuils par écran (cinéma) ¹	n	210	204	205
Automobiles par écran (ciné-parc) ⁴		n.d.	n.d.	n.d.
Potentiel d'entrées par jour ⁵	n	365 665	445 744	514 828
Potentiel d'entrées annuel ⁶	k	133 468	162 697	187 912

1. *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, tableau 2.8.2, p. 77.*

2. *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, tableau 2.8.5, p. 79.*

3. *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, tableau 2.8.4, p. 78.*

4. Après enquête auprès de propriétaires de ciné-parc, nous estimons à 500 en moyenne le nombre de voitures par écran.

5. Sur la base de 500 voitures de quatre fauteuils par écran, le nombre potentiel pourrait être gonflé de 23 400 entrées par jour.

6. Calcul des auteurs.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, p. 77-79.*

Tableau 6

Variation à moyen terme du nombre de cinémas, d'écrans par cinéma, de projections par écran par jour et du nombre de projections

	Unité	1998	2000	2002
Entrées ¹	k	25 271	25 084	29 236
Taux d'occupation des fauteuils ²	%	18,8	14,9	15,3
Recettes ¹	k\$	129 724	143 058	178 898
Recettes par entrée ³	\$	5,13	5,70	6,12

1. *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, tableau 2.8.4, p. 78.*

2. *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, tableau 2.8.5, p. 79.*

3. *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, tableau 2.8.5, p. 77.*

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004, p. 77-79.*

La programmation cinématographique a aussi changé. Le film états-unien arrive toujours au premier rang parmi les films en exploitation³⁸. En effet, il accapare environ la moitié des titres de films présentés, mais son poids dans l'offre de films est en baisse (51 %–55 %). Il est suivi de loin par le cinéma français (14 %–16 % : en hausse). Les autres titres en projection sont partagés entre le cinéma du Québec (5 %–7 % : en hausse), de la Grande-Bretagne (9 %–6 % : en baisse) et des autres provinces et territoires canadiens (4 %–7 % : en hausse).

Ce changement de programmation a modifié la répartition des entrées selon l'origine de production des films. Bien que le film états-unien domine, grâce à une part des entrées de l'ordre de 78 %, cette part est à la baisse à court terme (2000 : 86 %). Au deuxième rang se placent les films québécois dont la part passe de 4 % à 9 % au cours de la même période. Et, au troisième rang, viennent les films français (de 4 % à 7 %). Tout comme en matière de télévision, la programmation de films commerciaux, de bonne qualité, surtout plus proches de la culture québécoise et montrant des artistes québécois, l'emporte dans le choix des spectateurs sur les autres types de productions.

38. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques sur l'industrie du film, édition 2004.*

Cependant, le nombre d'entrées ne nous indique pas le nombre de personnes qui ont visionné des films. Il faut plutôt s'appuyer sur le taux de fréquentation, passé de 51 % en 1989 à 59 % en 1994 et à 72 % en 1999. Toutes proportions gardées, plus de Québécois iraient maintenant au cinéma que de Français ou d'Américains³⁹.

La progression des dépenses moyennes des ménages au poste du cinéma confirme cette tendance. Celles-ci ont augmenté entre 1997 et 2001, passant de 71 \$ à 89 \$ par année (+ 25 %) et elles prennent plus d'importance dans le poste des dépenses de sorties (de 47 % à 53 %).

Les dépenses publiques ne sont pas en reste. Moins importante que dans le domaine de la télévision, l'intervention des gouvernements dans celui du cinéma et de l'audiovisuel n'en est pas moins notable. La somme des dépenses de l'administration provinciale est passée en cinq ans de 18 à 30 millions de dollars⁴⁰, c'est-à-dire un accroissement considérable (67 %). Quant à l'administration fédérale, entre 1997-1998 et 2001-2002, ses dépenses en cinéma et en audiovisuel sont passées de 130 à 140 millions de dollars.

Le théâtre

Bien que le théâtre n'occupe pas, dans la société, une place comparable à celle des imprimés, de la télévision ou du cinéma, il n'en demeure pas moins que, parmi les arts de la scène, les compagnies théâtrales, plus nombreuses, attirent la plus forte assistance, comptent les revenus et les dépenses les plus élevés et offrent le plus de représentations.

À moyen terme, depuis l'année 1996-1997, le nombre d'entrées au théâtre est en moyenne de 2,2 millions par année, soit 245 personnes par représentation. La situation est relativement stable⁴¹. À long terme (1989, 1994 et 1999), le taux de fréquentation du théâtre ne change pas beaucoup non plus : il est de l'ordre d'un peu plus du tiers (37 %) de la population québécoise de 15 ans et plus; il semble bien qu'il y ait une augmentation du public de 55 ans et plus et une baisse chez les 25-44 ans⁴².

Le Québec comptait 130 compagnies de théâtre professionnelles sans but lucratif en 2000-2001, dont 106 en région. Bien que leur nombre baisse depuis 1996-1997

Tableau 7

Caractéristiques principales des compagnies sans but lucratif des arts de la scène

	Unité	Théâtre	Musique	Danse	Opéra
Compagnies	n	130	48	26	5
Représentations	n	9 441	2 035	683	127
Revenus	k\$	65 616	41 968	19 367	9 702
Aide publique	%	43,2	46,5	52,7	33,1
Dépenses	k\$	65 630	42 524	19 254	10 286
Assistance	n	2 390 524	1 558 845	366 550	112 067
Ratios					
Assistance/représentations	n	253	766	537	882
Dépenses/représentations	\$	27	28	53	91,78

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*, p. 40.

39. Voir également : G. PRONOVOST, *Le public québécois du cinéma, 1989-1999*, rapport pour la Régie du cinéma, mars 2001.

40. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2005* (à paraître).

41. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*.

42. *Ibid.*

(de 155 à 137), le nombre de représentations par compagnie a augmenté de 58 à 73, passant au total de 8 937 à 9 441⁴³.

Liées au nombre de représentations, les dépenses suivent la même tendance, mais elles croissent plus rapidement. Il en coûte plus cher de produire une représentation : le ratio dépenses/nombre de représentations passe de 5 597 \$ à 6 952 \$. Il en coûte également plus cher par entrée (de 23,36 \$ à 27,45 \$), puisque l'on vient d'observer que le nombre des entrées est resté sensiblement le même.

Pour équilibrer le budget, les revenus autonomes, liés au nombre d'entrées, ont dû être augmentés : le ratio des revenus autonomes sur le nombre d'entrées est passé de 11,44 \$ à 13,66 \$. Pourtant, malgré la hausse de leur contribution, l'apport des amateurs de théâtre et des droits dérivés n'est pas suffisant pour couvrir tous les frais. Pour combler l'écart entre les revenus et les dépenses, l'aide publique a également dû être augmentée, et passer de 10,44 \$ à 11,86 \$, tandis que l'aide privée a varié un peu moins, passant de 1,71 \$ à 1,90 \$⁴⁴.

La comparaison avec l'Ontario est fort instructive. On enregistre au Québec plus de compagnies (130 c. 98) et un peu moins de représentations. C'est donc dire qu'une

compagnie offre plus de représentations en Ontario (117 c. 73). L'assistance par représentation est également moins élevée au Québec (253 c. 274). Mais là où la différence est la plus nette, c'est sur le plan des dépenses et des revenus, deux fois plus élevés en Ontario qu'au Québec. En outre, le théâtre ontarien enregistre un excédent, tandis que le Québec est plutôt en situation d'équilibre.

Que se passe-t-il? La structure des recettes est nettement différente. Au Québec, pour une entrée, le théâtre reçoit autant de financement du spectateur que d'autres sources (13,69 \$ c. 13,76 \$), alors qu'en Ontario, la participation du spectateur est, toutes proportions gardées, plus importante (27,00 \$ c. 15,41 \$). De plus, non seulement les subventions publiques sont en chiffres absolus plus élevées, mais, en outre, la part qu'elles représentent dans le financement des activités de théâtre est plus grande au Québec qu'en Ontario (11,86 \$ c. 7,60 \$). C'est qu'en Ontario, la participation de l'administration publique au financement du théâtre est du même ordre de grandeur que celle du secteur privé (7,60 \$ c. 7,80 \$). La grande différence vient de ce que, au Québec, le secteur privé ne participe pour ainsi dire pas au financement, contrairement à ce qui se passe en Ontario (1,90 \$ c. 7,80 \$).

Tableau 8

Le théâtre, population de 15 ans et plus, 2000-2001

	Nombre de compagnies	Nombre de représentations	Assistance totale	Dépenses	Revenus
	n			\$	
Canada	331	34 783	8 562 464	274 207 998	281 754 987
Québec	130	9 441	2 390 524	65 630 360	65 615 908
Ontario	98	11 436	3 134 645	123 994 406	132 930 972

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les arts d'interprétation*.

43. Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2004*.

44. *Ibid.*

Tableau 9

Type de recettes et excédent des revenus sur les dépenses pour le théâtre, au Québec, en Ontario et au Canada, 2000-2001

	Recettes gagnées	Recettes non gagnées	Recettes non gagnées		Excédent/ (déficit)
			Administration publique	Secteur privé	
\$					
Québec	32 731 455	32 884 453	28 342 772	4 541 681	-14,45
Ontario	84 641 124	48 289 848	23 828 830	24 461 018	8 936 566
Autres provinces	41 953 727	41 254 380	20 280 035	18 434 345	1 375 125
Toutes les provinces	159 326 306	122 428 681	74 991 637	47 437 044	7 546 989
Par entrée					
Québec	13,69	13,76	11,86	1,90	–
Ontario	27,00	15,41	7,60	7,80	2,85
Autres provinces	13,81	13,58	7,51	6,07	-0,16
Toutes les provinces	18,61	14,29	8,76	5,54	2,41

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les arts d'interprétation*.

CONCLUSION

Augmentation des budgets en matière de culture et diversification de l'offre culturelle institutionnalisée, démocratisation scolaire et recul de l'enseignement des humanités au profit des matières technico-scientifiques, montée en puissance des pouvoirs des médias : voilà quelques grandes transformations qui ont bousculé le monde de la culture depuis une vingtaine d'années. Tout cela se passe dans un contexte global de massification, y compris le développement des industries de la culture de masse, l'apparition d'Internet, l'esthétisation de la culture populaire (par exemple, le jazz) et la valorisation de la culture des jeunes⁴⁵.

Le Québec, comme société industrielle avancée, ne fait pas exception : la télévision et le cinéma font partie des activités culturelles qui non seulement sont les plus populaires, mais qui mobilisent aussi les ressources (capitaux, emplois, subventions, etc.) les plus importantes.

Faut-il en conclure que leur prédominance entraîne la marginalisation des activités de lecture dans le privé et la fréquentation du théâtre dans le public?

Une telle conclusion serait trop rapide : le développement du cinéma et de la télévision n'a en effet entraîné ni la disparition du livre ni celle du théâtre. Ce qui change, c'est le rapport entre la culture savante et la culture populaire : avec la multiplication des modes d'accès à la culture (festivals, chaînes de télévision spécialisée, Internet) et le développement de nouveaux secteurs de travail créatif (multimédia), on voit déjà s'opérer un brouillage des frontières entre culture savante et culture populaire⁴⁶. Par ailleurs, Internet – en changeant également une dimension particulière de la culture – ouvre de nouvelles tribunes de discussion et de débat public sur tous les sujets d'actualité. Ces changements risquent d'introduire de nouveaux clivages culturels et de nouvelles formes d'inégalité.

45. O. DONNAT, « Les univers culturels des Français », *Sociologie et sociétés*, vol. XXXVI, n° 1, printemps 2004, p. 87-103.

46. Voir le numéro de *Sociologie et sociétés* (vol. XXXVI, n° 1, printemps 2002) consacré aux goûts, pratiques culturelles et inégalités.

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Ce bulletin est conçu par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Pour tout renseignement, veuillez communiquer avec Benoit Allaire (418) 691-2414, poste 3170 ou benoit.allaire@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture et des communications

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 5T4

Téléphone : (418) 691-2414
Télécopieur : (418) 643-4129

ISSN : 1708-9182

© Gouvernement du Québec