



# LA CULTURE

Bulletin trimestriel du Programme de la statistique culturelle

87-004

Automne 1993

Vol. 5, No. 3

## La statistique culturelle en Australie - Vue de l'autre côté de la terre

Barry Haydon, directeur, sous-section de la statistique nationale de la culture/des loisirs, Australian Bureau of Statistics (ABS)

Le bureau de la statistique de l'Australie, qui vient tout juste de former une sous-section en vue d'élaborer des statistiques culturelles pour ce pays, m'a demandé d'effectuer une visite à Statistique Canada, surtout pour en savoir plus long sur le Programme de la statistique culturelle et pour déterminer si les approches de ce programme pourraient être adoptées en Australie. Un certain nombre de choses m'ont frappé au cours de ma visite, au début du mois de mai 1993, notamment l'attitude amicale des Canadiens et la nature très avancée du Programme de la statistique culturelle au Canada, comparativement à celui de l'Australie. Le programme est véritablement celui que nous aimerions implanter en Australie.

J'ai constaté des similitudes au plan de l'approche des diverses questions statistiques auxquelles nos pays respectifs sont confrontés. En particulier, l'importance qu'on accorde à une série fiable de définitions statistiques et le besoin continu de consulter les utilisateurs pour garantir que le programme offre des statistiques significatives (à la fois utiles et utilisées) ont une importance primordiale dans les deux pays.

### L'infrastructure statistique de l'industrie de la culture/des loisirs de l'ABS

En Australie, la majorité de nos définitions sont fondées sur l'infrastructure statistique de la culture/des loisirs, élaborée par le groupe consultatif statistique du conseil des ministres de la culture. Ce groupe consultatif a été formé en 1985 pour favoriser l'élaboration de statistiques dans ce domaine avant que le bureau de la statistique de l'Australie devienne un intervenant majeur au plan de l'évolution future. Avec l'engagement décisif de ce dernier à l'égard de la statistique culturelle, le groupe demeure un intervenant clé en transmettant au bureau des indications sur les exigences prioritaires et en étant le principal utilisateur des statistiques.

L'infrastructure de l'ABS, en majeure partie fondée sur le cadre de l'Unesco en matière de statistique culturelle, a été élaborée aux termes de discussions approfondies avec les principaux utilisateurs éventuels de toute statistique produite. Le bureau de la statistique

de l'Australie assume maintenant l'importante responsabilité du maintien de l'infrastructure dans ce pays et adoptera à cet égard une approche sectorielle.

### L'infrastructure statistique de l'industrie des sports et des loisirs

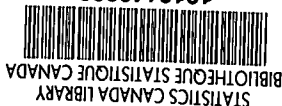
L'une des catégories établies par l'Unesco et qui, par conséquent, fait partie de l'infrastructure australienne est celle des sports et des loisirs. Ce n'est que tout récemment que des efforts considérables ont été officiellement déployés dans ce domaine. Toutefois, les plans en vue de l'élaboration d'une infrastructure distincte et détaillée des sports et des loisirs sont maintenant en bonne voie, grâce aux efforts du ministère de l'Environnement, des Sports et des Territoires du Commonwealth. Cet organisme a également incité le bureau de la statistique de l'Australie à élaborer un nouveau mécanisme d'enquête, qui permettra de mener de petites

suite p. 2

### Dans ce numéro...

La statistique culturelle en Australie	1
L'établissement d'un cadre culturel canadien	2
Les cinémas et les ciné-parcs s'adaptent à l'évolution du marché du divertissement	3
Les jeunes Canadiens participent à une gamme d'activités culturelles	4
Les dépenses et les activités culturelles des immigrants au Canada	5
Mise à jour du projet sur la population active du secteur culturel - Essai préliminaire des enquêtes	7
A l'écoute du réseau national	7
Guide aux données	7
Renseignez-vous...	8
Supplément: Solde du commerce du secteur culturel	

6966710101



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

enquêtes-ménages. La première de celles-ci aura lieu en août de la présente année et comprendra des questions sur la participation des Australiens à diverses activités sportives et récréatives. Il s'agit d'un domaine où l'Australie pourrait être en mesure de donner des conseils au Canada.

#### Consultation avec les utilisateurs

Mis à part les longues discussions avec le groupe consultatif statistique, le bureau de la statistique de l'Australie n'a eu, pour l'instant, que des contacts minimes avec les éventuels utilisateurs de l'ensemble des statistiques culturelles. Bien que nous tenions beaucoup à jouer un rôle plus actif dans ce domaine, nous n'avons tout simplement pas les ressources pour entreprendre d'importantes consultations, quelles qu'elles soient. Nous espérons que, tôt ou tard, le bureau de la statistique de l'Australie sera en mesure de soutenir plus activement l'élaboration de l'ensemble des statistiques culturelles. L'une des activités de Statistique Canada consiste à organiser des réunions de spécialistes qui utilisent les statistiques de la culture, de leur demander de donner leur avis sur l'orientation future du programme et, au besoin, de participer aux initiatives conjointes. Ce mode de consultation serait peut-être également utile en Australie.

#### Évaluation de l'importance économique de la culture

L'une des questions fondamentales auxquelles se trouvent confrontés les deux organismes statistiques est celle de l'évaluation de l'importance économique de la culture. Bien qu'il existe au Canada de nombreuses enquêtes qui visent à évaluer l'aspect économique des divers éléments du secteur culturel, on a tout de même jugé nécessaire d'effectuer une étude importante sur la main-d'œuvre du domaine culturel. En Australie, nous sommes loin d'avoir des statistiques sur les divers éléments économiques de cette branche d'activité, mais nous avons récemment mené une enquête-ménage visant à évaluer le niveau véritable de l'emploi dans le secteur culturel. Il sera intéressant de comparer les résultats de nos enquêtes respectives sur les travailleurs culturels au moment où ces données seront diffusées.

Compte tenu des nombreuses similitudes entre nos deux pays et nos deux systèmes statistiques, je suis persuadé que le Canada et l'Australie seront à l'avenir en mesure de favoriser leur essor statistique mutuel. Pour l'instant, l'Australie tirera vraisemblablement le meilleur parti de cette collaboration, mais je suis persuadé que nous pourrions avant longtemps rendre au Canada la pareille.

Figure 1

### L'INFRASTRUCTURE STATISTIQUE DE L'INDUSTRIE DE LA CULTURE/DES SPORTS DE L'AUSTRALIE

Patrimoine national  
Musées  
Jardins zoologiques et botaniques  
Littérature  
Bibliothèques et archives  
Musique  
Arts d'interprétation  
Services reliés à la musique et aux arts d'interprétation  
Arts visuels  
Film et vidéo  
Radio  
Télévision  
Activités communautaires  
Éducation  
Festivals et administration  
Sports et loisirs ☐

## L'établissement d'un cadre culturel canadien

Iain McKellar, Directeur-adjoint, Culture

La culture a différents sens selon les Canadiens : elle peut englober Michel Tremblay ou le Festival de Stratford, ou bien les traditions d'un groupe particulier, ou encore la façon dont notre société transmet ses valeurs. Ainsi l'établissement d'un cadre pour la statistique culturelle exige de bien saisir le genre de données devant servir à nos fins et à d'autres besoins.

Le cadre pour la statistique culturelle de Statistique Canada procède des travaux existants. Un certain nombre d'enquêtes poursuivent des travaux qui se déroulent depuis les années 30. Depuis sa création il y a 20 ans, le Programme de la statistique culturelle, qui comporte aujourd'hui douze enquêtes annuelles et trois autres projets, a évolué sans cesse au moyen des débats et des échanges menés auprès de la clientèle. Et en 1986, l'Unesco a adopté un cadre pour la statistique culturelle, qui assure un contexte international aux fins de la collecte et la comparaison des statistiques culturelles.

#### Pourquoi un cadre?

Le cadre vise à assurer l'uniformité et la cohérence. Afin d'être utile, il doit refléter comment les organisations et les industries exercent leur activité et de quelle façon elles sont susceptibles de le faire dans l'avenir. À cette fin, il nous faut des ensembles communs de catégories, de définitions et de mesures.

Sans une mise en commun, notre organisme et les autres secteurs de compétence ne seraient pas en mesure de comparer les données recueillies. De plus, nous trouverions difficile de rattacher les données culturelles au contexte socio-démographique et économique.

#### Une approche souple

Quelle que soit la forme que revêt le cadre, une chose est certaine -- la partie du monde

visée par nos travaux d'évaluation ne cesse d'évoluer. Le cadre doit donc être souple pour éviter de créer des distinctions artificielles entre des institutions similaires.

Il nous faut connaître la nature des biens et services culturels, ainsi que les consommateurs, les travailleurs et les entreprises du secteur culturel. Mais nos besoins d'information vont plus loin. Le nombre de livres canadiens publiés est important, mais leur part du marché canadien du livre et la proportion de lecteurs canadiens intéressent davantage. Le nombre de longs métrages canadiens est significatif, mais pas autant que les recettes procurées (sous divers formats), leur auditoire et leur impact sur l'économie. Le coût de fonctionnement des musées s'avère plus intéressant s'il est envisagé sous l'angle du coût par visiteur.

suite p. 3

### L'assemblage du cadre

Notre cadre doit nous aider à rassembler les données de diverses sources. Notre approche procède de la segmentation de la culture en quatre groupements :

- les personnes qui rendent possibles les activités culturelles (population active du secteur culturel);
- Les institutions et les compagnies qui veillent à produire, distribuer, vendre au détail et conserver les biens et services culturels;
- le secteur public, qui se charge de soutenir, de réglementer, d'exercer ou d'influencer autrement les activités culturelles;
- les consommateurs qui achètent, empruntent ou utilisent les biens et services culturels ou qui leur consacrent du temps.

Pour organiser l'information, nous construisons un modèle d'offre et de demande. Cette démarche nous permettra de rattacher les données culturelles aux vastes bases d'information démographique, sociale et économique de Statistique Canada et d'accroître la quantité d'analyse qui est possible au sujet de nos données.

Les classifications existantes de Statistique Canada ne sont pas suffisamment détaillées pour notre cadre. Il nous faut établir trois classifications pour les besoins de la culture :

une pour les industries qui composent le secteur culturel (y compris les parties du secteur public qui entrent en jeu); une pour les professions qui existent dans le secteur culturel; et une autre pour les biens et services culturels.

Nous amorçons le projet par la classification des industries (figure 1). Une part importante des travaux consiste dans l'établissement des définitions de concert avec d'autres organismes fédéraux, d'autres pouvoirs publics et des membres de la communauté culturelle.

### Nous pouvons y arriver

Bien sûr, nous n'attendons pas que le cadre soit terminé avant de nous mettre au travail. Nous avons utilisé les résultats des consultations pour modifier quelques-unes de nos enquêtes et nous avons dressé une liste de contrôle informelle pour toutes les enquêtes, ce qui nous permet de recueillir, autant que possible, toutes les données principales que nécessitent nos utilisateurs.

Nous nous assurons aussi que les provinces et les institutions fédérales s'intéressant à la culture participent à l'examen des normes et des définitions utilisées pour la statistique culturelle à la grandeur du pays. Le Bureau de la statistique du Québec a mis sur pied un comité provincial à cette fin.

Notre but est d'établir un cadre commun qui englobe les définitions reconnues des

institutions et des activités constituant le secteur culturel, pour que nous puissions comparer les données recueillies de tous les coins du pays.

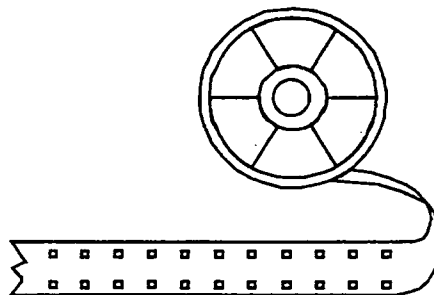


## Les cinémas et les ciné-parcs s'adaptent à l'évolution du marché du divertissement

*Nancy Ghalam, chef de projet, enquêtes sur le film et la vidéo*

Les goûts des cinéphiles canadiens ont subi des transformations remarquables depuis le début des années 1900, alors qu'une visite à un somptueux cinéma prenait des allures de grande soirée. À l'aube des années 1990, le secteur du divertissement au foyer accroît sans cesse sa part du marché du film au Canada. Cette tendance est favorisée par la prolifération des options en matière de divertissement au foyer, notamment le magnétoscope à cassette, la télévision payante, les chaînes spécialisées de télévision par câble et les stations d'aboutissement de câble. Par conséquent, les cinémas et les ciné-parcs ont été forcés de tenir compte des préférences des consommateurs qui évoluent rapidement.

De nos jours, un plus petit nombre de cinémas accueillent de moins en moins de spectateurs. Pour soutenir la concurrence, les cinémas offrent un plus grand choix de films. De 1987-1988 à 1991-1992, le



nombre global de cinémas ordinaires au Canada a diminué de 8 % pour se fixer à 620, tandis que le nombre d'écrans a augmenté de 13 % pour atteindre 1,611. Parallèlement, on comptait, en 1991-1992, 12 millions d'entrées payées de moins qu'en 1987-1988, soit une baisse de 7 %.

Le coût réel des entrées au cinéma a augmenté légèrement. Le prix moyen du billet d'entrée dans les cinémas ordinaires,

en dollars constants de 1991, est passé de \$5.40 en 1987-1988 à \$5.64 en 1991-1992.<sup>1</sup>

Les ciné-parcs ont été particulièrement touchés par l'évolution des préférences des cinéphiles. En 1991-1992, on comptait au Canada 103 ciné-parcs, soit 29 % de moins qu'en 1987-1988.

Les entrées payées ont également diminué de façon remarquable. L'assistance s'est repliée de 28 % de 1987-1988 à 1991-1992. Toutefois, à l'encontre des cinémas ordinaires, la baisse du nombre de ciné-parcs coïncidait avec la diminution tout aussi importante du nombre d'écrans (26 %).

En dépit du repli de l'assistance, la baisse de la rentabilité des cinémas et des ciné-parcs est relativement faible. Les cinémas ordinaires ont déclaré une marge

suite p. 4

bénéficiaire de 11.8 % en 1991-1992, comparativement à 13.2 % en 1987-1988. Dans le cas des ciné-parcs, cette marge est passée de 12.4 % à 10.8 %.

Pour rester rentables, les cinémas et les ciné-parcs ont réduit leurs dépenses et reconverti leur main-d'oeuvre. Par exemple, la baisse des dépenses au titre des salaires, traitements et avantages sociaux allait de pair avec le recul des niveaux de l'emploi à temps plein. Comparativement à 1987-1988, le nombre de postes à temps plein avait diminué de 24 % dans les cinémas et de

22 % dans les ciné-parcs en 1991-1992. Néanmoins, cette restructuration s'est à vrai dire traduite par une hausse nette de 3 % de l'emploi dans les cinémas ordinaires. Cela s'explique par l'augmentation du nombre d'employés à temps partiel, qui est passé de 7,091 à 7,794. Cependant, l'emploi total dans les ciné-parcs a diminué de 15 % pendant la même période.

Les nouvelles technologies ayant transformé l'industrie cinématographique, la part du marché des cinémas et ciné-parcs canadiens diminue. Néanmoins, le secteur

du cinéma semble relever le défi de soutenir la concurrence dans le contexte d'un marché qui offre une multitude de choix en matière de divertissement.

<sup>1</sup> Pour exprimer le prix moyen du billet d'entrée en dollars constants, on s'est servi de l'indice des prix à la consommation.

<sup>2</sup> La marge bénéficiaire s'entend des recettes globales moins les dépenses, ce chiffre étant exprimé sous la forme d'un pourcentage des recettes globales. □

## Les jeunes Canadiens participent à une gamme d'activités culturelles

Claire McCaughey, rédactrice en chef, *La culture en perspective*

Si l'on prend pour acquis qu'un intérêt durable à l'égard des arts et de la culture prend naissance quand on est jeune, il y a de bonnes raisons de croire que les jeunes s'intéresseront aux activités culturelles. Les récentes données sur la participation aux activités culturelles de l'Enquête sociale générale de 1992 révèlent que les jeunes (définis comme étant des personnes âgées de 15 à 24 ans) participent à une gamme d'activités culturelles, tant au foyer qu'à l'extérieur, et que leur niveau de participation dépasse souvent celui d'autres groupes d'âge. En outre les jeunes s'intéressent non seulement aux activités culturelles populaires mais également aux formes plus traditionnelles.

### À la recherche de la variété dans le domaine de la culture et du divertissement

Environ trois jeunes sur dix avaient assisté à des spectacles professionnels de théâtre, de musique, de danse et d'opéra au cours de l'année précédente. Cette proportion est presque égale à celle du groupe qui, estime-t-on d'ordinaire, assiste le plus souvent à des spectacles d'arts d'interprétation, soit celui des personnes âgées de 35 à 59 ans. Le même schéma se répète pour ce qui est de la visite des musées et des galeries d'art.

Qui plus est, pour ce qui est des autres activités culturelles à l'extérieur du foyer, le taux de participation des jeunes est plus élevé que celui de tout autre groupe d'âge. Environ 40 % des jeunes avaient assisté à des spectacles de musique populaire l'année précédente. Vingt-deux pour cent des personnes âgées de 15 à 19 ans et 16 % de celles âgées de 20 à 24 ans avaient été au cinéma la semaine précédente. Toutefois, l'activité la plus populaire consiste à voir des films à la maison, 63 % des jeunes qui font

partie du groupe de 15 à 19 ans et 54 % de ceux qui appartiennent à la catégorie des 20 à 24 ans ayant visionné des films grâce à un magnétoscope à vidéocassettes au cours de la semaine précédente. En outre, les jeunes manifestent un plus vif intérêt que les personnes plus âgées à l'égard des compétitions sportives.

### Que font les jeunes lorsqu'ils sont à la maison?

Quelles que soient les activités culturelles des jeunes à la maison, ils accordent moins d'importance à l'écoute de la télévision. Selon les données de 1992 de la Banque de données sur la télévision de Statistique

Canada, les jeunes de 18 à 24 ans écoutent en moyenne la télévision pendant 18 heures par semaine, comparativement à 23 heures en moyenne pour l'ensemble de la population, et, depuis plusieurs années, la proportion ne cesse de diminuer pour les personnes de 18 à 24 ans.

Par ailleurs, plus de quatre jeunes sur dix ont déclaré avoir lu un livre à des fins récréatives au cours de la semaine précédente, cette moyenne étant similaire à celle d'autres groupes d'âge. Toutefois, pour 68 % des jeunes du groupe de 15 à 19 ans et pour 59 % de ceux de la

suite p. 5

Tableau 1  
Participation aux activités culturelles selon le groupe d'âge, 1992

	15-19	20-24	25-34	35-44	45-59	60 +	Total
<b>Au cours de la semaine précédente</b>							
Lire un livre comme activité de loisir	47%	45%	40%	47%	43%	44%	44%
Regarder de films au moyen d'un magnétoscope à vidéocassettes	63%	54%	49%	45%	29%	11%	38%
Aller au cinéma	22%	16%	10%	7%	5%	2%	8%
Écouter des disques compacts et des bandes	95%	89%	76%	69%	59%	39%	67%
<b>Au cours de l'année précédente</b>							
Assister à des spectacles professionnels d'arts d'interprétation	31%	31%	28%	33%	36%	23%	30%
Visiter des musées et des galeries d'art	30%	34%	31%	39%	35%	24%	32%
Assister à des compétitions professionnelles	45%	38%	37%	35%	27%	15%	31%

catégorie des 20 à 24 ans, le dernier ouvrage lu était une oeuvre de fiction – ce qui signifie que les jeunes s'intéressent plus à ce type d'ouvrage que les personnes d'autres groupes d'âge.

Les jeunes lisent également des magazines – dans une proportion d'environ six sur dix, au cours de la semaine précédente, qui est également similaire à celle qu'on retrouve dans d'autres groupes d'âge. Les journaux sont le seul moyen de communication écrite à l'égard duquel les jeunes manifestent beaucoup moins d'intérêt que les autres groupes d'âge, car 74 % de ceux de 15 à 19 ans et 79 % des 20 à 24 ans ont déclaré avoir lu un journal au cours de la semaine précédente, comparativement à 87 % des personnes de 45 à 59 ans.

Comme on peut le prévoir, la majorité des personnes de moins de 25 ans ont déclaré avoir écouté des disques compacts et des cassettes – la proportion s'établissant à environ neuf sur dix au cours de la semaine précédente. Bien que cette activité soit également populaire dans les autres groupes d'âge, le pourcentage est considérablement

plus faible – s'établissant à 69 % pour les personnes de 35 à 44 ans et à 59 % pour celles de 45 à 59 ans.

Qui plus est, les jeunes prennent également une part active aux activités culturelles. Cela est surtout vrai dans le cas des personnes âgées de 15 à 19 ans dont 25 % ont fait, par exemple, de la peinture ou de la sculpture et 33 % ont joué d'un instrument musical à la maison au cours de l'année précédente. Dans le cas des jeunes de 20 à 24 ans, ce pourcentage est un peu plus faible (16 % au regard des activités artistiques et 24 % au regard de la pratique d'un instrument musical) et il l'est encore bien plus pour les autres groupes d'âge.

#### Consommateurs culturels de demain

Le degré satisfaisant de participation aux activités culturelles est peut-être attribuable aux efforts que les organismes voués aux arts ont déployés au cours des dernières années pour mettre sur pied des programmes visant les jeunes. Quelle qu'en soit l'explication, les résultats laissent entrevoir un bel avenir dans le domaine culturel.

#### L'Enquête sociale générale de 1992 porte essentiellement sur l'emploi du temps et les activités culturelles

Depuis 1985, l'Enquête sociale générale a permis de recueillir chaque année des données sur les tendances de la société canadienne. L'enquête de 1992 porte essentiellement sur l'emploi quotidien du temps mesuré en fonction d'un horaire de 24 heures. Elle renferme également des questions sur la participation à une gamme d'activités culturelles au cours de l'année, du mois ou de la semaine qui précède l'enquête. C'est la première fois que l'Enquête sociale générale porte spécifiquement sur la participation à des activités culturelles, bien que le volet antérieur de 1986 traitait déjà de l'emploi du temps. Les questions ayant trait aux activités culturelles ont été parrainées par un groupement d'utilisateurs fédéraux et provinciaux en vue d'obtenir une mesure plus détaillée de la participation à ces activités.

Les données de l'Enquête sociale générale et d'autres sources de renseignements sur les activités culturelles, notamment l'Enquête sur les dépenses des familles et la Banque de données sur la télévision, permettent d'effectuer divers types d'analyses du comportement du consommateur. □

## Les dépenses et les activités culturelles des immigrants au Canada

Judy Reid, gestionnaire, Enquête sur l'enregistrement sonore

Les immigrants ont apporté divers changements au Canada. Outre leur contribution significative au développement économique du pays, ils ont exercé un impact sur les arts et la culture. Citons, à titre d'exemples, le festival Caribana, tenu chaque année à Toronto, et l'écrivain Michael Ondaatje, récipiendaire du Prix littéraire du Gouverneur général en 1992. Notre article traite des immigrants au Canada – leurs origines et leurs habitudes culturelles.

#### Évolution des tendances de l'immigration

Les immigrants représentent en 1991 environ 16 % de la population totale (ou 4,3 millions), dont presque la moitié sont entrés au pays avant 1971. Le nombre d'arrivants a progressé chaque année, passant de 84 000 en 1985 à 231 000 en 1991, et la proportion des origines s'est transformée (figure 1). Selon le recensement de 1991, 54 % des immigrants venaient de l'Europe et 25 %, de l'Asie, contre 90 % et seulement 3 % avant 1961. D'où la plus grande diversité culturelle de la population canadienne.

#### Ampleur des ménages, resserrement des budgets

Les ménages d'immigrants sont formés le plus souvent de plusieurs familles ou d'une famille étendue. Les immigrants d'origine asiatique gagnaient en fait 3 % de plus par ménage que la moyenne observée pour la population totale. Quant à ceux venus du Moyen-Orient, de l'Afrique, des Caraïbes, de l'Amérique du Sud et de l'Amérique centrale, ils touchaient 13 % de moins que la moyenne globale.

Chez les immigrants, une proportion un peu plus élevée du revenu était consacrée à l'essentiel, comme les aliments et le logement. Les nouveaux arrivants du Sud ou de l'Est de l'Europe ou de l'Asie affectaient aux aliments et au logement environ 45 % du revenu disponible du ménage. Les dépenses étaient un peu plus élevées (environ 47 %) chez les immigrants venus du Moyen-Orient, de l'Afrique, des Caraïbes, de l'Amérique centrale ou de l'Amérique du Sud. Les natifs du Canada dépensaient 42 % pour l'essentiel et ceux des États-Unis et de l'Europe de l'Ouest, 43 %.

#### Les tendances des dépenses et des activités culturelles

Selon l'Enquête de 1990 sur les dépenses des familles, les personnes nées au Canada et celles venues de la Grande-Bretagne, des États-Unis et de l'Europe du Nord ou de l'Ouest (immigrants qui d'habitude avaient vécu le plus longtemps au Canada) dépensaient une plus forte proportion de leur revenu disponible pour la culture et les loisirs, que les nouveaux arrivants de l'Asie, des Caraïbes, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du sud. Les données de l'Enquête sociale générale de 1992 brossent un tableau semblable quant aux différences dans les activités culturelles.

Mais pour la culture et les loisirs, on a observé que les nouveaux arrivants (ceux venus de l'Asie, des Caraïbes, du Moyen-Orient ou de l'Amérique centrale et Amérique du sud) dépensaient davantage pour le matériel de divertissement à domicile, soit \$362 en moyenne, contre

suite p. 6

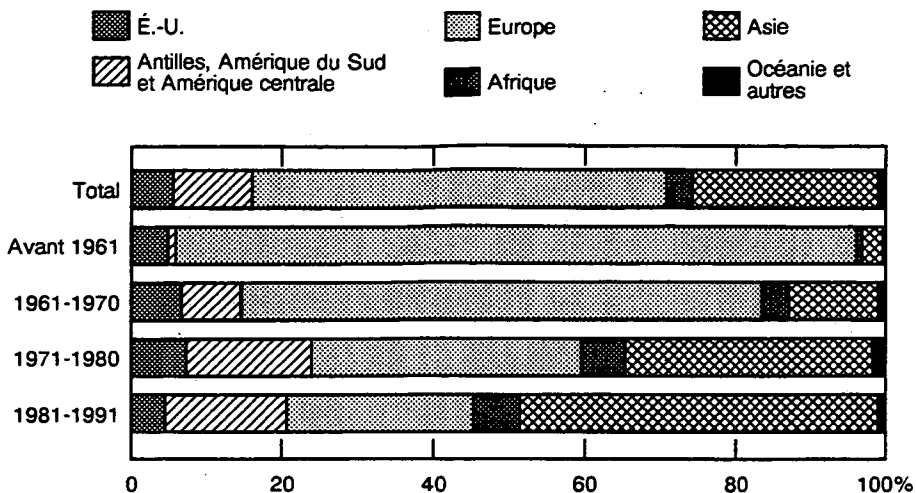
\$228 chez les natifs des États-Unis et de l'Europe du Nord et de l'Ouest et \$327 chez les natifs du Canada. Les habitudes d'écoute relevées sur une semaine normale ont confirmé la tendance, même si les différences n'étaient pas aussi prononcées. Le magnétoscope était utilisé par 42 % des immigrants d'origine asiatique et 46 % des immigrants originaires de l'Amérique centrale, de l'Amérique du Sud ou des Caraïbes, par rapport à 40 % chez les natifs du Canada. Le taux était beaucoup plus faible (31 %) chez les immigrants d'origine européenne. Les immigrants astreints à de longs horaires trouvent d'habitude que c'est le meilleur moyen de relaxation du ménage. Ils veulent peut-être aussi voir des films dans une variété de langues.

Les nouveaux arrivants consacraient beaucoup moins de leur revenu disponible au matériel de lecture. Les immigrants nés en l'Europe de l'Est ou du Sud ont dépensé \$194 par ménage et ceux de l'Asie \$195, contre \$283 chez les natifs du Canada. Les habitudes de lecture variaient elles aussi. Une partie des nouveaux arrivants, mais pas tous, lisaient moins comme passe-temps. Moins de 37 % des immigrants d'origine asiatique avaient lu un livre pendant la semaine écoulée, contre 44 % des natifs du Canada et 53 % chez les immigrants de l'Amérique centrale, de l'Amérique du Sud et des Caraïbes. Certains immigrants, en particulier ceux d'origine asiatique, empruntaient des livres à la bibliothèque plus souvent que les natifs du Canada (40 % contre 33 % pendant l'année écoulée). Les immigrants pouvaient ainsi tirer le maximum de leurs dépenses de culture. En outre, il leur était peut-être plus facile de se procurer en bibliothèque des livres publiés dans des langues autres que le français et l'anglais.

Les spectacles sur scène étaient très courus par les immigrants nés aux États-Unis ou en Europe de l'Ouest ou du Nord (\$96). Mais bien moins par les nouveaux arrivants, dont les dépenses se situaient en-deçà de la moitié. Chez les natifs du Canada les dépenses se situaient à \$68. Par ailleurs, 33 % des immigrants d'origine européenne avaient assisté à des spectacles sur scène au cours de l'année écoulée, contre 31 % chez les natifs du Canada et 22 % chez ceux d'origine asiatique. Les immigrants s'intéressaient aux spectacles de musique ou de danse traditionnelle ou ethnique, soit 25 % chez les nouveaux arrivants, 15 % chez les immigrants d'origine européenne et 10 % chez les natifs du Canada.

En fait de dépenses et d'activités, les événements sportifs professionnels ou payants étaient plus populaires chez les

**Figure 1**  
**Population des immigrants selon le lieu de naissance et la période d'immigration, Canada, 1991**



Recensement du Canada, 1991

natifs du Canada que chez les immigrants, arrivés depuis peu ou établis de longue date. Toutefois, les données ne reflètent pas la variété d'événements sportifs amateurs ou gratuits qui est souvent le fait des communautés d'immigrants.

Pour les sorties au cinéma, les dépenses étaient similaires dans toutes les catégories (de 73 \$ à 77 \$ par ménage), sauf chez les natifs des États-Unis et de l'Europe du Nord et de l'Ouest (57 \$ par ménage). Les données indiquent également que pendant l'année écoulée les immigrants d'origine européenne avaient moins souvent fréquenté le cinéma (44 %) que les natifs du Canada (50 %) et les immigrants nés ailleurs (51 %).

**L'adaptation au changement**

Si les niveaux de l'immigration continuent, le secteur culturel va encore ressentir des pressions pour inscrire dans ses orientations l'éventail des goûts en matière culturelle. Il se pourrait que la population immigrante diversifiée insiste pour qu'on lui donne un plus grand accès aux moyens d'expression culturelle.

Il serait utile d'analyser davantage les consommateurs de culture issus de différentes catégories d'immigrants par rapport à des variables comme l'âge, la scolarité, la profession, le sexe et le niveau de revenu. Une telle analyse pourrait s'inspirer des sources de données utilisées dans ce bref article. □

**La culture en perspective** (n° 87-004 au catalogue) ISSN 0843-7548 est une publication trimestrielle autorisée par le Ministre responsable de Statistique Canada c Ministre de l'Industrie, des sciences et de la technologie, 1993.

**Rédactrice: Claire McCaughey, (613) 951-1562**

**Abonnements: Canada: 6,25 \$ l'exemplaire, 25 \$ par année. États-Unis: 7,50 \$ US l'exemplaire, 30 \$ US par année. Autres pays: 8,75 \$ US l'exemplaire, 35 \$ US par année. Commandes: 1-800-267- 6677 (sans frais partout au Canada).**

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

**Note de reconnaissance**

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.



## Mise à jour du Projet sur la population active culturel – Essai préliminaire des enquêtes

*Kathryn Williams, gestionnaire, Projet sur la population active du secteur culturel*

Le projet sur la population active du secteur culturel entre dans son étape d'essai pour ses deux enquêtes. Pour s'assurer que les questionnaires et les processus de l'enquête sont bien établis, il est essentiel de réaliser des essais approfondis.

La principale enquête, "l'Enquête sur la population active du secteur culturel canadien", vise à recueillir des renseignements détaillés sur la situation d'activité et les tendances de cette situation, la formation, la situation financière, les caractéristiques démographiques et d'autres sujets pertinents à la population active du

secteur culturel. Ces renseignements seront fournis par les personnes impliqués dans le secteur culturel qui ont été identifiés à travers leur affiliation avec des associations, des syndicats et des conseils. Les essais pour cette enquête sont prévus pour cet hiver.

L'autre enquête, "Actif dans le secteur culturel", s'intéresse à certains aspects de l'emploi et de la formation dans le secteur culturel. Dans cette enquête, seulement un nombre limité de questions peuvent être posées. L'information sera fournie par

des personnes dans la population générale qui déclarent une affiliation dans le secteur culturel. Les essais pour cette enquête sont prévus pour cet automne.

Chaque essai entrainera une collecte de données auprès d'un petit échantillon de personnes (environ 500). Si tout va bien, la collecte intégrale des données pour l'enquête "Actif dans le secteur culturel" surviendra en janvier et celle pour "l'Enquête sur la population active du secteur culturel" en avril et mai. Pour en savoir plus, composez le numéro sans frais du Projet sur la population active du secteur culturel (1-800-661-2100). □

## A l'écoute du réseau national

Savez-vous combien de Canadiens écoutent les ondes de Radio-Canada dans une semaine typique? Selon des chiffres récents sur la participation dans les activités culturelles durant l'année (voir la boîte à la page 5), 16,8 millions ou 79 % des Canadiens âgés de 15 ans et plus ont dit en 1992 qu'ils ont regardé les réseaux de télévision anglais et français de Radio-Canada dans la semaine précédente. Environ 3,6 millions de Canadiens regardent la télévision pour une période de 10 heures et plus par semaine.

Le nombre de Canadiens ayant écouté les réseaux de radio de Radio-Canada dans la semaine précédente est de 6,6 millions, presque 31 % de la population âgée de 15 ans et plus. Ceux qui l'écoutent souvent (10 heures et plus) sont au nombre de 1,5 millions.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Claire McCaughey au (613) 951-1562. □

## Guide aux données du programme de la statistique culturelle

Enquêtes	Dernières données disponibles
Enregistrement sonore	1991-1992
Film et vidéo	1991-1992
Dépenses publiques au titre de la culture	1991-1992
Établissements du patrimoine	1991-1992
Radio et télévision	1992
Arts d'interprétation	1991-1992
Édition et diffusion du livre	1991-1992
Édition du périodique	1991-1992
<b>Analyses spéciales du secteur culturel</b>	
L'importance économique	1991
Solde du commerce du secteur de la culture	1991
Données sur la population active du secteur culturel (recensement de 1991)	1991
Dépenses des consommateurs au titre de la culture	1990
Participation aux activités culturelles	1992

## Publications

Nouvelles	Prix au Canada
87-203 L'édition du périodique, 1991-1992	17 \$
87-210 L'édition du livre, 1991-1992	17 \$
<b>Toujours disponible</b>	
87-202 L'enregistrement sonore, 1991-1992	22 \$
87-204 Le film et la vidéo, 1990-1991	22 \$
87-205 Les bibliothèques publiques, 1990-1991	30 \$
87-206 Dépenses publiques au titre de la culture, 1990-1991	17 \$
87-207 Les établissements du patrimoine, 1990-1991	30 \$
87-208 L'écoute de la télévision, 1991	26 \$
87-209 Les arts d'interprétation, 1990-1991	30 \$

**Pour commander des publications composez sans frais le 1-800-267-6677**

## Renseignez-vous...

Nous espérons que vous jugerez ce bulletin instructif et utile. S'il vous plaît nous ferez part par écrit, par téléphone ou par télécopieur de vos observations.

Claire McCaughey  
La rédactrice,  
La culture en perspective,  
Division de l'éducation, de la culture  
et du tourisme,  
Statistique Canada,  
Immeuble R.H. Coats,  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0T6  
(613) 951-1562  
(613) 951-9040 (Télécopieur)



Pour plus de renseignements sur les publications, les produits, les totalisations spéciales ou le contenu de certaines enquêtes, veuillez communiquer avec l'une ou l'autre des personnes suivantes:

Directeur-adjoint, Culture	Iain McKellar	951-9038
Gestionnaire, Projet sur la population active du secteur culturel	Kathryn Williams	951-1517
Données sur les consommateurs de culture	Claire McCaughey	951-1562
<u>Section des activités et des institutions culturelles</u>		
Chef	Roberta Sametz	951-9173
Arts d'interprétation	Marie Lavallée-Farah	951-1571
Établissements du patrimoine	Erika Dugas	951-1568
Bibliothèques publiques	Norman Verma	951-6863
Dépenses publiques au titre de la culture	Norman Verma	951-6863

### Section des industries culturelles

Chef	Michel Durand	951-9173
Édition et diffusion du livre	Michel Frève	951-1563
Édition du périodique	Fidelis Ifedi	951-1569
Film et vidéo	Nancy Ghalam	951-1573
Enregistrement sonore	Annalisa Saloni	951-1544
Radio et télévision	John Gordon	951-1565