

Université de Montréal

Temps, culture et communication : pour une critique de la statistique culturelle

Par

Benoit Allaire

Département de communication

Faculté des arts et des sciences

Thèse présentée à la faculté des études supérieures

En vue de l'obtention du grade de Philosophiæ Doctor (Ph. D.)

en communication

novembre 2011

© Benoit Allaire, 2011

Université de Montréal

Faculté des études supérieures

Cette thèse intitulée :

Temps, culture et communication : pour une critique de la statistique culturelle

Présentée par :

Benoit Allaire

a été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Micheline Frenette, Université de Montréal
président-rapporteur

Claude Martin, Université de Montréal
directeur de recherche

Éric George, Université du Québec à Montréal
membre du jury

France Aubin, Université du Québec à Trois-Rivières
examineur externe

Éric Leroux, Université de Montréal
représentant du doyen de la FES

RÉSUMÉ

Comment fonder théoriquement des indicateurs culturels? Issue de problèmes méthodologiques reliés à l'étude des rapports entre le temps de travail et le temps libre, cette question émerge à la suite du constat du déficit théorique de la statistique culturelle. En effet, l'étude du temps libre, comme du temps de travail, nécessite de questionner les fondements de cette répartition, en même temps qu'elle exige d'analyser concrètement les pratiques sociales reliées à ces catégories. Or, les analyses sur l'emploi du temps libre sont souvent fondées sur des statistiques à propos des activités culturelles, statistiques dont la portée explicative est singulièrement limitée.

Bien que des statistiques sur certaines de ces activités existent au moins depuis le début du XX^e siècle, c'est à partir des années 1970 que les besoins de connaissance reliés à la mise en œuvre des politiques culturelles stimulent la production de statistiques plus nombreuses et plus détaillées. Afin de donner des significations à cette masse de statistiques, il est nécessaire de délimiter les frontières de ce qui est culture et communication parmi toutes les autres activités sociales.

L'élaboration de cadres conceptuels de la culture par l'UNESCO et d'autres agences statistiques tente de répondre à cette exigence, tandis que les projets d'indicateurs avancés cherchent à donner un sens à l'information statistique. Ces tentatives se caractérisent toutefois par la faiblesse de leur assise théorique, problème qui se manifeste de manière aiguë dans la définition d'indicateurs qui ont nécessairement une portée normative.

La résolution de cette impasse de la statistique culturelle passe au moins par une clarification des concepts reliés à la notion de culture. À cette fin, la méthodologie de la recherche repose sur une analyse critique de certains documents fondamentaux qui ont conduit à la création du cadre conceptuel pour la statistique culturelle de l'UNESCO, ainsi que sur des textes phares de Fernand Dumont, Pierre Bourdieu et Jürgen Habermas, choisis pour leur capacité à penser les activités culturelles dans l'ensemble social selon leur temporalité.

La notion de temporalité est elle-même examinée sous l'angle de plusieurs approches théoriques. Il ressort de cet examen que la différenciation du temps en temps abstrait et temps concret permet d'entrevoir que les pratiques culturelles pourraient être mesurées non seulement selon la quantité de temps social qui leur est dévolue, mais aussi comme un temps qui a une valeur marchande.

Les acquis de l'analyse critique des cadres conceptuels de la statistique culturelle et des textes de Dumont, Bourdieu et Habermas servent de points d'appui pour l'élaboration d'un projet d'indicateurs culturels pour le compte de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). Ce système d'indicateurs a été élaboré selon une grille qui définit ce qu'est un indicateur culturel, son objectif et sa signification. Les indicateurs ont été choisis au cours d'un processus de consultation mené par l'OCCQ auprès des agents gouvernementaux concernés et des représentants des associations professionnelles des secteurs de la culture et des communications du Québec.

Mots-clés : communication, critique, culture, indicateur, statistique, temps social.

SUMMARY

How can cultural indicators be grounded in theory? This question, stemming from methodological challenges inherent in the study of the relationships between work time and leisure time, arises as a result of the theoretical deficit apparent in cultural statistics. Whether one is studying leisure time or work time, it is essential to take a critical look at the basis for this dichotomy, just as it is to clearly analyze the social practices associated with these categories. However, analyses of leisure-time use are often based on cultural-activity statistics, which are particularly limited in terms of their explanatory scope.

Although statistics on some of these activities have been available since the beginning of the 1900s at least, it was in the 1970s that the need for knowledge related to the implementation of cultural policies spurred the production of statistics on a greater and more detailed scale. To give meaning to this mass of data, it is necessary to draw the boundaries between that which is culture and communications among all the other social activities.

The development of frameworks for cultural statistics by UNESCO and statistics agencies constitutes an attempt to meet this imperative, whereas leading-indicator initiatives seek to give meaning to statistics. However, these endeavours are noted for their weak theoretical foundation, a problem which becomes critically apparent in the definition of indicators which are inevitably normative in scope.

To break this deadlock in cultural statistics, it is essential at the very least to clarify the concepts associated with the notion of culture. Consequently, the methodology for this study is based on a critical analysis of certain core documents that led to the

development of the UNESCO Framework for Cultural Statistics, and on seminal papers by Fernand Dumont, Pierre Bourdieu, and Jürgen Habermas, who have been chosen for their ability to view cultural activities as they relate temporally to the social sphere as a whole.

This concept of temporality is itself examined from the perspective of several theoretical approaches. On examination, the dichotomy of time into abstract time and concrete time suggests that cultural practices could be measured not only according to the amount of social time devoted to them, but also as time that has commercial value.

The findings of this critical analysis of frameworks for cultural statistics and the papers by Dumont, Bourdieu, and Habermas support the development of a cultural indicators project for the Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). This system of indicators was developed according to a grid defining cultural indicators, their objectives, and their significance. The indicators were chosen through a consultation process led by the OCCQ. Lastly, we will be proposing a list of theoretical statements to bolster the theoretical framework for the system of indicators.

Keywords : communication, critique, culture, indicators, statistics, social time.

TABLE DES MATIERES

Résumé	V
Summary	VII
Table des matières.....	IX
Liste des tableaux.....	XI
Liste des figures.....	XI
Liste des acronymes.....	XII
Remerciements.....	XVII
INTRODUCTION.....	1
1. Problématique.....	9
1.1. Définitions provisoires : données, statistiques, indicateurs, indices, culture	10
1.2. Indicateurs et statistiques culturelles québécoises et canadiennes.....	13
1.2.1. Émergence des statistiques culturelles québécoises et canadiennes..	14
1.2.2. État des statistiques et des indicateurs culturels québécois et canadiens	31
1.2.2.1. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec... 32	
1.2.2.2. Le programme de la statistique culturelle de Statistique Canada ..	47
1.3. Les statistiques et les indicateurs culturels étrangers.....	66
1.4. Les questions de recherche.....	80
2. Démarche méthodologique.....	83
2.1. Une démarche réflexive et itérative.....	83
2.2. Le contexte épistémologique.....	93
2.3. La construction de l'objet.....	94
3. Théories de la culture et conceptualisations du temps.....	97
3.1. Les liens entre la statistique culturelle et certaines théories de la culture et des communications.....	97
3.1.1. Les constats dégagés par l'analyse des statistiques culturelles dans la problématique.....	98
3.1.2. Théories de la culture et concepts fondamentaux.....	108
3.1.2.1. <i>Le lieu de l'homme</i> de Fernand Dumont.....	124
3.1.2.2. Le marché des biens symboliques – Pierre Bourdieu.....	141
3.1.2.3. La culture dans la Théorie de l'agir communicationnel de Jürgen Habermas.....	156
3.2. Les rapports entre le temps, la culture et la communication.....	171
3.2.1. Économie, technologie et communication.....	172
3.2.2. Les théories du temps.....	186
3.2.2.1. D'un temps à l'autre.....	190
3.2.2.2. La sociologie des temps sociaux.....	191
3.2.2.3. La théorie des industries culturelles et le concept marxiste de valeur	193
3.2.3. Nécessité d'une nouvelle conceptualisation des rapports entre le temps et la culture.....	195
3.3. Temps mesuré, culture mesurée.....	198
4. Proposition d'un système d'indicateurs culturels pour le Québec.....	207
4.1. Élaboration concertée des indicateurs de la culture et des communications	209
4.1.1. Un exemple d'indicateur culturel.....	212
4.1.2. Les 14 indicateurs prioritaires.....	214
4.1.3. Le choix des indicateurs.....	215

4.1.3.1.	Les qualités d'un indicateur culturel	218
4.1.3.2.	Les dimensions d'un indicateur culturel	219
4.1.3.3.	La grille de sélection des indicateurs	221
4.1.4.	Les 22 indicateurs	226
4.1.5.	L'élaboration des indicateurs	227
4.1.5.1.	Les indicateurs relatifs aux ressources	230
4.1.5.2.	Les indicateurs relatifs au système d'émission	231
4.1.5.3.	Les indicateurs relatifs aux produits.....	233
4.1.5.4.	Les indicateurs relatifs au public et aux retombées	234
4.1.5.5.	Les 69 indicateurs	235
4.2.	Fondements théoriques du systèmes d'indicateurs de la culture et des communications	240
4.2.1.	D'où viennent les statistiques?	240
4.2.2.	Cadre théorique du programme d'indicateurs	244
4.2.3.	Les activités culturelles.....	245
5.	Conclusion	251
	Bibliographie	258

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. Liste des enquêtes statistiques dans les domaines de la culture et des communications selon le SCACCQ, 1914 à 1982.....	19
Tableau 2. Statistiques diffusées par l'OCCQ selon la source des données et la périodicité.....	33
Tableau 3. Cadre conceptuel de la culture et des communications au Québec.....	43
Tableau 4. Index des biens et services culturels (extrait).....	53
Tableau 5. Le secteur culturel défini selon les codes SCIAN (extrait).....	56
Tableau 6. Les 14 indicateurs prioritaires.....	215
Tableau 7. Indicateur X – Taux de croissance des dépenses culturelles par personne.....	220
Tableau 8. Regroupement des critères de qualité et des dimensions descriptives selon les critères de sélection.....	222
Tableau 9. Grille de sélection des indicateurs (hypothèses de travail).....	225
Tableau 10. Dimensions du système de la culture et des communications et principales composantes.....	235
Tableau 11. Dimensions du système de la culture et des communications, principales composantes et sous-dimensions.....	236
Tableau 12a. Indicateurs des ressources et dimensions interprétatives.....	237
Tableau 12b. Indicateurs du système d'émission et dimensions interprétatives.....	238
Tableau 12c. Indicateurs des produits et dimensions interprétatives.....	239
Tableau 12d. Indicateurs du public et dimensions interprétatives.....	240

LISTE DES FIGURES

Figure 1. Schéma des relations entre les éléments du CCSC.....	55
Figure 2. Schéma des étapes de la construction des indicateurs culturels.....	211
Figure 3. Évolution du rapport entre le nombre de travailleurs culturels et l'ensemble des travailleurs, Québec, Ontario et Canada, 1991-2001.....	212
Figure 4. Schéma des dimensions structurelles de la reproduction culturelle.....	229

LISTE DES ACRONYMES

OCCQ	Observatoire de la culture et des communications du Québec
BFS	Bureau fédéral de la statistique
ISQ	Institut de la statistique du Québec
SC	Statistique Canada
CARD	Canadian Advertising Rates & Data
BBM	Bureau of Broadcast Measurement
SCACCQ	Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec
MAC	Ministère des Affaires culturelles
CREPUQ	Conférence des recteurs et des principaux des universités du Québec
BNC	Bibliothèque nationale du Canada
BNQ	Bibliothèque nationale du Québec
CRTC	Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
BSQ	Bureau de la statistique du Québec
MCCQ	Ministère de la Culture et des Communications du Québec
MCCCF	Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
CALQ	Conseil des arts et des lettres du Québec
SODEC	Société de développement des entreprises culturelles
UE	Union européenne
CCSC	Cadre canadien pour les statistiques culturelles
SCIAN	Système de classification des industries de l'Amérique du Nord
CIRCLE	Cultural Information and Research Centers Liaison in Europe

IFACCA	International Federation of Arts Council and Culture Agencies
CSC	Cadre pour les statistiques culturelles de l'UNESCO
SSDS	Système de statistiques démographiques et sociales des Nations Unies
CNP-S	Classification nationale des professions pour la statistique
SPAN	Système de classification des produits de l'Amérique du Nord

À Jo, l'amoureuse qui a changé ma vie

REMERCIEMENTS

À Claude Martin, pour ses lumières, sa confiance et, surtout, sa patience,

À Serge Bernier, ex directeur et fondateur de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, pour avoir cru en ce projet,

À mes amis du département de communication de l'Université de Montréal et mes collègues de l'Observatoire pour leur soutien et leurs encouragements

INTRODUCTION

Un prince doit encore se montrer amateur de talents, et honorer ceux qui se distinguent dans leur profession. Il doit encourager ses sujets, et les mettre à portée d'exercer tranquillement leur industrie, soit dans le commerce, soit dans l'agriculture, soit dans tous les autres genres de travaux auxquels les hommes se livrent : en sorte qu'il n'y en ait aucun qui s'abstienne ou d'améliorer ses possessions, dans la crainte qu'elles ne lui soient enlevées, ou d'entreprendre quelque négoce de peur d'avoir à souffrir des exactions. Il doit faire espérer des récompenses à ceux qui forment de telles entreprises, ainsi qu'à tous ceux qui songent à accroître la richesse et la grandeur de l'État. Il doit de plus, à certaines époques convenables de l'année, amuser le peuple par des fêtes, des spectacles; et, comme tous les citoyens d'un État sont partagés en communautés d'arts ou en tribus, il ne saurait avoir trop d'égards pour ces corporations; il paraîtra quelquefois dans leurs assemblées, et montrera toujours de l'humanité et de la magnificence, sans jamais compromettre néanmoins la majesté de son rang, majesté qui ne doit l'abandonner en aucune circonstance.

NICOLAS MACHIAVEL, *Le prince*, chapitre XXI

Following a more pragmatic approach we find that culture, however defined, has always depended on direction and promotion by governmental authority, be it prince or parliament. It is thus involved with the allocation of national resources, and an attempt should be made to assess it from this point of view, even if available indicators give only a superficial description.

ROBERT V. HORN, *Statistical indicators for the economic and social sciences*.

J'ai commencé à rédiger cette thèse il y a déjà de trop nombreuses années. Il serait illusoire de penser que cette durée n'ait aucune influence sur la forme du texte, son écoulement, ses détours et ses raccourcis. Même si la hauteur de l'intérêt que je porte aux divers objets dont il sera question a pu varier, mon intention fondamentale n'a pas changé. Il s'agit toujours d'éclairer un peu mieux les conditions contemporaines du développement de notre culture et de leurs conséquences sur celui-ci, que ce

soit par l'analyse de la transformation des usages du temps ou de celle de la mutation des industries culturelles.

La création de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) en 2000 est un indicateur précieux du développement de la volonté 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 agents 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, il ne s'agit pas ici de répondre à ces questions – formulées un peu naïvement, il est vrai – mais plutôt d'analyser comment ces notions sont conceptualisées et mobilisées dans les entreprises concurrentes 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.

Le présent travail est donc à la fois pratique et théorique. Son objectif est de s'appuyer sur une critique de la « statistique culturelle » dans le but de permettre la réalisation d'un système d'indicateurs culturels pour le Québec qui soit basé sur une approche cohérente et pertinente des activités culturelles et de leurs rapports avec les autres dimensions de la société québécoise. La réalisation de cet objectif passe par un état des lieux des systèmes d'indicateurs culturels, tant au Québec qu'à l'étranger, l'analyse des concepts qui les soutiennent à la lumière de développements théoriques concurrents et, finalement, par l'esquisse d'un système d'indicateurs de la culture et des communications au Québec.

Depuis les débuts du développement de la « statistique culturelle » comme branche spécialisée des statistiques sociales au cours des années 1960, le problème de la définition de l'objet « culture » n'a eu de cesse de hanter ceux et celles qui ont eu à trouver des réponses concrètes aux questions relatives à la classification de ces objets dits culturels et qui offrent des résistances étonnantes aux activités relativement simples de la description statistique. Ma thèse se situe dans la tradition de ceux qui ont tenté d'établir des fondements théoriques et des outils méthodologiques nécessaire à ce nouveau champ des sciences sociales, tels Yvon Ferland et Augustin Girard.

Toutefois, ma thèse, avant tout réflexive par rapport à ce même champ de connaissance, s'appuie sur des outils théoriques différents, principalement issus de la théorie critique. Le fait que je fasse partie d'un organisme qui produit des statistiques culturelles, à savoir l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, me permet sans doute d'occuper un point de vue privilégié pour observer les divers mouvements qui s'agitent à propos des changements culturels, mais aussi, sinon davantage, parmi ceux qui ont pour tâche de mesurer l'évolution des activités cultu-

relles. Néanmoins, il y a un envers à cet avantage : les possibilités bien réelles d'être aveugle à certaines impasses théoriques ou méthodologiques. Bien qu'il s'adresse spécifiquement au champ de la recherche sur la culture et les communications, ce travail se veut une contribution positive à la fois au champ de la statistique culturelle comme tel et aux disciplines dont l'objet demeure la culture.

La problématique de la thèse (chapitre 1) s'appuie sur un historique de ces statistiques qu'on a fini par appeler « statistiques culturelles ». Bien qu'il s'agisse d'une appellation contestable, puisqu'en fait ces statistiques, en elles-mêmes, ne sont pas plus culturelles que d'autres et sont plutôt des statistiques sociales et économiques à propos de la culture et des communications, l'usage en est devenu courant. Il s'agit d'un historique critique qui tente de dévoiler les non-dits et les insuffisances de certaines approches qui ont marqué le développement de la statistique culturelle. Les résultats de l'analyse historique des documents relatifs aux statistiques culturelles présentés révèlent principalement l'insuffisance théorique des principaux travaux de statistique culturelle en regard de leur visée explicative. En ce sens, la problématique présente des résultats de recherche et déborde du cadre de ce qui est habituellement présenté dans une problématique.

Contribuer à une solution à cette insuffisance exige toutefois de commencer par clarifier le point de vue et la méthode utilisée dans la thèse. La démarche méthodologique de la thèse (chapitre 2) se veut réflexive et itérative. Elle est réflexive parce qu'elle réfléchit sur les conditions d'émergence et fonctionnement du champ même au sein duquel je travaille. Elle est itérative parce qu'elle met constamment en relation les acquis historique du champ avec mes propres réflexions sur les conditions actuelles du champ. Cette démarche méthodologique s'inspire de l'*explication de texte* de Paul Lazarsfeld, mais s'appuie surtout sur la théorie critique en ce sens

que : elle remet en question l'ordre actuel du champ de la statistique culturelle tout proposant des pistes de solution; elle fait un compte-rendu critique de l'histoire et des conditions de mon propre travail; elle tente de réexaminer constamment les catégories théoriques qui sous-tendent mon activité de chercheur en culture; elle se confronte avec d'autres approches théoriques et cherche à démontrer les raisons de leurs insuffisances et les possibilités de leurs solutions.

Toujours dans le but de contribuer à la construction d'une assise théorique plus solide sur laquelle serait fondé un système d'indicateurs culturels, j'examine les conceptions de la culture chez Fernand Dumont, Pierre Bourdieu et Jürgen Habermas, sous l'angle du rôle qu'y joue la temporalité (chapitre 3). Cet examen permet de dégager certaines certitudes, mais surtout de proposer une approche de la culture qui replace cette dernière dans ses rapports avec les autres dimensions de la société.

L'analyse théorique met aussi l'accent sur le rôle fondamental du temps, selon ses multiples conceptions, dans toute tentative de compréhension des rapports entre la culture et les autres dimensions sociales telles le travail ou la politique. Ceci rejoint une préoccupation plus ancienne, qui est à l'origine de mon questionnement sur les faiblesses théoriques de la statistique culturelle, à propos de l'évolution du temps de travail depuis les années 1990¹, évolution qui, au total, se traduit par une diminution du temps de travail et, je dirais presque « naturellement », par une augmentation du temps de loisir; ce temps que l'on dit réservé aux activités de culture et de communications. L'évidence de ces catégories, temps de travail et temps de loisir, m'a paru assez suspecte et j'ai cru nécessaire d'examiner plus en profondeur la signification

¹ Sur les enjeux théoriques relatifs à l'évolution du temps de travail et pour une description de cette évolution dans plusieurs pays on lira *Futuribles*, numéro spécial temps de travail, no 165-166, mai-juin 1992.

de ces catégories. Cet examen permet surtout de voir que le temps est une réalité à plusieurs facettes souvent difficiles à décrire, mais aussi que celui-ci joue un rôle fondamental dans les échanges entre les producteurs et les consommateurs de culture. Ceci m'amène à exposer certaines idées qui pourraient servir à une nouvelle conceptualisation des rapports entre le temps et la culture.

Ce travail théorique débouche sur une proposition de système d'indicateurs culturels pour le Québec (chapitre 4), qui reprend à son compte certains des acquis dégagés dans la partie théorique. C'est pourquoi cette partie apparaît à la toute fin de la thèse. Ce système, qui consiste en une sorte d'opérationnalisation des idées dégagées dans la problématique et dans l'analyse théorique, a été élaboré tout en consultant les principaux agents du champ de la culture et communications – décideurs gouvernementaux, représentants d'associations professionnelles et chercheurs universitaires en culture – à partir d'une proposition de base que j'ai réalisée.

C'est à la fin de ce même chapitre (section 4.2) que j'expose clairement les concepts et les principes théoriques et normatifs qui sont au cœur du système d'indicateurs culturels. Les principaux concepts sont l'activité culturelle et la reproduction culturelle, tandis que les principes théoriques sont basés sur la théorie de l'activité communicationnelle. La base normative du système d'indicateurs se fonde sur les exigences de la démocratie culturelle.

Je tiens à souligner que la thèse ne résout pas tous les problèmes théoriques et méthodologiques qu'elle soulève quant à la reformulation des concepts nécessaires à une meilleure application des méthodes statistiques à la mesure des dimensions de la reproduction culturelle. De plus, plusieurs obstacles subsistent quant à l'opérationnalisation des concepts dans le système d'indicateurs culturels. Il ne faut

donc pas voir dans cette thèse l'aboutissement d'un travail essentiel pour la clarification des objets de la statistique culturelle, mais plutôt comme la réouverture d'un chantier, celui de la mesure du développement culturel.

1. PROBLÉMATIQUE

Cette partie de la thèse présente les objets qui fondent les questions relatives à la mesure de la culture. Il est tout d'abord remarquable que plusieurs ouvrages traitant d'indicateurs, que ce soit dans le domaine culturel ou ailleurs, débutent par une explication de ce qui est entendu par ce terme. Je ne ferai pas exception à cette tradition en définissant provisoirement ce que je veux dire par les termes « données », « statistiques », « indicateurs » ou « indices ». Ces définitions seront, le cas échéant, précisées au cours de l'analyse théorique.

Ensuite, j'effectuerai un état des lieux des systèmes d'indicateurs culturels existant actuellement en examinant les conceptions de la culture qui les sous-tendent, en soulignant les conditions de leur émergence et en les comparant entre eux quant à l'étendue des activités mesurées et à leur signification. Cet état des lieux embrasse tant les statistiques culturelles québécoises que canadiennes, étrangères ou internationales, sans aucune prétention à l'exhaustivité.

J'aborde ensuite certaines questions plus complexes telles la place des indicateurs culturels dans l'ensemble de la production statistique sociale et économique, de même que leur usage dans l'espace public. Ces deux aspects sont reliés entre eux par l'entente généralisée voulant que les méthodes statistiques produisent ou devraient produire des connaissances valides.

1.1. Définitions provisoires : données, statistiques, indicateurs, indices, culture

Comme le note Madeleine Gravit², la notion d'indicateur recouvre aujourd'hui un certain nombre de significations au sein des sciences sociales. Nous verrons que ce flou conceptuel est évident quand nous étudierons les différentes tentatives de construction d'indicateurs culturels. Pour le moment, je rappellerai ce qu'il est usuellement convenu par ces termes dans les méthodologies des sciences sociales.

Plusieurs manuels présentent ces termes dans une suite logique décrivant les étapes de la recherche, le point de départ étant la définition de la ou des hypothèses de recherche³. Cette suite prend la forme d'un processus de rapprochement entre la théorie et la réalité à décrire, où l'hypothèse se situe assez près de la théorie tandis que la donnée se conçoit comme réalité mesurée. Dans l'intervalle, émergent des dimensions, des concepts, des variables ou des indicateurs. Les indices, quant à eux, sont généralement le résultat d'opérations statistiques subséquentes à la compilation des données.

Dans ce processus, le véritable point de départ est le concept. C'est ce qui permet au chercheur d'appréhender la réalité et de le guider dans ses efforts pour distinguer les phénomènes pertinents des autres. Le concept est donc une abstraction qu'il est nécessaire d'opérationnaliser pour déterminer les éléments à mesurer dans la réalité concrète. Paul Lazarsfeld⁴ a établi les étapes nécessaires à l'opérationnalisation des concepts.

² Madeleine Gravit, *Méthodes des Sciences sociales*, Paris, Éditions Dalloz, 1993, p. 336.

³ Gravit, p. 326-339; Alain Gilles, *Éléments de méthodologie et d'analyse statistique pour les sciences sociales*, Montréal, McGraw-Hill, 1994, p. 15-31.

⁴ Raymond Boudon et Paul Lazarsfeld, *Le vocabulaire des sciences sociales*, Paris, Mouton & Co, 1965, p. 27-36.

La première étape consiste à définir les dimensions du concept, la seconde à transformer ces dimensions en indicateurs, c'est-à-dire en objets directement observables. Plus le concept est complexe, plus sera grand le nombre de dimensions et de leurs relations. Dans la plupart des cas, le nombre d'indicateurs est à l'avenant, puisqu'il est préférable d'utiliser plus d'un indicateur par dimension. C'est pourquoi ces indicateurs sont ensuite combinés pour former des indices qui traduisent en chiffres les différentes dimensions du concept.

Qu'est-ce qu'une statistique ? C'est un chiffre. Mais tout chiffre n'est pas statistique. Un chiffre devient une statistique lorsqu'il est le produit de deux types de processus qui, même s'ils tendent à se rapprocher, demeurent fondamentalement distincts, comme l'explique Alain Desrosières.

La diversité des mots « statistique » et « statisticien » reflète la tension entre les points de vue de réalité et de méthode. Pour les uns, c'est une activité administrative d'enregistrement de données diverses, conduisant à des chiffres incontestables repris par le débat social et orientant l'action. Pour les autres, c'est une branche des mathématiques, enseignée à l'Université, et utilisée par d'autres scientifiques : biologistes, médecins, économistes, psychologues.⁵

Ainsi, une donnée administrative, un indicateur ou même un indice sera compris comme une statistique dès lors qu'il est présenté comme une mesure mathématique provenant de l'un ou l'autre de ces processus ou, encore mieux, d'une combinaison des deux.

⁵ Alain Desrosières, *La politique des grands nombres : Histoire de la raison statistique*, Paris, Éditions La Découverte & Syros, 2000 [1993], p. 21.

Dans le contexte de la production d'indicateurs culturels cependant, je constate que l'usage du terme « statistique » semble réservé aux mesures simples, qui ne combinent pas plusieurs indicateurs, tel le nombre de bibliothèques publiques par exemple.

Maintenant, qu'est-ce que la culture ? Les indicateurs culturels sont les indicateurs de quoi au juste ? Du point de vue de la méthode, la notion de culture constitue un bel exemple de concept, possédant à la fois un ancrage dans la réalité et un caractère évidemment construit. Comme le note Gravitz : « Le terme de culture pour un anthropologue, n'a pas le même sens que pour un romancier ou un agriculteur⁶ ».

Cette polysémie du terme est largement soulignée dans les diverses tentatives d'élaboration d'indicateurs de la culture et des communications ou encore dans la construction des classifications statistiques relatives à ces domaines. J'examinerai plus profondément les relations entre l'élaboration des statistiques culturelles et les concepts de culture qui les soutiennent au chapitre trois.

À ce stade-ci où je présente divers systèmes de statistiques culturelles, sont définis comme « culturels » les différents univers d'activités qui sont compris dans ces systèmes. On remarquera qu'il s'agit d'une définition opérationnelle, ce qui est également le cas pour plusieurs définitions de la culture utilisées dans la production des statistiques culturelles.

Jusqu'à maintenant, j'ai utilisé les termes « culture » et « communication » comme si ceux-ci étaient pratiquement interchangeables, bien qu'il s'agisse de deux concepts bien distincts. Dans les faits, la plupart des systèmes de statistiques culturelles in-

⁶ Gravitz, p. 333.

cluent des statistiques à propos d'objets relatifs à la communication médiatisée : journaux, télévision, etc. Même sans une définition rigoureuse de la culture ou de la communication, il est difficile de séparer complètement ces deux concepts. Il faudrait d'une part envisager une conception de la culture où celle-ci pourrait exister sans être partagée par un certain nombre d'individus, puisque ce partage implique nécessairement une certaine communication de ce qui forme la culture. Une culture qui ne se transmet plus meurt. D'autre part, toute communication s'appuie sur l'usage de symboles, de signes, qui, pour être reconnus comme tels, sont le fruit d'un accord arbitraire entre des personnes; ce qui implique aussi un certain partage d'information. À la limite, certains considéreront que l'ensemble de ces symboles et leur structuration sont la culture. Toutefois, nous verrons plus loin qu'il semble que certains de ces objets symboliques sont plus culturels que d'autres.

Bien sûr, derrière la réflexion précédente se cachent plusieurs fantômes et certaines conceptions particulières de la culture et des communications y sont mobilisées. J'y reviendrai au chapitre trois. Pour l'instant, il suffit de comprendre que lorsque j'utilise l'expression « statistiques culturelles », ceci inclue également les statistiques relatives aux communications médiatisées, telles l'édition, et ce qu'il est convenu d'appeler « les médias ».

1.2. Indicateurs et statistiques culturelles québécoises et canadiennes

Voyons maintenant quelles sont les notions d'indicateur qui sont utilisées par les organismes qui produisent des indicateurs culturels. Dans cette partie, je décris l'émergence et l'état actuel des statistiques culturelles québécoises et canadiennes,

tout en examinant de manière critique les bases conceptuelles de ces productions statistiques.

1.2.1. Émergence des statistiques culturelles québécoises et canadiennes

En 1981, Yvan Lamonde et Pierre-François Hébert publiaient un ouvrage intitulé *Le cinéma au Québec, essai de statistique historique (1896 à nos jours)*⁷. L'intérêt de ce document ne tient pas seulement à l'étendue des séries statistiques qu'il présente, mais surtout, de mon point de vue, à la distinction établie par les auteurs entre une période pré-statistique et une période statistique. Cette distinction n'est pas arbitraire, elle résulte de la structure des données disponibles.

*Statistique Canada, principal organisme de cueillette statistique, ne mène d'enquête continue sur le cinéma qu'après 1930. Cet impératif documentaire contraignait à une présentation et à une analyse cohérentes des données selon un découpage chronologique en période pré-statistique (1896-1930) et statistique (1930-1976)*⁸.

En fait, les données numériques à propos du cinéma durant la période pré-statistique sont constituées essentiellement de données administratives et commerciales à propos de l'infrastructure cinématographique, telles le nombre de cinémas et de sièges, et parfois de données de recettes. Ces données ne constituent pas des séries chronologiques et ne concernent la plupart du temps que la ville de Montréal ou encore l'ensemble du Canada⁹.

⁷ Yvan Lamonde et Pierre-François Hébert, *Le cinéma au Québec : essai de statistique historique (1896 à nos jours)*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1981, 478 p.

⁸ *Ibid*, p. 7.

⁹ Il y a bien sûr des exceptions, telles les données d'importation de pellicules positives produites par le Bureau fédéral de la statistique à compter de 1919.

On ne saurait prétendre ici qu'il s'agit de statistiques culturelles. Il s'agit de données relatives à un phénomène culturel qui sont transformées en statistiques par l'effort de l'historien cherchant à combler un manque de connaissance quant à une transformation sociale et culturelle majeure, à savoir le passage d'une « culture populaire urbaine à une culture de masse médiatique¹⁰ ».

C'est à compter de 1934 que le Bureau fédéral de la statistique (BFS), l'ancêtre de Statistique Canada, enquêtera les cinémas canadiens et pourra publier des données relatives à l'exploitation et à la distribution des films selon les provinces et les villes.¹¹ À ce moment-là, la période de transition entre la culture urbaine populaire et la culture de masse médiatique est bien achevée avec la consolidation de la grande presse quotidienne dès la fin du XIXe siècle, et de la radio dans les années 1920.

Par ailleurs, notons la fluidité avec laquelle les projections cinématographiques s'insèrent dans la culture urbaine existante. En effet, les premières projections se font dans des établissements autrefois dédiés au vaudeville et aux spectacles de variétés, tels le Royal (1896-1901) et le Français (1896-1920), bien avant l'ouverture du Ouimetoscope en 1906¹². Non seulement le cinéma emprunte-t-il aux formes culturelles qui l'ont précédé (théâtre, photographie et enregistrement sonore) au plan formel, mais aussi quant à son mode de diffusion. À se rappeler lorsqu'on essaie de délimiter le secteur culturel.

Cette émergence de données statistiques sur un domaine culturel en particulier, auxquelles on attribue volontiers aujourd'hui le vocable de « statistique culturelle », ne provient toutefois pas d'une volonté de décrire certains aspects de la culture ca-

¹⁰ Lamonde et Hébert, p. 6.

nadienne. Il s'agit plutôt d'un volet modeste d'un programme d'enquête plus vaste visant les industries de services. Cette situation perdurera jusque dans les années 1960.

A contrario, l'existence de données statistiques sur le marché de la grande presse commerciale et de la radio, deux autres modes importants de la culture de masse médiatique selon Lamonde, n'est pas le fruit de la nécessité pour les autorités fédérales de documenter un vaste secteur économique pour l'établissement des comptes nationaux, mais provient plutôt de la nécessité pour ces entreprises de vérifier les tirages, ou les cotes d'écoute, afin de fixer les tarifs publicitaires. Dès 1914, l'Audit Bureau of Circulation vérifie les données de tirages fournies par les éditeurs de journaux, tandis le *Canadian Advertising Rates & Data* (CARD) diffuse les données de tirages accompagnées des tarifs publicitaires afin de faciliter le placement média depuis 1928¹³. Les annonceurs, principale source de revenus de ces journaux, ne veulent plus se contenter des tirages auto-déclarés par les quotidiens, comme ceux qu'on pouvait lire dans *The Montreal Daily Star analysis of circulation*¹⁴.

Les propriétaires de ces journaux seront aussi les premiers à implanter des stations de radio commerciales au Québec : ce fut le cas avec CKAC à Montréal fondée par La Presse en 1922, ou avec CKCI à Québec, créée par Le Soleil. On observe le même scénario à Trois-Rivières où CHLN fut fondée par Le Nouvelliste, à Sherbrooke avec CHLT et La Tribune ou CJBR de Rimouski, propriété du Progrès du Golfe. Si on peut croire que ces propriétaires avaient autant intérêt à mesurer les auditoires

¹¹ La première enquête a eu lieu en 1934, mais les répondants devaient déclarer leurs résultats de 1930 à 1934.

¹² Lamonde et Hébert, p. 174.

¹³ Claude Martin, « Culture et économie », dans Denise Lemieux, (dir.) *Traité de culture*, Sainte-Foy, Éditions de l'IQRC, 2002, p. 287.

¹⁴ Montreal Star, *The Montreal Daily Star analysis of circulation*, Montréal, Montreal Star Pub. Co, 1913.

que le lectorat, il n'en demeure pas moins qu'au début des années 1920, les méthodes de mesure des auditoires étaient inexistantes. La vérification des tirages n'étant qu'une autre forme de statistique administrative.

Il faudra attendre le développement de la technique d'enquête par sondage (imaginée tout d'abord par Laplace au XVIII^e siècle) et les méthodes d'échantillonnage et de stratification élaborées par Jerzy Neyman au début des années 1930 et formalisées définitivement en 1934¹⁵. L'utilisation spectaculaire de cette technique par George Gallup en 1936 lors de la campagne électorale présidentielle¹⁶, quand il prédit, contre toute attente, la victoire de Franklin Roosevelt, ouvre la voie à la généralisation des sondages et à leur usage à des fins de mesure des auditoires dès la fin des années 1930.

Notons au passage qu'au même moment, George Gallup s'est associé étroitement aux grands studios d'Hollywood pour mesurer les habitudes et les préférences des cinéphiles, sélectionner les auditoires pour les pré-projections, étudier les réactions aux titres et aux synopsis, etc. Comme quoi la statistique mathématique investit le champ culturel très rapidement, dès qu'elle a prouvé sa fiabilité et son utilité.

Bien qu'il s'agisse de statistiques états-uniennes, si on considère qu'en 1942, 92 % des nouveaux films projetés au Canada provenaient d'Hollywood¹⁷, il est aisé d'imaginer que ces travaux ont eu un certain impact sur l'offre de film au Canada.

Au Canada toutefois, ce n'est qu'à compter de 1944 qu'apparaissent les premières mesures statistiques des auditoires radiophoniques avec la création de Bureau of

¹⁵ Desrosières, p. 258.

¹⁶ *Ibid*, p. 250.

¹⁷ Lamonde et Hébert, p. 103.

Broadcast Measurement (BBM) par l'Association canadienne des annonceurs et l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Ce même organisme produira les cotes d'écoute télévisuelle dès la commercialisation de la télévision au Canada en 1952¹⁸.

Avant l'introduction des techniques d'enquêtes par sondage et leur généralisation au sein de la statistique canadienne, outre l'enquête auprès des cinémas, des établissements d'autres domaines culturels ont été l'objet d'enquêtes particulières tels les bibliothèques publiques pour lesquelles le Bureau fédéral de la statistique a commencé à compiler des statistiques à compter de 1921¹⁹. Évidemment, il est possible de reconstruire après coup des séries statistiques à propos de certains domaines culturels avec des données historiques comme celles de la production de radios qui remontent à 1925, celles des revenus provenant de la vente de publicité par les périodiques à partir de 1919 ou encore celles des ventes de disques qui débutent en 1960²⁰. Dans le même esprit, Yvan Lamonde a reconstitué des séries statistiques sur la culture qui remontent encore plus loin et couvrent la période 1760 à 1900²¹.

Dans le tableau qui suit, et qui ne prétend pas à l'exhaustivité, j'ai tenté de retracer les moments de l'apparition des données statistiques propres à chaque domaine culturel selon le Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec (SCACCQ), jusqu'au début des années 1980.

¹⁸ Sondages BBM. *Historique de Sondages BBM*, [En ligne]. http://bbm.ca/index.php?option=com_content&task=view&id=124&Itemid=124 (Page consultée le 27 septembre 2011)

¹⁹ Statistique Canada, « Voici... Le programme de la statistique culturelle » dans *La culture en perspective*, vol. 1 no 1, Ottawa, Statistique Canada, 1989, p. 2.

²⁰ James Sawyer, « Section R : Industries manufacturières » dans Statistique Canada, Ottawa, 1983. *Statistiques historiques du Canada*, [En ligne]. <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-516-x/sectionr/4147443-fra.htm> (Page consultée le 4 octobre 2011)

²¹ Yvan Lamonde et Claude Beauchamp, *Données statistiques sur l'histoire culturelle du Québec (1760-1900)*, Chicoutimi, Institut interuniversitaire de recherche sur les populations, 1996, 146 p.

Tableau 1. Liste des enquêtes statistiques dans les domaines de la culture et des communications selon le SCACCQ, 1914 à 1982.

Classification SCACCQ	Année	Enquête	Organisme
11 Arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques	1970-1978?	Enquêtes sur les musées, les galeries d'art, etc.	SC
	1979	Enquête auprès des créateurs	SC
12 Arts de la scène	1967	Relevés statistiques des représentations de théâtre professionnel au Québec	MAC
	1967	Enquête sur les arts d'interprétation	BFS
	1982	Enquête annuelle sur le secteur des arts, spectacles et loisirs	SC
13 Patrimoine, institutions muséales et archives	1979-?	Enquête sur les musées, les galeries d'art, les archives, les jardins zoologiques, les planétariums, les restaurants historiques, les parcs et les établissements analogues	SC
	1970-1978?	Enquêtes sur les musées, les galeries d'art, etc.	SC
14 Bibliothèques	1958-1973	Relevé des bibliothèques. Partie 1, bibliothèques publiques	
	1921-1946	Bibliothèques du Canada	BFS
	1938-?	Bibliothèques et musées	Bureau des statistiques, Ministère des affaires municipales, de l'industrie et du commerce-Québec
	1968-	Bibliothèques collégiales	Service des bibliothèques d'enseignement, Ministère de l'éducation-Québec
	1980-	Les Bibliothèques universitaires du Québec	CREPUQ
	1960-1975	Bibliothèques publiques du Québec; rapport statistique	MAC
	1972-?	Bibliothèques des universités et des collèges du Canada	SC
	1976-	Statistiques des bibliothèques publiques du Québec	MAC
	1979-?	Enquête sur les bibliothèques publiques	SC
	1976-1978	Les bibliothèques spécialisées au Canada, 1976-1978	BNC
	15 Livre	1920-	Imprimerie, édition et activités connexes
1968-1972-1975?		Statistiques de l'édition au Québec "Enquête auprès des éditeurs de livres"?	BNQ SC
1975-		Enquête auprès des éditeurs et des diffuseurs exclusifs de livres	SC
16 Périodique	1914	Données de tirages	ABC
	1918	Données de tirages et tarifs publicitaires	CARD

	1975-?	Journaux	SC
	1975-	Enquête auprès des éditeurs de périodiques	SC
17	Enregistrement sonore		
	1961-1969	Industries de l'enregistrement du son et des instruments de musique	BSQ
	1977-	Enquête sur l'enregistrement sonore	SC
	1955-1977	Les tendances musicales. Caractéristiques des palmarès de Billboard de 1955 à 1977.	CRTC
18	Cinéma et audiovisuel		
	1930-	Enquête sur les cinémas	BFS
	1930-	Enquête sur la distribution de productions cinématographiques, vidéos et audiovisuelles	BFS
	1952-	Production cinématographique	BFS
	1975-1981	Projections cinématographiques	BSQ
	1982-	Statistiques sur l'industrie du film	BSQ
19	Radio et télévision		
	1956-	Enquête sur la radiodiffusion et la télédiffusion	SC
	1967-	Enquête annuelle sur la télédistribution	SC
	1983-	Banque de données sur l'écoute de la radio	SC
	1944-	Écoute de la radio	BBM
	1952-	Écoute de la télévision	BBM
20	Multimédia		
21	Architecture et design		
22	Publicité et relations publiques		
	1941-1974?	Agences de publicité	BFS
23	Organismes de représentation et de promotion		
24	Administrations publiques		
XX	Participation culturelle		
	1972-1978	Enquête sur les activités de loisirs	SC
	1979-	Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois	MAC

La lecture du tableau permet de constater que l'émergence des données statistiques sur la culture et les communications se fait de façon progressive jusqu'au début des années 1970. C'est à cette époque qu'est créé le Programme de la statistique culturelle de Statistique Canada.

Le Programme de la statistique culturelle date du début des années 1970. À ce moment, la culture devenait un domaine politique important et les trois paliers gouvernementaux reconnaissent la nécessité

d'obtenir des données pertinentes afin d'évaluer les politiques et les programmes éventuels²².

Notons au passage le justificatif à la mise sur pied de ce programme, à savoir l'évaluation des politiques et des programmes. Toutefois, le Programme de la statistique culturelle constitue une réponse aux doléances maintes fois exprimées quant à la pauvreté des statistiques culturelles canadiennes. Dans une allocution à la « Canadian Conference on Social Research and Cultural Policy » à l'Université de Waterloo en 1977, Yvon Ferland, alors directeur de la Division de l'Éducation, des Sciences et de la Culture à Statistique Canada, souligne ce problème en citant le rapport Massey :

Dans cette activité nationale importante qu'est l'information culturelle le Canada est dépassé par d'autres pays démocratiques, y compris les états de population numériquement inférieure et de ressources plus limitées²³.

Ceci n'est pas sans rappeler l'intervention de Joseph-Charles Taché en 1865 lorsqu'il qualifiait les statistiques canadiennes des « pires statistique au monde »²⁴.

Mais la compétition internationale quant à la qualité de l'information culturelle n'est pas le seul argument sur lequel s'appuie Ferland pour justifier le Programme de la statistique culturelle. Il s'agirait surtout d'un problème de gouvernance, comme

²² Statistique Canada, Voici... Le programme de la statistique culturelle, p. 2.

²³ Yvon Ferland, « Un système compréhensif et intégré de statistiques et d'indicateurs culturels au Canada », dans *Loisir et Société / Society and Leisure*, vol. 1, no 1, Trois-Rivières, Presses de l'Université du Québec, 1978, p. 77.

²⁴ Joseph-Charles Taché, « Mémoire adressé au Bureau d'Enregistrement et des Statistiques », *Documents de la Session* (no 5), 1865, p. 24-30. Cité dans Jean-Pierre Beaud, et Jean-Guy Prévost (dirs.) *L'ère du chiffre. Systèmes statistiques et traditions nationales*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2000, p. 9.

l'illustre cette citation que Ferland tire du rapport du Groupe de travail sur l'information gouvernementale (1969) :

Au cours de la dernière décennie, le gouvernement fédéral a dépensé des centaines et des centaines de millions de dollars pour favoriser la vie culturelle du pays en aidant ceux qui y contribuent par leurs œuvres ou leur talent et en créant les institutions nécessaires à cette fin, mais il n'a encore rien fait pour créer une sorte de bureau central d'information culturelle²⁵.

Le même groupe de travail propose donc que soit « mis au point un mécanisme permanent d'assemblage systématique, de stockage, de récupération et de diffusion de l'information culturelle »²⁶. Cet appel a été compris et le gouvernement fédéral a confié cette tâche à Statistique Canada et à la division des Arts et de la Culture du Secrétariat d'État, division qui sera intégrée au ministère du Patrimoine un peu plus tard.

La création du Programme de la statistique culturelle représente un jalon important dans l'histoire de la production de statistiques culturelles au Canada. Il s'agit du premier effort visant la création d'un système intégré de statistiques dont l'objectif est de décrire la culture au Canada, tout en étant fondé sur un modèle structuré de la culture. Auparavant, les statistiques existantes sur les bibliothèques, les cinémas ou les musées étaient strictement économiques et ne permettaient pas de répondre aux besoins d'information des milieux culturels et des besoins politiques des gouvernements²⁷.

²⁵ Ferland, p.77.

²⁶ *Ibid*, p. 77.

²⁷ Paul M^cPhie *et al.*, « Le Programme national canadien de statistiques de la culture : un quart de siècle d'existence » dans *Rapport mondial sur la culture 2000*, Paris, UNESCO, 2000, p. 270.

De plus, le programme imaginé par Ferland repose sur une vision assez nette des rapports entre la production des connaissances relatives à la vie culturelle et la formulation des politiques culturelles, pour lesquelles la statistique culturelle devient indispensable. Et, pour convaincre davantage, Ferland réunit les deux arguments, compétition internationale et besoins politiques, avec ceci :

Comme le dit le rapport final de la Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles en Europe : « Il n'appartient pas aux chercheurs de définir la politique culturelle, ce qui est affaire de gouvernement, mais il est désormais clair que les responsables politiques doivent faire appel aux chercheurs tant pour l'élaboration des politiques que pour l'évaluation de leurs résultats »²⁸.

La mission du programme comporte donc un certain nombre d'impératifs à respecter, à savoir l'orientation selon les besoins des utilisateurs (responsables politiques, administrateurs, chercheurs, grand public), permettre une meilleure compréhension des problèmes de la vie culturelle canadienne, tenir compte de tous les aspects quantifiables de la vie culturelle et, finalement, assurer l'intégration de l'information statistique au sein des même secteurs culturels.

Bien que l'allocution de Ferland ne semble reposer sur aucun cadre conceptuel explicite, le choix des mots et des expressions reflète une perspective intéressante. Ainsi, le terme « culture » est remplacé par celui de « vie culturelle ». Cette manœuvre permet à Ferland d'éviter le pensum que constitue toute tentative de définition intrinsèque de la culture pour orienter son action vers ce qu'il y a de manifeste dans la culture, vers la culture dans ses multiples expressions.

²⁸ Ferland, p. 79.

D'autre part pour avoir un système intégré qui décrive l'ensemble de la vie culturelle il faut s'assurer que le programme embrasse toutes les différentes facettes de cette vie culturelle. Mais il y a plus : il faut que ce programme produise un ensemble intégré de statistiques. En d'autres mots, aucun aspect de la vie culturelle ne doit être laissé de côté, mais l'éclairage de chacun de ces aspects doit permettre une prise de conscience de ce qu'est cette vie culturelle dans son ensemble.²⁹

De cette conception découle une classification des activités culturelles qui, aujourd'hui, surprend. Les activités culturelles y sont classées tout d'abord selon trois modes d'expression culturelle : l'expression écrite, l'expression visuelle et l'expression sonore. Ensuite, ces types d'expressions culturelles sont déclinés en secteurs correspondant à des produits culturels tels les livres, les films ou les émissions de radio. Le découpage par mode d'expression a pour conséquence des regroupements parfois étranges : les arts plastiques, le film et la danse se retrouvent dans le même grand domaine, celui de l'expression visuelle. À l'inverse, la radio et la télévision se situent dans des grands domaines expressifs distincts. Dans une matrice, chaque secteur est ensuite divisé selon quatre fonctions : création et production, présentation et distribution, conservation, utilisation³⁰.

La démarche de Ferland est d'autant plus étonnante que si l'économie d'une définition de la culture s'explique aisément par la position de celui-ci au sein d'une agence statistique officielle, la mise au rancart de la classification des activités économiques, de celle des professions et de celle des produits existant alors est tout à fait inattendue. C'est pourquoi la description de la culture proposée par Ferland est traduite par

²⁹ *Ibid*, p. 79.

³⁰ *Ibid*, p. 83.

une liste de quatorze « projets » dont les objectifs sont de documenter les expressions culturelles, manifestations de la vie culturelle. Ces projets correspondent, dans beaucoup de cas, à des enquêtes déjà réalisées par Statistique Canada et organisées selon la Classification des activités économiques d'alors (1970). La radio et la télévision sont donc regroupées au sein du même projet, le théâtre, la danse et les activités musicales également, tandis que tous les créateurs devraient être enquêtés en vertu du même projet.

Bien sûr, il s'agissait d'un projet ambitieux qui, même s'il n'a été réalisé qu'en partie, a fondé, jusqu'à tout récemment, l'ensemble des activités de Statistique Canada relatives au domaine culturel. Mais le plus grand intérêt du programme de Ferland, de mon point de vue, reste sans doute la volonté clairement exprimée que les statistiques culturelles doivent déboucher sur l'élaboration d'indicateurs culturels. C'est en décrivant le processus de diffusion des données produites par les enquêtes culturelles, qu'il met de l'avant la question des indicateurs culturels, indicateurs de niveau comparable à ceux du produit national brut ou du taux de chômage.

Notre programme, encore une fois, prévoit-il de tels indicateurs ? Oui, sans aucun doute. Toutefois nous pensons que pour y parvenir il nous faudra procéder par étapes. Résumons très brièvement ces étapes. En premier lieu, il faut avoir établi la liste des domaines qui constituent la culture ainsi que des diverses activités importantes de chacun. Il faut ensuite préciser les données statistiques de base à recueillir en chaque domaine et les recueillir. On devra en troisième lieu avoir analysé ces données et avoir obtenu un ensemble de variables récapitulatives susceptibles de bien décrire chaque domaine sous tous ses angles. Après cela seulement, pourrons-nous en utilisant les techniques d'analyse mathématiques appropriées, dégager des indi-

*cateurs portant sur toute la vie culturelle*³¹.

Malgré le souhait de Ferland, les indicateurs culturels ne seront pas réalisés. Cette tâche est donc toujours à l'ordre du jour puisque, près de trente ans plus tard, le Programme des statistiques de la culture de Statistique Canada en fait un justificatif de son Cadre canadien pour les statistiques culturelles.

*Le présent cadre pour les statistiques culturelles documente les concepts et les définitions sur lesquels repose la mesure des industries culturelles. L'adoption d'une définition normalisée de la culture et d'un cadre conceptuel permettra l'élaboration d'indicateurs culturels fondés sur des conventions approuvées qui déboucheront sur des conclusions analytiques cohérentes et exactes*³².

Je reviendrai plus longuement sur le Cadre canadien pour les statistiques culturelles dans la prochaine section. Pour le moment, retenons que l'idée de l'élaboration d'indicateurs culturels au Canada existe au moins depuis les premières tentatives de formalisation du secteur culturel comme ensemble d'activités spécifiques.

Du côté de l'État québécois, c'est en 1938 qu'apparaissent les premières véritables statistiques culturelles avec la publication des données sur les bibliothèques et les musées par le Bureau des statistiques du ministère des Affaires municipales, de l'Industrie et du Commerce d'alors. Il faudra ensuite attendre à 1962 pour voir reprendre la publication de statistiques sur les bibliothèques publiques, cette fois par le ministère des Affaires culturelles créé en 1961. En 1968, le ministère de l'Éducation du Québec publie les premières statistiques sur les bibliothèques collégiales. Suivra

³¹ *Ibid*, p. 89.

³² Programme des statistiques de la culture, *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*, Ottawa, Statistique Canada, 2004, p. 6.

en 1969 la publication des statistiques de l'édition au Québec par la Bibliothèque nationale du Québec ainsi que la diffusion de *Projections cinématographiques* par le Bureau de la statistique du Québec (BSQ) en 1975 à propos des résultats d'exploitation des cinémas au Québec. Ces publications régulières seront parfois complétées par des publications ponctuelles telles *Relevés statistiques des représentations de théâtre professionnel au Québec*, publié par le MAC en 1967 ou *Industries de l'enregistrement du son et des instruments de musique* par le BSQ de 1961 à 1969. En 1979, le MAC réalise la première mouture d'une enquête quinquennale d'envergure : *l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois*.

La mise en place progressive de la politique culturelle québécoise et des organismes administratifs qui en découlent entraîne une production de plus en plus importante de diverses statistiques culturelles, de type administratif, au cours des années 1980. Par exemple, le règlement sur l'agrément prévu par la *Loi sur le développement des entreprises dans le domaine du livre* exige des éditeurs, distributeurs et libraires agréés un certain nombre d'informations à propos de leur situation financière et leur production. Ces informations ont été exploitées de façon plus ou moins systématique par le MAC — qui deviendra le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) en 1993 et le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) en 2005 — au cours des années 1980 et 1990 de manière à produire des données statistiques de base à propos de ces établissements culturels.

Si la production des statistiques culturelles canadiennes est motivée par la saine gestion des ressources publiques et mise en forme par un cadre essentiellement statistique, la production des statistiques culturelles québécoises est tributaire du développement accéléré de la politique culturelle québécoise. Tandis qu'au Québec

l'existence de la culture québécoise constitue un *a priori*, une évidence mesurable, au Canada l'existence d'une chose telle qu'une culture canadienne est encore un objet de débat, comme le remarque Yvon Ferland.

*Par contre, certains aspects de notre vie culturelle nous sont propres. Je n'en veux donner comme exemple que notre biculturalisme. Une foule de questions d'ordre culturel s'y attachent, y inclus celle, extrêmement fondamentale, de savoir si vraiment il existe une culture canadienne*³³.

Comme le souligne Jean-Paul Baillargeon³⁴, dès 1978 la Politique québécoise du développement culturel constatait le manque de statistiques culturelles et l'absence de systématisation de celles-ci. La publication de *Statistiques culturelles du Québec 1971-1982* constitue probablement le premier effort de rassemblement et d'organisation systématique des statistiques relatives à la culture québécoise. Inspiré des cadres conceptuels de la culture utilisés par l'UNESCO, Statistique Canada, le Conseil de l'Europe et la France, l'ouvrage de Baillargeon reflète parfaitement le passage d'une conception élitiste à une conception anthropologique de la culture et va dans le sens de la nouvelle politique québécoise de la culture³⁵. Cette somme imposante de données statistiques embrasse non seulement ce qu'il est souvent convenu d'appeler le domaine de la culture savante, mais aussi les domaines de l'éducation, des loisirs et des sports.

³³ Ferland, p. 80.

³⁴ Jean-Paul Baillargeon, *Statistiques culturelles du Québec 1971-1982*, Québec, IQRC, 1985, p. XX.

³⁵ Ministre d'État au Développement culturel, *La politique québécoise du développement culturel. Volume 1. Perspectives d'ensemble : de quelle culture s'agit-il ?*, Québec, Éditeur officiel du Québec, 1978. Voir à ce sujet Christian Poirier, *Vers des indicateurs culturels élargis ? Indicateurs de performance et justificatifs des politiques culturelles au Québec et en Europe*, Communication présentée au Colloque « Faire compter la culture : Examiner les éléments constitutifs de la citoyenneté culturelle », Réseau canadien de la recherche culturelle/Patrimoine Canada, Gatineau, 13-15 novembre 2003.

D'un autre point de vue, comme le remarque Gilles Pronovost³⁶, l'évolution du champ d'investigation de l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises manifeste également ce passage de la culture savante à une conception plus holiste de la culture où en viennent à être prises en compte non seulement les manifestations de la culture dite populaire, mais également les pratiques dites en « amateur ».

À la fin des années 1980, il devient évident que le programme de la statistique culturelle de Statistique Canada ne sera pas en mesure de produire les indicateurs comme le souhaitait Yvon Ferland. Pourtant la mise en œuvre de la politique culturelle québécoise exige de plus en plus une certaine mesure des progrès accomplis. Dès 1988, le BSQ demande à Jean-Paul Baillargeon de produire un système d'indicateurs culturels pour le Québec³⁷.

En pratique, ce système demeure néanmoins dépendant de nombreuses statistiques de base produites par Statistique Canada, statistiques qui ne répondent pas vraiment aux besoins de la statistique culturelle québécoise dans plusieurs domaines. En 1989 et en 1991, en collaboration avec le MCCQ, le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), le BSQ entreprend des discussions avec Statistique Canada dans le but de remédier à certaines faiblesses de ses enquêtes culturelles³⁸.

³⁶ Gilles Pronovost, « Un bilan des enquêtes de participation culturelle », dans *Actes du colloque international sur les statistiques culturelles, Montréal, du 21 au 23 octobre 2002*, p. 329-346.

³⁷ Jean-Paul Baillargeon, *Vers un système d'indicateurs culturels pour le Québec*, Québec, BSQ, 1988. Jean-Paul Baillargeon, récemment décédé, a été un des pionniers de la statistique culturelle au Québec. On trouvera plusieurs de ces écrits dans la bibliographie.

³⁸ Bureau de la statistique du Québec, *Commentaires relatifs aux normes et définitions utilisées par Statistique Canada lors de ses enquêtes dans le domaine culturel*, non publié, 1991, 31 p.

Les critiques formulées par les partenaires québécois touchent l'ensemble de l'activité de Statistique Canada dans le domaine culturel, passant de points de détail sur des questions précises de certaines enquêtes, telle la ventilation des prêts directs par les bibliothèques, à des aspects fondamentaux comme la classification type des biens et la classification type des professions. Les suites données à ces propositions par Statistique Canada ont été minimales et plusieurs problèmes demeurent non résolus encore aujourd'hui.

Malgré ces difficultés, le BSQ publie en 1989 la première édition de *Indicateurs d'activités culturelles au Québec*, sous la responsabilité de Serge Bernier³⁹. Mise à jour annuellement jusqu'en 1997, sauf de 1994 à 1996, cette publication représente l'effort de synthèse le plus abouti des multiples données statistiques disponibles alors.

L'évolution des statistiques culturelles canadiennes et québécoises se découpe en trois périodes. Une première période, débutant vers la fin du XIX^e siècle et qui s'achève à la fin des années 1910, caractérisée par l'émergence de données sectorielles, de type administratif, produites par les entreprises ou les organismes directement concernés. La seconde période, qui se termine au milieu des années 1960, correspond à la naissance du Bureau de la statistique du Québec (1912-1913) et du Bureau fédéral de la statistique (1918). Au cours de cette période, les statistiques économiques à propos de certains secteurs de la culture vont apparaître tout en faisant partie intégrante du développement de l'ensemble de la statistique économique au Canada. Enfin, on peut situer le début de la troisième période à la fin des années 1960 et au début des années 1970 où on assiste à une certaine autonomisa-

³⁹ Bureau de la statistique du Québec, *Indicateurs d'activités culturelles au Québec*, 1989, 78 p.

tion de la statistique culturelle, conséquence de l'émergence des politiques culturelles.

1.2.2. État des statistiques et des indicateurs culturels québécois et canadiens

En 2011, les statistiques sur la culture et les communications au Québec et au Canada sont nombreuses et couvrent l'ensemble de ces secteurs. Cette couverture est cependant loin d'être uniforme et il est remarquable que le développement des statistiques culturelles semble corrélérer celui de l'industrialisation d'un domaine en particulier. Ainsi, les statistiques relatives au domaine des arts visuels se résument à quelques études ponctuelles sur les artistes et une enquête sur les transactions d'œuvres d'art, tandis que celles décrivant le domaine des médias documentent un très grand nombre des différents aspects de leurs activités. Malgré la mise en place du Programme de la statistique culturelle par le gouvernement fédéral et le développement important de la politique culturelle québécoise, la production des statistiques culturelles reste fortement tributaire de la possibilité pour les organisations de chaque domaine culturel de consacrer certaines ressources à celles-ci.

La multiplicité des acteurs dans le champ des statistiques culturelles, tant gouvernementaux que privés, a entraîné un éparpillement des sources de données statistiques contribuant à une impression de fouillis où il est difficile de s'y retrouver parmi des données souvent incompatibles et parfois contradictoires à propos des mêmes phénomènes. De telle sorte, qu'il n'est pas plus aisé qu'auparavant, malgré une quantité importante de statistiques administratives, de tenter d'évaluer un tant soit peu l'impact des décisions politiques en matière de culture et des communications.

1.2.2.1. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec

La création de l'OCCQ en juin 2000 s'insère dans le droit fil de la volonté des divers acteurs du milieu culturel, issus des associations professionnelles des différents domaines culturels et des organismes gouvernementaux québécois, de se doter d'un lieu de coordination et de production de statistiques culturelles.

Depuis plus de 10 ans, les milieux culturels et de communication réclamaient la création d'une instance vouée à la production de données statistiques pour mieux comprendre et interpréter leur environnement. [...] L'Observatoire est aussi un outil fondamental pour les divers ordres de gouvernement. Il permettra d'évaluer de manière fiable et objective l'impact réel des décisions politiques en matière de culture et de communications⁴⁰.

C'est un virage important qui s'opère dans le domaine de la culture et des communications. En dépit des travaux de recherche qui sont conduits dans les universités ou des travaux ad hoc menés par le ministère et ses mandataires, c'est la première fois que le Québec installe sur des bases solides un dispositif permanent de statistiques de recherche et de veille. Et il le fait à la fois par la concertation avec les bailleurs de fonds, soit l'Institut de la statistique du Québec, le Conseil des arts et des lettres du Québec et la Société de développement des entreprises culturelles, et en interaction avec tous les milieux de la culture et des communications réunis en huit comités consultatifs⁴¹.

⁴⁰ Agnès Maltais, « Mot de la ministre » dans *Observatoire.com*, vol. 1, no 1, 2000, p.1.

⁴¹ Gérald Grandmont, « Mot du président » dans *Observatoire.com*, vol. 1, no 1, 2000, p.1.

Depuis sa création, l'OCCQ a augmenté de manière considérable la quantité d'information statistique à propos des secteurs de la culture et des communications, information diffusée au grand public et utilisée régulièrement tant par les agents des milieux culturels que par les décideurs gouvernementaux. Ces statistiques proviennent le plus souvent de nouvelles enquêtes récurrentes, mais aussi d'enquêtes ponctuelles, de données administratives d'organismes public du Québec, de données de Statistique Canada ou encore d'organismes privés tels Nielsen. Le tableau ci-dessous résume l'ensemble des données diffusées par de l'OCCQ depuis sa création.

Tableau 2. Statistiques diffusées par l'OCCQ selon la source des données et la périodicité

Statistiques	Périodicité	Année
Données provenant d'enquêtes de l'OCCQ		
Vente de livres neufs	Mensuel	2001 -
Projections cinématographiques	Mensuel	1975 -
Fréquentation des spectacles	Bimestriel	2004 -
Fréquentation des institutions muséales	Trimestriel	2003 -
Bibliothèques publiques (avec le MCCCQ et BAnQ)	Annuel	2007-
Professions artistiques	Ponctuel	-
Distributeurs de livres	Annuel	2004 -
Dépenses des municipalités en culture	Annuel	2007 -
Dépenses des administrations publiques en culture	Annuel	1985 -
Acquisitions d'œuvres d'art	Annuel	2001 -
Établissements spécialisés en production multimédia	Ponctuel	2004, 2008
Postproduction cinématographique	Ponctuel	2008
Données provenant de Statistique Canada		
Professions de la culture et des communications	Quinquennal	1995 - 2006
Emplois salariés dans certaines industries de la culture et des communications	Annuel	1991 -
Services d'architecture	Annuel	2001 -
Services spécialisés de design	Annuel	2002 -
Dépenses culturelles des ménages	Annuel	1997 -
Industrie de l'enregistrement sonore	Annuel	2007 -
Établissements du patrimoine	Annuel	2004 -
Services de publicité	Annuel	2002 -
Radio et télévision privée	Annuel	1996 -
Câblodistribution	Annuel	1996 -
Radio communautaire	Annuel	2001 -
Emploi du temps	Irrégulier	1986, 1992, 1998

Données provenant de ministères et organismes publics du Québec

Centres d'artistes en arts visuels et en arts médiatiques (CALQ)	Annuel	2001 -
Classement et distribution des films (Régie du cinéma)	Annuel	1985 -
Infrastructure cinématographique (Régie du cinéma)	Annuel	1975 -
Financement et crédits d'impôt de l'industrie cinématographique (SODEC)	Annuel	1992 -
Production cinématographique (Cinémathèque québécoise)	Annuel	1992 -
Patrimoine cinématographique (Cinémathèque québécoise et BAnQ)	Annuel	1993 -
Édition de livres (BAnQ)	Annuel	2004 -
Éditeurs de périodiques culturels (CALQ)	Annuel	1994 -
Journaux communautaires (MCCCF)	Annuel	2002 - 2003
Télévision communautaire (MCCCF)	Annuel	2002 - 2003
Pratiques culturelles (MCCCF)	Quinquennal	1994 -
Diffuseurs en arts de la scène (MCCCF)	Annuel	2000 - 2006
Producteurs en danse, musique et théâtre (MCCCF)	Annuel	1995 -
Données provenant d'organismes privés		
Ventes d'enregistrements sonores (Nielsen SoundScan)	Hebdomadaire	2004 -
Ventes de vidéogrammes (Nielsen VideoScan)	Hebdomadaire	2004 -
Bibliothèques universitaires (CREPUQ)	Annuel	1996 -

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec [<http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/default.htm>]. Page consultée le 28 mars 2011.

Ces données statistiques sont diffusées principalement sur le site web de l'OCCQ, mais aussi par le biais de publications comportant des analyses statistiques sur divers aspects de la culture et des communications au Québec. Ces analyses sont diffusées généralement dans le bulletin *Statistiques en bref*, maintenant appelé *Optique Culture*, publié irrégulièrement avec, en moyenne, dix numéros par année. De plus, l'OCCQ publie des portraits sectoriels qui couvrent la plupart des aspects d'un domaine culturel en particulier ou d'un phénomène qui touche plusieurs domaines. Mentionnons les publications *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante*, *l'État des lieux du livre et des bibliothèques*, *l'État des lieux du patrimoine, des institutions muséales et des archives* et *La balance commerciale québécoise de produits culturels*.

Enfin, l'OCCQ a publié trois ouvrages importants dont la portée atteint tous les domaines de la culture et des communications. Il s'agit du *Système d'indicateurs de la culture et des communications au Québec*, dont il sera question au chapitre 4, du

culture et des communications au Québec, dont il sera question au chapitre 4, du *Système de classification de la culture et des communications du Québec* et *Éléments d'un cadre conceptuel des statistiques de la culture et des communications*.

Ce dernier document, diffusé uniquement en ligne, constitue la base sur laquelle sont fondés tant le système de classification que les système d'indicateurs. Le système de classification se situe en amont des travaux d'enquêtes de l'OCCQ en déterminant dans quel domaine culturel un établissement doit être rangé, tandis que le système d'indicateurs se situe en aval de la production des données en organisant et en condensant l'information statistique selon un ensemble de priorités.

Le cadre conceptuel de l'OCCQ

Même si le document de recherche *Éléments d'un cadre conceptuel des statistiques de la culture et des communications*, rédigé en 2002 par Claude Martin, n'est pas un cadre conceptuel proprement dit, il en a joué le rôle dans les orientations fondamentales de l'OCCQ. À ce titre, il est important d'en souligner les idées essentielles et de critiquer ce qui a lieu de l'être, comme ce qui aurait lieu d'y être et qui n'y est pas.

L'esquisse de cadre conceptuel repose sur une idée maîtresse autour de laquelle s'organise toute la structure du secteur de la culture et des communications. Cette idée maîtresse définit les produits culturels comme des messages, des objets symboliques qui, à ce titre, sont au cœur d'une communication.

Nous proposerons ensuite un modèle général de la statistique de la culture et de la communication en partant d'un postulat qui affirme que ces domaines se définissent d'abord par le fait de réaliser une

*forme de communication ou, en d'autres termes, de produire des biens symboliques*⁴².

Il s'agit d'un postulat, bien sûr, d'un *a priori* qui ne résulte pas d'une démonstration quelconque mais sur l'idée générale qu'il ne peut exister de culture qui ne soit partagée par plusieurs individus, ce qui implique une forme de communications entre ceux-ci. Toutefois la relation entre culture et communication n'est pas réciproque, une communication pouvant s'établir sans qu'il y ait une culture qui la supporte.

À partir de ce postulat, Martin applique le triptyque communicationnel classique – émetteur/message/récepteur – aux domaines de la culture et des communications, qui devient système d'émission/produits/publics⁴³. Cette formalisation demeure adéquate pour les domaines culturels « traditionnels » tels celui du livre, des arts visuels, du cinéma ou de la télévision, mais nécessite un ajout de complexité si on veut l'appliquer à certains domaines dont le caractère symbolique de la production est indéniable, tels l'architecture et le design ou la publicité et les relations publiques.

Martin est bien conscient des résistances posées par ces domaines au modèle général. Dans le cas de l'architecture et du design, le travail symbolique n'est pas intégré comme tel dans une communication, mais plutôt dans un produit dont la vocation première n'est pas communicationnelle, mais fonctionnelle. Martin exprime ainsi cette différence fondamentale :

Un poème transporte l'esprit. Une auto transporte les personnes et les biens et ne fait pas partie du domaine culturel, bien que la culture,

⁴² Claude Martin, *Éléments d'un cadre conceptuel des statistiques de la culture et des communications*, Document de recherche soumis à l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec, 2002, 18 p. [En ligne]

http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/classif_obs/cadre_concept_CM2002-02.pdf

⁴³ Martin, p. 9.

*au sens anthropologique, et le travail culturel, le design, aient contribué à sa conception*⁴⁴.

Dans le schéma système d'émission/produits/publics, le produit d'architecture ou de design est ainsi dirigé vers un système de production non culturel qui le transforme en produit non culturel consommé par un public « non culturel ». Il faut prendre cette dernière expression dans son sens abstrait. Il n'existe pas en soi de publics culturels ou non culturels, c'est la relation de ces publics avec un produit culturel ou non culturel qui permet de le qualifier.

Malgré tout, il y a des cas limites où le caractère symbolique des produits d'architecture ou de design surpasse leur fonctionnalité. Par exemple, dans le domaine de l'architecture, on ne peut nier la force symbolique des cathédrales, même si leur « message » demeure dans le registre connotatif. Dans le domaine du design, la conception de la grille graphique et la mise en page des quotidiens et des périodiques jouent un rôle essentiel dans la transmission symbolique des idées véhiculées par ces médias. Dans notre contexte, ces activités étant généralement intégrées aux établissements du domaine de l'édition de journaux ou de périodiques, le problème se dissout de lui-même. Toutefois, les établissements de certains domaines culturels font appel à des établissements spécialisés en design, que ce soit pour contribuer à la forme finale du produit, tels les éditeurs de livres, ou pour développer des produits auxiliaires, comme les distributeurs de films qui produisent des affiches.

Ce dernier cas est toutefois fort différent de celui des cathédrales ou du design automobile. Dans le cas des services d'architecture, on peut délimiter le caractère symbolique de l'activité à leur conception, c'est-à-dire sans inclure la réalisation du

⁴⁴ *Ibid*, p. 5.

produit suggéré par sa conception; autrement dit, sa construction. Cette facilité vient du fait que la finalité du produit n'est pas communicationnelle. Au contraire, l'affiche, qui peut-être tout autant un produit de design qu'un produit artistique, a une finalité communicationnelle incontestable : c'est de la publicité.

La place du domaine de la publicité dans le périmètre de la culture et des communications ne peut donc se résoudre de la même façon que celle des services d'architecture ou du design. Martin distingue le domaine de la publicité des autres domaines culturels en soulignant deux caractéristiques des produits publicitaires. Premièrement, il s'agit d'une communication instrumentalisée, dont le but est d'induire un certain comportement de la part du public. Deuxièmement, les produits publicitaires ne sont pas vendus aux publics mais plutôt aux annonceurs.

Mais il s'agit d'une communication fort particulière. Ici la rédaction et la création artistique sont au service d'un annonceur. Elles deviennent un instrument. De plus les produits de la publicité ne sont pas mis en marché pour réception par le public. Le public ne les achète pas, ne se les procure pas explicitement, mais les reçoit à l'occasion de la réception d'un média⁴⁵.

Au contraire des produits d'architecture ou de design, qui sortent du schéma émission/produits/publics lorsqu'ils deviennent des intrants pour une industrie non culturelle, les produits publicitaires sont plutôt réintroduits dans le cycle culturel par le biais d'un autre domaine de la culture et des communications, par une industrie culturelle. Par exemple, les produits développés par les agences de publicités (messages télévisuels, affiches, pages publicitaires, etc.), à l'exception des objets publici-

⁴⁵ *Ibid*, p. 8.

taires, sont des intrants pour les médias et reprennent ainsi le cycle émission/produits/publics.

Évidemment, les services de publicité et de relations publiques comprennent certaines activités qui ne visent pas la production de messages publicitaires destinés aux publics. Au même titre que les librairies qui ne vendent pas seulement des produits culturels, mais dont nul ne contesterait le caractère culturel. Le seul fait que les produits publicitaires soient réalisés pour le compte d'annonceurs ne les disqualifie donc pas comme étant des produits culturels. On peut cependant comprendre qu'il s'agit de produits pour lesquels l'approche statistique sera différente, puisque les messages ne sont pas achetés par les publics. Toutefois, plusieurs activités statistiques sont souhaitables à propos de l'industrie publicitaire. Si on veut mesurer la part des industries de la culture et des communications dans l'économie, on voit mal comment on pourrait exclure cette industrie. Il existe un marché publicitaire, des producteurs qui vendent des messages publicitaires et des annonceurs qui les achètent, qui peut être abordé par la statistique et fournir des informations capitales sur des sujets sensibles, comme la part de marché des agences québécoises sur le marché publicitaire du Québec.

Martin souligne, avec raison, que les produits publicitaires sont les produits d'une communication instrumentalisée. Quelles sont les conséquences de cet attribut des messages publicitaires sur leur inclusion ou non parmi les biens symboliques? Du point de vue du cycle émission/produits/publics le caractère instrumental des messages ne change rien à leur circulation ni au fait qu'il s'agit de biens symboliques. C'est du point de vue de leur intérêt ou non pour la production de statistiques culturelles, ou encore pour la politique culturelle, que l'on peut écarter les messages publicitaires et non à cause de leurs qualités intrinsèques. Effectivement, la communi-

cation instrumentalisée de la publicité et des relations publiques ne correspond pas à l'idéal de la communication authentique que l'on attribue aux œuvres d'art ou aux œuvres littéraires. Toutefois, elle se présente la plupart du temps comme authentiquement déformée. Les destinataires *savent* que cette communication vise à les séduire dans un autre but que celui de les informer ou les divertir. Ce qui n'est pas toujours le cas de biens des médias dont les contenus ont toutes les apparences de la communication authentique, mais seulement les apparences.

Je me suis longuement attardé sur ce volet de l'esquisse de Martin, à savoir le traitement particulier réservé aux industries du design, de l'architecture, de la publicité et des relations publiques. Ce traitement spécial est nécessaire à cause de la résistance de ces industries au modèle général de la circulation des biens symboliques dans le cycle émission/produits/publics. Les solutions proposées par Martin sont toutefois moins liées à la cohérence interne du modèle qu'à des considérations externes, dépendantes du rôle dévolu à l'OCCQ. Par exemple, Martin affirme qu'il n'y aura pas de statistiques sur la distribution des produits publicitaires.

Concrètement, il n'y aura pas de statistiques sur la distribution des publicités et des produits des relations publiques, non plus que sur leurs produits et leurs publics. Ceci n'exclut pas cependant d'analyser les publics des médias avec les concepts de « placement média » utilisés par les publicitaires (portée, démographie, etc.)⁴⁶.

Ce qui devient une question de politique culturelle : quel est l'intérêt de savoir quelque chose à propos de la distribution des produits publicitaires? Cela dépend. Cela dépend de la volonté de ceux qui décident de ce qu'il y a à connaître à propos de

⁴⁶ *Ibid*, p. 8.

quoi et non de ceux qui produisent cette connaissance ou encore de leurs cadre conceptuels.

Le cycle émission/produits/publics constitue le premier champ du système proposé par Martin. Le deuxième champ est celui de la régulation du cycle émission/produits/publics. De façon générale, il s'agit du rôle dévolu aux administrations publiques, que ce soit par leur action législative, réglementaire ou de financement. Mais, peut-être encore plus important, la régulation du système comprend aussi les activités de formation.

Nous avons aussi suggéré de situer aussi les activités de formation à ce niveau, étant entendu qu'elles relèvent pour beaucoup des administrations publiques et qu'elles comportent une forte dose de « gouvernance », car elles concourent à l'établissement de normes et de valeurs qui se répercutent dans tout le système⁴⁷.

La reproduction culturelle n'est pas ici quelque notion sans substance; elle est ancrée concrètement dans les activités normales de l'ensemble des acteurs du système et on peut même si on veut y associer des activités spécifiques. Dans ce même deuxième champ, Martin accueille d'autres activités de « gouvernance » telles les sociétés de gestion de droits et les syndicats et associations professionnelles qui œuvrent dans les domaines de la culture et des communications.

Enfin, toutes ces activités se déroulent dans le temps et dans l'espace. Ceci peut sembler aller de soi, mais la prise en compte de ces dimensions indique qu'il est nécessaire de produire des statistiques qui permettent des comparaisons entre différents lieux géographiques et à travers de longues périodes. Le tableau suivant

⁴⁷ *Ibid*, p. 9.

schématise le modèle conceptuel de Martin à la suite des consultations auprès des comités consultatifs de l'OCCQ⁴⁸.

⁴⁸ *Ibid*, p. 11.

Tableau 3. Cadre conceptuel de la culture et des communications au Québec

Domaines de production des biens symboliques*	Système d'émission			Produits	Publics
	Unités déclarantes	Fonction			
		Création	Production	Diffusion/distribution	
Arts visuels, métiers d'art Arts de la scène Patrimoine, musées, archives Livre Périodique Bibliothèques	Travailleurs			Ventes Genres	Préférences Portées
Enregistrement sonore Cinéma et audiovisuel Radio et télévision Multimédias, nouveaux médias Activités multi-sectorielles	Établissements			Prix de vente Importations Exportations	Durée Dépenses Équipements Possessions
Architecture et design Publicité et relations publiques	Entreprises				
Domaines de la régulation		Activités			
Administration fédérale Administrations locales Écoles (cult. et communic.)** Gestion de droits Associations		Travailleurs Établissements Organisations		Emplois Flux financiers Indicateurs de performance	
Espace (régions, localités)					
Temps					
Pas de collecte de statistiques, sauf pour quelques organismes de diffusion.					
* Voir le <i>Système de classification des établissements de la culture et des communications</i> de l'Observatoire pour la liste des domaines, secteurs et sous-secteurs. ** Le <i>Système</i> de l'Observatoire fait de la formation une fonction associée au système d'émission de chaque domaine.					

Le système d'émission, qui est au cœur du cadre conceptuel, est composé de trois fonctions : création, production, diffusion. La fonction de création est inspirée de cel-

le d'Eurostat⁴⁹ et conçoit celle-ci comme la « conception d'œuvres originales ouvrant généralement à des droits d'auteur ». La définition de la production, inspirée du même ouvrage, conçoit celle-ci comme « la mise en œuvre du processus qui permet de passer de l'œuvre originale à l'œuvre disponible pour le public »⁵⁰.

Ces définitions sont toutefois adaptées et incluent des éléments qui ne correspondent pas littéralement à la définition d'Eurostat. Par exemple, le travail des comédiens est considéré comme un travail de création, tout comme la « gestion des services stratégiques des services offerts » par les musées et les bibliothèques. Les activités de production peuvent ou non donner lieu à des droits d'auteur, tandis que certaines activités de création sautent l'étape de production et passent directement de l'étape de la création à celle de la diffusion.

La diffusion ou la distribution, ou l'offre culturelle, consiste à acheminer les produits culturels aux consommateurs. Lorsqu'il s'agit de biens culturels, d'objets matériels tels les livres ou les disques, on utilisera le terme distribution, tandis qu'on utilisera le terme diffusion pour les services culturels, tels les émissions de télévision, les spectacles ou les projections cinématographiques. La distinction entre les activités de création, de production ou de diffusion n'est pas toujours chose aisée. Selon Martin, on peut les distinguer en utilisant le type de travail qui y est dominant.

Ces étapes se distinguent par le type de travail employé. La conception implique une présence de marques personnelles sur l'œuvre et un faible développement de la division du travail. [...] La production se caractérise par une mise en forme d'une diffusion. Au plus simple il s'agit d'une reproduction mécanique. Mais elle peut impliquer un in-

⁴⁹ Eurostat, *Les statistiques culturelles dans l'UE*, Luxembourg, Commission européenne : 2000, p. 25. Cité par Martin p.13.

⁵⁰ Martin, p. 13.

tense travail créatif, comme lors d'un tournage d'un film. [...] Finalement, l'étape de distribution et de commerce de détail évacue encore plus le travail culturel ou artistique⁵¹.

La matrice qui découle du croisement des domaines et des fonctions du système d'émission permet de catégoriser des entreprises, des établissements et des travailleurs et de recueillir les données statistiques spécifiques qui les concernent. Le choix de ces données ne résulte pourtant pas des caractéristiques intrinsèques ou de la logique interne du modèle conceptuel général, mais plutôt de la volonté de décrire l'évolution de la santé financière des filières; ce qui est un choix normatif qui n'est pas explicité.

Nous croyons utile de spécifier quatre types d'entrée prioritaires à ce niveau, en vue d'une analyse dans le temps. L'état sommaire de l'actif et du passif des entreprises des domaines constitue un indice de santé financière simple. Une mesure de la concentration économique [...] illustre un aspect central des structures des marchés. Une mesure de la production de valeur économique, [...], permet de mesurer l'apport ou le poids de chaque domaine. Enfin, un indice de rentabilité des entreprises résume plusieurs aspects des performances des entreprises, [...].⁵²

Bien sûr, il s'agit là du rôle doxique de la statistique culturelle et Martin le signale d'entrée de jeu. Ce n'est qu'en décrivant les statistiques relatives aux produits et aux publics que le cadre conceptuel s'écarte des exigences de la statistique économique.

⁵¹ *Ibid.* p. 15.

⁵² *Ibid.*

Bien que l'analyse des produits relève plutôt de l'analyse qualitative, le cadre conceptuel de l'OCCQ prévoit la production de statistiques sur les produits culturels sous l'angle des listes de succès, celui des « genres » de produits, des prix et des importations et des exportations.

Finalement, la production de statistiques sur les publics serait tributaire des enquêtes actuelles sur l'emploi du temps, les pratiques culturelles, les dépenses culturelles des ménages et leurs équipements. À propos de cette production, Martin introduit deux conceptions qui sortent de l'approche communicationnelle qui soutient le cadre conceptuel des statistiques culturelles : la première est celle du caractère abstrait des publics, la seconde est l'idée que les activités culturelles constituent une « masse temporelle ».

Finalement, il y a les destinataires, les publics, les auditoires, les consommateurs ou les usagers, selon qu'on les regarde sous diverses problématiques. [...] On peut, dans un premier temps, mesurer la « portée » des différents types d'œuvres, autrement dit la proportion de la population rejointe par des œuvres ou des genres ou des médias. Il s'agit d'une variable stratégique. En y ajoutant des données sur la durée (incluant la fréquence), on obtient une mesure de la masse temporelle accordée à certaines œuvres ou à certains genres⁵³.

Le fait que l'on doit utiliser des mots différents pour désigner les mêmes individus « selon qu'on les regarde sous diverses problématiques » illustre bien le caractère abstrait de ce qu'on appelle les « auditoires » ou les « publics ». Pour que ceci soit possible, il faut que le processus communicationnel lui-même ait un caractère abs-

⁵³ *Ibid.*, p. 16-17.

trait, au sens où il demeurerait soustrait à la compréhension immédiate des protagonistes de la communication.

Il en va de même de la « masse temporelle » constituée par l'accumulation du temps consacré aux diverses pratiques culturelles. De quelle sorte de temps est-il question ? Quelle serait la signification de cette mesure ? Est-il question d'une masse temporelle totale consacrée aux activités culturelles ou de quantités de temps particulières à chaque type d'activité, mesurés selon des unités temporelles particulières ? Le cadre ne répond évidemment pas à ces questions, qui le débordent du point de vue théorique et normatif. Du point de vue théorique parce qu'il faudrait accoler au cadre conceptuel une théorie du temps articulée au concept de pratique culturelle, et du point de vue normatif parce que les raisons pour lesquelles on devrait mesurer les quantités de temps consacrées aux activités culturelles restent à expliquer.

Néanmoins, il est déjà remarquable que le cadre conceptuel de l'OCCQ débouche sur une certaine intégration de la dimension temporelle, même si cette intégration du temps pourrait s'étendre à l'ensemble du triptyque émission/produits/publics.

1.2.2.2. Le programme de la statistique culturelle de Statistique Canada

Du côté de Statistique Canada, la production des données des neuf enquêtes culturelles s'est poursuivie régulièrement jusqu'au milieu des années 1990. Par la suite, certaines enquêtes annuelles sont devenues bisannuelles et, du début des années 2000 jusqu'en 2005, on constate un relâchement certain dans la récurrence des enquêtes. En 2005, Statistique Canada a transféré la production des enquêtes récur-

rentes du Programme de la statistique culturelle vers sa Division des services. Si la récurrence des enquêtes est assurée, leur portée en est toutefois amoindrie.

En effet, Statistique Canada a décidé de repenser complètement son programme de statistiques culturelles et a adopté un nouveau cadre conceptuel pour la production des statistiques des industries culturelles en 2004⁵⁴. De plus, la couverture des enquêtes a été repensée de façon à réduire le fardeau de réponse des enquêtes en diminuant le nombre de questions et d'établissements participant aux enquêtes. Si ces mesures auront peu d'effets négatifs au niveau canadien, il n'en va pas de même pour celui des provinces.

Déjà que les données de certaines enquêtes, en particulier celles de la production et de la distribution de produits cinématographiques, étaient en pratiques inutilisables à cause justement de leur mauvaise couverture, la relation de confiance qui doit exister entre les milieux de la culture et des communications et les agences statistiques risque de franchement disparaître. Un signe non équivoque de cette situation se trouve dans le recours de plus en plus fréquent par le ministère du Patrimoine canadien à des maisons de sondage privées pour réaliser des travaux qui devraient normalement relever de Statistique Canada.

Le Cadre canadien pour les statistiques culturelles

Le Cadre canadien pour les statistiques culturelles (CCSC) a été écrit en 2004 à la suite d'importants changements apportés par Statistique Canada au Programme de

⁵⁴ Statistique Canada, *Cadre canadien pour les statistiques culturelles*, produit no 81-595-MIF – n° 021 au catalogue de Statistique Canada. Ottawa. 2004.

la statistique culturelle, créé en 1972. La direction de la plupart des enquêtes culturelles a été transférée à la Division des industries de service, tandis que la portée des enquêtes elles-mêmes a été sensiblement modifiée. D'une part, les enquêtes par recensement sont devenues des enquêtes par échantillon et, d'autre part, plusieurs questions sur les sources de revenus et les genres de produits ont été délaissées tandis que les questions sur les dépenses sont beaucoup plus détaillées. Le résultat de ces modifications est qu'il devient difficile de dégager des données proprement culturelles de ces enquêtes, à cause de l'échantillonnage et de la suppression de plusieurs questions, mais plus aisé de calculer l'impact économique des industries de la culture et des communications.

Dans ce qui suit, je vais d'abord dégager les grandes lignes du CCSC pour ensuite en souligner les incohérences et critiquer certains aspects particulièrement contestables.

Dans l'ensemble, le but du CCSC est de fournir une base conceptuelle permettant la production de statistiques canadiennes comparables à propos d'objets culturels, que ce soit des produits, des industries ou des professions et, éventuellement, l'élaboration d'indicateurs culturels. Le cadre vise surtout à dépasser la simple juxtaposition de classifications statistiques afin d'articuler de manière cohérente une diversité d'objets dont la caractéristique commune est d'être reliés, de près ou de loin, à la culture. De plus, le cadre veut intégrer la culture dans l'ensemble social.

À cette fin, le cadre affiche certaines caractéristiques essentielles. Tout d'abord, il fournit une définition statistique de la culture. En second lieu, il ne doit pas empiéter sur les autres secteurs d'activités. En troisième lieu, il doit fournir une nomenclature des industries, des produits, et des professions, basée sur les classifications recon-

nues, tel le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Enfin, le cadre doit englober aussi la consommation et les répercussions sociales et économiques de la culture.

Vu dans sa globalité, le CCSC prend la consommation de produits culturels comme pivot autour duquel gravitent tant les diverses activités de la « chaîne de création » que les répercussions sociales et économiques de la culture. On verra plus loin que la gravité tire passablement plus fort sur certains objets que sur d'autres.

Le CCSC définit la culture à partir des biens et des services culturels, ou produits culturels, dont le caractère culturel provient du type d'activité à la base de leur production. Plus précisément :

Aux fins du présent cadre statistique, la culture se définit comme suit : activité artistique créatrice et les biens et services produits par cette activité, et conservation du patrimoine humain⁵⁵.

Autrement dit, il n'y a pas qu'un seul critère pour distinguer ce qui est culturel de ce qui ne l'est pas et, au bout du compte, c'est la liste des produits qu'on peut qualifier de « culturels » selon les normes de classification de Statistique Canada qui définit le périmètre de la culture. Néanmoins, le CSCC propose une liste de critères auxquels un produit doit correspondre pour être qualifié de « culturel ».

Pour être inclus, un bien ou un service doit satisfaire à au moins l'un des critères suivants :

- *être un bien créatif qui justifie le droit de propriété intellectuelle;*

⁵⁵ *Ibid.* p. 9.

- *être un service lié à la conservation ou à la présentation de biens créatifs;*
- *être un bien ou un service de soutien à la création, la production ou la transmission d'autres biens ou services créatifs, notamment un service qui ajoute au contenu ou modifie le contenu d'un produit culturel (p. ex. services de rédaction-révision, illustrations, objets d'art, conception et présentation, studios de musique);*
- *être un service lié à la conservation, à la présentation ou à l'interprétation du patrimoine humain;*
- *être un service éducatif qui vise les travailleurs qui produisent des biens ou des services créatifs⁵⁶.*

À partir de ces critères on obtient une liste de produits culturels qui peuvent être classés en tant que produits de demande finale ou d'intrant intermédiaire. Par exemple, selon le CCSC, une production cinématographique est un produit de demande finale, « consommé directement par le consommateur », tandis qu'un intrant intermédiaire n'est pas consommé tel quel par le consommateur, tel le mixage d'une bande sonore.

Les produits culturels peuvent aussi être classés en produits culturels primaires et secondaires. Les produits culturels primaires sont « ceux pour lesquels la chaîne de

⁵⁶ *Ibid.* p. 10.

création entre entièrement dans le champ de la culture⁵⁷ ». Les produits secondaires sont « ceux pour lesquels une partie seulement de la chaîne de création entre dans le champ de la culture⁵⁸ ». Mais ce qui distingue véritablement les produits culturels primaires des produits culturels secondaires est que le but principal de ceux-là est de transmettre « un concept esthétique ou intellectuel visant à provoquer une réaction émotionnelle ou cognitive⁵⁹ ».

L'extrait de l'index des biens et services culturels⁶⁰ ci-dessous illustre le résultat de ces catégorisations.

⁵⁷ *Ibid.* p. 10.

⁵⁸ *Ibid.* p. 10.

⁵⁹ *Ibid.* p. 10.

⁶⁰ *Ibid.* p. 22-23.

Tableau 4. Index des biens et services culturels (extrait)

Description	Type		Caractère		CTB ¹	CCP ²
	Intrant intermédiaire	Demande finale	Primaire	Secondaire		
Écrits et œuvres publiées						
Livres						
Dictionnaires et encyclopédies, même en fascicule		X	X		4901.91	
Livres d'art, d'illustration et de liturgie		X	X		4901.99.8	
Autre livres brochures et imprimés similaires		X	X		4901.99.9	
Services d'auteurs, de compositeurs, de sculpteurs et d'autres artistes, sauf les professionnels du spectacle	X		X			96320
Services d'édition						
Service d'agence de presse aux journaux et aux périodiques	X		X			84410
Services de traduction et d'interprétation	X		X			83910
Services d'octroi des licences pour le droit d'utiliser des originaux d'œuvres des spectacles, littéraires et acoustiques.	X			X		73340
Film et vidéo						
Film						
Films cinématographiques, impressionnés et développés, comportant ou non l'enregistrement du son ou ne comportant que l'enregistrement du son, d'une largeur de 35 mm ou plus, autre que pour les annonces à la télévision	X		X		3706.10.90	
Services de location de bandes vidéo	X			X		73220
Services de projection de bandes vidéo		X	X			96152

1. Classification type des biens, Statistique Canada.

2. Classification centrale des produits, ONU.

À ce stade de la démonstration, le CCSC n'a pas encore défini le concept de « chaîne de création », mais on sait qu'il s'agit de l'ensemble des industries situées à l'étape de la production et de l'offre de produits culturels⁶¹.

Évidemment, la production et la diffusion de produits culturels n'auraient pas de sens sans leur consommation (ce qui ne distingue pas les produits culturels des autres). À son tour, cette consommation induit des effets économiques sociaux. Le CCSC pré-

⁶¹ *Ibid.* p. 7.

cise aussi que la consommation et l'achat des produits ne sont pas nécessairement la même chose. Il est fréquent que des produits culturels soient achetés par des collectivités et mises ensuite à la disposition de leurs usagers, qui sont les véritables consommateurs. Dans un tel cas on peut supposer qu'il y a certains effets économiques pour la collectivité et des effets sociaux pour les consommateurs.

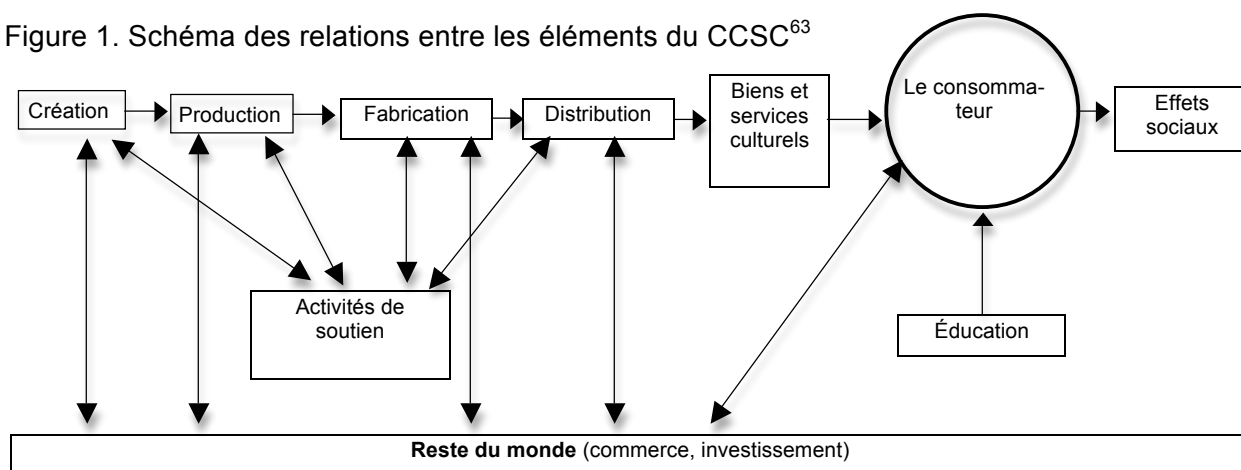
Même si la consommation est le pivot autour duquel tourne le CCSC, c'est le concept de chaîne de création qui en constitue le principal aspect du point de vue de la production statistique. La chaîne de création est divisée en quatre étapes aboutissant à la consommation, auxquelles se greffent les *activités de soutien* : *création*, *production*, *fabrication*, *distribution*. Chacune de ces étapes est en fait constituée d'*établissements* dont la principale activité correspond à une ou l'autre de ces étapes. Ainsi, l'étape de la *création* est constituée des établissements qui élaborent des « idées artistiques créatives », la *production* consiste en la réalisation de ces idées sous la forme d'un bien ou d'un service culturel, la *fabrication* consiste à reproduire en série ledit produit culturel et, enfin, la *distribution* consiste bien entendu à distribuer ou à diffuser tous ses produits. Les *activités de soutien* sont les activités qui visent à représenter les établissements de création, production, fabrication et distribution ou encore à financer leurs activités.

Le CCSC précise qu'on ne peut toujours établir une distinction bien nette entre les différentes étapes, certains établissements regroupant toutes les étapes de la chaîne de création. De plus certains produits culturels ne suivent pas toutes les étapes de la chaîne, en particulier celle de la fabrication. Un cas tout particulier est celui du *patrimoine humain*.

En effet, selon le CCSC, « la création, la fabrication et la distribution ne sont pas des activités pertinentes⁶² » pour les établissements du patrimoine. Les activités de ces établissements étant toutes des activités de production, le CCSC se résout à simplifier la chaîne de création dans ce cas-ci : activités de soutien → production → biens et services culturels.

Le secteur culturel est par conséquent défini par les activités nécessaires à la réalisation des produits culturels, activités qui sont répertoriées et classées en branches industrielles dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). On a vu que les produits culturels sont classés en produits primaires et secondaire, il y aura donc un secteur culturel primaire et un secondaire.

Figure 1. Schéma des relations entre les éléments du CCSC⁶³



⁶² *Ibid.* p. 15.

⁶³ *Ibid.* p. 20.

L'annexe B du CCSC dresse la liste des industries constituant le secteur culturel.

L'extrait ci-dessous illustre la structure du secteur culturel selon le CCSC⁶⁴.

Tableau 5. Le secteur culturel défini selon les codes SCIAN (extrait)				
Écrits et œuvres publiées				
Création	Production	Fabrication	Distribution	Services de soutien
71151 Artiste, auteurs et interprètes indépendants	51113 Éditeurs de livres	323113 Sérigraphie commerciale	45121 Librairies et marchands de journaux	61161 Écoles des beaux-arts
Film et vidéo				
71151 Artiste, auteurs et interprètes indépendants	51211 Production de films et de vidéos	33461 Fabrication et reproduction de supports magnétiques et optiques	51212 Distribution de films et de vidéos	61161 Écoles des beaux-arts
Arts visuels				
71151 Artiste, auteurs et interprètes indépendants			45392 Marchands d'œuvres d'art – vente au détail d'œuvres originales en art visuel	61161 Écoles des beaux-arts
Design (secondaire)¹				
54143 Services de design graphique				
Patrimoine				
	71211 Musées			81321 Fondations et organismes de charité
1. L'extrait culturel de cette industrie – le design – est un intrant intermédiaire d'un extrait non culturel. Il ne convient donc pas d'indiquer des services de production, de fabrication, de distribution et de soutien.				

Le CCSC tient compte aussi des possibilités de rétroaction de la part des consommateurs, tels les dons en argent et le bénévolat envers certains organismes de création. Il en va de même en ce qui concerne le rôle de l'éducation des consommateurs, éventuelle main-d'œuvre au service des établissements de la chaîne de création⁶⁵.

⁶⁴ *Ibid.* p. 27-30.

⁶⁵ *Ibid.* p. 17.

Le CCSC intègre aussi des éléments de la politique culturelle, celle-ci étant orientée vers le changement de certains comportements « des consommateurs en vue d'obtenir certains résultats sociaux (p. ex. un plus grand sentiment d'identité nationale)⁶⁶ ». Concrètement, il s'agit de mesurer les dépenses des gouvernements au titre de la culture à chacune des étapes de la chaîne de création.

Enfin, le CCSC mentionne aussi l'importance de mesurer la consommation des produits culturels selon les caractéristiques et les motivations des individus, de même que les échanges commerciaux culturels avec les autres pays.

Un cadre conceptuel qui se justifie lui-même

Il est difficile d'entrevoir les motivations qui ont présidé à la rédaction du CCSC. Celui-ci n'a rien changé à la production statistique du Programme de la statistique culturelle de Statistique Canada, à l'exception des études sur la contribution économique de la culture au Canada⁶⁷. Il semble qu'en fait le CCSC ne fasse que formaliser ce que le Programme accomplissait déjà. Mais cela vaut la peine de creuser le filon.

Tout d'abord, la stratégie du CCSC est d'orienter la définition de la culture à partir d'un certain nombre de produits, tirés de deux classifications de produits, que l'on peut qualifier de culturels, même si nul ne sait encore ce qu'est la culture ou encore ce qui permet de qualifier ces produits ainsi. De plus, il est convenu que cette définition ne peut faire en sorte d'inclure des « domaines généralement reconnus comme

⁶⁶ *Ibid.* p. 18.

⁶⁷ Lire les deux ouvrages suivants : Vik Singh, *Contribution économique de la culture au Canada*, produit no 81-595-MIF – n° 23 au catalogue de Statistique Canada, Ottawa, 2004; Vik Singh (2007). *Contribution économique du secteur culturel aux économies provinciales du Canada*, produit no 81-595-MIF – n° 37 au catalogue de Statistique Canada, Ottawa, 2007.

distincts dans le système statistique national (par exemple l'ethnicité [...])⁶⁸ ». Ici, on voit mal comment l'ethnicité pourrait être un « domaine », d'autant plus que la notion de domaine est particulièrement floue dans le vocabulaire de Statistique Canada et qu'elle ne soit pas utilisée quand il s'agit de définir rigoureusement ce que sont les activités économiques, les entreprises, les établissements, les professions ou les biens et services. Ce qui est non dit est tout simplement que la définition de la culture, ou de ce qui devrait plutôt être appelé le périmètre des activités de la culture, ne peut entraîner une remise en cause du système statistique canadien, surtout de ses classifications économiques.

Cette stratégie a l'avantage considérable de faire l'économie de l'usage des nombreux travaux, tant dans les champs économiques que sociologiques, qui tentent de définir ce qu'est la culture, quelles sont ses manifestations, ses moyens, ou ses relations avec les autres sphères de la société. On accouche donc d'une définition de la culture préfabriquée, calquée sur le concept de « chaîne créative ». La définition de la culture n'est pas à l'origine de ce qui aurait pu justement être son opérationnalisation en différentes dimensions, c'est l'inverse. L'essentiel de cette définition est bien sûr « l'activité artistique créatrice », ses produits et la « conservation du patrimoine humain ». Outre le fait qu'on ne mentionne pas ce que veut dire « artistique » – on a dû flairer le piège –, existe-t-il des activités artistiques non créatrices? De la même manière, l'expression « conservation du patrimoine » – on peut laisser tomber le mot « humain » sans grand dommage – est pour le moins ambiguë. Le patrimoine existe-il sans l'activité de conservation? Dans le cas du patrimoine matériel, ce sont les activités de classement qui déterminent le caractère patrimonial des objets à partir d'un ensemble de critères qui ont parfois peu à voir avec les caractéristiques de ce-

⁶⁸ Singh, *Contribution économique de la culture au Canada*, p. 9.

lui-ci. Dans le cas du patrimoine immatériel, on pourrait croire que ses manifestations existent indépendamment de l'activité de conservation. C'est le cas, mais elles n'acquièrent ce statut patrimonial que lorsqu'elles désignées comme telles par l'activité de conservation, sinon patrimoine et culture sont synonymes.

Selon le CCSC, il semble que la culture soit avant tout affaire de création et de conservation, points de départ de la chaîne créative. Les autres étapes de la chaîne ne sont que des fonctions dont l'unique raison d'être est d'acheminer les biens et services culturels, réalisés grâce à « l'activité artistique créative » aux consommateurs. Je reviendrai plus loin sur ce découpage des activités et des rôles dans la chaîne créative, mais, pour le moment, on peut au moins dire que faire de la création l'origine de la culture est peut-être commode mais extrêmement réducteur.

On a donc besoin d'un ou de critères permettant de faire la sélection des produits. Nous avons vu qu'un des critères à respecter est d'être « un bien créatif qui justifie le droit de propriété intellectuelle ». Ce critère est à la fois trop restreint et trop étendu. Trop étendu parce qu'il comprend des biens qui ne sont habituellement pas considérés comme culturels, tels les logiciels et les bases de données, et trop restreint parce qu'en limitant le critère de propriété culturelle aux biens, tels que définis par le CCSC, on échappe les produits culturels intangibles, soit les services culturels, tels les pièces de théâtre ou les autres spectacles qui ne sont pas produits à partir d'une œuvre déjà fixée sur support matériel et qui pourtant justifient le droit de propriété intellectuelle⁶⁹.

⁶⁹ Canada, *Loi sur le droit d'auteur, chapitre c-42*. À jour au 16 janvier 2011 [En ligne]. <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection-R/LoPBdP/BP/bp268-f.htm> (Page consultée le 7 février 2011)

De plus, qu'est-ce qu'un « bien créatif »? Y a-t-il une différence entre un bien créatif et un bien artistique? Notons au passage, que le droit de propriété intellectuelle est lui-même un bien. Un bien intangible certes, mais qui cadre mal de ce fait avec la définition des biens selon Statistique Canada, et qui est utilisée dans le CCSC⁷⁰.

Il semble que les services créatifs soient plutôt assimilés au second critère, à savoir « un service lié à la conservation ou à la présentation de biens créatifs ». De ce point de vue, les œuvres dramatiques, musicales et autres prestations ne seraient que la mise en œuvre scénique d'un objet matériel qui leur serait préexistant. Il s'agit d'une vision tronquée du processus de création et de production dans les arts de la scène. Nombreuses sont les manifestations scéniques qui sont entièrement improvisées ou qui dépendent de l'interaction avec les spectateurs, que ce soit en théâtre, en musique, en danse ou en arts visuels. Ces produits ne sont pas des biens, mais des services culturels et échappent, de ce fait, aux deux premiers critères d'inclusion.

Le troisième critère d'inclusion, « être un bien ou un service de soutien à la création, la production ou la transmission d'autres biens ou services créatifs », va chercher tous ces produits qui seront qualifiés d'« intrants intermédiaires » dans la répartition des produits en produits de demande finale et intrants intermédiaires.

Le quatrième critère ne concerne que les activités liées à la conservation du patrimoine tandis que le cinquième critère concerne les services reliés à la formation des travailleurs culturels.

⁷⁰ Canada, division du droit et du gouvernement. David Johansen, *Le droit à la propriété et la constitution*, 1991 [En ligne]. <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection-R/LoPBdP/BP/bp268-f.htm> (Page consultée le 15 février 2011)

Voir aussi : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). *Deuxième forum international sur la créativité et les inventions – Un avenir meilleur pour l'humanité au 21e siècle*, 2002 [En ligne]. www.wipo.int/edocs/mdocs/innovation/.../wipo_inv_bei_02_24_rev.doc (Page consultée le 15 février 2011)

En prenant du recul, on se rend compte du caractère éclaté de cette liste pour laquelle il n'y a pas de cohérence interne. En l'absence d'un critère central qui décrit ce qui différencie les produits culturels des autres – la définition proposée ne permet surtout pas cela – les auteurs sont obligés de partir des objets d'une liste de produits déjà établie pour en dégager des caractéristiques qui sont appelées, après coup, des critères d'inclusion. Pourtant, la répartition des produits culturels en produits « primaires » et « secondaires » est basée sur un concept qui offre des perspectives intéressantes.

Nous avons vu que, une fois les critères d'inclusion établis, il en découle une liste de produits qui peuvent être répartis en produits de demande finale et en intrants intermédiaires d'une part, et en produits primaires et secondaires d'autre part. Les concepts de demande finale et d'intrant intermédiaire ne proviennent pas de qualités intrinsèques aux produits culturels, ou encore de l'univers de l'économie ou de la sociologie de la culture, mais plutôt de la méthode générale de la comptabilité économique⁷¹. Leur unique usage est celui du calcul de la valeur ajoutée.

Faire des distinctions n'est jamais un acte innocent, et la distinction entre produits de demande finale et intrants intermédiaires ne distingue en rien les produits sur la base de ce qu'ils sont, mais distingue plutôt les rôles que jouent ces produits dans le processus de mise en valeur des produits. Ainsi, un film peut-être tout autant un produit de demande finale qu'un intrant intermédiaire, mais jamais les deux à la fois. C'est aussi le cas du CCSC lui-même, qui aurait peut-être dû être un produit de demande

⁷¹ Pour un exemple de l'usage de ces concepts, on peut consulter la publication : Statistique Canada *Produit intérieur brut par industrie. Sources et méthodes détaillées par industrie*, 2006. No 15-548-XIF au catalogue de Statistique Canada.

finale, mais qui semble plutôt être l'intrant intermédiaire du calcul du produit intérieur brut de la culture et des communications⁷².

Par contre, la distinction entre produits primaires et secondaires m'apparaît plus féconde. En se basant sur une définition liée aux caractéristiques culturelles des produits – à savoir un produit dont le « but premier est la transmission d'un concept esthétique ou intellectuel visant à provoquer une réaction émotionnelle ou cognitive » – cette distinction permet à première vue d'articuler des produits dont la portée symbolique est différente. Par exemple, une œuvre littéraire est essentiellement de nature symbolique, tandis qu'une automobile est avant tout un moyen de transport, malgré l'importance cruciale des éléments de design qui en font partie et qui en sont inséparables. Il en va de même pour l'architecture; on ne peut nier la portée symbolique des cathédrales, mais on ne peut nier non plus que ce soit avant tout des lieux de culte. Autrement dit, dans les deux cas les produits sont issus de « l'activité artistique créatrice », peu importe ce que cela peut bien vouloir dire, mais leur intention est fondamentalement différente. Cette idée d'utiliser le caractère symbolique des produits culturels pour les distinguer des autres produits figure aussi au cœur du cadre conceptuel utilisé par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le CCSC n'en tire pourtant pas toutes les conséquences et prend plutôt appui sur son concept de « chaîne créative ». On a vu que les produits culturels primaires, outre le fait que ce soit des objets symboliques, sont ceux pour lesquels la chaîne de création fait entièrement partie de la culture, tandis qu'une partie seulement de la chaîne de création des produits culturels secondaires fait partie de la culture. Cette

⁷² Singh, p. 7.

démarcation est fort contestable. D'autant plus que la « culture » y est définie par des objets qui sont définis comme culturels *a priori*. En effet, comment déterminer si la chaîne de création d'un produit – culturel ou créatif? – fait totalement partie de la culture? En fait, c'est très simple. Il suffit que les établissements de l'étape « création » élaborent une « idée artistique créative », que les établissements de production transforment cette idée créatrice en bien ou en service créatif et que ces produits créatifs soient distribués. Les biens créatifs exigent une étape supplémentaire, celle de leur fabrication en série. On voit que le problème demeure entier : on ne sait toujours pas ce qu'est un produit créatif sans se référer à la liste des produits dits culturels ou créatifs.

Il vaut la peine de s'attarder un peu plus sur le modèle de la chaîne créative. Ce modèle semble provenir tout droit du modèle de l'industrie du livre, typique du modèle éditorial⁷³, et appliqué à toutes les industries culturelles – ou devrais-je dire « créatives »? – jusqu'à ce qu'il rencontre des résistances incontournables, telles celles des médias, qui sont des industries de flot⁷⁴, ou celles du patrimoine. En fait, on pourrait *aussi* appliquer le modèle de la chaîne créative au patrimoine, mais le plus important ici est de souligner les difficultés liées à son application à toutes les industries culturelles, y compris celle du livre.

L'idée que les auteurs sont les seuls créateurs de leurs livres ne correspond pas à la réalité de cette industrie. Plus souvent qu'autrement, ce sont les éditeurs qui commandent les manuscrits et qui déploient des efforts créatifs importants avant de passer à l'étape de la production. Dans le cas des manuels scolaires, il s'agit d'ouvrages

⁷³ Armel Huet, Jacques Ion, Alain Lefèbvre, Bernard Miège & René Peron. *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1984.

⁷⁴ *Ibid.*

collectifs qui sont dirigés par les stratégies de mise en marché des éditeurs et, en amont, par les exigences du ministère de l'Éducation, du Loisir, et du Sport. S'il y a encore une frontière entre la création et la production dans l'industrie du livre, elle est surtout conceptuelle et son usage à des fins statistiques demeure problématique. Dans le domaine des médias, écrits ou électroniques, la frontière entre création et production reste théorique et, la plupart du temps, il en va de même dans les arts de la scène et dans l'industrie du film.

Selon le CCSC, une fois les produits réalisés, ils sont directement distribués s'il s'agit de services créatifs, mais passent d'abord par une étape de fabrication avant leur distribution, s'il s'agit de biens créatifs produits en série. La fabrication concerne les industries du livre, de l'enregistrement sonore et du film et comprend les activités d'impression de livres, de CD et de DVD.

Si ces activités sont nécessaires à la dissémination des « idées artistiques créatives », on ne voit pas en quoi elles sont elles-mêmes des activités créatives. Il s'agit tout simplement d'intrants intermédiaires dans la production des éditeurs, dans les cas des livres, et des distributeurs dans le cas des films et des enregistrements sonores.

Le caractère facultatif des activités de fabrication apparaît encore plus crûment avec la dématérialisation des produits culturels. Dans le cas de ces produits, les « idées artistiques créatrices » circulent aussi bien sans avoir été « fabriqué ». C'est parce que le CCSC a mal intégré le caractère irréductiblement symbolique des produits culturels, qu'il est empêtré dans une construction aussi peu fluide de la circulation de la valeur culturelle dans les industries dites « créatives », construction basée sur le

modèle des « fonctions⁷⁵ » utilisé par le cadre conceptuel de l'UNESCO⁷⁶. Puisque c'est bien de cela qu'il s'agit au fond. On veut mesurer l'échange des flux au sein de ces industries : valeur culturelle contre valeur monétaire. Dans ce cas, il aurait peut-être mieux valu prendre le consommateur comme point de départ.

Un cadre conceptuel avec des limites insurmontables

On ne pouvait s'attendre à ce que le CCSC aplanisse toutes les difficultés inhérentes à la construction d'un modèle de la circulation des produits culturels, tant dans la dimension sociale qu'économique, tout en étant contraint dès le départ à la simple énumération d'activités dénombrables et quantifiables à des fins statistiques. Je pense qu'il aurait été plus conséquent de dresser une liste d'activités et de produits sans essayer de justifier le choix de ceux-ci à l'aide d'un cadre théorique aussi peu étayé. J'aimerais souligner plus particulièrement l'absence de toute référence aux efforts passés de Statistique Canada visant à délimiter le secteur culturel d'une part, et d'autre part, l'ignorance des théories de la culture tant dans le champ économique que sociologique.

Cet angle mort du CCSC, l'amène à utiliser les notions fondamentales de « culture », « art » et « créativité », que ce soit sous leur forme nominative ou adjectivale, comme des évidences dont le sens est univoque. On sait qu'il n'en est rien.

⁷⁵ UNESCO, *Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles*. Commission statistique et Commission économique pour l'Europe, Conférence des statisticiens européens. 3^e réunion sur les statistiques culturelles, 17-20 mars 1986.

⁷⁶ Dans la version de 2009 du Cadre de l'UNESCO, les fonctions sont devenues des « éléments du cycle culturel ». UNESCO, *Le cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles*, Paris, UNESCO, 2009, p. 19-21.

Malgré toutes ses insuffisances, le CCSC a au moins permis de provoquer, bien involontairement, des questions essentielles chez les chercheurs et les utilisateurs des statistiques culturelles. De plus, il a au moins joué son rôle, à savoir celui de mesurer, à sa manière, la contribution économique de la culture au Canada.

1.3. Les statistiques et les indicateurs culturels étrangers

S'il existe un consensus international à propos des statistiques culturelles, c'est bien celui qui reconnaît l'existence d'un très grand nombre de statistiques de la culture et des communications, et de l'inégalité de leur développement. Pour donner un aperçu rapide de la situation des statistiques culturelles à travers le monde, un coup d'œil aux indicateurs culturels publiés par l'UNESCO dans son rapport mondial sur la culture en 2000 révèle des données statistiques sur la culture provenant de 150 pays⁷⁷. Une lecture plus attentive, révèle toutefois que ces tableaux sont très incomplets. Ainsi, si la plupart des pays sont en mesure de fournir des statistiques sur le tirage des quotidiens, soit 93 %, il en va tout autrement pour la plupart des indicateurs.

En fait, il n'y a que pour le tirage des quotidiens par 1 000 habitants, la consommation de « papier culturel » (en tonnes par personne), le nombre de radios et de télévisions par 1 000 habitants, ainsi que la production cinématographique, que les données sont suffisantes pour calculer l'indicateur au niveau mondial. Même pour des secteurs aussi importants que celui des bibliothèques publiques ou de la musique enregistrée, on ne peut dépasser le niveau des pays industrialisés.

⁷⁷ UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, Paris, Éditions UNESCO, 2000, p. 305-429.

Par ailleurs, parmi les 111 indicateurs culturels du rapport seulement (!) 57 concernent directement les domaines considérés habituellement comme culturels. Les autres se rapportent à diverses caractéristiques sociales (allocations familiales, scolarité, contraception, etc.) économiques (PNB, emploi, revenu, etc.) ou naturelles (biodiversité, sites naturels, zones protégées, etc.). La présence d'indicateurs sociaux dans le Rapport mondial de la culture est la conséquence de changements importants dans l'orientation de l'UNESCO quant à sa compréhension du rôle de la culture au sein des sociétés. Ce tournant repose sur les conclusions du rapport *Notre diversité créatrice* de la Commission mondiale de la culture⁷⁸ et du développement à l'effet que la culture est davantage « une façon de vivre selon des normes et des critères plutôt que comme la somme des réalisations matérielles de la créativité intellectuelle et artistique tels les tableaux, les livres, etc.⁷⁹ »

L'adoption d'un cadre conceptuel basé sur une définition anthropologique de la culture permet d'intégrer cette dernière dans une perspective plus générale qui est celle du développement humain, conçu comme un élargissement des choix des individus, et où la culture devient non seulement un moyen de développement mais le but même de celui-ci⁸⁰. Je reviendrai plus longuement sur ce point dans la troisième partie lorsque nous discuterons du cadre conceptuel de la culture et de la construction des concepts propres à la statistique culturelle.

Dans son allocution au Colloque international sur les statistiques culturelles de Montréal en 2002, Mounir Bouchenaki, sous-directeur général pour la culture de l'UNESCO, reprend cette thèse tout en l'orientant vers un programme de travail

⁷⁸ UNESCO, *Notre diversité créatrice*, Paris, UNESCO, 1996.

⁷⁹ Sakiko Fukuda Parr, « À la recherche d'indicateurs de la culture et du développement » dans *Rapport mondial sur la culture*, Paris, UNESCO, 2000, p. 295.

⁸⁰ *Ibid.* p. 295.

beaucoup plus conforme aux pratiques actuelles dans le domaine de la statistique culturelle.

Le futur cadre conceptuel pour les statistiques culturelles devrait considérer la culture comme un objectif de développement où la vitalité culturelle et la diversité culturelle en seraient des éléments constitutifs. La culture dans le processus de développement, la liberté d'expression, la participation à la création culturelle, l'accès aux activités culturelles et l'identité culturelle sont des dimensions essentielles. [...]

En ce qui concerne la détermination d'indicateurs culturels, le débat actuel sur la définition de la culture (« la culture est partout, « la culture est spécifique ») ne permet pas d'établir des indicateurs culturels destinés à un large usage. La définition des domaines auxquels les indicateurs sont destinés devrait être opérationnelle. Les indicateurs culturels sont inscrits dans des produits faciles à identifier par tout un chacun : livres films, cassettes, spectacles en direct, patrimoine, suivis des indicateurs relatifs à l'usage pratique que l'on fait de la culture (habitudes de consommation par rapport à l'offre et activités « d'amateur »)⁸¹.

En 2002, J. Mark Schuster publiait une synthèse remarquable de l'état des travaux relatifs aux statistiques culturelles et à la politique culturelle à travers le monde⁸². Bien que la recherche de Schuster vise à recenser et catégoriser les moyens mis en œuvre afin de documenter l'action culturelle des États, délaissant ainsi en partie la production des statistiques culturelles émanant des entreprises, elle constitue néan-

⁸¹ Mounir Bouchenaki, « Conférence d'ouverture », dans *Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles*, Montréal, Institut de la statistique du Québec, 2002, p. 21.

⁸² J. Mark Schuster, *Informing Cultural Policy, The research and Information Infrastructure*, New Brunswick, Center for Urban Policy Research, 2002.

moins un portrait saisissant des différents types d'approches d'un même objet à travers le monde.

Schuster dégage tout d'abord deux grands types de modèles de recherche sur la politique culturelle : les modèles institutionnels et les modèles non institutionnels. Parmi les modèles institutionnels, on retrouve les directions de recherche des ministères ou des organismes gouvernementaux qui gèrent des programmes de soutien à la culture, tels le Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication en France, la Direction des politiques stratégiques et de la recherche de patrimoine canadien ou encore le *Statistics and Social Policy Unit* du *British Department for Culture*.

Un second modèle institutionnel est celui des organismes nationaux de statistiques officielles présentant un programme spécifiquement dédié aux statistiques culturelles, tel le Programme de la statistique culturelle de Statistique Canada, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, rattaché à l'Institut de la statistique du Québec ou encore le *National Center for Culture and Recreation Statistics* au sein du *Australian Bureau of Statistics*.

Les instituts de recherche indépendant sans but lucratif constituent un autre modèle de recherche sur les politiques culturelles, tel le *Boekmanstichting* aux Pays-Bas. L'indépendance qui caractérise ce type d'organisme, selon Schuster, se retrouve aussi au sein d'un autre modèle, soit les centres de recherche universitaires comme le Centre national de recherche scientifique en France ou le *Australian Key Center for Cultural and Media Policy*. En plus d'assurer une certaine indépendance, ce modèle permettrait un certain accès à la formation offerte par les universités.

Sont également considérés comme partie prenante du système d'information culturelle, les firmes spécialisées dans la recherche culturelle, tel le *International Intelligence on Culture* au Royaume-Uni, *EUCLID International* ou le *Zentrum für Kulturforschung* en Allemagne.

Enfin, le dernier modèle institutionnel est celui constitué par les observatoires culturels. Ici, on pense à l'Observatoire des politiques culturelles à Grenoble, à l'Observatoire de l'emploi culturel au sein du ministère de la Culture et de la Communication à Paris, ou encore à l'Observatoire européen de l'audiovisuel à Strasbourg. Au Canada, on retrouve bien sûr l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, mais aussi l'Observatoire culturel canadien, aujourd'hui disparu, autrefois partie prenante du ministère du Patrimoine canadien. En fait, malgré leur usage commun du mot « observatoire », tous ces organismes ne partagent pas nécessairement les mêmes missions, ni les mêmes modes d'organisation.

Schuster dégage trois modèles non institutionnels : les réseaux, les programmes et les périodiques spécialisés. L'exemple de réseau le plus connu est le *Cultural Information and Research Centers Liaison in Europe* (CIRCLE), basé aux Pays-Bas et financé par le Conseil européen. CIRCLE regroupe tant des chercheurs que des utilisateurs dans le domaine des politiques culturelles. Au Canada, mentionnons la création en 1998 du Réseau canadien de recherche sur la culture. De plus, on assiste, depuis le début des années 2000, à la formation de réseaux de réseaux tels le Forum des réseaux culturels européens ou encore *Culturelink* (the *Network of Networks for Research and Cooperation in Cultural Development*) basé à Zagreb en Croatie et financé par l'UNESCO. Dans la même catégorie, il faut également mentionner l'Institut européen de recherche comparative sur la culture (ERICarts) qui regroupe également un ensemble d'équipes de chercheurs européens dans le do-

maine de la culture, ou encore le Réseau international sur la politique culturelle qui réunit les ministres de la culture provenant de 66 pays.

Un autre modèle de recherche sur la politique culturelle est celui des programmes existant au sein de certaines organisations, dont l'action est centrée sur l'évaluation de politiques culturelles. Un tel programme existe au Conseil de l'Europe : le Programme d'évaluation des politiques culturelles nationales.

Finalement, le dernier modèle est celui des périodiques dont l'objectif est la diffusion des connaissances sur la culture et les communications. Ces périodiques sont nombreux, je n'en mentionnerai que quelques-uns : *Journal of Cultural Economics*, *International of Cultural Policy*, *the International Journal of Arts Management*, *Media International Australia* et *Cultural Trends*.

Pour Schuster, si cet ensemble hétérogène d'organisations ne représente pas un système cohérent, il constitue néanmoins une infrastructure d'information dynamique sur l'état de la culture, surtout de la politique culturelle, dans différentes régions du monde. Un des éléments les plus frappants est celui de la résurgence de la recherche sur les politiques culturelles. Ce renouveau serait attribuable à un changement de cap important de l'orientation des organismes subventionnaires dans le domaine de la culture. Il y a d'une part, le réinvestissement de l'UNESCO dans ce champ de recherche par le biais du renouvellement de l'idée de développement culturel, au sens où la culture est un facteur de développement humain, mais, d'autre part, de nouvelles exigences politiques quant au rendement des programmes issus des politiques culturelles.

Cependant, la démarche de Schuster s'écarte de la voie tracée par l'UNESCO, essentiellement anthropologique, en ce qui concerne le champ de la recherche cultu-

relle. En effet, par définition, Schuster ne peut que se coller à la recherche actuelle sur les politiques culturelles.

With respect to cultural policy research, I have taken a middle ground, looking for policy research that goes beyond the arts to other forms of cultural policy but stopping somewhat short of the fullest, most anthropological conception of culture⁸³.

Le problème de la définition des frontières de la culture, c'est-à-dire des activités que l'on peut qualifier de « culturelles », se reflète donc tout autant dans le domaine de la recherche sur les politiques culturelles comme telles que dans celui du domaine culturel pris dans son ensemble. Les différences internationales dans la définition des frontières se font cruellement sentir lorsqu'il s'agit d'établir des comparaisons entre les pays. Il ne s'agit pas ici de différences mineures. Dans plusieurs pays, la culture, au plan politique, se définit assez étroitement comme l'ensemble des activités relatives aux arts de la scène, aux arts visuels et aux musées, tandis que dans d'autres pays la culture comprend également les médias, les industries culturelles et le sport.

Ces problèmes de définition se répercutent également au niveau de l'équilibre à atteindre entre la production des statistiques de base, leur analyse et l'interprétation de celles-ci. Comme la production des statistiques de base exige déjà une certaine interprétation *a priori* de l'objet étudié, lorsque ces statistiques sont publiées sous la forme d'un ensemble de tableaux sans analyse ni interprétation, elles risquent davantage d'ajouter à la confusion qu'à éclairer la situation qu'elles devraient décrire. Ce problème a été maintes fois souligné par les utilisateurs des statistiques culturel-

⁸³ Schuster, p. 15.

les et, pour plusieurs, ce n'est pas tant le manque de statistiques culturelles disponibles qui constituerait le principal problème, mais plutôt le peu de ressources consacrées à leur analyse. Selon Schuster, cette situation relève peut-être des implications politiques inévitables qui découlent de l'analyse des statistiques, qu'elles soient culturelles, sociales ou économiques.

Les autres traits marquants qui accompagnent la résurgence des statistiques et des politiques culturelles sont la difficulté de s'assurer de la qualité des données, la décentralisation des activités relatives à l'information culturelle, l'inclusion des industries culturelles dans la sphère de la politique culturelle, l'émergence de projets de recherche à très court terme servant à appuyer des programmes particuliers et l'apparition de projets d'évaluation de programme au sein des ministères et organismes gouvernementaux.

Comme je l'ai évoqué plus haut, cette évolution s'accompagne également de mouvements de structures avec la création des observatoires culturels, des réseaux de chercheurs et des programmes de recherche. En résumé, au moment où il écrivait ces lignes, Schuster estimait que la recherche sur la culture et les politiques culturelles avait le vent dans les voiles et qu'il y a de plus en plus de demande pour des données fiables sur tout le secteur culturel. Bien sûr, l'attribution de ressources à la recherche reste toujours matière à débat.

What remains to be seen is the extent governments and governmental agencies will prove to be willing to make the necessary investment to ensure that information will be sought out, collected, analyzed and disseminated⁸⁴.

⁸⁴ *Ibid.* p. 46.

En juin 2005, l'International Federation of Arts Council and Culture Agencies (IFACCA) publiait un rapport intitulé *Statistical Indicators for Arts Policy*⁸⁵. Il s'agit de l'aboutissement d'une démarche initiée par l'IFACCA en avril 2004 dont le but était de recueillir les divers points de vue des chercheurs et des organismes intéressés par la production de statistiques culturelles et l'élaboration d'indicateurs culturels. L'IFACCA a été créée en 2001 et regroupe plus de 80 membres (Conseils des arts, ministères de la culture et autres organismes) provenant de 50 pays.

À la différence de l'étude de Schuster, le rapport de l'IFACCA ne fait pas le bilan du système d'information culturelle, mais vise un objet plus pointu, à savoir l'état de la recherche sur les indicateurs culturels et ses enjeux. Je reviendrai plus en détails sur cet important document dans la partie sur la construction des indicateurs, mais pour le moment il n'est nécessaire que d'en dégager les principaux constats.

Selon l'IFACCA il existe présentement une somme importante de travaux sur les indicateurs culturels. Ceux-ci peuvent être intégrés dans le mouvement plus large du développement d'indicateurs sociaux : indicateurs de développement, indicateurs de santé, indicateurs d'éducation, de qualité de vie, etc. Les travaux sur les indicateurs culturels, menés notamment en France, au Canada, au Mexique, en Angleterre, en Belgique ou encore par l'UNESCO ont généré une importante littérature. À celle-ci, on peut greffer les travaux réalisés au sein de domaines qui ont une influence certaine sur la recherche sur les indicateurs culturels, en particulier ceux sur les impacts

⁸⁵ International Federation of Arts Council and Culture Agencies (IFACCA), *D'Art report number 18. Statistical Indicators for Arts Policy*, IFACCA, Sydney, 2005 [En ligne].
<http://www.ifacca.org/files/statisticalindicatorsforartspolicy.pdf>

sociaux de la culture, sur les statistiques culturelles ou sur la théorie des indicateurs en général.

Malgré tous ces travaux, plusieurs commentateurs estiment que les indicateurs actuels, qu'ils soient culturels ou sociaux, sont plus ou moins pertinents, qu'il est difficile de dire ce qu'ils mesurent ou encore qu'ils sont inutilisables pour l'évaluation des programmes et des politiques.

Cultural indicators, as with social indicators, are still largely under development, particularly in their relevance to policy making and program delivery. There are therefore reasons to be wary of cultural indicator frameworks that have been developed to date⁸⁶.

Ainsi, selon le rapport de l'IFACCA, les principaux problèmes relatifs aux indicateurs culturels sont les suivants :

- une certaine confusion sur ce qu'est un indicateur et sur son utilisation;
- des données de bases de qualité incertaine;
- les systèmes d'indicateurs actuels comportent un trop grand nombre d'indicateurs, ce qui rend difficile leur adaptation aux besoins particuliers des politiques culturelles;
- les politiques culturelles sont formulées en termes trop généraux, à cause de l'absence de base théorique solide, pour permettre l'élaboration d'indicateurs appropriés.

⁸⁶ International Federation of Arts Council and Culture Agencies (IFACCA), p. 8.

Les autres problèmes sont des problèmes de coordination du travail de recherche sur les indicateurs culturels qui entraînent des dédoublements d'une part, et, d'autre part, nuisent à la comparabilité des résultats lorsque les travaux sont menés à partir de cadres conceptuels plus ou moins compatibles. Ces derniers éléments ont leur importance, mais ne font pas partie de mon objet de recherche.

Ce qui m'intéresse au plus haut point par contre, c'est que ce sont les problèmes qui se situent au cœur du processus de construction des indicateurs qui sont les plus importants. En effet, le problème de la qualité des données de base se place en amont du processus conduisant aux indicateurs, tandis qu'à mon avis l'adéquation ou non des indicateurs aux politiques culturelles se trouve en aval. Par contre, les problèmes relatifs à la clarté théorique de ce qu'est un indicateur et aux fondements théoriques du système d'indicateurs culturels représentent le véritable nœud du problème.

Or, il semble bien que le problème soit assez ancien. Plus de cent ans de statistiques culturelles, et au-delà de trente années de tentatives d'élaboration de systèmes d'indicateurs culturels, n'ont pas encore permis de produire des indicateurs de la culture et des communications qui répondent à des questions relativement simples sur l'état du développement culturel des collectivités. Il est difficile de ne pas mettre en rapport le déficit théorique de la recherche sur les indicateurs culturels, reconnu par de nombreux chercheurs du domaine, et l'extrême prudence avec laquelle on évite d'aborder la notion de culture. Un exemple parmi d'autres, qui illustre bien cette position, est celui du rapport de 1992 d'Augustin Girard, père de la recherche sur les indicateurs culturels.

Le présent document de travail, expérimental, s'inscrit dans le « Programme européen d'évaluation des politiques nationales » comme un premier essai chiffré sur cette voie de recherche. Il a utilisé les deux premières évaluations réalisées par le Programme sur la France et sur la Suède pour en extraire quelques exemples de construction d'indicateurs.

Ainsi plutôt que d'élaborer un travail théorique sur les indicateurs culturels, qui eût buté sur les difficultés redoutables que l'on rencontre quand on traite de concepts liés à la définition de la culture, nous avons pris le parti très pragmatique de partir de la réalité des deux expériences passées.

Comme le rappelle Robert Wangermée et comme il l'a pratiqué lui-même, ce sont souvent les examinateurs du Programme européen des politiques culturelles nationales qui, pour évaluer, ont demandé le rassemblement d'indices, ou la conception originale d'indicateurs nécessaires à leur travail. Ces indices et indicateurs ont donc une valeur empirique plutôt qu'ils ne répondent à une élaboration théorique⁸⁷.

On pourrait donc s'attendre à un rapport comportant un ensemble d'indicateurs très « terrain », très opérationnels, collés à la réalité française et suédoise, et n'ayant aucune prétention théorique. Pourtant, il semble bien qu'il soit difficile de se débarrasser de cette ambition.

[Le rapport] constitue une première étape dans une recherche qui doit se poursuivre. Il est encore trop hétérogène, pas assez rassemblé autour d'indicateurs plus clairement opérationnels. Il présente pour

⁸⁷ Augustin Girard, *Indicateurs culturels : quelques exemples*, Conseil de l'Europe, Programme d'évaluation des politiques culturelles nationales (document provisoire à diffusion restreinte), 1992, p. 5.

*l'instant plutôt des façons de faire, que des indicateurs aboutis et directement utilisables, des démarches plutôt que des définitions et des recommandations ayant un caractère universel*⁸⁸.

L'approche empirique de Girard le laisse assez insatisfait, semble-t-il, quant à la portée réelle des indicateurs qu'il a produits. De plus, l'objectif des travaux devient assez flou : vise-t-on vraiment la formulation de définitions et de recommandations ayant un caractère universel ? Si c'est le cas, le résultat ressemblerait fort à une théorie de la culture, mais qui refuserait d'admettre son statut.

*Mais aussi, et là est peut-être l'essentiel, on sera progressivement conduit à mettre en œuvre un corps de concept communs, qui puissent devenir classiques dans les administrations comme dans les universités d'Europe, et qui aideront à une formulation plus claire et plus cohérente des politiques culturelles, quelles qu'en soient les grandes orientations et les grands objectifs définis par le pouvoir politique*⁸⁹.

On a beau congédier la théorie de la culture par la grande porte, on est bien obligé de la réintroduire par la porte arrière. Il est toutefois illusoire de penser qu'une théorie de la culture, ou « un corps de concepts communs » puisse émerger de façon immanente d'un ensemble de démarches strictement empiriques. Il faut toutefois replacer cette démission devant les problèmes théoriques posés par une définition de la culture dans le contexte de l'émergence du relativisme culturel et du tournant culturel pris par les sciences sociales au début des années 1980.

⁸⁸ Girard, p. 5.

⁸⁹ *Ibid.* p. 6.

Dans le cadre épistémologique de l'analyse des facteurs sociaux et culturels relatifs à la participation politique, Klaus Eder résume bien les conséquences d'une définition trop large du concept de culture pour la recherche sociale.

There are references to the ambiance of a political system, to its embedness in a regional or national culture. Discourse about rationalizing the political or even about enlightenment via the political public sphere is yesterday's theoretical tool. Yet these cultural-sociological approaches share a particular problematic : they threaten to become all-encompassing. And the less we know about what entrepreneurial culture and philosophy, what political culture and style are, the more they fulfill the function of arbitrarily applicable explanations. This inflation of cultural explanations makes them lose their compelling force. The key problem, in short, is to determine the limits of the explanatory power of such concepts.

« Culture, » then, is a concept that can build on an intuitive preunderstanding but that may also serve as a fashionable catchphrase for just about anything. If we employ the notion of culture all the same, we are forced to walk a very narrow path. Those who want to avoid the abyss of popular journalism must think good and hard about how they want to continue along this path⁹⁰.

C'est au pays même qui a accouché de la première politique culturelle, ainsi que des statistiques permettant de faire l'état des lieux de la culture, la France, que sont portés les coups les plus durs envers l'action de l'État dans le domaine de la culture. Ces attaques répétées provenant des milieux intellectuels conservateurs sont forgées à

⁹⁰ Klaus Eder, « Politics and Culture : On the Sociocultural Analysis of Political Participation » dans Axel Honneth et al. *Cultural-Political Interventions in the Unfinished Project of Enlightenment*. Cambridge, MIT Press, 1992, p. 95-120.

partir des données de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français⁹¹. Malgré la perfidie de la rhétorique réactionnaire envers l'ensemble de la politique culturelle française, il n'en reste pas moins que le caractère flou du concept de culture qui prévaut à l'enquête sur les pratiques culturelles des Français fournit toutes les munitions à ceux qui concluent à l'échec du mouvement de démocratisation de la culture pour éventuellement faire admettre qu'il n'y a qu'une seule vraie culture : celle des cultivés.

1.4. Les questions de recherche

L'objectif de ma thèse étant de favoriser la réalisation d'un système d'indicateurs culturels pour le Québec en le basant sur une approche théorique cohérente et pertinente des activités culturelles et de leurs rapports avec les autres dimensions de la société québécoise, le principal problème qui guide ma recherche est donc celui de la confusion théorique entourant toujours l'élaboration d'indicateurs culturels après plus de trente ans de tentatives plutôt infructueuses. À mon avis, les quelques constats qui précèdent orientent ma recherche sur les indicateurs de la culture et des communications vers une clarification plus que nécessaire de la notion de culture. Non pour définir absolument la culture mais pour en faire un concept qui a du corps, une affaire « qui se tient » comme le dirait Alain Desrosières⁹².

Comment fonder théoriquement des indicateurs culturels ? Quels seraient les indicateurs culturels appropriés pour le Québec ? Ces deux questions gouvernent la thèse.

⁹¹ Vincent Dubois, « La statistique culturelle au ministère de la Culture, de la croyance à la mauvaise conscience » dans Olivier Donnat et Paul Tolila (dir.) *Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003, vol. 2, p. 25-32.

⁹² Desrosières, p. 17-21.

Elles indiquent la portée du travail en ce sens que leur réponse exige la mobilisation de concepts qui permettent d'articuler une notion de culture se situant dans l'ensemble social avec les objets particuliers que sont les activités culturelles.

Ces deux questions sont étroitement liées. S'il apparaît évident que l'élaboration des indicateurs dépend des fondements théoriques de ces derniers, il n'en demeure pas moins que les tentatives de construction d'indicateurs culturels, ainsi que des cadres conceptuels de la culture et des communications, apportent, par la minceur de leurs prétentions théoriques, un éclairage dru sur la pertinence et la cohérence des concepts théoriques. De plus, la démarche de construction d'indicateurs de la culture et des communications se situant elle-même au sein de son objet, la thèse devra tenir compte du lieu où elle est produite, en ce sens que l'OCCQ ne peut se concevoir, par rapport au système culturel québécois comme une structure exogène.

En conséquence, cette thèse se situe en partie dans un processus de développement rationnel de l'OCCQ au sein duquel la production de statistiques de base à propos de certaines activités culturelles doit déboucher sur des indicateurs – c'est-à-dire des statistiques particulièrement significatives – qui, eux-mêmes, débouchent sur la conception d'une synthèse globale et dynamique que l'on pourrait appeler un « état de la culture » en fonction d'enjeux collectivement déterminés.

2. DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

Cette partie de la thèse décrit les dimensions de ma démarche. Comme je le mentionnais plus haut, ma démarche reflétera continûment ma perspective en tant qu'agent de ce que l'on pourrait appeler le système culturel québécois; le caractère réflexif de la démarche sera donc explicité en tout premier lieu. Ensuite, il est indiqué de décrire plus formellement le contexte épistémologique dans lequel s'inscrit cette démarche, c'est-à-dire où elle se place dans l'ensemble des travaux actuels sur les indicateurs culturels. Enfin, je préciserai les orientations qui me guident dans la construction de l'objet de recherche.

2.1. Une démarche réflexive et itérative

Ma démarche constitue une réflexion sur la réflexion au sens où la construction d'un système d'indicateurs culturels constitue un acte réflexif des actions visant à mesurer, de diverses manières, des activités, dites culturelles, qui, elles-mêmes, sont des actes réflexifs en grande partie, en tant qu'actes orientés vers l'usage de symboles.

Pierre Bourdieu analyse brillamment l'écheveau que constitue l'analyse de la perspective du chercheur par rapport à son objet en faisant ressortir le rôle fondamental de l'émergence de conditions socioéconomiques particulières pour expliquer ce qu'il appelle le « point de vue scolastique. »

« Scholastic view » est une expression qu'Austin emploie en passant dans Sense and Sensibilia et dont il donne un exemple : l'usage particulier du langage qui, au lieu d'appréhender ou de mobiliser le sens d'un mot qui est immédiatement compatible avec la situation, recense et examine tous les sens possibles de ce mot, en dehors de toute ré-

férence à la situation. Cet exemple, très significatif, enferme l'essentiel de ce qu'est la scholastic view. Il s'agit d'un point de vue tout à fait particulier sur le monde social, sur le langage ou tout autre objet de pensée, qui est rendu possible par la situation de skholè, de loisir, dont l'école – mot qui vient aussi de skholè – est une forme particulière en tant que loisir studieux. L'adoption de ce point de vue scolastique est le droit d'entrée tacitement exigé par tous les champs savants : la disposition « neutralisante » (au sens de Husserl), impliquant la mise en suspens de toute thèse d'existence et de toute intention pratique, est la condition – au moins autant que la possession d'une compétence spécifique – de l'accès au musée et à l'œuvre d'art⁹³.

Évidemment, il serait erroné de prétendre que ma thèse procède uniquement, ni même principalement, d'un point de vue scolastique. En tant que thèse de doctorat, ma recherche s'inscrit dans une finalité particulière qui est celle de l'accès à certains privilèges relatifs à la recherche intellectuelle. Ce qui est le cas de toutes les thèses de doctorat, bien sûr, mais mon travail vise également une autre finalité en tant que réponse à un problème posé par certaines institutions et certains groupes sociaux dans le champ de la production culturelle, pour reprendre le vocabulaire de Bourdieu.

Si j'ai mobilisé cette idée de « point de vue scolastique », ce n'est pas pour la congédier immédiatement après s'en être démarqué. C'est qu'il s'agissait de rappeler que toute entreprise de spéculation intellectuelle s'inscrit dans un ensemble de conditions socioéconomiques qui ont, au bout du compte, été déterminées par l'accumulation de ressources économiques qui crée du temps libre.

⁹³ Pierre Bourdieu, « Le point de vue scolastique » dans *Raisons pratiques*, Paris, Éditions du Seuil, 1989, p. 221-236.

À la différence de l'avocat de Platon, [...] nous avons le temps, tout notre temps, et cette liberté à l'égard de l'urgence – ce qui a toujours quelque rapport avec la nécessité économique, du fait de la convertibilité du temps en argent – est rendue possible par un ensemble de conditions économiques sociales, par l'existence de ces réserves de temps libre que sont les ressources économiques accumulées (la première accumulation de capital politique apparaît, selon Weber, avec le notable, lorsque celui-ci dispose d'assez de ressources pour être en mesure d'abandonner un moment l'activité dont il tire sa subsistance ou de se faire remplacer)⁹⁴.

En accord avec Bourdieu, je dirais que ce ne sont pas seulement les activités de pure spéculation intellectuelle qui ont comme condition ce processus d'objectivation, de mise en retrait de l'action finalisée dans le monde, mais l'ensemble des activités du champ de production culturelle. Ce qui désigne une gamme d'activités beaucoup plus étendue que ce qui est souvent compris comme étant du domaine de la culture.

La plupart des œuvres humaines que nous avons l'habitude de considérer comme universelles – droit, science, art, morale, religion, etc. – sont indissociables du point de vue scolastique et des conditions économiques et sociales qui le rendent possible et qui n'ont rien d'universelles. Elles se sont engendrées dans ces univers sociaux très particuliers que sont les champs de production culturelle (champ juridique, champ scientifique, champ artistique, champ philosophique, etc.) et dans lesquels sont engagés des agents ayant en commun le privilège de lutter pour le monopole de l'universel et de contribuer ainsi à faire avancer, peu ou prou, des vérités et des valeurs qui sont tenues, à chaque moment pour universelles, voire éternelles⁹⁵.

⁹⁴ Bourdieu, p. 223.

⁹⁵ *Ibid*, p. 230.

Ce détour par cette leçon de Pierre Bourdieu au sujet de la posture épistémique du chercheur a double mérite pour ma recherche. D'une part, il éclaire ma position dans le champ de production culturelle, tandis que, d'autre part, il me permet de faire le lien entre deux objets de recherche qui étaient auparavant distincts dans ma démarche : la production d'un système d'indicateurs culturels et l'analyse des rapports entre les temps sociaux et la culture.

En effet, l'émergence historique d'un temps libéré des nécessités de la reproduction des conditions matérielles d'existence (cette liberté à l'égard de l'urgence) permet le développement d'activités qui ne sont pas immédiatement reliées ou nécessaires à cette reproduction. Les activités culturelles sont par conséquent fortement liées à la quantité de temps libre produite dans une société donnée. Temps libre et temps de travail ne sont pas des notions qui vont de soi et il y aura lieu de prendre un certain recul par rapport au projet essentiellement réflexif que constitue la production d'indicateurs culturels par certains éléments du « champ de production culturel » et d'explicitier la convergence entre ma recherche sur les rapports entre le temps et la culture et la recherche théorique sur les indicateurs culturels. C'est ce que j'aborde plus en détail dans la troisième partie de la thèse.

Malgré le renoncement apparent à une théorisation de la culture dans les divers projets d'indicateurs culturels ou de statistiques culturelles, il y a lieu de procéder tout d'abord à une analyse des fondements théoriques sous-jacents à ces projets (chapitre 3.1.1). J'examinerai trois dimensions de ces projets : leur place dans l'ensemble de l'appareil statistique, leur base théorique et leur rôle dans l'espace public.

Ensuite, j'examinerai certaines théories de la culture et des communications dont l'envergure me permet de relier les activités culturelles aux autres activités sociales

(partie 3.1.2). Cette analyse théorique conduira à développer un cadre conceptuel de la culture permettant éventuellement de formuler des concepts qui serviront de base au développement d'un système d'indicateurs de la culture et des communications pour le Québec (partie 3.2). Enfin, la dernière partie de la thèse (chapitre 4) présente l'opérationnalisation des concepts dégagés au chapitre précédent et présente la structure du système d'indicateurs.

Cela pourra sembler étrange pour une thèse dont l'aboutissement prendra pour certains la forme d'une rationalisation de la culture, d'un système cohérent et ordonné d'une chose qui est tout sauf cela, mais en ce qui concerne mon approche des notions théoriques qui sous-tendent les indicateurs culturels produits jusqu'à maintenant, je fais mienne la démarche d'Edgar Morin :

La méthode ne peut se former que pendant la recherche; elle ne peut se dégager et se formuler qu'après, au moment où le terme redevient un nouveau point de départ, cette fois doté de méthode⁹⁶.

La réalisation d'un système d'indicateurs culturels peut être interprétée comme une sorte de théorie descriptive de la culture. Pourtant, il ne s'agit que d'un outil de mesure de la culture et si théorie il y a, c'est surtout une théorie de cette mesure. De cette façon, je cherche à éviter de confondre la réalité culturelle avec ce qui en est mesuré. Ce point est important puisqu'un système d'indicateurs culturels, comme n'importe quel système d'indicateurs, est nécessairement soumis aux interprétations agissantes des agents concernés au sein de l'espace public. Le contraire évacuerait

⁹⁶ Edgar Morin, « La Méthode, 1. La nature de la nature, *Introduction générale* », Paris, Le Seuil, 1977, dans Daniel Bounoux, *Sciences de l'information et de la communication*, Paris, Larousse, 1993, p. 496.

complètement de ma recherche sa pertinence. Ici encore, Bourdieu jette quelque lumière sur la relation particulière du chercheur dans le champ de la culture.

L'analyse statistique dont s'arme parfois l'analyse externe, et qui est communément perçue par les défenseurs de la vision « personnaliste » de la « création » comme la manifestation par excellence du « sociologisme réducteur », n'échappe nullement à la vision dominante : du fait qu'elle tend à réduire chaque auteur à l'ensemble des propriétés qui peuvent être saisies à l'échelle de l'individu pris à l'état isolé, elle a toutes les chances, sauf vigilance spéciale, d'ignorer ou d'annuler les propriétés structurales liées à la position occupée dans un champ, qui, comme par exemple l'infériorité structurale du vaudevilliste ou de l'illustrateur, ne se livrent en général qu'au travers de caractéristiques génériques telle que l'appartenance à des groupes ou à des institutions, revues, mouvements, genres, etc., que l'historiographie traditionnelle ignore ou accepte comme allant de soi sans les faire entrer dans le modèle explicatif⁹⁷.

Dans cette optique, il n'est même pas possible d'appréhender entièrement ce qui échappe à nos mesures. De plus, comme je l'ai mentionné, le point de vue de cette recherche est orienté par la circulation de l'information dans ce que l'on pourrait appeler le système culturel québécois, en ce sens qu'il trouve sa signification dans les lectures de la culture québécoise faites par les agents de cette culture.

Ce dernier point peut sembler aller de soi. Toutefois, il importe de mentionner que les systèmes d'indicateurs proposés jusqu'à maintenant sont également les produits d'une telle circulation, dans d'autres contextes, bien sûr. Ce que ma thèse ajoute, c'est une réflexion théorique sur le caractère théorique de la construction d'un sys-

⁹⁷ Pierre Bourdieu, *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Éditions du Seuil, 1998, p. 307.

tème d'indicateurs culturels. Ma thèse ne se place donc pas en rupture avec les travaux qui l'ont précédée, que ce soit par rapport à leurs aspects théoriques ou simplement méthodologiques, mais plutôt en continuité avec ceux-ci, et mise sur le caractère potentiellement cumulatif de la spéculation théorique. À ce propos, ma réflexion va dans le sens de la proposition de Bourdieu en ce qui a trait à la position du chercheur face à la tradition théorique lorsqu'il explique son utilisation du concept d'habitus :

L'intention qui consiste à reprendre, pour le réactiver, un mot de la tradition et qui s'oppose diamétralement à la stratégie consistant à tenter d'associer son nom à un néologisme ou, sur le modèle des sciences de la nature, à un « effet » même mineur, s'inspire de la conviction que le travail sur les concepts peut lui aussi être cumulatif. La recherche de l'originalité à tout prix, souvent facilitée par l'ignorance, et la fidélité religieuse à tel ou tel auteur canonique, qui incline à la répétition rituelle, ont en commun d'interdire ce qui me paraît être la seule attitude possible à l'égard de la tradition théorique : affirmer inséparablement la continuité et la rupture, par une systématisation critique d'acquis de toute provenance⁹⁸.

Les réflexions qui précèdent à propos de ma position de recherche, bien que certaines d'entre elles puisent à ce qu'il est convenu d'appeler le paradigme critique, illustrent mon état d'esprit au moment de ce rendez-vous avec mon objet de recherche, à savoir une attitude d'ouverture tant au plan théorique qu'à celui des objets de recherche et des limites de ma démarche.

Certains y liront une forme d'œcuménisme et un manque de rigueur épistémologique, d'autant plus que mon analyse des systèmes d'indicateurs et de statistiques

⁹⁸ Bourdieu, p. 295-296.

culturelles actuels ne s'appuiera pas sur une technique formelle de l'analyse de discours pouvant être reliée à telle ou telle école de pensée. Une telle approche m'est apparue inconséquente avec le constat que j'ai fait à propos du déficit théorique des systèmes d'indicateurs culturels, déficit qui se double souvent d'une certaine minceur du discours.

Toutefois, Edgar Morin n'est pas si loin du cœur de la Théorie critique comme le rappelle Daniel Bounoux :

Sur l'impossible totalisation d'abord : on lui reproche de travailler à une nouvelle somme, ou système général du savoir à une époque qui rend techniquement impossible, et socialement suspecte, toute tentative d'unification. Mais lui-même a fait sienne la maxime philosophique d'Adorno : « La totalité est la non-vérité. » On lui reproche d'énumérer et de réciter les savoirs au lieu de les faire travailler expérimentalement : mais c'est que Morin situe sa recherche au niveau des paradigmes et qu'il prétend en les confrontant surmonter les « Yalta méthodologiques ». S'il fallait à son entreprise des lettres de noblesse, on citera l'école de Francfort dont il a repris le combat (en fondant notamment la revue Arguments) : aujourd'hui encore il s'agit de penser contre la montée d'une barbarie profondément enracinée dans les formes mêmes de production et de diffusion de notre culture⁹⁹.

Le sentiment d'émerveillement de Morin devant le monde et « sa jubilation devant la possibilité de la connaissance » rappelle une émotion comparable chez Paul Lazarsfeld lorsqu'il explicite son attitude fondamentale face au processus de découverte. On me pardonnera la longueur de la citation de Lazarsfeld qui suit, elle décrit mieux que je ne saurais le faire ma posture en tant que chercheur.

J'ai toujours été très curieux des processus de production, des structures d'une œuvre, de la manière dont les gens atteignent un but spécifiquement intellectuel. En tant que musicien amateur, mon plaisir musical augmente considérablement si un expert m'explique la structure théorique d'un quatuor. Ne m'y connaissant guère en « belles lettres », je suis redevable à la « nouvelle critique » du fait que les analyses internes d'une œuvre écrite m'ouvrent des perspectives sur des domaines auxquels autrement je n'aurais jamais eu accès. Cet intérêt que je porte aux « explications » fut renforcé au cours de mes années d'étude. Ce fut en ce temps-là que la théorie de la relativité occupa le devant de la scène. Nous fûmes grandement impressionnés par le fait que cette théorie n'était pas à proprement parler le résultat exclusif de découvertes d'ordre matériel, mais aussi celui d'une clarification conceptuelle de notions fondamentales. Je garde un souvenir lumineux de la jouissance que j'éprouvai à découvrir que lorsqu'on dit que deux événements ont lieu simultanément, l'un sur le soleil et l'autre sur la terre, le sens de ce qu'on avance n'est pas d'une évidence clarté¹⁰⁰.

Je pourrais dire que cette attitude positive devant la possibilité de la connaissance s'incarne aussi dans une démarche que Lazarsfeld rapproche de « l'explication de texte ». Appliquée tant aux recherches empiriques qu'aux constructions théoriques, cette méthode à la base de la méthodologie de Lazarsfeld, cherche à dévoiler la forme du raisonnement logique qui les soutient¹⁰¹ et demeure essentiellement une approche inductive.

⁹⁹ Daniel Bounoux, *Sciences de l'information et de la communication*, Paris, Larousse, 1993, p. 485.

¹⁰⁰ Paul Lazarsfeld, « The sociology of empirical social research », *American Sociological Review*, XXVII, 1962, p. 757-767, dans *Philosophie des sciences sociales*, Paris, Éditions Gallimard, 1970, p. 383-84.

¹⁰¹ Voir à ce sujet l'introduction lumineuse de Raymond Boudon à *Philosophie des sciences sociales*, p. 7-72.

Inviter Paul Lazarsfeld à la table de la Théorie critique ne va pourtant pas de soi. Le caractère positiviste de l'épistémologie de Lazarsfeld, de même que les relations ambiguës que ce dernier a entretenues avec les chercheurs de la première génération de l'École de Francfort, Adorno et Horkheimer, peuvent rendre illusoire toute idée de rapprochement entre ces points de vue. Il reste que, contrairement à ses successeurs, Lazarsfeld a au moins tenté d'intégrer, ne serait-ce que partiellement, l'intention critique des chercheurs de l'École de Francfort dans une démarche strictement empirique, détachée de toute interprétation remettant en question les forces sociales dominantes, bien sûr¹⁰².

Bien qu'elle permette d'aborder mon objet avec une certaine naïveté, la méthode de Lazarsfeld est toutefois insuffisante pour mon projet. Comme je l'ai déjà amorcé dans la première partie de la thèse, il m'apparaît essentiel de relier la logique de ces systèmes d'indicateurs à leurs conditions de production historiques. En ce sens, ma démarche se situe résolument dans le paradigme de la Théorie critique. Il ne s'agit pas tant de l'appartenance à une certaine école, qu'un ensemble d'attitudes face au monde social que Craig Calhoun décrit de la façon suivante :

1- a critical engagement with the theorist's social world, recognizing that the existing state of affairs does not exhaust all possibilities, and offering positive implications for social action;

2- a critical account of the historical and cultural conditions (both social and personal) on which the theorist's own intellectual activity depends;

¹⁰² Hanno Hardt, *Critical communication studies : communication, history and theory in America*, New York, Routledge, 1992, p. 107-115.

3- a continuous critical re-examination of the constitutive categories and conceptual frameworks of the theorist's understanding, including the historical construction of those frameworks; and

4- a critical confrontation with other works of social explanation that not only establishes their good and bad points but shows the reasons behind their blind spots and misunderstandings, and demonstrates the capacity to incorporate their insights on stronger foundations¹⁰³.

Ce sont ces quatre « principes directeurs » qui guident mon analyse des systèmes d'indicateurs culturels, celle des théories sociales qui décrivent la culture, de même que ma proposition d'indicateurs culturels.

2.2. Le contexte épistémologique

Ma thèse se situe au carrefour de plusieurs champs disciplinaires. Outre celui des études en communications, elle fait siennes certaines réflexions sur l'histoire des statistiques quant aux déterminants de l'émergence des statistiques culturelles, elle porte un regard critique sur les productions émanant des organismes responsables des statistiques culturelles et sur les prétentions qui guident celles-ci. Ce regard critique s'appuie à la fois sur la sociologie et l'économie de la culture.

Je pense important de mentionner que, de par mon travail, le fait que je sois quotidiennement interpellé par des problèmes qui découlent des approches fonctionnalistes, à tout le moins résolument positivistes, pourra peut-être colorer mon interpréta-

¹⁰³ Craig Calhoun, *Critical Social Theory. Culture, History and the Challenge of Difference*, Cambridge, Blackwell, 1995, p. 35.

tion du contexte du développement culturel québécois de même que les propositions que je serai en mesure de faire quant à la mesure de celui-ci.

2.3. La construction de l'objet

Le point de départ de cette recherche gravite autour d'un questionnement général sur les relations entre les usages sociaux du temps et la culture, entre le temps libre et le temps de travail. Il m'est apparu que les approches théoriques dominantes sur ces questions, malgré leurs divergences quant à la définition du loisir, partageaient une même conception du temps libre, en tant que résidu du temps vécu, une fois que le temps consacré au travail est épuisé. Cette conception découle d'une approche strictement subjective, c'est-à-dire qui ne peut se formuler que du point de vue du sujet de l'action. Si on se place du point de vue de l'ensemble des relations sociales, rien ne permet *a priori* de décider si telle ou telle activité représente du travail ou du loisir, si elle se situe dans le cadre du temps libre ou du temps de travail. Il est parfaitement possible, de ce point de vue, d'envisager qu'une activité dite de loisir comme l'écoute de la télévision puisse être tout autant une activité productive lorsque les dispositifs sociaux permettant cette transformation existent.

Ce dernier déplacement du point d'origine de la recherche, en tant qu'analyse des rapports entre les usages sociaux du temps vers une remise en question de la conceptualisation des catégories de « travail » et de « loisir », exige aussi une approche méthodologique d'une plus grande portée qui permet de renverser la perspective en considérant non seulement ce qui distingue les activités dites de loisir et celles qui sont liées au travail, mais aussi ce qu'elles ont de commun et ce qui permet d'en faire des catégories distinctes.

Bien sûr, de prime abord, ce qu'elles ont de commun c'est qu'il s'agit d'activités sociales. Ce qu'il y a de particulier, c'est qu'il soit possible de les distinguer selon les dimensions du temps et de l'espace. La catégorisation temporelle apparaît avec le mode de production capitaliste et le travail salarié. Or ce qui permet cette coupure radicale, c'est la possibilité de la *mesure* du temps. C'est cette mesure du temps travaillé qui, selon l'analyse marxiste, est à l'origine de la création de valeur dans le procès de travail. De là surgit une autre question quelque peu dérangeante : si d'autres activités sont mesurées dans le temps, peut-on repérer des dispositifs qui permettent de transformer ces activités en sources de valeur ? Ceci aurait pu m'amener sur le terrain des rapports entre le processus de rationalisation du monde et sa réification, pour reprendre la terminologie weberienne, mais c'est plutôt à ce moment que le problème de la mesure de la culture, principalement à propos des pratiques culturelles, a débouché sur un objet en apparence plus concret : celui de la statistique culturelle en tant que dispositif de mesure des activités culturelles comme éventuelle source de valeur.

Dans ce qui suit, j'expose dans le détail le fruit de mes réflexions sur cette question avant qu'elles ne prennent la direction d'une recherche plus pointue vers l'établissement d'un système d'indicateurs de la culture et des communications pour le Québec.

3. THÉORIES DE LA CULTURE ET CONCEPTUALISATIONS DU TEMPS

Dans cette partie, je tente d'établir les bases théoriques d'un éventuel système d'indicateurs de la culture et des communications. Cette démarche passe tout d'abord par l'examen des liens entre la statistique culturelle et certaines théories de la culture (3.1). Elle aborde ensuite la question des rapports entre la culture, les communications et le temps (3.2) et débouche sur une nouvelle conceptualisation de la mesure des activités culturelles (3.3).

3.1. Les liens entre la statistique culturelle et certaines théories de la culture et des communications

J'aborde le problème des fondements théoriques d'un système d'indicateurs culturels sous deux aspects. Tout d'abord, il s'agit d'approfondir les constats de l'analyse des systèmes de statistiques et d'indicateurs culturels, en insistant tout particulièrement sur le processus historique qui a mené à la réalisation du cadre des statistiques culturelles de l'UNESCO (3.1.1). Ce choix vient du constat que la très grande majorité des cadres conceptuels et des programmes de statistiques culturelles publiques se sont appuyés sur celui de l'UNESCO, sans nécessairement reproduire les mêmes découpages.

Ensuite, j'examine trois approches théoriques qui abordent les rapports de la culture avec l'ensemble social selon différents points de vue, en essayant de dégager certains concepts pouvant servir de base théorique à l'élaboration d'un système d'indicateurs culturels (3.1.2). Cet examen prend la forme d'une analyse de trois textes fondamentaux : *Le lieu de l'homme* de Fernand Dumont, *Le marché des biens symboliques* de Pierre Bourdieu et *La théorie de l'agir communicationnel* de Jürgen Habermas. Dans ce dernier cas, l'analyse se présente différemment puisqu'elle ne

viser pas l'ensemble du texte, mais seulement la place qu'y occupe le concept de culture.

3.1.1. Les constats dégagés par l'analyse des statistiques culturelles dans la problématique

La description de l'évolution des statistiques culturelles au Québec, au Canada et ailleurs dans le monde a permis de constater la quasi absence d'un concept explicite de culture, soutenu par une théorie globale de la société. C'est à partir du moment où il est devenu nécessaire de systématiser la production statistique relative à certaines activités dites culturelles, dans le but d'informer les gouvernements sur les effets de ses politiques culturelles ou sur l'état de la culture, que se fait sentir aussi la nécessité d'organiser cette connaissance selon un tout cohérent et clairement délimité.

La mise sur pied du programme de la statistique culturelle de Statistique Canada dans les années 1970 et l'élaboration de son cadre conceptuel constituent une rupture dans l'évolution des statistiques dites culturelles au Canada. Il en va de même avec la publication du *Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles*¹⁰⁴ en 1986. Auparavant, comme nous l'avons vu, les statistiques culturelles ne sont pas pensées comme un tout décrivant une réalité sociale discrète, mais plutôt comme des instruments de mesure économique ou sociologique de certaines activités culturelles. Le développement de cadres conceptuels de la culture révèle les compromis politiques et scientifiques qu'ont dû réaliser les producteurs de statistiques culturelles. Tout d'abord, la production de statistiques culturelles est inscrite le plus souvent

dans un programme de production dont les objectifs et les justificatifs sont tout autres que celui de la mesure de la culture, ou des activités culturelles. Ensuite, l'interprétation des résultats exige qu'il soit possible de faire certaines comparaisons diachroniques, synchroniques ou structurelles. Cette exigence suppose que les activités culturelles à comparer soient comparables, ce qui nécessite à son tour de définir le plus clairement possible les activités à mesurer.

À cet égard le cadre conceptuel pour les statistiques culturelles de l'UNESCO constitue le phare qui a guidé le développement des autres cadres conceptuels de la culture. En effet, l'existence même de ce cadre incite, ou à tout le moins autorise, les autres producteurs de statistiques culturelles à s'appuyer sur celui-ci dans la construction de leur propre système de statistiques culturelles. Ce qui leur permet de faire l'économie du développement théorique concernant la définition de la culture et ses relations avec les autres dimensions des sociétés. Dans ce qui suit, j'examine de plus près les appuis théoriques qui guident la construction du cadre pour les statistiques culturelles de l'UNESCO (CSC).

Entre la décision de l'UNESCO de développer le CSC et la réalisation de celui-ci, il aura fallu quatorze années et de nombreux travaux d'experts d'un peu partout à travers le monde, tel Yvon Ferland¹⁰⁵. De plus, il faut souligner que ce dernier a participé régulièrement aux travaux de l'UNESCO concernant l'élaboration du cadre pour les statistiques culturelles, tel le rapport sur les statistiques concernant le cinéma et

¹⁰⁴ UNESCO (1986). *Le cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (CSC)*, préparé par l'Office des statistiques de l'UNESCO pour la réunion conjointe de la Commission économique européenne et l'UNESCO sur les statistiques culturelles, 17 au 20 mars 1986, Genève, 31 p. et annexes.

¹⁰⁵ Yvon Ferland, *Répertoire des statistiques (et d'indicateurs) de la culture existant au Canada, relatif à l'étude préliminaire de l'objet et du champ d'un cadre pour les statistiques culturelles (CSC)*. Paris, UNESCO, 9 novembre 1979, 21 p.

la radiodiffusion¹⁰⁶. Un tel laps de temps entre l'idée initiale du projet – proposé par la Commission économique européenne en 1972 – et sa réalisation s'explique à la fois par des facteurs contingents reliés au développement organisationnel de l'UNESCO, par les différences entre les classifications statistiques nationales, ou nomenclatures, et par la résistance de certaines activités culturelles au schéma proposé. C'est ce que permet de constater l'historique du développement du CSC¹⁰⁷.

Les premières lignes du CSC précisent d'entrée de jeu les contraintes que s'est imposé l'UNESCO :

Il a été décidé à cette réunion [Genève, septembre 1974] que la mise au point d'un cadre pour les statistiques culturelles devrait avoir les trois caractéristiques principales suivantes :

« (a) ce cadre devrait être un aspect intégré, portant sur les aspects tant économiques que sociaux des phénomènes culturels, par exemple sur la production, la distribution, la consommation et la demande de biens et de services culturels;

(b) il devrait être logique et reposer sur des principes permettant de le rattacher aux systèmes statistiques connexes (systèmes de statistiques sociales et démographiques, systèmes de comptes et bilans nationaux, et, par la suite, système de statistiques de l'environnement;

(c) il devrait servir pour la planification, la direction et l'étude des activités relatives aux politiques culturelles, et, par conséquent,

¹⁰⁶ UNESCO, Office of Statistics, Division of Statistics on Culture and Communication (1981). *First Meeting of Joint Study Group « C » concerning the Examination of Category 5 : Cinema and Photography and Category 6 : Radio and Television of the Proposed Framework for Cultural Statistics (Unesco : CES/AC.44/8)*, (Ottawa, Canada, 9 -12 December 1980). *Final Report*.

¹⁰⁷ *Ibid*, p. 2-10.

porter sur tous les phénomènes présentant de l'importance dans ce domaine¹⁰⁸. »

La formulation de ces conditions n'a pas changé tout au long du processus de construction du CSC. Ce n'est toutefois que dans un rapport de 1979 que l'on trouve quelques justifications théoriques de la démarche de l'UNESCO¹⁰⁹ qui permettent de mieux saisir les ancrages de celle-ci. En fait, les contraintes énoncées dans le CSC sont directement reliées à l'approche ayant prévalu à la construction du *Système de statistiques démographiques et sociales* des Nations Unies (SSDS)¹¹⁰ puisque le CSC s'y appuie fortement dès son origine. En effet, il semble bien, du moins au tout début, qu'un système de statistiques culturelles serait un sous-ensemble du SSDS.

Research efforts are at present being directed towards the elaboration of a coherent and comprehensive system of statistics on culture to be integrated with the UN's System of Social and Demographic Statistics (SSDS)¹¹¹.

Or, dans ses multiples efforts pour organiser une documentation imposante sous la forme d'un système cohérent, le SSDS a tenté d'adopter une approche qui combine à la fois l'*apriorisme* et l'*empirisme*.

Les réunions qui sont à l'origine de ce rapport ont permis d'explorer le rôle de l'apriori et de l'empirisme dans la construction d'un système. Dans la méthode fondée sur l'apriori on s'efforce d'avoir dès le départ une vue aussi claire que possible de la forme finale du système et on

¹⁰⁸ *Ibid*, p. 2.

¹⁰⁹ UNESCO, *Preliminary Study on the Scope and Coverage of a Framework for Cultural Statistics*. Paris, 9 mars 1979, CES/AC.44/8.

¹¹⁰ NATIONS UNIES, Département des affaires économiques et sociales, Bureau de statistique, « Vers un système de statistiques démographiques et sociales », *Études méthodologiques*, série F, no 18. New York, 1976.

*examine seulement après cette étape, les compromis et les limites qu'impose à l'heure actuelle l'insuffisance de nos connaissances et de notre compréhension. Dans la méthode à base d'empirisme, on part de ce que l'on sait et de ce que l'on comprend pour regarder aussi loin que possible devant soi, sans s'attendre du tout à voir clairement au-delà d'une ou deux étapes*¹¹².

Le SSDS n'est pas explicite quant à l'épistémologie de cette approche, mais on en apprend un peu plus dans le document préparatoire à la construction du CSC de 1979.

*The original report on progress in the design and delineation of the SSDS [...] acknowledges the existence of two complementary approaches of system-building, namely the a priori and the empirical. This view is a variant of the general model of logical positivism, according to which scientific theory may be described as an internally consistent formal logic (analytically valid) which become empirical (gains synthetic truth) when various terms are interpreted in data language. The theoretical model (termed a priori) constitutes one « pattern » against which the various bodies of data are matched in some overall or total way. The data (empirical observations) provide the other pattern. But as the latter are not required to have an analytical coherence among themselves. Their pattern is somewhat asymmetrical to the one resulting from the theory*¹¹³.

Toutefois, les auteurs remettent en question la complémentarité de l'approche empirique avec l'approche basée sur une théorie sociale, telle que proposée par le positivisme logique (ou empirique). À leur point de vue, l'état des théories sociologiques

¹¹¹ UNESCO, *Preliminary Study on the Scope and Coverage of a Framework for Cultural Statistics*. Paris, 29 juillet 1977. ST-77/WS/10 (rev.), p.8.

¹¹² NATIONS UNIES, p. 5-6.

dans le champ culturel fait en sorte que les statisticiens font face à trois problèmes, distincts mais reliés. Le premier est l'exigence de critères permettant de distinguer ce qui est culturel de ce qui ne l'est pas; le deuxième est celui de la définition des liens entre la sphère culturelle et la société dans son ensemble, tandis que le troisième est la nécessité d'un consensus quant aux règles de procédure reliant les systèmes statistiques.

En fait, la cause est déjà entendue et, même si la question des critères permettant de distinguer les objets culturels des autres demeure entière, sa résolution théorique n'est, au fond, pas si essentielle à la poursuite des travaux statistiques.

It is clear that the main issue is whether we can decide unambiguously whether an « item » should belong or not belong to the collection of cultural data. In principle it is irrelevant whether the rule of inclusion will result from a theory of culture or from « intuitive notions of practical men ». All we need is to agree of the description of a set of cultural items of data covering the various aspects of culture. It ensues that, in spite of the difficulty of the task we are faced with, we cannot escape having to identify the cultural items we wish to quantify¹¹⁴.

On ne peut donc se défaire de l'exigence de critères, mais ceux-ci peuvent provenir tout autant de la négociation d'une liste d'activités classées comme culturelles dans différentes nomenclatures existantes. Comme les nomenclatures industrielles existantes sont basées sur des approches empiriques, la possibilité de fonder un critère de distinction, de définition de ce qui distingue les activités culturelles des autres, sur une base théorique est évacuée *de facto*. Les auteurs soulignent que les discus-

¹¹³ UNESCO, *Preliminary Study on the Scope and Coverage of a Framework for Cultural Statistics*. Paris, 9 mars 1979, CES/AC.44/8, p. 5.

¹¹⁴ *Ibid*, p. 6.

sions relatives à la construction du SSDS ont montré que les agences statistiques nationales ont indiqué leur préférence pour une approche empirique.

Antecedent discussions on this matter showed a marked preference for an empirical approach and pointed to the fact that « data on culture should be consistent with those in other areas of statistics in order to facilitate the analysis of specific situations in matters of development policies »¹¹⁵.

Enfin, en s'appuyant sur la célèbre étude de Kroeber et Kluckhohn les auteurs ne font pas de mystère sur les raisons qui ont prévalu à la mise en retrait d'une approche théorique de la classification des activités culturelles : il n'existe pas de définition universelle de la culture.

Culture aludes definition and one cannot escape the fact that there is no universally accepted description of the concepts of culture. This is actually the main reason for which in devising the F.C.S., an empirical approach is adopted. Instead of starting with a theory of culture we shall infer the statistical content of the F.C.S. from the existing classificatory systems and from current practice at the national and international level¹¹⁶.

Ceci soulève une question hypothétique : s'il existait une théorie de la culture satisfaisante, le CSC aurait-il véritablement opté pour une autre approche que l'approche empirique? On peut supposer que non.

Le poids des agences statistiques nationales et internationales étant ce qu'il est, tant en 1979 qu'aujourd'hui, il aurait fallu que ces dernières délaissent l'approche empiri-

¹¹⁵ *Ibid*, p. 6.

¹¹⁶ UNESCO, *Preliminary Study on the Scope and Coverage of a Framework for Cultural Statistics*. Paris, 9 mars 1979, CES/AC.44/8., p. 10.

ciste qui prévaut à l'élaboration des diverses nomenclatures statistiques. La question de savoir pourquoi les agences statistiques ont privilégié l'approche empirique relève d'une histoire critique des nomenclatures statistiques, qui reste à faire je crois, bien que certains travaux en ce sens aient déjà été entrepris. La principale tâche de cette histoire serait de repérer les idées préconçues qui soutiennent les principes de la construction des nomenclatures, ces objets fondamentaux de la statistique économique dont le caractère construit échappe souvent à leurs principaux utilisateurs, comme le soulignent Bernard Guibert, Jean Laganier et Michel Volle¹¹⁷ à propos des nomenclatures industrielles, ou encore Alain Desrosières à propos des nomenclatures socioprofessionnelles¹¹⁸.

Pour les premiers, s'appuyant sur Heidegger et Bourdieu, les nomenclatures peuvent être considérées comme des représentations de la réalité qu'elles décrivent, mais que les économistes utilisent comme s'il s'agissait de la réalité elle-même.

« D'après Heidegger, Pour celui, qui porte des lunettes — objet qui pourtant, selon la distance, lui est proche au point de lui « tomber sur le nez » — cet outil est, au sein du monde ambiant, plus éloigné de lui que le tableau accroché au mur opposé. La proximité de cet outil est si grande qu'à l'ordinaire il passe inaperçu. Commentant cette phrase, Bourdieu dit : C'est le même ethnocentrisme qui incline à tenir pour réaliste une représentation du réel qui doit d'apparaître comme « objective » non pas à sa concordance avec la réalité même des choses, (puisque cette réalité ne se livre jamais qu'à travers des formes d'appréhension socialement conditionnées), mais à la conformité des règles qui en définissent la syntaxe dans son usage social avec une définition sociale de la vision objective du monde. En conférant à certai-

¹¹⁷ Bernard Guibert, Jean Laganier et Michel Volle, « Essai sur les nomenclatures industrielles » dans *Économie et statistique*, n° 20, février 1971, p. 23-36.

¹¹⁸ Alain Desrosières, « Éléments pour une histoire des nomenclatures socioprofessionnelles » dans *Pour une histoire de la statistique*, tome 1, INSEE/Economica, 1977, p. 155-231.

nes représentations du réel (à la photographie par exemple) un brevet de réalisme, la société ne fait que se confirmer elle-même dans la certitude tautologique qu'une image du réel conforme à sa représentation de l'objectivité est vraiment objective. *Ainsi s'explique pourquoi les problèmes de nomenclatures paraissent superflus, ennuyeux et inutiles. Ce n'est pas parce qu'ils n'ont pas d'importance; bien au contraire, c'est justement parce qu'ils sont fondamentaux. L'économiste ne s'intéresse pas, si on nous permet cette image, aux lunettes à travers lesquelles il voit l'économie : il s'intéresse par contre fortement à ce qu'il voit*¹¹⁹.

Pour le second, la critique des nomenclatures socioprofessionnelles commence par l'histoire de celles-ci et par l'élucidation du clivage entre la rigueur des procédures statistiques et le caractère intuitif des définitions des catégories sociales. Desrosières inaugure la discussion de cette façon :

Cette activité de production [la production de statistiques] a pour but de classer et de compter des choses et des gens. Elle définit des objets et les mesure, mais présente souvent ses résultats comme si ces catégories préexistaient à l'observation, dans la nature des choses, le travail du statisticien relevant du constat.

*Un décalage semble apparaître entre d'une part la rigueur mathématique et l'exigence de l'outil statistique, mis en œuvre par exemple dans la théorie des sondages ou dans l'analyse économétrique des résultats d'enquête, et d'autre part les procédures de mise au point des catégories de classification, fondées apparemment sur l'intuition et l'empirisme de quelques-uns*¹²⁰.

¹¹⁹ Guibert, Laganier et Volle, p. 23.

¹²⁰ Desrosières, « Éléments pour une histoire des nomenclatures socioprofessionnelles », p. 155.

Concrètement, ce clivage se cristallise dans la divergence entre certaines approches sociologiques et l'approche statistique. Tandis que les premières partent de concepts généraux comme celui de classe sociale, par lequel les individus peuvent être catégorisés selon leur rapport aux moyens de productions, les statisticiens se contentent de quelques critères : salariat/non-salariat, degré de qualification, degré de responsabilité, secteur d'activité. Desrosières propose de surmonter la contradiction entre les deux types d'approches par une histoire des nomenclatures :

Il ne peut s'agir ici de réconcilier deux « catégories sociales » mais seulement d'essayer de creuser (ou dépasser?) la contradiction en recherchant la genèse et l'évolution historique de cet instrument : les taxinomies sociales d'origine administrative, et leur relations avec d'une part la société et d'autre part les représentations sociales du moment. L'hypothèse est faite que les découpages, et en particulier ceux qui sont le support de comptages statistiques, dont se dote une société, reflètent la conscience qu'elle a d'elle-même et les problèmes qu'elle se pose à un moment donné¹²¹.

Il est peu probable que cette hypothèse ne se vérifie jamais, puisqu'elle élude la contradiction entre les approches sociologiques et celle de la statistique économique, qui est pourtant le point de départ du questionnement de Desrosières, en amalgamant le tout sous le couvert d'une « société » devenue une sorte de macro-sujet entreprenant de se décrire. Il aurait été plus conséquent de vouloir situer socialement ces découpages de la réalité sociale selon les logiques de domination à l'œuvre tout au long du développement des nomenclatures statistiques. Par ailleurs, il serait intéressant de faire une étude comparative entre l'histoire des nomenclatures

¹²¹ Ibid, p.156.

statistiques occidentales et celle d'autres types de formations sociales, telle l'Union soviétique, par exemple¹²².

Ce qui peut paraître comme une longue digression permet de comprendre que l'orientation épistémologique prise par le CSC de l'UNESCO s'explique probablement davantage par celle des agences statistiques, dont l'empirisme semble être devenu un trait fondamental, que par la logique des discussions qui ont eu lieu à propos d'une définition de la culture et de sa mesure au cours des années 1970.

Je crois qu'il n'est pas utile ici d'analyser en détail le CSC. Il était seulement nécessaire, d'une part, de signaler que celui-ci a dû faire face aux mêmes problèmes fondamentaux que les autres tentatives d'élaboration de cadres conceptuels de la statistique culturelle, quoique à une plus grande échelle et, d'autre part, que les années 1970 et 1980 constituent la période où s'établit un véritable champ de la statistique culturelle. On pourrait probablement faire une analyse bourdieusienne de la constitution de ce champ et de son évolution jusqu'à aujourd'hui.

3.1.2. Théories de la culture et concepts fondamentaux

Comment la culture vient-elle à la science ? Dans une conférence relativement récente¹²³, Simon Langlois décrit le fascinant voyage d'Alexis de Tocqueville au Bas-Canada du 23 août au 7 septembre 1831. À partir du cas canadien, outre le caractère pittoresque du récit, Langlois fait ressortir la méthode de Tocqueville et montre

¹²² Voir à ce sujet : Mespoulets, Martine, *Construire le socialisme par les chiffres. Enquêtes et recensements en URSS de 1917 à 1991*. Paris, INED, 2008, 240 p.

¹²³ 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 et ceux de la

concrètement comment cette dernière demeure fondamentalement une sociologie moderne, dont l'auteur mérite tout à fait son habilitation parmi les pères fondateurs de la sociologie par Raymond Boudon en 2005.

[...] Raymond Boudon dans son Tocqueville aujourd'hui (2005) vient pour sa part d'élever Tocqueville au rang des pères de la sociologie en explicitant le paradigme tocquevillien et la logique de sa pensée¹²⁴.

La méthode tocquevillienne appréhende les sociétés selon trois dimensions : le contexte, les institutions et la culture. À remarquer que dans la perspective tocquevillienne, il me semble qu'il ne s'agit pas d'éléments constitutifs d'une totalité sociale mais plutôt de différents points de vue selon lesquels il est possible de décrire et d'expliquer ce qui caractérise les formations sociales.

Dans son livre De la démocratie en Amérique, Tocqueville s'attarde à décrire trois dimensions de la société qui lui paraissent en interaction. C'est là sa méthode d'analyse sociologique. Dès les premières pages de l'ouvrage, il annonce en effet l'examen successif 1) du « contexte et des circonstances », 2) des lois et des institutions et, finalement 3) de la culture (les mœurs). Rappelons qu'il classe dans « les mœurs » les idées, les représentations, les « sentiments », les comportements.¹²⁵

En fait, Tocqueville n'utilise pas l'expression « culture » comme telle. Il s'agit plutôt de l'interprétation du sens que Tocqueville donne aux mœurs selon Langlois à partir d'une conception contemporaine de la culture. Tocqueville aurait plutôt utilisé le ter-

section de Québec de l'Association des membres de l'Ordre des Palmes Académiques (AMOPA), Québec, Place Royale.

¹²⁴ Langlois, p. 2.

¹²⁵ Langlois, p. 7.

me culture dans un sens plus ancien, à savoir le progrès intellectuel d'une personne ou le développement de l'esprit. Tocqueville s'exprime ainsi en parlant du retard des Canadiens sur leurs voisins américains :

Tocqueville observe que le niveau d'éducation de la population canadienne est plus faible que celui qu'il a observé aux États-Unis. « Au total cette race d'hommes nous a paru inférieure aux Américains en lumières, mais supérieure quant aux qualités du cœur. (...) La raison des Canadiens est peu cultivée¹²⁶, mais elle est simple et droite; ils ont incontestablement moins d'idées que leurs voisins, mais leur sensibilité est plus développée »¹²⁷.

Néanmoins, il semble bien que dans l'esprit de Tocqueville le concept de culture soit bien présent même si le terme en est absent. De plus, il est aussi manifeste que la culture y est tout de même conçue dans ses relations avec les autres dimensions de la société. Je reviendrai plus loin sur ce dernier aspect. Pour l'instant, retenons qu'un concept de culture est déjà présent dans l'esprit des précurseurs de la recherche en sciences sociales.

Dans l'ouvrage, désormais classique, de Krøeher et Kluckhohn sur les diverses définitions et concepts de culture, on situe l'émergence de la notion de culture à la fin du 18^e siècle en Allemagne¹²⁸. 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

¹²⁶ C'est moi qui souligne.

¹²⁷ Langlois, p. 13.

¹²⁸ Dans ce qui suit, nous nous appuyons fortement sur la synthèse des éléments historiques de l'ouvrage de Krøeher et Kluckhohn réalisée par Guy Rocher dans *Introduction à la sociologie générale*, Montréal, Hurtubise HMH, 1992, p. 101-106.

un sens différent, le terme culture a été utilisé par ces historiens pour décrire ce progrès. Bien que datant du Moyen Âge, alors qu'il désignait le culte religieux, ce n'est qu'au 17^e siècle qu'en français le terme culture en est venu à signifier le travail de la terre et, subséquemment, la formation de l'esprit (18^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 étendu 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...*¹²⁹.

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 société*¹³⁰.

¹²⁹ Cité dans Jacques Le Goff, *Pour un autre Moyen Âge, Temps, travail et culture en occident : 18 essais*, Paris, Gallimard, 1977, 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.

¹³⁰ Rocher, p. 105.

Ce n'est que récemment que le terme culture, en 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 me semble que l'acception générale du terme comme progrès intellectuel, propre au français, constitue une barrière autrement 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. Les travaux de Pierre Bourdieu ont bien montré comment, en France, les notions de culture et de culture légitime recouvrent des activités et des produits orientés vers la légitimation des différences sociales. Ainsi la culture ne se comprend pas comme une partie fonctionnelle d'une totalité sociale, mais plutôt comme le résultat de la reproduction des oppositions de classes dans le champ symbolique. L'étude de cette reproduction doit donc commencer par le nivellement de cette distinction dans le champ symbolique pour rendre son objectivation possible.

La science du goût et de la consommation culturelle commence par une transgression qui n'a rien d'esthétique : elle doit en effet abolir la frontière sacrée qui fait de la culture légitime un univers séparé pour découvrir les relations intelligibles qui unissent des « choix » en apparence incommensurables, comme les préférences en matière de musique et de cuisine [...]. Cette réintégration barbare des consommations esthétiques dans l'univers des consommations ordinaires révoque l'opposition, qui est au fondement de l'esthétique savante depuis Kant, entre le « goût des sens » et le « goût de la réflexion » et entre le plaisir « facile » [...] et le plaisir « pur », qui est prédisposé à devenir un symbole d'excellence morale et une mesure de la capacité de

sublimation qui définit l'homme vraiment humain. La culture qui est le produit de cette division magique a valeur de sacré¹³¹.

Ce gain d'objectivité reste toutefois bien relatif, selon Bourdieu, et c'est non seulement la culture que le chercheur doit interroger, mais aussi le rapport à la culture des groupes et leurs manières de mobiliser leur capital culturel de même que son propre rapport à cette culture.

Mais on en a pas fini avec les évidences : c'est l'interrogation même qu'il faut interroger – c'est-à-dire le rapport à la culture qu'elle privilégie tacitement – afin d'établir si une modification du contenu et de la forme de l'interrogation ne suffirait pas à déterminer une transformation des relations observées. On ne sort pas du jeu de la culture; et on ne se donne quelque chance d'en objectiver la vérité qu'à condition d'objectiver le plus complètement possible les opérations mêmes auxquelles on est obligé d'avoir recours pour réaliser cette objectivation¹³².

Il me semble que ceci illustre une tension certaine, à cette époque, dans la notion de culture chez Bourdieu entre une définition traditionnelle de la culture, dans son sens français d'être cultivé, et une conception plus holiste de celle-ci, où elle constitue un horizon indépassable de la réflexion sociologique. Dans ses écrits ultérieurs, par exemple dans *Les règles de l'art*¹³³ ou dans *Raisons pratiques*¹³⁴, Bourdieu abandonne presque la notion de culture au profit des concepts d'habitus, de champs et de biens symboliques.

¹³¹ Pierre Bourdieu, *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979, p. VII.

¹³² *Ibid*, p. 10.

¹³³ Pierre Bourdieu, *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Éditions du Seuil, 1998 [1992].

¹³⁴ Pierre Bourdieu, *Raisons pratiques*, Paris, Éditions du Seuil, 1994.

Ce qui est conséquent avec son opposition croissante aux théories sociologiques et aux approches philosophiques proposant des modèles explicatifs globaux. Mais Bourdieu est loin d'être le seul à ressentir cette espèce de dédain envers la notion de culture. William H. Sewell fait également ressortir ce malaise au sein de l'anthropologie culturelle :

As John Brightman points out in his superb commentary on the recent disputes about culture in anthropology, the anthropological critics of the 1980s and 1990s have exhibited widespread « lexical avoidance behavior , » either placing the term « culture » in quotation marks when it is used, refusing to use « culture » as a noun while continuing to use it as an adjective (as in « cultural anthropology »), or replacing it with alternative lexemes such as « habitus, » « hegemony, » or « discourse »¹³⁵.

Néanmoins, le Bourdieu de *La distinction* insiste sur une distinction fondamentale entre la culture en tant que donnée et culture en tant que créée.

La sociologie est là sur le terrain par excellence de la dénégation du social. Il ne lui suffit pas de combattre les évidences premières; de rapporter le goût, ce principe incréé de toute « création », aux conditions sociales dont il est le produit, en sachant bien que les mêmes qui s'acharnent à refouler l'évidence de la relation entre le goût et l'éducation, entre la culture au sens d'état de ce qui est cultivé et la culture comme action de cultiver¹³⁶, s'étonneront qu'on puisse dépenser autant de peine à prouver scientifiquement cette évidence¹³⁷.

¹³⁵ William H. Sewell, « The concept(s) of Culture » dans Victoria E. Bonnell and Lynn Hunt (dir.) *Beyond the Cultural Turn. New directions in the Study of Society and Culture*, Berkeley, University of California Press, 1999, p. 38.

¹³⁶ C'est moi qui souligne.

¹³⁷ Bourdieu, *La distinction*, p. 9.

Cette distinction entre ces deux significations de la culture introduit une temporalité qui rappelle étonnamment certains traits du modèle *dumontien* de la culture, écrit onze ans plus tôt¹³⁸, qui distingue entre une culture première et une culture seconde, celle-là se présentant comme un donné quasi naturel, tandis que celle-ci résulterait de la distanciation opérée par la conscience du sujet dans son expérience des insuffisances de la culture première.

*La culture première est un donné. Les hommes s'y meuvent dans la familiarité des significations, des modèles et des idéaux convenus : des schémas d'actions, des coutumes, tout un réseau par où l'on se reconnaît spontanément dans le monde comme dans sa maison*¹³⁹.

*La culture seconde se dégage d'abord de la culture commune [ou culture première] par des procédés que nous engloberons dans le concept de stylisation. Par rapport à la perception et à l'action spontanée, le livre, le poème, le tableau représentent évidemment des décrochages et des reconstructions*¹⁴⁰.

Évidemment, le point de vue de base de Fernand Dumont est assez différent de celui de Bourdieu, en ce sens que le premier, je crois, se fonde sur une perspective phénoménologique où le sujet vit des ruptures dans la trame du champ symbolique auquel il accède, tandis que le point de vue de Bourdieu s'appuie sur l'existence de rapports conflictuels entre les classes sociales dans le champ symbolique, rapports qui découlent de la poursuite d'intérêts divergents par les individus et les groupes. Aussi, on notera que les lumières qui inspirent Dumont dans *Le lieu de l'homme* pro-

¹³⁸ Fernand Dumont, *Le lieu de l'homme*, Montréal, Bibliothèque québécoise, 1994 [1969].

¹³⁹ *Ibid*, p. 73.

¹⁴⁰ *Ibid*, p. 65.

viennent de la philosophie, tandis que Bourdieu puise à l'anthropologie structurale de Claude Lévi-Strauss, bien qu'il en vienne à s'en démarquer fortement par la suite.

Cette idée d'une culture en tant que donnée et d'une culture produite, qui renouvelle et succède à la première, peu importe ici ce qui puisse en être le moteur, les conflits de classes ou l'expérience dissonante du sujet, mène directement à un certain concept de reproduction culturelle. Avant d'aller plus loin sur cette ligne de pensée, j'aimerais signaler la distinction établie par Sewell entre la culture en tant que catégorie fondamentale des sociétés, catégorie avant tout théorique, et la culture comme ensemble concret de coutumes et d'images du monde.

In one meaning, culture is a theoretically defined category or aspect of social life that must be abstracted out from the complex reality of human existence. Culture in this sense is always contrasted to some other equally abstract aspect or category of social life that is not culture such as economy, politics, or biology.

[...] In that second meaning, culture stands for a concrete and bounded world of beliefs and practices. Culture in this sense is commonly assumed to belong to or to be isomorphic with a « society » or with some clearly identifiable subsocietal group. We may speak of « American culture » or « Samoan culture, » or of « middle-class culture, » or « ghetto culture »¹⁴¹.

Pour intéressante qu'elle soit sous l'angle épistémologique, cette distinction me semble peu féconde puisque, en pratique, ses deux éléments renvoient l'un à l'autre. Quand on parle de la culture américaine selon une perspective sociale englobante ou selon celle de l'étude de certains traits particuliers d'un groupe, on revient tou-

¹⁴¹ Sewell, p. 39.

jours à une dimension particulière d'un ensemble social donné. Néanmoins, pour qui veut retracer les incompréhensions qui traversent l'histoire des études culturelles, cette distinction permet d'éviter de confondre les paradigmes.

Que l'on considère la notion de culture sous l'angle de la sociologie ou de l'anthropologie, il est remarquable que le concept, peu importe la forme qu'il prenne, soit indéniablement nécessaire pour n'importe quelle attitude objectivante face aux activités humaines. Réciproquement, l'attitude objectivante peut elle-même être considérée comme un trait culturel, et ce, dans plusieurs sens du terme, qui est nécessaire à l'émergence de la notion de culture. La circularité de l'inscription de la culture dans la science, en tant qu'ensemble de procédures orientées vers la description explicative du monde, ne peut mieux s'illustrer que par l'entrée de l'anthropologie dans la science historique.

Si, comme nous l'avons vu, c'est dans la science historique qu'apparaît tout d'abord la notion de culture pour ensuite être formalisée en un concept qui fonde l'anthropologie culturelle, les historiens vont reprendre le concept et l'appliquer à des sociétés éloignées non plus dans l'espace, mais dans le temps. On passe ainsi d'une histoire strictement événementielle à une histoire des sociétés et, conséquemment, de leurs diverses dimensions, économie, politique, culture, etc. Concrètement cette intégration de l'histoire au sein des sciences sociales, se réalise sous la direction de Fernand Braudel par la fondation de la revue *Annales* en 1929. Jacques Le Goff explique mieux que je ne saurais le faire ce changement capital de la science historique et de ses rapports nouveaux avec l'anthropologie.

J'appartiens à une génération d'historiens marqués par la problématique de la longue durée. Celle-ci sort de la triple influence d'un marxisme à la fois ressourcé et modernisé, de Fernand Braudel et de

l'ethnologie. De toutes les sciences dites maladroitement humaines [...] l'ethnologie est celle avec qui l'histoire a noué le dialogue le plus aisé et le plus fécond. Si je suis les savants et les chercheurs qui, au terme d'ethnologie trop lié au domaine et à l'époque du colonialisme européen, préfèrent celui d'anthropologie susceptible de s'appliquer aux hommes de toutes les cultures et si, par conséquent, je parlerais plus volontiers d'anthropologie historique que d'ethnohistoire, je remarque toutefois que si les historiens – certains historiens – ont été séduits par l'ethnologie parce qu'elle mettait en avant la notion de différence, dans le même temps les ethnologues s'orientent vers une conception unifiée des sociétés humaines, voire vers le concept d'homme que l'histoire, aujourd'hui comme hier, ignore. Ce chassé-croisé est intéressant et inquiétant à la fois¹⁴².

Lorsque le concept de culture revient transformé à l'histoire, il est déjà tout fait et assimilable sans trop de modifications à la nouvelle histoire. Dans ses nombreuses analyses sur l'évolution de la culture au Moyen Âge, Jacques Le Goff ne ressent nullement le besoin de définir le concept. Il utilise les catégories de culture savante et culture populaire sans vraiment les expliciter et en les définissant de façon opératoire selon les documents rangés dans ces catégories.

Un fil conducteur dans cette quête de l'histoire culturelle, un outil d'analyse et d'investigation était nécessaire. Je rencontrai l'opposition entre culture savante et culture populaire. Son usage ne va pas sans difficultés. Culture savante n'est pas aussi simple à définir qu'on le croit et culture populaire participe de l'ambiguïté de cette dangereuse épithète « populaire ». [...] Mais, en disant avec précaution de quels documents on se sert et ce que l'on range sous ces notions, je crois à l'efficacité de cet outil¹⁴³.

¹⁴² Le Goff, *Pour un autre Moyen Âge*, p. 9.

¹⁴³ *Ibid*, p. 14.

Le surgissement de la conception anthropologique de la culture dans cette composante de la culture que constitue l'histoire en tant que composante des sciences sociales¹⁴⁴ au milieu des années 1970 met en relief une transformation importante dans la compréhension des relations entre la « base » et la « superstructure » des sociétés selon la terminologie marxiste. Ce qui change c'est le lieu de l'explication des transformations sociales. Les formes culturelles ne sont plus comprises comme les simples produits des rapports de production, mais plutôt comme des éléments relativement autonomes qui contribuent tout autant, sinon davantage, aux transformations sociales. Hayden White souligne cet enjeu important du « tournant culturel » au sein des sciences sociales.

What, then, are the stakes in a discussion of the relation between society and culture, the question of the relative autonomy of culture vis-à-vis society, and the consideration of culture as a cause rather than only a reflection or response to social forces and processes ? It is obvious that such questions as these are important for Marxist student of history and society, because they suggest the necessity of revisiting the orthodox Marxist model of base–superstructure in which social relations of production are viewed as determinants of cultural phenomena¹⁴⁵.

S'il peut être aisé de déplacer le lieu de l'explication dans le modèle base – superstructure¹⁴⁶, il en va autrement avec le rejet du modèle en tant que tel. Les hésitations de Le Goff à ce propos sont éclairantes.

¹⁴⁴ Il aurait été plus poétique et aussi exact d'écrire « Cette acculturation de la culture à la culture... », mais moins limpide...

¹⁴⁵ Hayden White, « Afterword » dans Victoria E. Bonnell and Lynn Hunt (dir.) *Beyond the Cultural Turn. New directions in the Study of Society and Culture*, Berkeley, University of California Press, 1999, p. 317.

¹⁴⁶ En français, l'expression « infrastructure et superstructure » est également utilisée.

À Maurice Lombard je dois non seulement la révélation et le goût des grands espaces de civilisation [...], le nécessaire regard du médiéviste occidental [...] vers l'Orient fournisseur de marchandises, de techniques, de mythes et de rêves, mais aussi l'exigence d'une histoire totale où la civilisation matérielle et la culture s'interpénètrent, au sein de l'analyse socio-économique des sociétés. Je ressentais la grossièreté et l'inadéquation d'une problématique marxiste vulgaire de l'infrastructure et de la superstructure¹⁴⁷.

Ce propos écrit en 1977, extrait de la préface à *Pour un autre Moyen Âge*, qui est un recueil de textes publiés antérieurement dans diverses revues savantes, contraste singulièrement avec cet extrait d'un des textes, publié initialement en 1967, de ce recueil.

Pour mieux comprendre les supports sociaux de la culture dans le haut Moyen Âge, il faut rappeler l'évolution des infrastructures qui amène brusquement le christianisme au premier plan de la scène historique au IV^e siècle. [...] Au début du IV^e siècle, le christianisme était surtout répandu dans les classes urbaines moyennes et inférieures, alors que les masses paysannes et l'aristocratie étaient à peine touchées. Or la contraction économique et le développement de la bureaucratie amènent la promotion de ces middle and lower urban classes¹⁴⁸ où le christianisme était déjà fort. Cette promotion entraîne la percée chrétienne. Mais quand le triomphe du christianisme se précise, les classes qui l'ont porté sont en plein recul. Le christianisme échappe à l'effondrement des superstructures fragiles du Bas-Empire, mais en se désolidarisant des classes qui ont assuré son succès et que l'évolution historique a fait disparaître¹⁴⁹.

¹⁴⁷ Le Goff, p. 13-14.

¹⁴⁸ En anglais et en italique dans le texte.

¹⁴⁹ Le Goff, p. 225.

Tout y est : infrastructure, superstructure, lutte des classes. Ainsi que le caractère déterminant des transformations de l'infrastructure sur la superstructure. Près de trente ans plus tard, la perspective s'est inversée, ou à tout le moins, l'auteur a abandonné toute tentative d'explication univoque des développements culturels par les rapports de classes ou par l'évolution des forces productives. Ainsi, dans sa magistrale et fascinante biographie de Saint Louis (Louis IX)¹⁵⁰, Le Goff attribue le développement du capitalisme en Europe à l'influence des Ordres Mendiants (Dominicains et Franciscains) sur Saint Louis.

Les Ordres Mendiants [...] sont les instruments de l'Église pour réaliser la christianisation de la nouvelle société issue du grand essor des XI^e-XIII^e siècle. En particulier, ceux qui sont nés d'une réaction de l'esprit de pauvreté face à l'essor économique, à la diffusion de l'argent, au développement de la recherche du gain, ont inventé, non sans paradoxe, des solutions éthiques et religieuses qui justifient le marchand, ils ont légitimé certaines opérations financières, permis, en somme, le développement du capitalisme¹⁵¹.

Ceci n'est pas sans rappeler le rôle attribué par Max Weber au protestantisme dans le développement du capitalisme, comme le signale Le Goff. Toutefois, trois siècles séparent Saint Louis de la Réforme.

Jacques Le Goff n'est ni un sociologue, ni un anthropologue. C'est un historien. J'ai tenté d'illustrer par cet exemple comment la conception des rapports entre la culture et la société avait évolué au sein des sciences sociales depuis le début des années 1970 dans le sens de ce qui est couramment appelé le « tournant culturel ». Dans

¹⁵⁰ Louis IX fut roi de France de 1226 à 1270, année où il meurt en croisade à Tunis. Né en 1214, il sera canonisé en 1297.

¹⁵¹ Jacques Le Goff, *Saint Louis*, Paris, Gallimard, 1996, p. 330.

son introduction au *Traité de culture*¹⁵², Denise Lemieux fait état des multiples significations du concept de la culture, à commencer par les définitions dites anthropologiques qui désignent « des faits de civilisation, de mentalités et de modes de vie », en opposition avec celles qui se « réfèrent aux œuvres et aux représentations qui en émergent, mythes, religions, philosophies, idéologies, arts et sciences »¹⁵³. Au départ, les premières auraient été réservées aux sciences sociales tandis que les secondes auraient été utilisées davantage par les études littéraires, philosophiques et esthétiques. Tant aux niveaux théoriques que méthodologiques, les emprunts se sont toutefois multipliés entre ces approches de telle sorte qu'il est maintenant à peu près impossible de faire des distinctions aussi nettes.

Je ne referai pas ici l'historique des développements, parfois douloureux, au sein des sciences sociales et qui ont mené à la situation actuelle où la culture est parfois considérée comme une variable explicative dans la détermination des causes de la cohésion sociale (et de son contraire). Je mentionnerai seulement que les insuffisances, bien réelles, des catégories sociales issues des paradigmes dominants au sein des sciences sociales, soit le fonctionnalisme et le marxisme, à expliquer les différences sémantiques de ces mêmes catégories selon les formations sociales ont poussé certains chercheurs à se tourner vers d'autres voies.

À ce titre, l'anthropologie structurale de Claude Lévi-Strauss, inspiré par Ferdinand de Saussure, a contribué fortement à l'autonomisation de l'objet « culture » et à sa systématisation, au sens fort du terme, où la culture est comprise comme un système d'éléments dont les relations définissent le sens des catégories sociales.

¹⁵² Denise Lemieux (dir.) *Traité de culture*, Ste-Foy, Presses de l'Université Laval, 2002.

¹⁵³ Lemieux, p. 5-6.

Ce tournant linguistique des études sur la culture, qui se fera d'une façon complètement différente en Amérique du Nord à partir de l'école de Chicago, remet en question le concept de culture et son ancrage dans la réalité sociale.

Par cette longue introduction qui débute avec un questionnement sur la prise en compte de la culture par la science et qui, pour certains, pourrait se terminer par une autre question comme « Comment la culture congédie la science ? », j'ai essayé de montrer comment la question culturelle s'est retrouvée au cœur des débats agités de la recherche sociale au cours des trente dernières années. Ces débats fondamentaux n'ont pas été sans répercussion sur l'activité concrète des chercheurs et des organismes culturels. Établir aujourd'hui un programme d'indicateurs culturels, avec tout ce que cette expression peut connoter, exige des éclaircissements théoriques. Non pour fonder un impossible point de vue absolu sur la culture, mais pour permettre une assise cohérente à un ensemble de procédures qui débouche sur des résultats autorisant des consensus éclairés au sujet de la culture québécoise. Sans guillemets.

Il ne s'agit donc pas ici de faire du magasinage intellectuel, de présenter tour à tour toutes les théories de la culture et des communications, d'en peser les avantages et les inconvénients et, tel un demiurge de la connaissance, consacrer l'élue sur l'autel de la vérité scientifique et en faire mon guide incontestable. Je propose plutôt de baser ma réflexion sur trois textes qui proviennent d'horizons distincts, mais qui ont en commun une interrogation fondamentale quant aux changements culturels.

Premièrement, je tente de rendre plus explicite le rôle du temps au sein du concept de culture dans *Le lieu de l'homme* de Fernand Dumont. Deuxièmement, j'analyse *Le marché des biens symboliques* de Pierre Bourdieu sous l'angle de la temporalité

de la circulation des biens symboliques. Troisièmement, j'examinerai la place occupée par le concept de culture dans la *Théorie de l'agir communicationnel* de Jürgen Habermas.

J'ai choisi ces textes parce qu'ils ont en commun de poser la question culturelle à la fois comme ensemble d'actions caractéristiques et comme système de significations. C'est dans l'articulation entre ces deux objets, qu'il ne faut pas confondre avec des points de vue différents sur un même objet, que s'inscrit obligatoirement une certaine conception du temps. Il me semble que n'importe quel projet sérieux d'indicateurs culturels, dont une grande partie des travaux consiste à dégager des tendances, ne peut éviter d'aborder de front la question du temps dans le cadre théorique qui le soutient.

3.1.2.1. *Le lieu de l'homme* de Fernand Dumont

S'il existe de bonnes raisons intellectuelles pour choisir ce texte de Fernand Dumont, directement reliées à ma démarche, il faut aussi signaler qu'il me semblait extrêmement difficile, comme chercheur québécois en culture, de construire un cadre théorique de la culture sans me référer à Dumont. Aujourd'hui, comme le font remarquer Simon Langlois et Yves Martin, les concepts que Dumont a développés dans *Le lieu de l'homme* sont devenus des classiques de la recherche culturelle et il aurait été pour le moins curieux de les ignorer.

Livre riche, on y trouve une théorie originale de la culture : culture première et culture seconde, dédoublement et stylisation sont des

*concepts devenus classiques, qui délimitent un cadre d'interprétation du monde*¹⁵⁴.

J'ai évoqué rapidement plus haut quelques traits essentiels du modèle dumontien de la culture, comme on peut les entrevoir dans le *Lieu de l'homme*, et il s'agit maintenant d'en expliciter l'architecture et en quoi cette dernière pourrait supporter un projet, positiviste en apparence, de mesure de la culture.

Le lieu de l'homme est un ouvrage difficile. Publié en 1968, il étonne dès l'abord par le contraste entre l'actualité de son diagnostic sur la société québécoise et un humanisme qui semble parfois assez désuet. Ensuite, l'écriture se déroule en strates de sens qui se renvoient mutuellement à des carrefours inattendus, provoquant ainsi une polysémie du texte qui force de fréquents retours aux pages déjà lues. Comme si la lecture elle-même de l'œuvre engendrait sa mémoire par la distance parcourue d'une page à l'autre au hasard des doutes et des incompréhensions.

On pourrait croire que, après le structuralisme, après Foucault, la question philosophique traditionnelle « Qu'est-ce que l'homme? », point de départ de la réflexion de Dumont, est devenue obsolète. Pourtant, les récents développements des technologies génétiques ramènent en avant-plan cette même question. Cette fois-ci, il ne semble plus possible de faire de la culture le seul lieu de l'homme, au sens où ce qui définirait fondamentalement les êtres humains, c'est leur appartenance à une culture.

Dans cette esquisse d'une théorie de la culture, Dumont met en scène dès le point de départ deux acteurs importants : le langage et la conscience.

¹⁵⁴ Simon Langlois et Yves Martin (dirs.) *L'horizon de la culture. Hommage à Fernand Dumont*, Sainte-

Depuis que les hommes parlent, depuis qu'ils écrivent, ils ont voulu ramener le mutisme de l'univers et leurs sauvages intentions intimes à des horizons repérés et à des angoisses fondées. Habiter le monde, ce fut peut-être d'abord un long cri jeté dans une nuit sans frontières. [...]

Puis ce fut, sans doute aussi, la lente récupération des articulations de ce cri et des rivages qu'il tentait d'atteindre. Le lieu de l'homme, on a toujours cru que ce devait être la culture : un habitacle où la nature, nos rapports avec autrui, les lourds héritages de l'histoire seraient confrontés avec les intentions de la conscience dans un dialogue jamais achevé. En fait la culture ce n'est jamais cela. Tout au plus est-elle un projet sans cesse compromis¹⁵⁵.

Beaucoup de Dumont se retrouve dans ces quelques lignes. L'immanence réciproque du langage et de la conscience, les murailles de la nature, de l'autre et de l'ancêtre sur lesquelles se répercute l'écho incessant du sens et la solitude d'une innocence à jamais perdue, sont les thèmes qui émaillent *Le lieu de l'homme*.

S'inscrivant dans la suite de la pensée de Hegel quant à la pertinence des sciences sociales, en tant qu'ensemble de reconnaissances « d'une remise en cause du sujet par laquelle il s'examine sur l'histoire qui le fait et qu'il contribue à refaire »¹⁵⁶, l'ouvrage de Dumont a une portée épistémologique qui dépasse l'horizon de ce travail. Je n'ai donc pas l'intention d'analyser ici toutes les conséquences philosophiques de la réflexion dumontienne encore empêtrée, il me semble, dans les limites de la philosophie du sujet. Je crois seulement qu'il est possible d'utiliser les concepts fondamentaux de cette réflexion qui, assurément, font entrevoir une conceptualisa-

Foy, Presses de l'Université Laval, Institut québécois de recherche sur la culture, 1995, p.16.

¹⁵⁵ Dumont, p. 25.

¹⁵⁶ *Ibid*, p. 29.

tion de la culture plus féconde et plus dynamique, pour fonder la pertinence de la mesure de la culture.

Partant du divorce entre les discours et les pratiques concrètes, et de la crise du langage qu'il révèle, Dumont propose une conception de la culture à deux volets : une culture première et une culture seconde. Cette dernière émerge de la culture première grâce aux processus de stylisation et de réduction. L'existence de ces deux sphères culturelles génère le sentiment de l'historicité, foyer de la conscience. Les deux processus de différenciation de la culture engendrent deux sentiments d'historicité distincts : celui qui est axé sur la tradition comme renouvellement des formes culturelles et un autre basé sur l'autonomie de l'objet culturel en tant qu'anticipation d'un « nouvel univers pourtant évanescent »¹⁵⁷. C'est l'opposition entre l'*avènement* et l'*événement*, thème présent tout au long du *Lieu de l'homme*.

À partir de cette rupture qui trace la ligne entre tradition et modernité, Dumont note la direction du développement de la connaissance à partir des savoirs traditionnels vers l'autonomisation consciente de ses moyens. L'émancipation de la connaissance mène également à l'autonomisation des pratiques sociales sous la forme concrète d'organisations qui ne sont plus liées par les mythes et la tradition. À cette rupture correspond la séparation entre le pouvoir et l'intellectuel, entre l'organisation et la « libre circulation des valeurs »¹⁵⁸. Il en découlerait une subjectivité affaiblie qui oscille entre les exigences de l'organisation et le « loisir vide » par où s'exprime la nostalgie d'une unité fondamentale du monde, d'une « promesse de bonheur », comme dirait Adorno¹⁵⁹. Face à cette situation de crise, Dumont propose finalement de re-

¹⁵⁷ *Ibid*, p. 228-229.

¹⁵⁸ *Ibid*, p. 228-229.

¹⁵⁹ Theodor W. ADORNO, *Théorie esthétique*, Paris, Klincksieck, 1995 [1970], p. 30.

trouver la solidarité entre la culture et la science à partir de l'unité de la conscience historique de l'homme et de sa vocation culturelle.

L'échec d'un rassemblement historique des objets culturels et d'une histoire des réformes de l'esprit par la science, que nous avons cru constater en évoquant la critique littéraire et la critique scientifique, serait donc corrélatif d'un échec de l'homme tout court à rassembler les éléments épars de sa culture dans une signification cohérente de son histoire.

[...] peut-être est-il possible maintenant de dégager une vue d'ensemble où serait envisagée [...] la solidarité de la vocation historique de l'homme et sa vocation culturelle¹⁶⁰.

Dumont tente de retrouver cette unité à partir de la réconciliation entre la conscience personnelle de la durée et l'ancrage historique de la conscience et analyse en quoi le mode d'appréhension de la temporalité par la tradition est une condition essentielle à la culture.

Nous retrouvons le mouvement de fond auquel nous avons été constamment ramenés dans le cours de ce livre. Chaque fois que nous avons essayé de saisir la genèse de la culture moderne, elle nous est apparue en corollaire avec la liquidation des traditions. [...] C'est la situation de l'homme dans la durée, c'est-à-dire l'essence de la culture comme lieu de l'homme, qui est directement concernée. Un degré zéro de la tradition est-il concevable sans que la culture et l'homme disparaissent ?¹⁶¹

¹⁶⁰ *Ibid*, p. 30.

¹⁶¹ Dumont, p. 250.

Dans le *Lieu de l'homme*, la réflexion dumontienne sur la culture débouche donc sur une analyse des modes traditionnel et moderne de représentation du temps, comme l'a bien compris Danièle Letocha dans son analyse du *Lieu de l'homme* : « J'estime que nous tenons là le meilleur essai sur le temps jamais écrit au Québec, et l'un des plus intéressants de l'après-guerre occidental¹⁶². »

Je reviendrai plus loin sur la description que fait Dumont des rapports entre les représentations du temps et la culture, entre le sentiment personnel de la durée et la conscience historique. Pour le moment, il importe de décrire les concepts de base de la théorie dumontienne : culture première, culture seconde, stylisation, réduction et conscience.

Culture première

Comme Dumont le note lui-même, ce n'est pas tant cette distinction entre une culture première et une culture seconde qui constitue l'originalité de sa contribution, mais plutôt son explicitation des processus autorisant cette différenciation, soit la stylisation et la connaissance. Le double concept de culture n'est pas tant un écho du dédoublement du langage reproduit dans la culture mais plutôt le produit de ce dédoublement.

Quand je prends la parole je ne me limite donc pas à faire résonner un langage antérieur qui prêterait à mon discours les éléments de son articulation. Je reprends aussi à mon compte une certaine distance

¹⁶² Danièle Letocha, « Entre le donné et le construit : le penseur de l'action. Sur une relecture du *Lieu de l'homme* », dans Simon Langlois et Yves Martin *L'horizon de la culture. Hommage à Fernand Dumont*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval et Institut québécois de recherche sur la culture, 1995, p. 27.

entre un sens premier du monde disséminé dans la praxis propre à mon contexte collectif et un univers second où ma communauté historique tâche de se donner, comme horizon, une signification cohérente d'elle-même. Cette distance et les deux pôles qui l'indiquent, c'est bien ce qu'il faudrait entendre par le concept de culture. Celle-ci consisterait en deux fédérations opposées de symboles, des signes, des objets privilégiés où le monde prend sa forme et sa signification¹⁶³.

Du point de vue de la conscience, la culture première est le monde dans lequel l'homme est jeté. Tout y est déjà signifiant, déjà du langage. Par définition, il s'agit d'un horizon indépassable pour le sujet. La culture première, c'est donc tout ce sur quoi se fonde les certitudes au quotidien et qui est partagé par tous les individus du groupe auquel se rattache l'individu.

Ces certitudes, fondées dans le langage, sont de nature symbolique et doivent à ce titre être constamment réitérées. C'est ce qui réunit les individus en expliquant et justifiant les rapports sociaux et les rapports à la nature. Les images du monde qui en découlent sont à la fois statiques et dynamiques. Elles se présentent sous l'aspect le plus stable dans les processus de reproduction du monde tout en permettant l'intégration d'éléments étrangers selon des rituels établis. Dumont résume la culture première comme étant la tradition.

¹⁶³ Dumont, p. 62.

Culture seconde

Dumont présente la culture seconde comme un « décrochage majeur » par rapport à la culture première. Il s'agit bien d'une culture puisqu'elle se compose aussi d'un ensemble d'œuvres symboliques et de processus de reproduction, mais qui se situe dans l'objectivation de la culture première et sa remise en cause ou son interprétation. Tout au long du *Lieu de l'homme*, la culture seconde se lit comme étant tout simplement la modernité.

Pour expliquer comment la culture elle-même exige une culture seconde, il faut retourner à la réflexivité de la conscience : la conscience a besoin de s'objectiver pour prendre conscience de son existence.

Dans sa démarche réflexive, la conscience se cherche elle-même au sein de ses parcours; (...). Elle vise à retrouver l'univers dans sa signification, à la restituer dans une cohérence qui soit intelligible pour la conscience. Elle n'exerce sur soi son droit de reprise qu'en se redonnant une autre figure du monde tout entier. La culture est animée d'un mouvement analogue. Elle aussi réflexive : le dédoublement n'est pas autre chose¹⁶⁴.

Si le dédoublement de la culture est analogue à celui qui permet à la conscience de saisir sa signification, on pourrait définir la culture seconde comme le résultat de ce mouvement réflexif. Ici, Dumont a recours à la notion d'implication, utilisée par Husserl et explicitée par Gaston Berger, pour illustrer le passage de la culture première à la culture seconde : « L'implication tend à dépasser le donné pour le compléter par tout ce qui lui manque actuellement, mais qui cependant doit lui être restitué pour

¹⁶⁴ *Ibid*, p. 73.

que sa signification apparaisse¹⁶⁵ ». La culture seconde n'est donc pas un ajout à la culture première qui lui viendrait du dehors en quelque sorte, mais bien une émanation de la culture première, ou plutôt un mouvement naturel de la conscience lié à son caractère réflexif. Cette explicitation du sens s'inscrit dans des objets concrets, « journaux, poèmes, tableaux », qui ne sont pas transparents à la culture, mais qui ont leur propre autonomie.

Stylisation

Processus premier dans la différenciation de la culture première en culture seconde, la stylisation est avant tout une production de sens qui se concrétise dans la création d'objets signifiants au sens fort du terme, parce qu'ils proviennent de l'objectivation de la culture par la conscience. Ici la pensée linéaire n'est pas d'un grand secours puisque la conscience est réflexive par définition et que l'objectivation en est une qualité immanente.

Pourtant, les moments forts de l'objectivation du monde et de son sujet conscient représentent des ruptures par rapport à l'écoulement du sens de l'existence et c'est là que Dumont y situe la genèse des objets culturels :

Mais il y a là, et sans cesse répétée, la tentation d'une rupture. C'est sur elle que repose tout aussi bien la possibilité de l'objet culturel, la stylisation. Celle-ci surgit de la fissure, s'y installe comme un coin, empêche que la perception et la conduite se referment sur elles-

¹⁶⁵ Gaston Berger, *Le cogito dans la philosophie de Husserl*, 1941, p. 79. Cité dans Dumont, *Le lieu de l'homme*, p. 75.

*mêmes pour que soit toujours ouverte, en ce point, une plaie au flanc de la conscience*¹⁶⁶.

Les objets ainsi créés, ne restent toutefois pas dépendants du cadre de référence de leur sujet et acquièrent dès leur création leur propre autonomie à des degrés divers.

Si Dumont explique de manière conséquente le comment du processus de stylisation, la question du pourquoi ne peut-être résolue de façon vraiment satisfaisante et on doit recourir à des hypothèses quasi naturalistes, voire eschatologiques, pour fonder le processus de stylisation.

*La stylisation n'est pas seulement la genèse de l'œuvre d'art; c'est l'existence se constituant comme objet à distance de soi-même. Le roman, le poème, le tableau portent cet objet à un degré tel de construction qu'il en paraît autonome. Mais, par des dégradés successifs, on peut voir cette autonomie comme l'incessante visée de la vie. Celle-ci n'a peut-être pas d'autre finalité que de produire l'objet culturel*¹⁶⁷.

Mais la stylisation n'est pas la seule façon dont la culture première se différencie en culture seconde. Si la stylisation se fonde sur l'exigence de signification du monde pour la conscience, cette dernière pose en retour des exigences pour l'action, exigences qui prennent la forme de la *connaissance*.

¹⁶⁶ Dumont, p. 84.

¹⁶⁷ *Ibid*, p. 86.

Connaissance

La connaissance est aussi un dédoublement de la culture dans ce sens qu'elle s'oppose aux représentations familières et, par conséquent, aux déplacements de signification effectués par le processus de stylisation. À ces déplacements de signification première du monde, la connaissance oppose la réduction de celle-ci, en en fragmentant les représentations et en en évacuant le sens. La connaissance instaure ainsi un mode d'appréhension objectif du monde qui autorise une logique d'action fondée sur l'intention ou les finalités.

Le processus de stylisation crée des objets culturels autonomes, le processus de connaissance crée des objets scientifiques autonomes. Ces objets scientifiques, autonomes, mis à distance, débouchent nécessairement sur de nouvelles exigences de connaissance parce qu'ils engendrent de nouvelles questions, de nouvelles demandes, de nouvelles intentions. C'est Gödel, je crois, qui a démontré mathématiquement que le développement de nouvelles connaissances mathématiques est infini. L'accumulation, ou la juxtaposition, des connaissances se transforme en progrès. C'est-à-dire en un processus de mise en œuvre d'activités sociales qui devient indépendant des représentations mythiques du monde et qui obéit à des logiques internes, détachées des exigences de la reproduction culturelle.

C'est là que Dumont introduit plus explicitement une nécessaire notion de temps. Dans *Le lieu de l'homme*, la pensée de Dumont oscille entre deux conceptions du temps bien différentes : le temps phénoménologique, ou temps vécu, et le temps historique. Ces deux conceptions sont reliées entre elles, parce qu'il s'agit des deux modalités du temps qui ont en commun de pouvoir être appréhendées par la conscience.

Refusant de choisir entre une conception de l'histoire qui se situe en dehors de l'homme et une autre qui s'appuie sur une temporalité qui dissout l'histoire dans la durée intime, Dumont propose plutôt de s'attacher à leur réciprocity.

On ne peut jamais vraiment trancher dans un sens ou dans l'autre. Et c'est ce dont témoigne la culture en ce qu'elle a d'irréductible : elle nous place d'emblée dans la réciprocity de l'histoire et de la durée intime; elle nous oblige à nous déplacer sans cesse d'un pôle à l'autre¹⁶⁸.

Cette articulation permet d'instaurer « deux âges biens distincts » dans l'évolution parallèle des ces modes d'appréhension du temps : celui de la tradition où l'imprévisibilité des événements est ramenée à une interprétation de la vie personnelle selon les représentations mythiques de la destinée et celui de la modernité qui relie les événements entre eux à une histoire sociale. Cette coupure entre les compréhensions traditionnelles et modernes du temps n'est pas radicale au sens où elles coexistent toujours. Cependant, dans les sociétés contemporaines, c'est la vision moderne d'une histoire vivante en tant que tissu d'événements ancrés dans l'activité humaine qui domine.

Pour Dumont, c'est cette opposition entre deux modes d'appréhension du temps qui autorise le dédoublement de la culture.

Le dédoublement de la culture que nous avons placé au centre de toutes nos réflexions nous apparaît maintenant comme la résultante de cette tension entre l'événement et l'avènement : entre deux façons de faire ou de supposer une signification du monde¹⁶⁹.

¹⁶⁸ *Ibid*, p. 230-231.

¹⁶⁹ *Ibid*, p. 256.

Temps et culture

Avant toute chose, le *Lieu de l'homme* démontre admirablement comment la culture est affaire de reproduction de sens, de transmission de représentations mais aussi de détermination des orientations d'action selon les modes d'appréhension du temps. Toutefois, je pense qu'il faut faire un pas supplémentaire. Le *Lieu de l'homme* laisse de côté les modes d'organisation du temps qui dépassent la compréhension subjective du monde, et qu'on ne peut appréhender sans mettre entre parenthèses une approche strictement phénoménologique du monde.

Il y aurait peut-être lieu ici de faire une critique du *Lieu de l'homme* à propos de son adoption d'une argumentation fondée sur la philosophie du sujet et Dumont est conscient des limites de sa réflexion quand vient le temps de prendre en compte la praxis sociale. C'est en s'appuyant sur une critique du structuralisme (en fait, Michel Foucault) que Dumont intègre une idée de « système » tout en lui réservant une place où le sujet est prédominant. Pour faire très court, disons que dans le structuralisme, le sens n'est qu'un résidu déterminé par les exigences d'activités sociales organisées et vécues selon des modalités d'où le sens est évacué en tant que fondement premier.

C'est par le biais du temps que Dumont critique Foucault :

[...] si l'historiographie s'est étoilée, au XIX^e siècle, en des histoires particulières « dont la chronologie se développe selon un temps qui relève d'abord de leur cohérence singulière », le sentiment de l'historicité n'en a pas moins subsisté : il est devenu, nous dit-on, simplement « le fait que l'homme en tant que tel est exposé à l'événement ». La dérélition de la temporalité apparaît liée ici à celle

du sens : c'était la condition pour que l'Objet culturel apparaisse et se mette à vivre sa vie propre¹⁷⁰.

La conséquence de cette autonomisation de l'Objet culturel en est la possibilité de sa prise en charge par les impératifs des systèmes économiques d'où le Sujet est sorti depuis longtemps. Ainsi, et je cite encore :

Ce n'est pas seulement une révolution dans la culture, dans ce que M. Foucault appelle l'épistémè, qui a mis ainsi le sujet hors circuit. L'économie marchande avait déjà placé le sens entre parenthèses en le faisant circuler sous forme d'objets sur un marché; la minutieuse organisation du travail s'est opposée à la fluidité du loisir.¹⁷¹

Même si en fin de compte, Dumont reste attaché à la philosophie du sujet, il demeure conscient des difficultés qu'il y a à se cantonner dans cette perspective pour appréhender des objets culturels à la fois récurrents et renouvelés dont le sens s'évanouit.

Maintenant, pourquoi et comment recourir au *Lieu de l'homme* pour construire un programme d'indicateurs culturels?

J'ai établi dès le départ que le recours au *Lieu de l'homme* était contingent, au sens où, s'il n'est pas dicté par les exigences d'une approche communicationnelle de l'élaboration d'un projet scientifique, il est souhaitable pour cette raison. En faisant un retour sur le rôle de la temporalité dans le développement de la culture, dans sa différenciation entre culture première et culture seconde, je pense qu'il est possible

¹⁷⁰ *Ibid*, p. 271.

¹⁷¹ *Ibid*, p. 271.

de bien situer la contribution de Dumont dans ce débat en faisant déjà certains liens avec des éléments que je détaillerai plus loin.

Un changement important dans la temporalité ne vient pas tant de la logique interne de la différenciation de la culture, mais plutôt de facteurs extrêmement contingents. En effet, on peut situer en Occident au cours du XIV^e siècle l'apparition d'un temps abstrait sous l'impulsion de la grave crise monétaire qui sévissait depuis le XIII^e siècle. Celle-ci pousse les donneurs d'ouvrages, c'est-à-dire les propriétaires des premiers ateliers dont l'organisation de travail était déjà de type capitaliste, à mesurer la *durée* du travail non plus en fonction de la journée mais selon le nombre d'heures de travail. Il s'agit d'un saut qualitatif important. Si la journée, c'est-à-dire la durée qui s'étend du lever au coucher du soleil, peut être appréhendée directement par la conscience, il va autrement du nombre d'heures ou de minutes comme unités d'un temps linéaire, mesurable, échangeable, bref, abstrait. C'est l'instauration des horloges qui, partout en Occident, permet le développement de l'organisation capitaliste du travail et l'instauration d'un temps libre séparé du temps de travail.

Évidemment, les ressources culturelles qui permettent la généralisation de ce mode d'organisation se doivent d'être déjà existantes, ne serait-ce que sous la forme d'une potentialité. Néanmoins, la domination graduelle de cette temporalité abstraite est ce qui permet la division accélérée du travail et l'apparition des grands systèmes de coordination de l'activité humaine que sont le marché et les structures modernes du pouvoir. Et ici je m'appuie fortement sur la *Théorie de l'agir communicationnel* de Jürgen Habermas.

À cause de leur caractère abstrait, ces systèmes ne peuvent plus être appréhendés globalement par la conscience. Il faut donc recourir à des outils différents pour expliciter les relations entre ces systèmes et les relations que les individus et les collectivités entretiennent avec ceux-ci. En se basant sur un concept d'activité, on peut distinguer les activités qui sont des activités reliées au fonctionnement des systèmes de celles qui ont trait à la reproduction du sens.

L'apport de Dumont est de démontrer comment la culture est avant tout une reproduction. Tant une reproduction symbolique du monde, qu'une reproduction d'elle-même, toujours la même mais sans l'être tout à fait. Et que cette reproduction est liée à ses conditions particulières de significations et d'actions. Le concept d'activité communicationnelle permet de distinguer les activités reliées à la reproduction culturelles et de clarifier la frontière entre les activités prise en charges par les impératifs des systèmes économique et politiques et celles qui sont dominées par la transmission des interprétations du monde.

L'objet de la statistique culturelle doit être l'ensemble des conditions de la reproduction de la culture, ou, dit autrement, du développement culturel. Parce que l'histoire même de la statistique montre son incrustation dans l'apparition des processus abstraits de médiation sociale, il est à peine besoin de démontrer que l'objet premier de la statistique culturelle est celui des conditions du développement culturel, qui sont elles-mêmes soumises aux exigences tant de la marchandisation de la culture que celles de la politique culturelle. J'utilise le terme de *marchandisation* sans aucune connotation péjorative, puisque c'est celui qui décrit le mieux la pénétration des mécanismes du marché dans la reproduction symbolique du monde.

Ce qui distingue l'objet de la statistique culturelle de celui de la statistique économique est la nécessité pour le chercheur de ne pas être aveugle au fait que son objet consiste en des activités orientées vers la production de sens mais qui, aujourd'hui, obéissent aux logiques de la production industrielle. D'une certaine façon, il s'agit d'un détournement de finalité.

La statistique culturelle a pour tâche de documenter ces activités. Ce faisant elle laisse de côté toute tentative de mesure des significations portées par les objets culturels. Alors que Dumont est d'une aide précieuse pour comprendre la dynamique de la culture en tant que ressource et produit ancrés dans le langage du point de vue de la conscience individuelle, une approche systémique, qui laisse de côté la conception totalisante de la culture, et qui fait place aux impératifs qui échappent à celle-ci, est mieux outillée pour rendre compte des conditions actuelles de production de la culture.

Toutefois, le piège d'une approche strictement systémique est d'oublier que les activités culturelles sont avant tout orientées par les exigences de l'intercompréhension (exigences de vérité, de normativité et de véracité). La marchandisation de cette communication ne peut être sans effet sur l'atteinte ou non de ces exigences. Cet aspect a grandement besoin d'être exploré plus à fond et d'être explicité. Pour le moment, je postule qu'il y a un lien entre les exigences de l'intercompréhension et la démocratie culturelle au sens où tous les participants à une communauté de culture doivent être égaux du point de vue justement de la participation. Il s'agit bien sûr d'une exigence normative. Et d'aucuns pourraient dire qu'il s'agit d'une exigence qui découle d'une conception particulière du monde, d'une représentation signifiante et à ce titre culturellement située elle-même. On ne peut empêcher la culture de faire retour sur elle-même.

Évidemment, le *Lieu de l'homme* n'est d'aucune aide pour opérationnaliser la mesure de la culture. Il permet cependant de clarifier la position du chercheur par rapport à son objet et d'en souligner les limites. L'idée de la différenciation de la culture première en culture seconde par les procédés de stylisation et de connaissance rappelle que la culture est tout autant un mouvement qu'un objet et que celui-là s'incarne dans des activités humaines qui la prolonge et la transforme selon des temporalités toujours contingentes. Ce sont ces contingences qui sont l'objet de la statique culturelle.

3.1.2.2. Le marché des biens symboliques – Pierre Bourdieu

Dans cette courte lecture critique du *Marché des biens symboliques*, qui n'a aucune prétention à l'exégèse, je tenterai de montrer en quoi les principales notions et concepts développés par Pierre Bourdieu et mobilisés très concrètement dans l'analyse du champ des arts et de la culture – habitus, champ et capital – sont liés à une conception particulière de la temporalité, celle du temps sociohistorique, qui explique tant les avancées que les impasses de l'approche bourdieusienne à propos des exigences d'un cadre de statistiques culturelles fondé en théorie.

Habitus, champ et capital

Le *Marché des biens symboliques* est probablement le texte de Bourdieu dans lequel la dimension temporelle joue le rôle le plus important. Visant à expliquer comment est déterminée la *valeur* des produits culturels en général, et des œuvres d'art

en particulier, Bourdieu prend appui sur le rôle du temps historique dans le déplacement des positions privilégiées dans les champs artistique et littéraire, déplacement qui, à son tour, joue un rôle moteur dans le processus de valorisation des œuvres.

*La science des œuvres culturelles suppose trois opérations aussi nécessaires et nécessairement liées que les trois niveaux de réalité sociale qu'elles appréhendent : premièrement, l'analyse de la position du champ littéraire (etc.) au sein du champ du pouvoir et de son évolution au cours du temps; en second lieu, l'analyse de la structure interne du champ littéraire (etc.), univers obéissant à ces propres lois de fonctionnement et de transformation, c'est-à-dire la structure des relations objectives entre les positions qu'y occupent des individus ou des groupes placés en situation de concurrence pour la légitimité; enfin, l'analyse de la genèse des habitus des occupants de ces positions [...]*¹⁷².

Dans ce programme d'une « science des œuvres culturelles », le *Marché des biens symboliques*, s'inscrit dans le cadre de l'analyse de la structure interne du champ. Dans ce chapitre des *Règles de l'art*, Bourdieu utilise les expressions *champ artistique* et *champ littéraire* de manière interchangeable, à moins qu'elles ne désignent des positions ou des événements spécifiques à chacun de ces champs de production culturelle. Aussi, j'utiliserai cette dernière expression au lieu de champ littéraire ou champ artistique.

Après avoir démontré que les champs de production culturelle acquièrent une relative autonomie au cours du XIX^e siècle¹⁷³, tout en conservant une certaine dépendan-

¹⁷² Bourdieu, *Les règles de l'art*, p. 351.

¹⁷³ *Ibid*, p. 85-191.

ce envers le champ économique et le champ politique, Bourdieu souligne que ces champs se structurent selon la logique du double caractère des biens symboliques, à la fois ensembles de significations et de marchandises. L'opposition entre ces deux pôles n'est toutefois pas absolue et on peut caractériser les entreprises culturelles selon leur distance plus ou moins grande par rapport à une production orientée principalement soit vers le marché, soit vers la production « d'œuvres « pures » et destinées à l'appropriation symbolique »¹⁷⁴. Suite à un processus de spécialisation, le champ se structure selon les positions occupées par les entreprises et les producteurs à partir des ressources en capital symbolique et économique qu'ils sont en mesure de mobiliser.

Il s'agit donc de deux logiques économiques distinctes, sinon inverse, que Bourdieu caractérise de la façon suivante. D'une part, il y a ce qu'on pourrait appeler une logique de « l'art pur » et, d'autre part, une logique commerciale. La logique de l'art pur privilégie la production, ou la « création », revendique une histoire autonome, produit sa propre demande et vise l'accumulation du capital symbolique. La logique commerciale privilégie la diffusion, cherche le succès immédiat, s'appuie sur une demande préexistante et vise les profits économiques.

Ces caractéristiques permettent donc de situer la position des entreprises dans le champ selon la *durée* de leur cycle de production. Ainsi, les producteurs ou les entreprises orientées selon la logique de l'art pur fonctionnent selon un cycle long qui s'appuie sur une demande en gestation ou en devenir, tandis que les entreprises orientées selon la logique commerciale opèrent selon un cycle court qui s'appuie sur une demande déjà existante. Nuance cependant, ces visages éditoriaux ne sont pas

¹⁷⁴ *Ibid*, p. 234.

aussi lisses qu'on pourrait le croire et plusieurs entreprises vont jouer sur les deux tableaux. Il faudrait alors plutôt mesurer les parts d'investissement attribuées selon certaines caractéristiques de cycle long ou de cycle court, ou encore selon la proportion d'artistes identifiés à l'un au l'autre de ces cycles. Par exemple, dans le marché de l'édition, les auteurs de cycle court seront des journalistes ou des personnalités publiques, tandis que les écrivains seront associés au cycle long.

Toujours dans le monde de l'édition, les entreprises de cycle court sont reconnaissables à l'augmentation continue de leurs frais généraux, à l'exigence du rendement sur le capital, à l'importance de leurs investissements en promotion et en diffusion et à l'implication de plus en plus réduite de l'éditeur dans le choix des manuscrits. Mais c'est surtout la volonté d'obtenir des succès immédiats qui caractérise ces éditeurs, pour qui la valeur des œuvres se mesure à l'aide des tirages et des listes de *best-sellers*.

Au contraire, dans le monde des producteurs et des éditeurs de cycle long, le succès immédiat est suspect. Le choix des manuscrits revient entièrement à l'éditeur et celui-ci ne fait pas de compromis artistique avec la presse grand public. Ils s'attribuent un rôle de découvreurs désintéressés en liant des auteurs et des critiques à leur maison tout en cherchant la consécration du système d'enseignement. Ce dernier point est capital, littéralement. La consécration scolaire d'un ouvrage littéraire, ce qui ne peut se produire qu'après une longue période, assure à son éditeur des liquidités régulières pour plusieurs années, ce qui, par effet de levier, favorise des investissements risqués qui seraient impossibles autrement. Autrement dit, la consécration scolaire contribue fortement à l'accumulation du capital symbolique de l'éditeur et à l'éventuelle transformation de ce dernier en capital économique.

À l'inverse, « le capital économique ne peut assurer les profits spécifiques offerts par le champ – et du même coup les profits « économiques » qu'ils apporteront souvent à terme – que s'il se convertit en capital symbolique¹⁷⁵ ». Ce capital symbolique, que peut détenir tant un écrivain, qu'un éditeur ou un metteur en scène, est visible entre autres sous la forme de « l'effet de griffe ou de signature » et est le fruit de la seule accumulation *légitime* dans les champs de production culturelle.

En quelque sorte, pour Bourdieu, la production de valeur économique dans les champs de production culturelle, par l'accumulation de capital symbolique, est inséparable de la dénégalation de l'intention commerciale, dénégalation d'autant plus aisée que l'intérêt commercial est masqué par une longue durée entre le moment de production et celui de sa consommation. La dénégalation de l'intérêt commercial, ou l'affirmation des valeurs de désintéressement, est fondée historiquement dans la constitution des champs de production culturelle par l'exigence de sincérité du producteur dans la création d'œuvres d'art et de leur lecture. On voit ici pourquoi Bourdieu amorce ses analyses des champs de production culturelle par les modalités de leur émergence dans le champ du pouvoir.

Cette exigence de sincérité, qu'on pourrait résumer par l'expression *l'art pour l'art* dans ce contexte, est le moteur de l'apparition des « avant-gardes » dans tous les champs de production culturelle. L'apparition de l'avant-garde, en tant que groupe de producteurs, composé souvent de jeunes qui ont finalement su imposer leurs canons esthétiques, entraîne un déplacement dans la temporalité même du champ de production culturelle, selon Bourdieu. Proposer de nouvelles formes esthétiques est un jeu risqué, mais cela permet, lorsque les marques de reconnaissances sont

¹⁷⁵ *Ibid*, p. 246.

réunies, de faire jouer la « loi spécifique du champ de production, à savoir la dialectique de la distinction¹⁷⁶ ». Deux destins distincts attendent alors les mouvements artistiques qui ont fait date : soit qu'ils passent à l'histoire et deviennent des classiques, soit qu'ils sont rejetés hors de l'histoire. Les producteurs et les œuvres canonisés, les classiques, peuvent ainsi « coexister pacifiquement » avec l'avant-garde actuelle, leurs significations particulières se situant à des échelons temporels distincts. Il faut bien saisir que ce changement dans le champ de production n'atteint pas seulement les producteurs, mais bien l'ensemble du marché.

Les stratégies dirigées contre leur domination [celle des auteurs consacrés] visent et atteignent toujours, à travers eux, les consommateurs distingués de leurs produits distinctifs. Imposer sur le marché à un moment donné un nouveau producteur, un nouveau produit et un nouveau système de goûts, c'est faire glisser au passé l'ensemble des producteurs, des produits et des systèmes de goûts hiérarchisés sous le rapport du degré de légitimité. Le mouvement par lequel le champ de production se temporalise contribue aussi à définir la temporalité des goûts (entendus comme systèmes de préférences concrètement manifestés dans des choix de consommation)¹⁷⁷.

Cette « homologie structurale et fonctionnelle » entre les positions des producteurs et des consommateurs n'est pas tant le résultat d'un ajustement ou d'une négociation entre l'offre et la demande, que celui d'une structure semblable chez les critiques par qui les œuvres sont médiatées. Pour Bourdieu, c'est « l'homologie entre leur position dans le champ intellectuel et la position de leur public dans le champ du pouvoir¹⁷⁸ » qui est à la source de l'homologie entre les positions des producteurs et

¹⁷⁶ *Ibid*, p. 259.

¹⁷⁷ *Ibid*, p. 264.

¹⁷⁸ *Ibid*, p. 271.

des consommateurs dans les champ de production culturelle. C'est parce que les critiques ont un intérêt propre à défendre, qu'ils vont appuyer ou dénigrer telles ou telles œuvres, ainsi que, bien entendu, les critiques qui défendent ou promeuvent celles-ci. C'est cet intérêt bien compris qui donne à leur argumentaire toute la sincérité souhaitée, « condition de l'efficacité symbolique¹⁷⁹ ».

La maîtrise des rapports de positions dans les champs de production culturelle permet à ses acteurs de s'orienter socialement et de déterminer quelles sont les produits à produire et à diffuser et, surtout, à qui. Par exemple, l'exposition d'œuvres d'art actuel (l'art actuel étant un art d'avant-garde par définition) dans une galerie commerciale est vouée tant à l'échec commercial qu'à l'échec artistique.

Néanmoins, malgré tout ce qui les opposent, et parce qu'ils s'opposent, les promoteurs de « l'art pour l'art » et ceux de l'art commercial partagent une croyance commune dans la valeur de l'œuvre d'art, dans la lutte pour le monopole de la légitimité et dans l'intérêt social de cette lutte. Cette croyance commune suppose « l'acceptation d'un ensemble de présupposés et de postulats¹⁸⁰ », que Bourdieu nomme *illusio*, et qui sont nécessaires à toute discussion sur l'art.

Ayant ainsi porté au jour l'effet le mieux caché de cette collusion invisible, c'est-à-dire la production et la reproduction permanentes de l'illusio, adhésion collective au jeu qui est à la fois cause et effet de l'existence du jeu, on peut mettre en suspens l'idéologie charismatique de la « création » qui est l'expression visible de cette croyance tacite et qui constitue sans doute le principal obstacle à une science rigoureuse de la production de la valeur des biens culturels¹⁸¹.

¹⁷⁹ *Ibid*, p. 274.

¹⁸⁰ *Ibid*, p. 279.

¹⁸¹ *Ibid*, p. 279.

L'attention portée au producteur, ou créateur, masque le fait que le créateur est lui-même créé par l'ensemble des acteurs qui lui sont liés au sein de la filière, y compris les critiques d'art, et que ce qui, au bout du compte, crée la valeur de l'œuvre est moins l'acte de création lui-même que le rôle joué par le capital symbolique de l'éditeur, du directeur de galerie ou du producteur de film. On pourrait objecter que ce sont surtout les préférences de goûts qui donnent de la valeur aux œuvres. Selon Bourdieu, ces « dispositions subjectives » sont le produit d'un ordre historique objectif qui transcende les consciences individuelles. Parties prenantes de l'*illusio*, les préférences en matière de goût artistique se situent dans la relation entre les champs et les *habitus*, en tant qu'ensemble de dispositions héritées socialement par les individus et qui constituent un horizon quasi naturel générateur d'actions sociales. Au cœur de cette relation, on trouve une libido sociale qui en est le moteur ultime.

C'est dans la relation entre les habitus et les champs auxquels ils sont plus ou moins ajustés [...] que s'engendre ce qui est le fondement de toutes les échelles d'utilité, c'est-à-dire l'adhésion fondamentale au jeu, l'illusio, reconnaissance du jeu et de l'utilité du jeu, croyance dans la valeur du jeu et de son enjeu qui fondent toutes les donations de sens et de valeur particulières¹⁸².

Dans le *Marché des biens symboliques* sont exposées les idées fondamentales de Bourdieu quant à la structure de domination à l'œuvre dans les champs de production culturelle et aux processus qui assurent la pérennité de celle-ci. Mieux, les concepts de champ, d'*habitus* et de croyance (l'*illusio*) ne sont pas limités dans leur usage aux seuls champs de production culturels, mais peuvent s'appliquer à l'étude

¹⁸² *Ibid*, p. 288.

de champs totalement différents, tels le champ du pouvoir, de l'université ou celui de l'économie.

Dans ce dernier cas, on pourrait prendre l'exemple de l'émergence du marché du carbone. Essentiellement, ce marché est fondé sur une croyance généralisée que certains gouvernements sont à la veille d'adopter des mesures réglementaires contraignant les entreprises émettrices de gaz à effets de serre à réduire drastiquement ceux-ci et que, c'est là le nœud de l'histoire, il sera possible pour ces entreprises de se conformer à la réglementation en achetant des crédits de carbone. Donc, il existe et il *existera* une demande de crédits de carbone tant que ces mêmes entreprises n'auront pas réduit leurs émissions.

Pour répondre à cette demande, d'autres entreprises créent des crédits de carbone en réduisant réellement leurs émissions. Ces réductions sont quantifiées et vérifiées par des entreprises spécialisées qui, au bout du compte, autorisent la mise en marché des crédits et qui, souvent, sont les mêmes qui écoulent ces mêmes crédits, basés sur une production négative, contre de l'argent on ne peut moins virtuel¹⁸³. Ces spéculateurs du champ économique sont les équivalents des éditeurs dans le champ littéraire.

Évidemment, les éditeurs produisent de vrais livres. Là n'est pas la question. Cet exemple montre que tant dans le champ économique que dans les champs de production culturelle, les agents se positionnent selon leur habitus, fondé dans ces cas sur la croyance d'une valeur à venir, qu'elle soit monétaire ou symbolique et sur la légitimité de la poursuite de l'accumulation de cette valeur.

¹⁸³ Sur ce sujet, lire les articles de Philippe Mercure dans *La Presse Affaires*, 6 février 2010, p.1-4.

Du point de vue de ma recherche, la théorie « bourdieusienne » des champs, même si la notion de champ est indiscutablement d'ordre spatial, renforce l'idée que la temporalité, qu'on la prenne sous un angle historique, social ou économique, joue, du point de vue théorique, un rôle moteur dans l'explicitation des faits sociaux. Cette temporalité ne se situe cependant pas à l'extérieur de la pratique des agents mais en est plutôt le produit.

L'agent se temporalise dans l'acte même par lequel il transcende le présent immédiat vers l'avenir impliqué dans le passé dont son habitus est le produit; il produit le temps dans l'anticipation pratique d'un à-venir qui est en même temps actualisation pratique du passé. On peut ainsi répudier la représentation métaphysique du temps comme réalité en soi, extérieure et antérieure à la pratique, sans accepter la philosophie de la conscience qui, chez Husserl, est associée à l'idée (fondatrice) de temporalisation : celle-ci n'est ni l'activité constituante d'une conscience transcendantale arrachée au monde, comme chez Husserl, ni même celle d'un Dasein engagé dans le monde, comme chez Heidegger, mais celle d'un habitus orchestré avec d'autres habitus (ceci contre l'idée husserlienne d'intersubjectivité transcendantale)¹⁸⁴.

Autrement dit, les agents partagent un ensemble de présupposés et de rapports au temps qui font partie de manière constitutive de leur appréhension du monde social au point où cet ensemble se confond avec le monde lui-même. Ainsi, l'habitus est le produit de cette incorporation des présupposés et des rapports au temps.

Bref, l'habitus est le principe de la structuration sociale de l'existence temporelle, de toutes les anticipations et les présuppositions à travers lesquelles nous construisons pratiquement le sens du monde, c'est à

¹⁸⁴ Bourdieu, *Les règles de l'art*, p. 532-533.

*dire sa signification, mais aussi, inséparablement, son orientation vers l'à-venir*¹⁸⁵.

Si le temps demeure une dimension fondamentale du projet bourdieusien, en tant que nécessité théorique à la notion d'habitus, celui-ci est toujours saisi dans une logique de *reproduction* des conditions sociales et des présupposés du monde social. On ne voit pas bien comment on pourrait expliquer les transformations sociales avec les notions d'habitus et de champ. Autrement, il faut supposer que l'accumulation des conflits d'intérêts entre les agents débouchent éventuellement, mais non obligatoirement, sur des changements radicaux au moins dans le champ du pouvoir. Étant donné que tous les agents d'un même champ partagent le même *illusio*, le changement ne peut jamais atteindre un degré de radicalité qui remettrait en question la pertinence de celui-ci selon la forme voulue par, disons, les avant-gardes.

L'approche bourdieusienne renonce ainsi à toute tentative d'interprétation métaphysique de l'histoire qui situerait le moteur des transformations sociales en dehors de l'action des agents. Ceci interroge la possibilité d'appliquer la méthode et les outils conceptuels de Bourdieu à d'autres sociétés que la société française. Bien que Bourdieu n'ait jamais prétendu au caractère universel de son approche, il n'en reste pas moins qu'elle a été appliquée à de nombreux terrains forts différents.

La temporalité chez Bourdieu

La temporalité exprimée dans le *Marché des biens symboliques* est avant tout celle du temps historique en tant que durée socialement partagée. C'est la possibilité pour

¹⁸⁵ *Ibid*, p. 533.

les agents de situer leurs actions selon un horizon temporel commun qui autorise l'accumulation du capital symbolique ou économique, d'une part, et qui, d'autre part, situe chacun des agents dans le rapport de domination auquel il participe. Dans un autre chapitre des *Règles de l'art*, soit *La genèse historique de l'esthétique pure*, dans lequel sont critiquées les tentatives de définition d'une essence universelle de l'œuvre d'art, Bourdieu insiste sur l'historicité non seulement des œuvres d'art et des conditions sociales qui ont permis leur émergence, mais tout autant sur l'historicité de leur lecture, ou de leur interprétation, par d'autres agents d'une autre société ou d'une autre époque.

Si ces analyses d'essence se rencontrent sur l'essentiel, c'est qu'elles ont en commun de prendre pour objet [...] l'expérience subjective de l'œuvre d'art qui est celle de leur auteur, c'est à dire celle d'un homme cultivé d'une certaine société, mais sans prendre acte de l'historicité de cette expérience et de l'objet auquel elle s'applique. C'est dire qu'elles opèrent, sans le savoir, une universalisation du cas particulier et qu'elles constituent par là même une expérience particulière, située et datée, de l'œuvre d'art en norme transhistorique de toute perception artistique. Elles passent du même coup sous silence la question des conditions historiques et sociales de possibilité de cette expérience : elles s'interdisent en effet l'analyse des conditions dans lesquelles ont été produites et constituées comme telles les œuvres considérées comme dignes du regard esthétique; et elles ignorent tout autant la question des conditions dans lesquelles s'est produite (phylogenèse) et se reproduit continûment au cours du temps (ontogenèse) la condition esthétique qu'elles appellent¹⁸⁶.

¹⁸⁶ *Ibid*, p. 466-467.

Il est difficile de suivre totalement Bourdieu dans cette voie, puisqu'elle évacue le vécu des agents ou, à tout le moins, le ramène à une projection des conditions de l'habitus. L'expérience esthétique est le résultat d'un complexe de relations entre la phylogenèse et l'ontogenèse des œuvres certes, mais auquel participe également l'affect des individus, affect qui s'inscrit dans une *durée* qui n'est pas de l'ordre du temps historique ni du temps social. Ce problème soulève la sempiternelle question des rapports entre la liberté des individus et le déterminisme de leurs conditions sociales.

Le *Marché des biens symboliques* ne permet pas de saisir complètement cette tension entre liberté et déterminisme chez Bourdieu. Même si la notion d'habitus suppose que les agents ont la liberté d'une infinité de comportements à partir d'un nombre limité de conditions sociales déterminantes, un peu comme la grammaire générative de Chomsky¹⁸⁷, l'inscription temporelle de cette liberté reste indéterminée, il me semble, dans la théorie bourdieusienne.

Néanmoins, ce problème relatif à la conception de la temporalité chez Bourdieu a peu de conséquence du point de vue de ma recherche. Il en va autrement en ce qui concerne le rôle du temps dans son concept de capital. Pour autant qu'on puisse le comprendre à partir du *Marché des biens symboliques*, le concept de capital est pratiquement synonyme de richesse; richesse économique, sociale ou symbolique, résultant de l'accumulation historique de relations de pouvoir, de marques symboliques ou tout simplement d'argent. Si on a pu associer Bourdieu à une certaine réinterprétation du marxisme, sa conception du capital est en contradiction avec celle de

¹⁸⁷ Voir à ce sujet l'article très intéressant de Mathieu Hilgers, « Liberté et habitus chez Pierre Bourdieu » *EspacesTemps.net*, Textuel, 25.07.2006. <http://espacestemps.net/document2064.html>. (Page consultée le 15 février 2010)

Marx. En effet, selon l'économie marxiste, le capital n'est pas tant le fruit d'une accumulation de biens sociaux, mais un *moment* particulier de la circulation de la valeur dans la production des marchandises. Cette circulation de valeur se concrétise par la transformation de l'argent en capital tout d'abord et ensuite de capital en argent.

La transformation de l'argent en capital s'effectue par la production de marchandises socialement utiles lors de laquelle la valeur initiale est augmentée de celle du travail nécessaire à la production. Cette quantité de travail nécessaire est mesurée selon une quantité de temps abstrait, dans le sens où celui-ci est indépendant à la fois des contingences historiques et de l'expérience vécue des individus. Il s'agit d'une esquisse assez grossière de la théorie marxiste, mais elle permet de voir que le concept de capital de Marx repose sur une conception du temps tout à fait abstraite, qui prend racine dans la nature même du processus de production capitaliste, tandis que la conception de Bourdieu repose sur une temporalité socio-historique. Karl Marx lui-même a insisté sur la différence fondamentale entre la notion de capital en tant que « somme de valeurs » et la conception du capital comme moment du cycle de circulation de la valeur.

Si je dis comme Say par exemple, que le capital est une somme de valeurs, j'affirme tout simplement que le capital est de la valeur d'échange. Toute somme de valeurs est une valeur d'échange, et toute valeur d'échange est une somme de valeurs. On ne saurait passer de la valeur d'échange au capital par simple addition : comme nous

*l'avons vu, le rapport de la capitalisation n'existe pas encore dans la simple accumulation de l'argent*¹⁸⁸.

Craig Calhoun a également attiré l'attention sur le problème de l'utilisation de la notion de capital par Bourdieu et de sa contradiction avec la conception marxiste.

*His concepts of habitus and field direct attention to crucial phenomena. But his other most distinctive notion, that of capital as multiform – social, cultural, economic and symbolic – grasps only an aspect of capitalism. It does not grasp equally the sense in which capital itself [...] is a form of mediation. Bourdieu tends to reduce capital to power, or a complex notion of wealth defines as resources for power, quite in contradiction to Marx's argument*¹⁸⁹.

Du point de vue d'une critique de la statistique culturelle, cette clarification permet de mieux comprendre pourquoi le concept de « capital culturel » de Bourdieu est si facile à intégrer dans diverses tentatives de mesures statistiques de la valeur de la production culturelle. Ainsi David Throsby, dans une tentative fort intéressante de définition des différentes formes de la valeur culturelle des biens symboliques, accompagnée de propositions pour la mesure de cette valeur, n'hésite pas à rapprocher le concept de capital de Bourdieu de la théorie économique classique. Throsby relie la conception bourdieusienne du capital à la théorie classique de la manière suivante :

According to Bourdieu, this sort of cultural capital exists in three forms: an embodied state – i.e. as a long-lasting disposition of the individual's mind and body; in an objectified state, [...]; and in an institutionalised state [...]. For Bourdieu, the embodied state is the most im-

¹⁸⁸ Karl Marx, *Fondements de la critique de l'économie politique (Grundrisse des Kritik des politischen ökonomie) ébauche de 1857-1858. 2. Chapitre du Capital*, Paris, Éditions Anthropos, coll. 10/18, 1968, p. 21.

¹⁸⁹ Calhoun, p. 155.

portant. He notes that 'most of the properties of cultural capital can be deduced from the fact that, in it's fundamental state, it is linked to the body and presupposes embodiment'. It is thus clear that the concept of cultural capital as developed by Bourdieu is, in its individualistic form, very close to, if not identical with, that of human capital in economics¹⁹⁰.

Il ressort de tout ceci qu'on ne peut vraiment utiliser tel quel le concept de capital de Bourdieu dans un sens marxiste. Néanmoins, l'idée fondamentale de Bourdieu a été d'appliquer la notion de capital, déformée certes, aux relations sociales basées sur l'échange de biens symboliques. À première vue, il n'est pas interdit de penser que la théorie marxiste de la valeur puisse s'appliquer à ces relations.

3.1.2.3. La culture dans la Théorie de l'agir communicationnel de Jürgen Habermas

La culture traverse la *Théorie de l'agir communicationnel* d'une couverture à l'autre. À commencer par l'explication inaugurale du point de vue privilégié de la sociologie, parmi les sciences sociales, pour aboutir à une théorie de la rationalisation pour laquelle l'étude de la culture représente un levier indispensable :

Ici, je voudrais seulement faire valoir que l'étude de la communauté sociale et de la culture, à la différence de l'étude des systèmes partiels de l'économie et de la politique, ne saurait aussi aisément être dissociée des problèmes relatifs aux fondements des sciences sociales et du paradigme du monde vécu¹⁹¹.

¹⁹⁰ David Throsby, *Economics and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press, 2001, p. 48-49.

¹⁹¹ Jürgen Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 1 : Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, Paris, Fayard, 1987, p. 21-22.

Pour finir par une dernière explication de ce qu'est le *monde vécu*, où Habermas y précise les conséquences méthodologiques pour le chercheur en sciences sociales :

Dès lors qu'une occasion objective est donnée de nous entendre sur une situation devenue problématique, le savoir « de derrière » ne se transforme que parcelle après parcelle en savoir explicite.

Il s'ensuit une conséquence méthodologique importante pour les sciences qui s'occupent de transmission culturelle, d'intégration et de socialisation. [...] il ne dépend pas du choix d'une attitude théorique qu'un monde vécu se soustraie ou s'ouvre, dans son évidence opaque, au regard inquisiteur du phénoménologue¹⁹².

Par cette lecture du dernier des trois « textes » théoriques qui mobilisent des conceptions contemporaines de la culture, j'essaie de dégager les liens qui y articulent la notion de culture avec l'ensemble social qui la suppose. À cet égard la *Théorie de l'agir communicationnel* représente une somme colossale et mon propos ne sera pas d'en discuter les fondements philosophiques et épistémologiques, mais plutôt d'y repérer les éléments théoriques pouvant contribuer à une compréhension plus pénétrante de la culture dans notre société.

Premièrement, je résume rapidement les concepts les plus importants de la Théorie de l'agir communicationnel, deuxièmement, je critique certaines limites théoriques quant aux rapports entre les mécanismes systémiques et les ordres institutionnels du « monde vécu » tout en illustrant comment il serait possible d'opérationnaliser certains de ces concepts et, troisièmement, je présente de façon succincte les rap-

¹⁹² Jürgen Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 2 : Pour une critique de la raison fonctionnaliste*, Paris, Fayard, 1987, p. 442.

ports entre la culture, les autres dimensions et les processus de reproduction sociale.

La Théorie de l'agir communicationnel

Pour résumer de manière très synthétique le rôle de la *Théorie de l'agir communicationnel* dans le cheminement intellectuel d'Habermas, je m'appuie ici sur Richard J. Bernstein¹⁹³. La *Théorie de l'agir communicationnel* veut démontrer la nécessité du lien entre la philosophie et les sciences sociales sur la base de l'exigence d'explications sociologiques fondées sur l'évaluation de la rationalité des phénomènes sociaux étudiés et des processus de rationalisation qui les soutiennent. Parallèlement, Habermas met en rapport les approches systémiques et celles qui soutiennent le rôle déterminant des acteurs sociaux en affirmant leur caractère complémentaire à partir des concepts de système et de monde vécu, en en distinguant le type de rationalité qui s'y rattache : rationalité téléologique pour le système et rationalité communicationnelle pour le monde vécu.

Cette distinction entre deux types de rationalité permet à Habermas de décrire la domination à l'œuvre actuellement dans nos sociétés comme une colonisation du monde vécu par le système¹⁹⁴. Mais, pourquoi en est-il ainsi ? Selon Habermas, il n'y a pas de nécessité logique ou historique à cette colonisation. Il s'agit d'un processus sélectif de rationalisation qui peut être expliqué à partir des contraintes impo-

¹⁹³ Richard J. Bernstein (dir.), *Habermas and Modernity*, Cambridge, MIT Press, 1985. Il s'agit d'un ouvrage essentiel pour comprendre la place de la *Théorie de l'agir communicationnel* dans l'évolution de la pensée habermassienne, mais aussi pour mieux saisir certains enjeux théoriques. Les réponses d'Habermas aux objections qui sont soulevées dans les textes d'Anthony Giddens, Martin Jay, Thomas McCarthy, Richard Rorty, Albrecht Wellmer et Joel Whitebook sont particulièrement éclairantes.

¹⁹⁴ Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 2*, p. 351-55.

sées à la rationalité communicationnelle par le procès de production capitaliste¹⁹⁵. Avec cette nouvelle posture comme point de départ, basée sur les rapports entre le monde vécu et le système, il serait possible de mieux comprendre les « pathologies » de la modernité, de même que les mouvements sociaux qui en découlent¹⁹⁶.

En abandonnant les concepts hégéliens de vérité et de totalité, Habermas opère une rupture importante avec le marxisme traditionnel et s'appuie de façon critique sur plusieurs courants philosophiques et sociologiques : la théorie des actes de langage (Austin et Searle) et la philosophie analytique (Wittgenstein et Winch)¹⁹⁷, la sociologie classique (Durkheim, Mead¹⁹⁸ et Weber¹⁹⁹), l'herméneutique (Gadamer), la phénoménologie (Husserl et Schütz), la psychologie du développement (Piaget et Kohlberg) le systémisme (Parsons et Luhmann)²⁰⁰ et la théorie critique (Lukàcs, Adorno et Horkheimer)²⁰¹.

Selon moi, il reste que le point d'ancrage de ce vaste assemblage demeure la théorie de la rationalisation de Max Weber²⁰². En effet, pour Habermas, Weber n'aurait pas épuisé toutes les possibilités des postulats à l'origine de ses études sur le développement de la rationalité instrumentale et sur l'évolution des images religieuses du monde. Alors que l'évolution des images du monde suppose un concept de rationalité suffisamment complexe pour expliquer le processus de rationalisation culturelle sous la forme de la différenciation de la culture en sphères de valeurs (science, art et

¹⁹⁵ *Ibid*, p. 361.

¹⁹⁶ *Ibid*, p. 335.

¹⁹⁷ Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 1*, p. 298-345.

¹⁹⁸ *Ibid*, p. 7-124.

¹⁹⁹ *Ibid*, p. 159-273.

²⁰⁰ Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 2*, p. 219-329.

²⁰¹ Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 1*, p. 348-402.

²⁰² *Ibid*, p. 159-281.

morale (droit)), le processus de rationalisation sociale reste dépendant d'un concept de rationalité unidimensionnel fondé sur la seule raison cognitive-instrumentale. Selon Habermas, Weber explique la perte de sens par la différenciation des sphères de valeurs, et la perte de liberté par l'institutionnalisation de la raison cognitive-instrumentale dans l'économie et l'État. Adorno et Horkheimer reprendront ce diagnostic de Weber pour démontrer que la rationalité instrumentale a désormais envahi toutes les sphères de la société.

Habermas repart donc de la perspective weberienne et, au lieu d'en déduire les mêmes conséquences, en remonte les présupposés pour tout d'abord échafauder une nouvelle théorie de la modernité à l'aide d'un concept de raison plus complexe à partir duquel il formule les concepts de rationalité communicationnelle et de rationalité instrumentale. Habermas rejette donc l'idée « évolutionniste » de Weber selon laquelle la rationalisation culturelle, au sens de la rationalisation des images du monde, se transforme en rationalisation sociale, dans le sens d'une instrumentalisation des relations sociales, et ensuite, établit une distinction fondamentale entre la logique interne du développement historique des images du monde et la dynamique empirique de ce développement qui, lui, reste dépendant des conditions externes.

Si cette rupture de Habermas avec Weber et l'École de Francfort tourne autour du concept de Raison au plan philosophique, au plan sociologique elle exige aussi une reconsidération du concept d'activité sociale, concept qui ne peut plus dépendre de la seule rationalité instrumentale.

Pour Habermas, l'activité sociale désigne les actions coordonnées entre différents acteurs²⁰³. Du point de vue de l'acteur, l'action se définit comme la réalisation d'un projet basé sur l'interprétation d'une situation où la réalisation signifie la maîtrise d'une situation, et la situation, un segment de l'environnement de l'acteur. Ce segment est constitué par les possibilités d'agir significatives pour la situation.

Il y a deux types de mécanismes de coordination de l'action : l'*accord* et l'*influence*. L'*accord* implique un savoir partagé, tandis que l'*influence* demeure externe aux acteurs. Le savoir partagé est fondé sur des convictions appuyées par des raisons : on peut se servir de ces raisons pour faire appel à l'intelligence des autres. L'attitude de ces acteurs, dans la coordination de l'action par l'accord, est une *attitude intercompréhensive*. Dans l'*influence*, les raisons ne peuvent constituer une instance d'appel puisque ce qui compte c'est le succès de l'influence sur les autres. L'attitude de ces acteurs est une *attitude objectivante*.

Dans l'*activité téléologique*, en tant que projet d'action fondé sur une interprétation de la situation et visant la réalisation d'une fin, on retrouve l'*activité communicationnelle* et l'*activité stratégique*.

L'activité communicationnelle est fondée sur une attitude orientée vers l'intercompréhension, alors que l'activité stratégique est basée sur l'attitude orientée vers le succès. Pour que l'activité stratégique soit possible, il faut que l'acteur puisse tenir compte des décisions des autres acteurs en fonction d'une fin. C'est-à-dire qu'il doit supposer que les autres acteurs aussi agissent en fonction d'un but à réaliser. Il faut également que les *intérêts* et les *préférences* des acteurs se complètent. Comme dans les relations d'échange et de pouvoir.

²⁰³ *Ibid*, p. 100-111.

Habermas emprunte à Parsons l'idée que l'activité stratégique peut être remplacée par un concept d'interaction médiatisée²⁰⁴. Ceci est possible parce que la poursuite de l'activité stratégique s'effectue grâce à l'atteinte ou non du succès escompté et non par l'accord entre sujets de l'activité communicationnelle. Ce succès joue le rôle de feedback. Dès lors, il n'est plus nécessaire de partager un certain savoir quant à une situation donnée et l'activité stratégique peut se poursuivre sans faire appel au savoir implicite constitué par le monde vécu. Cet ensemble d'actions s'échappe ainsi de l'horizon des participants à la communication et se constitue en système.

Le recours au langage n'est donc plus nécessaire et la coordination des actions peut s'effectuer grâce à des médiums plus « efficaces ». Ces derniers prennent la forme de l'*argent* et du *pouvoir*. Le système se différencie selon ces deux médiums en sous-systèmes : l'économie et l'État. Ces sous-systèmes entretiennent à leur tour des relations particulières avec le monde vécu.

Du point de vue de l'acteur, on peut établir deux types de rapport au monde objectif : on peut connaître ce monde et y réaliser certaines choses. L'activité stratégique ne requiert l'existence que du seul monde objectif. Les relations avec les différents états de choses sont indifférenciées dans l'activité stratégique. Le monde objectif se réfère uniquement à l'existence d'états de choses.

L'activité intercompréhensive (activité régulée par les normes et activité dramaturgique) présuppose des relations avec deux autres mondes, à savoir le monde social pour l'activité régulée par les normes et le monde subjectif pour l'activité dramaturgique. Le monde social se compose d'ordres institutionnels qui définissent les interactions faisant partie des relations sociales légitimes. Le monde social s'explique par

²⁰⁴ Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 2*, p. 169, 217-329.

l'existence de normes. Le monde subjectif est défini comme l'ensemble des expériences vécues. Celles-ci se constituent comme monde par leur capacité à être évoquée. Ce ne sont pas des états mentaux ou des épisodes d'intériorité.

L'activité intercompréhensive permet de saisir ces relations acteurs-monde de manière réflexive. Les sujets de l'interaction peuvent eux-mêmes mettre en jeu ces relations au moyen du langage et ce faisant ne font plus appel directement aux relations acteurs-monde. Le concept d'activité communicationnelle réfère à cette activité réflexive réalisée au moyen du langage.

Dans l'activité communicationnelle, par leurs énonciations, les participants à l'interaction mettent de l'avant trois types de prétentions à la validité associées aux mondes objectif, social et subjectif : l'énoncé est vrai, juste ou sincère. En définissant l'activité comme étant la maîtrise des situations, le concept d'activité communicationnelle concerne deux aspects dans la maîtrise des situations : l'aspect téléologique et l'aspect communicationnel. Les participants à l'interaction doivent d'abord s'entendre sur une situation afin de réaliser leurs projets d'action. Le premier aspect est une condition de l'autre. Sinon l'atteinte des objectifs ne peut se réaliser au moyen de l'activité communicationnelle.

La situation est le lieu où on peut délimiter le monde et le monde vécu. Le monde représente ce qui est thématiqué par les participants à l'interaction dans une situation donnée, alors que le monde vécu représente un contexte de processus d'intercompréhension. Le monde vécu peut se représenter comme un savoir d'arrière-plan, une précompréhension culturelle qui permet aux sujets de l'activité communicationnelle de comprendre la signification d'un texte ou les conditions d'acceptabilité des énonciations.

L'activité communicationnelle sert à transmettre et à renouveler ce savoir au moyen des traditions culturelles, de l'appartenance à des groupes sociaux et de l'acquisition de compétences par les adolescents. Ces processus sont la reproduction culturelle, l'intégration sociale et la socialisation. À ces processus correspondent les structures symboliques du monde vécu : culture, société, personnalité. Les activités communicationnelles permettent de reproduire le monde vécu en se développant dans les dimensions du champ sémantique des contenus symboliques, de l'espace social et du temps historique²⁰⁵.

Quant au substrat matériel du monde vécu, il se reproduit au moyen de l'activité téléologique. La reproduction matérielle du monde vécu s'effectue par des processus qui prennent la forme d'une suite d'actions stabilisée au moyen de feedbacks, ce qui permet d'intégrer des médiums de communication ou de régulation. Ces médiums, en tant que communication déverbalisée, commandent une action dépourvue de normes et de valeurs.

Limites de la théorie de l'activité communicationnelle

Malgré la pertinence de la théorie habermassienne pour ma recherche, il importe de souligner les difficultés théoriques qu'elle pose. Une première limite tient à l'abandon de la théorie marxiste de la valeur par Habermas²⁰⁶. Une deuxième se situe au niveau du caractère sélectif des processus de rationalisation en Occident. C'est-à-dire que, selon Habermas, le processus de rationalisation, tel que dénoncé par Weber, n'est pas le résultat inéluctable du développement de la Raison mais plutôt une des

²⁰⁵ *Ibid*, p. 151-153.

possibilités de ce dernier. Habermas tente d'expliquer le développement de ce type de rationalisation par la domination de classe, mais cette explication reste très superficielle et assez peu convaincante puisque que le concept de classe d'Habermas demeure indéfini et n'est pas intégré formellement au concept de système²⁰⁷. Enfin, une troisième limite réside dans l'absence d'une analyse de l'évolution de la forme du travail dans l'économie capitaliste. En effet, bien que cette dernière soit une conséquence logique de la première, il ressort que le concept de travail dans la théorie de l'agir communicationnel est un concept figé qui situe ce dernier dans un rapport de transformation entre l'individu et la « nature ». Je pense qu'une telle posture ne peut permettre de rendre compte adéquatement des rapports au travail et au « temps libre » dans les sociétés capitalistes avancées.

Ces préoccupations peuvent sembler éloignées de la recherche d'une conception de la culture adéquate pour une critique de la statistique culturelle. Il faut toutefois se rappeler que celle-ci ne peut échapper à la nécessité de situer ses fondements dans une conception de la société qui peut expliquer son émergence, ses objets et ses tâches. À ce titre, il est crucial de se rappeler qu'elle opère dans un cadre temporel déterminé où le temps de travail et le temps libre sont historiquement situés.

Nous avons vu précédemment que la théorie de l'activité communicationnelle propose une théorie de la société à deux niveaux : le système et le monde vécu. Dans ce qui suit, j'explique succinctement quelles sont les relations entre ces deux niveaux²⁰⁸ pour aboutir à des propositions d'opérationnalisation de ces concepts d'une part, et, d'autre part à une proposition théorique quant à la mise en relation des ordres insti-

²⁰⁶ *Ibid*, p. 367-377.

²⁰⁷ *Ibid*, p. 359-366.

²⁰⁸ *Ibid*, p. 351-355.

tutionnels du monde vécu, la sphère privée et l'espace public, relation qu'Habermas a laissée de côté.

Si on peut donc envisager les sociétés à la fois comme systèmes et comme mondes vécus, les relations entre le monde vécu et le système peuvent être considérées du point de vue du monde vécu ou de celui du système. Face à l'autonomisation des sphères d'action systémiques que sont l'économie et l'État par rapport aux institutions, le monde vécu se différencie en deux ordres institutionnels, l'espace public et la sphère privée.

La sphère privée, en tant qu'institution, est représentée par la famille nucléaire et définie, du point de vue du système, comme le monde ambiant de l'économie domestique privée. L'espace public, en tant qu'institution, est formé par les réseaux de communication, la production culturelle et les médias. Ces réseaux permettent la participation d'un public de personnes privées à la reproduction culturelle et à la vie politique. Cet espace public peut se définir comme le monde ambiant pour procurer une légitimation.

Du point de vue du système, les relations entre les sous-systèmes (le système économique et le système administratif) et les ordres institutionnels du monde vécu (sphère privée et espace public) se présentent comme des relations, au nombre de quatre, entre l'économie et la sphère privée et, également au nombre de quatre, entre l'État, ou système administratif, et l'espace public. Étant donné qu'il s'agit de relations systémiques, qui ne sont plus réglées sur le mode de l'activité communicationnelle, ces relations s'effectuent au moyen des médiums que sont l'argent et le pouvoir.

Relations entre le système économique et la sphère privée. À ces relations on peut rattacher les rôles de travailleur et de consommateur.
--

- | |
|--|
| 1. L'économie obtient la force de travail de la sphère privée au moyen du pouvoir. |
| 2. L'économie fournit un revenu à la sphère privée au moyen de l'argent. |
| 3. L'économie fournit des biens et des services à la sphère privée par le biais de l'argent. |
| 4. La sphère privée fournit une demande à l'économie par le biais de l'argent. |

Relations entre le système administratif et l'espace public. À ces relations se rattachent les rôles de client et de citoyen.
--

- | |
|---|
| 1. L'espace public assure une rentrée d'impôts à l'État sous la forme d'argent. |
| 2. L'État fournit des prestations à l'espace public par le pouvoir. |
| 3. L'État fournit des décisions politiques à l'espace public par le pouvoir. |
| 4. L'espace public assure la loyauté des masses par le biais du pouvoir. |

Dans tous ces cas, Habermas tente d'expliquer, en s'appuyant sur Marx, que l'adaptation du monde vécu aux médiums se fait par un processus d'abstraction réelle, semblable à celui qui transforme le travail concret en travail abstrait comme Marx l'a démontré²⁰⁹.

Il existe un tel processus d'abstraction réelle à tous les niveaux d'échange entre les sous-systèmes et les ordres institutionnels du monde vécu. Par exemple, comme le travail concret doit se transformer en travail abstrait pour être échangé, les orientations selon la valeur d'usage doivent se transformer en préférence dans la demande.

Dans ce schéma d'ensemble, Habermas a laissé de côté les relations entre les ordres institutionnels du monde vécu, c'est-à-dire entre la sphère privée et l'espace

²⁰⁹ *Ibid*, p. 354, 367-369. On retrouve l'explication marxienne dans : Karl Marx, *Le Capital. Livre 1*, Paris, Garnier-Flammarion, 1969 [1867], p. 41-76.

public. Du point de vue de la recherche culturelle, il faudrait démontrer, d'une part, comment ces relations peuvent également être envisagées sous l'angle de leur « colonisation » par les sous-systèmes et quels sont les processus d'abstraction réelle sous-jacents à cette colonisation et, d'autre part, comment il serait possible d'opérationnaliser ces concepts en objets pouvant être pris en charge par la statistique culturelle.

Par exemple, si les activités communicationnelles, qui permettent de reproduire le monde vécu, se déploient dans les dimensions du champ sémantique des contenus symboliques, de l'espace social et du temps historique, on peut émettre l'hypothèse que les processus d'abstraction réelle au cœur de la reproduction du substrat matériel du monde vécu se déploient selon les mêmes dimensions en les adaptant à leurs exigences. Je laisse de côté les dimensions du champ sémantique et de l'espace social pour me concentrer sur celle du temps historique.

Le temps historique, relié au temps cosmique, est un temps premier. C'est celui qui, à l'échelle humaine, peut être compris comme la succession des générations. C'est le temps sous la forme de la suite d'événements qui ont un début et une fin. Du point de vue du sujet conscient, cette succession est vécue en tant que durée²¹⁰. Cette durée est appelée autrement le temps concret.

Marx a démontré que pour se muer en travail abstrait, la force de travail, le travail concret, devrait pouvoir être mesuré²¹¹. Cette mesure, c'est le temps de travail. Ce temps de travail se mesure à l'aide du temps abstrait ou temps de l'horloge. Le pro-

²¹⁰ Henri Bergson. *Durée et simultanéité*. Paris, PUF, 1992 [1968], p. 41-67.

²¹¹ À propos de la même idée, on consultera ces ouvrages : Nicholas Garnham, *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information*. London, Sage, 1990); Moishe Postone, *Time, labor, and social domination. A reinterpretation of Marx's critical theory*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996, p. 123-265.

cessus d'abstraction réelle qui transforme le travail concret en travail abstrait est donc tributaire de la mesure du temps de travail, mesure qui se fait en unités de temps abstrait.

Si le temps abstrait est une dimension fondamentale de ce processus d'abstraction réelle, on peut poser l'hypothèse que ce temps abstrait joue un rôle semblable dans d'autres processus d'abstraction réelle, en tant que dimension où se développe l'activité régulée par des médiums, c'est-à-dire le pouvoir et l'argent. Les relations entre l'espace public et la sphère privée passant, du moins en partie, par les sous-systèmes, on peut supposer qu'au sein de ces relations, telles la participation à la formation de l'opinion publique ou à la reproduction culturelle, il existe un processus permettant de transformer la reproduction du monde vécu en reproduction du système dans la dimension du temps historique par le biais des formes dominantes de l'emploi du temps et des valeurs et attitudes souhaitables quant à ce dernier. Autrement dit, on peut émettre l'hypothèse que la reproduction du système s'effectue également à travers la reproduction du monde vécu par l'activité communicationnelle médiatisée.

Si la sphère privée peut être comprise comme celle de la famille, sous ses différentes formes, il est possible de l'opérationnaliser en définissant l'ensemble des ménages comme l'unité d'analyse et chaque ménage comme unité d'observation. Ensuite, il est possible de conceptualiser les relations entre la sphère privée et l'espace public comme activité communicationnelle médiatisée.

Ce dernier concept peut se décomposer selon les trois dimensions de l'espace public : la participation à des réseaux de communication, la participation à la production culturelle et l'usage des médias. Ces trois dimensions peuvent être étudiées sous

l'angle de l'emploi du temps. Pour l'instant, je mets de côté la participation aux réseaux de communication et à la production culturelle. En fait, l'usage des médias peut être considéré sous deux angles différents : sous l'angle des relations entre la sphère privée et l'économie et sous l'angle des relations entre la sphère privée et l'espace public.

Sous l'angle de l'économie, l'usage des médias se traduit tout d'abord par les dépenses encourues par les ménages pour l'achat de produits culturels (livres, journaux, récepteurs, abonnements au câble, spectacles, etc.). S'expriment de cette façon les orientations de valeur des acteurs formulées en termes de préférences dans la demande.

Sous l'angle de l'espace public, l'usage des médias permet aux individus de participer à la formation de l'opinion publique et à la reproduction de la culture. Ces dernières dimensions sont plus difficiles à mesurer et nécessitent des distinctions plus fines pour définir des indicateurs appropriés. Cependant, il existe une autre relation entre l'économie et la sphère privée dans l'usage des médias. En effet, telles qu'exposées jusqu'à maintenant ces relations ne permettent pas de rendre compte du phénomène de la publicité, en tant qu'activité qui consiste à annoncer des biens ou des services.

Si les médias permettent aux acteurs de participer à la formation de l'opinion publique et à la reproduction culturelle, par la publicité, ceux-là échangent leurs contenus contre l'attention des acteurs, transformés en auditoires pour les besoins du processus d'abstraction réelle. Cet échange se fait par le médium du pouvoir. Ces auditoires représentent une marchandise pouvant être échangée à des annonceurs par le médium de l'argent.

Dans ce sens, comme l'a signalé avec peut-être un peu trop d'emphase Dallas Smythe²¹², l'attention des auditoires n'est pas sans rappeler certaines caractéristiques de la force de travail. Aussi, la mesure du temps d'usage des médias, demeure un indicateur, sinon de la valeur produite par les auditoires, du moins de leur valeur dans la circulation du capital médiatique, comme l'indique Garnham²¹³ et, du même coup, de la présence d'un processus d'abstraction réelle.

Si la consommation culturelle peut être également source de capital, il faut s'attendre à un accroissement des capitaux investis dans la production culturelle et dans les médias. Il est relativement simple d'y parvenir en analysant l'évolution des investissements selon les différents secteurs d'activité économique d'une société donnée.

D'autre part, si le processus d'abstraction réelle à l'œuvre dans la relation entre la sphère privée et l'espace public s'effectue par le médium du pouvoir, on peut supposer qu'il existe une certaine structure d'organisation des activités en fonction du temps. À ce titre, l'étude de l'évolution de la répartition du temps alloué aux différentes activités sociales pourrait être féconde.

3.2. Les rapports entre le temps, la culture et la communication

L'étude des rapports entre le temps et la culture n'est pas nouvelle. La sociologie des temps sociaux en particulier s'intéresse à ce rapport sous l'angle de l'extension des pratiques culturelles et du loisir comme temps privilégié d'intégration sociale. Dans ce qui suit, j'aborde le problème sous un angle différent. Je pose d'abord la

²¹² Dallas W. Smythe, « Communications : Blindspot of Western Marxism », *The Canadian Journal of Political and Social Theory*, vol. 1, n° 3, 1977, p.1-28.

²¹³ Garnham, p. 20-55.

question dans les termes de l'économie politique, puisque c'est de ce point de vue que l'idée de la recherche prend sa source. Ainsi, le temps prend la forme du temps abstrait comme ressource mesurable, ou encore celle d'une variable dichotomique dont les catégories sont le temps de travail et le temps libre.

3.2.1. Économie, technologie et communication

Au début des années 1990, on estimait que depuis la fin des années 1970, les pays occidentaux connaissaient une période de malaise économique prolongée. Bien que la comparaison soit boiteuse, certains estimaient qu'il s'agissait de la plus grave crise depuis les années 1930. D'aucuns parlaient d'une mutation de notre société. Fait troublant, malgré la croissance réelle continue du produit intérieur brut, le nombre de personnes sans emploi ne cessait d'augmenter, tandis que les classes moyennes s'appauvrirent. Au Québec, une proportion importante de la population dépendait de l'assistance sociale ou de l'assurance emploi. C'est dans ce contexte que partout en Occident, certes à des degrés divers, la réduction du temps de travail est apparue comme une stratégie de sortie de crise incontournable.

Aujourd'hui, il semble que la libéralisation des échanges commerciaux, le vieillissement de la population, le déplacement du secteur manufacturier vers les pays dits « émergents » comme la Chine, l'Inde, le Brésil ou certains pays d'Europe de l'Est, ainsi que et le développement de nouvelles entreprises dans le secteur des nouvelles technologies aient pu stabiliser le niveau d'emploi un certain temps, à tout le moins en Amérique du Nord. Les soubresauts du secteur financier aux États-Unis et en Europe en 2008 et 2009 ont cependant ramené les économies occidentales à des taux de chômage préoccupants suite à la contamination de ces crises

d'épilepsie aux autres secteurs économiques. Par exemple, le taux de chômage aux États-Unis est passé de 5,5 % en 2008 à 9,3 % en 2009, tandis qu'au Canada ce taux passait de 6,0 % à 8,3 %. Pour l'ensemble des pays de l'OCDE, le taux de chômage est passé de 6,1 % à 8,4 % au cours de la même période²¹⁴. Quel est l'effet de ces importantes variations du nombre de personnes participant au marché de l'emploi sur le temps de travail?

Il peut être assez difficile d'établir une quelconque relation entre le temps de travail et les crises économiques. Le nombre d'heures travaillées en moyenne par personne occupant un emploi au Canada et aux États-Unis a diminué régulièrement depuis au moins 1979 (1 825 heures au Canada et 1 828 heures aux États-Unis). Au cours de la période 1994-2007²¹⁵, ce nombre est passé de 1 762 à 1 733 au Canada et de 1 836 à 1 798 aux États-Unis²¹⁶. Malgré un ralentissement au début des années 2000, il s'agit d'une période prolongée de croissance économique avec des taux de chômage relativement bas. Ceci n'a pas empêché le temps de travail de continuer à s'éroder. C'est le cas de tous les pays membres de l'OCDE, à l'exception du Danemark, du Mexique et des Pays-Bas. Toutefois, de 2008 à 2009, on assiste à une diminution très importante du nombre moyen d'heures travaillées au Canada — 1,6 % soit l'équivalent de la baisse enregistrée entre 1994 et 2007 — et aux États-Unis en plus d'une diminution de l'emploi. Ceci illustre le degré de profondeur de la crise, en ce sens que lors des crises ou des ralentissements précédents le nombre d'heures moyen restait relativement stable et était peu affecté. En 2009, les licen-

²¹⁴ OCDE. Tableau *Enquête sur la population active (PIE)*, [En ligne].

http://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=LFS_SEXAGE_I_R (Page consultée le 18 août 2011)

²¹⁵ L'année 1994 est la première pour laquelle l'OCDE affiche des données complètes concernant tous les pays membres.

²¹⁶ OCDE (2010). *Perspectives de l'emploi de l'OCDE 2010 – Sortir de la crise de l'emploi - Annexe statistique*, p. 321.

ciements massifs n'ont pas suffi et il a fallu diminuer les horaires de travail ou remplacer des employés à temps plein par des employés à temps partiel, ou les deux.

Évidemment, l'analyse des relations entre les crises économiques et l'évolution de la durée du travail exigerait une étude beaucoup plus approfondie que les quelques lignes qui précèdent. Néanmoins, il semble bien que les liens sont assez lâches entre les cycles économiques et la durée du travail.

En tous cas, bien que l'on puisse associer certains facteurs conjoncturels à l'évolution de cette crise plus ou moins permanente, il apparaît de plus en plus clairement que ce sont des changements structureaux des plus profonds qui en sont à l'origine. L'introduction des nouvelles technologies d'information dans la production des biens et des services et dans l'organisation du travail n'y est certes pas étrangère, ces dernières permettant de réduire la quantité de travail nécessaire pour une production équivalente. Ce qui entraîne une augmentation de la quantité sociale de temps libre. C'est-à-dire une croissance de la durée des périodes qui ne sont pas consacrées à la production de biens et de services.

Actuellement, il se pourrait que la tendance de fond veuille que cette réduction de la quantité de travail nécessaire se traduise par une diminution du nombre de personnes participant au processus de production plutôt qu'à une diminution correspondante du temps travaillé par chacune d'elle. Ainsi s'accroît inexorablement la masse de gens exclus du système de production. De plus, il s'avère que les exigences liées aux emplois sont de plus en plus grandes : compétition, formation continue, rémunération en fonction du rendement, temps supplémentaire, etc. Pour beaucoup de ces gens qui s'estiment chanceux d'avoir un emploi, le temps libre se raréfie.

Du côté des exclus, c'est l'inverse. Plus de temps, moins d'argent. Le fait qu'une bonne partie des exclus soit de plus en plus scolarisée peut aussi entraîner des changements dans le portrait des pratiques culturelles traditionnelles des gens qui ne participent pas au processus de production de biens et de services. Enfin, certains groupes de travailleurs demandent et obtiennent, ou subissent, une diminution de la durée de leur temps de travail, ou encore travaillent selon un horaire plus souple, flexible.

Depuis les débuts de l'ère industrielle, la réduction du temps de travail est une revendication traditionnelle de la classe ouvrière. On peut estimer que la réduction effective de la semaine de travail et l'apparition des congés payés résultent en bonne partie de la force des organisations ouvrières combinée au développement technologique des branches industrielles concernées. Cette réduction s'est faite de façon plus ou moins universelle en touchant toutes les couches de travailleurs d'une manière relativement identique.

Ce qui caractérise aujourd'hui la durée du travail c'est justement son éclatement. Semaine de travail réduite, travail à temps partiel, temps supplémentaire obligatoire, exclus du travail, travail périodique, etc., représentent des formes de durée de travail qui, sans être nouvelles en elles-mêmes, se sont répandues au point de remettre en question le modèle traditionnel et, par le fait même, interpellent certaines institutions comme l'heure de pointe et le « prime-time ». L'apparition de CNN ou de RDI est un écho à ce changement de l'organisation sociale du temps.

Si on peut constater que le temps de travail est une réalité en changement, localisable historiquement et géographiquement, et ce, au point où il devient parfois difficile de dégager clairement la frontière entre le temps de travail et le temps libre, on est

donc obligés de situer d'où vient la forme traditionnelle du temps de travail (c'est-à-dire la semaine de 35 ou 40 heures, cinq jours par semaine, jusqu'à 65 ans), son existence même comme idée du travail, comme principe d'organisation sociale de la durée de l'existence.

Que la réduction du temps de travail puisse être conçue comme une stratégie de sortie de crise présuppose certaines choses. Il faut tout d'abord admettre que les gains de productivité ne sont pas directement reliés aux normes relatives à la durée du travail. Ensuite, que le travail est une ressource inégalement répartie. Ainsi, sous le concept de réduction du temps de travail se retrouve deux réalités différentes. Primo, celle qu'on peut traduire en termes de productivité, secundo, celle qui se définit en nombre d'heures par semaine. La première se situe au niveau des impératifs du système économique, alors que la deuxième se place au niveau des normes sociales. La réduction du temps de travail, comme solution à la crise, se conçoit donc comme un ajustement visant à résoudre un « dysfonctionnement » dans les rapports entre ces deux niveaux. Autrement dit, si on interprète cette situation en termes économiques, la réduction du temps de travail vise à diminuer l'offre de travail afin de s'ajuster à la diminution de la demande de travail.

Parallèlement à la réduction du temps de travail, les études de budgets-temps²¹⁷ démontrent que non seulement le temps libre est de plus en plus important, mais aussi que l'augmentation quantitative de ce temps libre se traduit par un usage de plus en plus intensif des médias. En ce sens, les médias peuvent être considérés

²¹⁷ Nicole Samuel, « Les revendications sociales en faveur du temps libre et leurs conséquences culturelles », dans *Sociétés*, 32, 1995, p. 145-152; et Susan Christopherson, « Trading Time for Consumption : The Failure of Working Hours Reduction in the United States », dans Karl Hinrichs, William Roche, et Carmen Sirianni (dirs.) *Working time in transition : the political economy of working hours in industrial nations*, Philadelphia, Temple University Press, 1991.

comme des « instruments de gestion collective du temps hors travail. Ils structurent ce temps de loisir et le transforment en temps d'intégration économique, sociale, culturelle et politique²¹⁸. »

Pourquoi les individus orientent-ils leur emploi du temps ainsi? La question reste ouverte. La sociologie des temps sociaux avance que la détermination des activités dans le cadre du temps libre dépend à la fois de facteurs institutionnels (école, famille, travail, État, médias), des valeurs sociales et des représentations du temps. Bien que la recherche sur les rapports entre l'emploi du temps libre et les valeurs et normes sociales soit grandement documentée et qu'un nouvel axe de recherche prenant pour objet le rôle des institutions dans la structuration des temps sociaux soit en plein essor, il reste que l'articulation entre ces deux axes de recherche reste à développer.

La plupart des études sur l'emploi du temps opèrent une coupure radicale entre le temps de travail et le temps libre ou temps de loisir. Ces expressions peuvent recouvrir des réalités fort différentes. Le temps de travail est parfois entendu comme le temps nécessaire à la reproduction matérielle, c'est-à-dire le temps de travail rémunéré, les activités qui y sont connexes et le temps de travail non rémunéré constitué par les tâches domestiques (Statistique Canada, 1995). Certains auteurs tel André Gorz²¹⁹ ne tiennent compte que du travail rémunéré, alors que d'autres y ajoutent les activités connexes. Il y a un flottement conceptuel similaire quant à la définition du temps libre. Pour certains, le temps libre est tout le temps hors travail, donc variable

Gilles Pronovost, *Loisir et société : traité de sociologie empirique*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 1993, p.181-204.

²¹⁸ Gaëtan Tremblay, « Les mass médias, instruments de gestion du temps », dans Gilles Pronovost et Daniel Mercure (dirs.) *Temps et société*, IQRC, 1989, p. 117-144.

²¹⁹ André Gorz, *Métamorphoses du travail. Quête du sens. Critique de la raison économique*, Paris, Galilée, 1988, p. 25-137.

selon la définition du temps de travail. Pour d'autres, ce temps hors travail recouvre des réalités distinctes constituées par les activités socioreligieuses, sociopolitiques, et de loisir. Par « loisir » ces mêmes auteurs comprennent l'ensemble des périodes « à soi », où les activités sont choisies pour elles-mêmes²²⁰.

Malgré toutes ces divergences, les analyses sur l'emploi du temps partagent deux présupposés fondamentaux. D'une part, le temps libre, et *a fortiori* le temps de loisir, est toujours conçu comme un reste, un superflu, même s'il est devenu quantitativement plus important que le temps de travail. Et, d'autre part, le travail y est au moins entendu comme une activité de transformation de son environnement, matériel ou symbolique, par l'être humain dans le cadre d'une organisation. Cette conception a pour conséquence d'évacuer du champ du travail toute activité qui n'est formellement intégrée à une organisation. D'où toute cette agitation au sujet de la fin du travail qui marque le labeur d'André Gorz et Jeremy Rifkin²²¹. En effet, lorsque ces auteurs évoquent la disparition prochaine du travail, il s'agit de la forme actuelle du travail, c'est-à-dire le travail salarié, et non pas de l'activité de transformation matérielle ou symbolique.

À l'évidence, dans les deux cas les rapports entre les temps sociaux sont envisagés du point de vue des individus. Il ne peut en être autrement puisque par définition, le temps social désigne des durées et des rythmes partagés par des individus. En se plaçant du point de vue de la société, j'entends par là l'ensemble des relations sociales, cette division du temps perd son sens puisque la société, comme totalité, ne « travaille » pas, ne « s'amuse » pas. Du point de vue de la société, le temps ne peut

²²⁰ Joffre Dumazedier, « Cinq jalons dans l'histoire d'un concept sociologique : Aristote, Veblen, Lafargue, Riesman, Friedmann » dans *Sociétés*, 32, 1991, p. 115-125; Roger Sue, « De la sociologie du loisir à la sociologie des temps sociaux » dans *Sociétés*, 32, 1991, p. 173-181.

²²¹ Jeremy Rifkin, *The End of Work*, New York, Putnam, 1995, p. 3-162.

plus être envisagé qualitativement et ne devient qu'une dimension mesurable de l'activité humaine.

Il y a donc ici un certain problème de méthode. C'est-à-dire que se pose la difficulté de penser les rapports entre les temps sociaux sans considérer les catégories qui les sous-tendent comme un *a priori* fondamental. Il s'agit donc de partir non pas de ce qui démarque le temps de travail du temps libre, le travail du loisir, mais plutôt de ce qu'ils ont de commun.

Mais, au-delà des rapports entre le temps de travail du point de vue des individus et le temps de travail du point de vue systémique, il reste que tout ceci n'est concevable que dans le cadre de la forme capitaliste du travail, c'est-à-dire l'activité rémunérée nécessaire à la reproduction de la vie. Le travail capitaliste se distingue de la besogne ou de l'ouvrage en ce que le premier repose sur la création d'une valeur ajoutée qui n'est pas située dans l'objet produit mais dans l'activité productrice même²²². Pour être échangeable, donc réalisable, cette valeur doit être quantifiée, mesurée. Celle-ci ne peut, par conséquent, s'évaluer que par la durée de l'activité productrice, abstraction faite des compétences particulières déployées dans cette activité; d'où l'importance du temps de travail dans les sociétés occidentales. La forme capitaliste du travail exige qu'il y ait un temps spécifique consacré à la production, sans quoi sa mesure est impossible. C'est pourquoi Gorz peut parler de «l'invention» du travail et situer cette dernière dans l'émergence du capitalisme.

Sous les formes précédentes de production, le temps n'est pas une dimension centrale. Le temps de la besogne côtoie ou s'intègre à celui de la fête ou de la contemplation selon des durées variables en fonction des saisons, des besoins spécifiques

des rites et des mœurs. C'est avec l'apparition des premiers ateliers de travail au Haut Moyen Âge que le besoin de mesurer la durée du travail se fait sentir²²³. Mesurer l'activité productrice exige que la durée qui y est consacrée y soit exclusivement dédiée. C'est ainsi que, du point de vue des individus, s'instaure cette césure entre le temps de travail et le temps libre.

Bien sûr, il y a toujours eu une distinction entre le temps consacré aux choses nécessaires de la vie et celui du superflu, celui de la *skolè*, comme dirait Bourdieu. Pour Aristote, comme pour Platon, le temps superflu est le temps de loisir, celui qui reste quand la besogne est terminée. C'est le temps de la liberté, celui où « l'homme » peut trouver sa vérité. C'est ce temps, infiniment supérieur à celui de la besogne, réservé à l'esclave, qui est proprement humain et où se déploie l'espace du politique, du religieux et de la recherche du bonheur. Ce qui est radicalement nouveau avec le temps de travail capitaliste, c'est que celui-ci ne s'arrête jamais. L'ouvrage n'est jamais terminé. Ce n'est pas pour rien que le plus grand obstacle à la mise en place du processus capitaliste de production, surtout durant la grande période d'industrialisation, a été l'acquisition d'une discipline de travail par les ouvriers et les ouvrières, c'est-à-dire le respect des horaires et des cadences²²⁴.

Cette scission sociale du temps, tel que vécu, en temps de travail et en temps libre permet l'émergence d'un temps de loisir; loisir en son sens aristotélicien, qui est aussi celui de la sociologie du loisir. Celle-ci conçoit le loisir comme le temps où l'individu s'accomplit, s'autoréalise. C'est à l'intérieur de ce temps que se définiraient maintenant les valeurs sociales, le travail n'étant plus le moyen privilégié de la réali-

²²² Postone, p. 281-284.

²²³ Le Goff, *Pour un autre Moyen-Âge*, p. 66-79.

²²⁴ Daniel Mercure, *Les temporalités sociales*, Paris, L'Harmattan, 1995, p. 29-33.

sation individuelle, comme le prescrit l'éthique du travail²²⁵. L'étude de l'emploi de ce temps libre devient donc un moyen pertinent pour discerner les transformations à l'œuvre dans la société, puisque l'emploi de ce temps n'obéirait pas à la contrainte, comme dans le monde du travail, mais reposerait, finalement, sur le libre choix des individus en fonction de leurs valeurs et de leurs préférences.

L'étude quantitative de l'emploi du temps libre, en révélant que la plus grande part de ce temps libre est consacré à l'usage de produits culturels, et au premier chef à l'écoute de la télévision²²⁶, fait douter que le libre choix des individus soit le seul déterminant, ni même le plus important, des activités de loisir.

En se plaçant d'un point de vue systémique, les choses apparaissent ainsi : il n'y a pas de coupure radicale entre le temps de travail et le temps libre; le temps libre est devenu un prolongement du temps de travail, comme le dénonçait avec vigueur Adorno²²⁷. C'est aussi le temps de la « consommation », de la réalisation du capital, comme le souligne Garnham²²⁸, et celui de la domination politique tant au sein de l'espace public que dans la sphère privée²²⁹.

Une des conditions nécessaires à la perspective de l'économie politique marxiste est la chosification des auditoires. Le terme même « d'auditoire » (audience) traduit ce mouvement vers l'abstraction des personnes réelles en ce qu'il désigne un ensemble de personnes situé dans un processus communicationnel et non ces personnes. Ces dernières sont parfaitement interchangeables. C'est à cause de cette abstraction que

²²⁵ Pronovost, p. 47-52.

²²⁶ Pronovost, *Loisir et société*, p. 189-191 et Susan Christopherson, p. 183.

²²⁷ Theodor W. Adorno, « La production industrielle de biens culturels » dans Theodor W. Adorno et Max Horkheimer, *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974, p. 145-146.

²²⁸ Nicholas Garnham, *ibid.*

²²⁹ Jürgen Habermas, « Further Reflections on the Public Sphere » dans Craig Calhoun (dir.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MIT Press, 1992, p. 421-61.

les auditoires peuvent être compris comme des opérateurs discursifs, désubstantiés, au sein des différentes approches analytiques des auditoires telles la théorie féministe, l'économie politique, les Cultural Studies ou les courants postmodernes²³⁰.

Ce sont ces personnes abstraites, dont le dénominateur commun est d'être récepteurs, regroupées en une masse hypostasiée, qui forment les auditoires du point de vue l'économie politique marxiste. Bien que ces personnes abstraites soient aussi des personnes réelles, en chair et en os, l'économie politique marxiste les considère toujours sous l'angle de leurs rapports sociaux : ce sont des consommateurs, des citoyens, des producteurs, des ouvriers, des bourgeois. Elle explique ainsi l'ensemble des relations sociales comme des relations d'abstractions réelles fondées sur l'extorsion et la circulation de valeur en tant que forme de médiation. L'accumulation de cette valeur se constitue en capital. Ainsi, pour Marx, le capital n'est pas tant un objet qu'un rapport social particulier. Cette valeur est elle-même le produit de la mesure du temps de travail, comme le rappelle Postone²³¹.

La production de valeur devenant le principal moyen de médiation sociale, les approches marxistes « classiques » en communication sont construites sur l'idée voulant que les principaux rapports sociaux sont ceux des groupes se situant à chacun des termes de cette production : la classe ouvrière et la bourgeoisie. S'instaure ainsi un rapport hiérarchique entre les relations propres au monde du travail, « la base », et celles qui en sont exclues, c'est-à-dire « la superstructure ». Par superstructure, le marxisme orthodoxe entend l'ensemble des institutions politiques et religieuses, de même que les idéologies. C'est cette superstructure qui prend en charge la repro-

²³⁰ Martin Allor, « Relocating the Site of the Audience » dans *Critical Studies in Mass Communication*, n° 5, 1988, p. 217-233.

²³¹ Postone, p. 43-71.

duction culturelle des sociétés. À ce titre, les médias sont considérés comme des instruments de domination, au sens où ils reproduisent l'idéologie (normes, valeurs et visions du monde) de la classe au pouvoir au niveau de la base (forces productives et mode de production).

Le caractère polysémique de l'œuvre de Karl Marx, les ruptures qu'on y retrouve entre les textes de jeunesse et les écrits de maturité, les ambiguïtés tournant autour de son concept de classe et l'opacité de la théorie de la valeur, sans parler de la multiplicité des sources auxquelles s'abreuvait la tradition révolutionnaire dans laquelle se situait Marx lui-même, ont préparé le terrain à plusieurs formulations et réinterprétations de son œuvre. De plus, l'échec des mouvements révolutionnaires dans les pays où la classe ouvrière était la plus développée et la mieux organisée, la montée du stalinisme, et plus récemment, le déplacement des problèmes sociaux et des conflits de classe vers les domaines de la reproduction culturelle²³², ont forcé les organisations et les théoriciens et théoriciennes marxistes à développer le marxisme dans des directions diverses se voulant plus aptes à fournir des explications sur les transformations et les conflits actuels. L'insuffisance de la conception marxiste orthodoxe, quant au caractère hiérarchique des rapports entre la base et la superstructure, à expliquer la diversité des traditions culturelles malgré l'universalité des rapports de production capitalistes au stade impérialiste pousse le marxisme à postuler tout d'abord l'autonomie relative de la superstructure, jusqu'à remettre en cause cette conception même de la société²³³.

²³² Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel*, tome 2, p. 155-160.

²³³ Ici je m'appuie sur l'excellente synthèse de Daniel Chandler, *Marxist Media Theory*, 2000, [En ligne]. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/marxism/>

C'est dans ce mouvement de déplacement du site des enjeux sociaux fondamentaux de l'exploitation économique des « masses laborieuses » vers leur domination idéologique, que vont se développer les approches marxistes des médias. Fondamentalement, ces dernières partagent l'idée de la toute puissance des médias avec le fonctionnalisme et le pluralisme libéral²³⁴. À commencer par le concept d'industrie culturelle d'Adorno²³⁵ où la « culture de masse », fondée sur la production de produits standardisés et insignifiants parce que ceux-ci se présentent sous la forme d'une information sans relation avec la forme de connaissance qui la suppose et la produit effectivement, remplace « l'Art » qui, au contraire, est nécessairement émancipateur en ce qu'il révèle l'expérience du sujet connaissant en remplissant une promesse de bonheur.

La théorie adornienne de l'industrie culturelle partage les présupposés des premières recherches américaines en communication en ce qu'elle accepte l'idée de la création de larges auditoires par l'application de nouvelles technologies, de la désintégration du tissu social par l'industrialisation et l'urbanisation ayant pour conséquence la malléabilité des individus et une certaine évidence du caractère persuasif des médias à la lumière de l'expérience de la première Guerre Mondiale et de la montée du fascisme en Europe.

À partir de la fin des années 1940 jusqu'à la fin de années 1960, l'essentiel de la recherche américaine en communication, ou paradigme des effets, consistera à remettre en cause cette idée du pouvoir des médias par la recherche empirique. À la fin de ce mouvement, il semble bien que les médias n'ont plus aucun pouvoir. Les

²³⁴ Jim Curran, Michael Gurevitch et Janet Wollacott, « The study of the media : theoretical approaches » dans M. Gurevitch (dir.), *Culture, Society and the Media*, London, Methuen, 1982, p. 6-24.

²³⁵ Theodor W. Adorno, *La production industrielle de biens culturels*, p. 129-176.

présupposés à la base de l'ancienne orthodoxie (« bullet theory », modèle stimulus-réponse), comme le concept de masse ou la disparition des liens sociaux, sont démolis. L'idée voulant que ce soit les récepteurs qui sont les agents actifs dans la communication médiatisée devient dès lors le concept central d'une nouvelle orthodoxie qui atteint son point culminant avec les « Uses and Gratifications ».

Cette nouvelle orthodoxie sera elle-même remise en question au début des années 1970, au sein du courant fonctionnaliste même par la relecture des travaux de Lazarsfeld et de Katz, mais surtout par les approches néo-marxistes. Ces dernières rejettent d'emblée toute recherche empirique niant l'influence des médias puisque ces derniers sont, par définition, des appareils idéologiques reproduisant la domination de classe. Malgré leurs divergences, la contradiction entre les théoriciens néo-marxistes et les « empiristes » pluralistes n'est pas fondamentale. Elle origine tout d'abord dans ce que les recherches fonctionnalistes en communication ont conçu le pouvoir des médias comme étant celui de changer la vision du monde des individus, alors que pour les marxistes il consiste à reproduire cette dernière. De ce point de vue, par définition, la recherche empirique ne pourra jamais démontrer le pouvoir des médias par le changement puisque tel n'est pas leur rôle. Du point de vue marxiste, la recherche empirique démontre par le fait même le contraire de ce qu'elle veut prouver.

Toutefois, si la critique marxiste de la recherche empirique en communication démontre théoriquement que les médias sont des appareils de reproduction idéologique, sa base empirique reste faible au sens où il reste à vérifier empiriquement comment s'effectue cette reproduction idéologique. Outre l'apport théorique de la Théorie critique sur l'effet des médias qui atteint son point culminant avec la victimisation des auditoires par Marcuse, le marxisme évoluera dans trois directions : le

structuralisme, l'économie politique et les Cultural Studies²³⁶. Le site de la domination idéologique se déplace selon la perspective théorique. Ainsi, le structuralisme de Louis Althusser se concentre sur l'étude du texte comme le lieu d'articulation des systèmes idéologiques, l'économie politique privilégie l'étude des conditions de production des médias, et les Cultural Studies se concentrent sur les phénomènes d'appropriation des messages médiatiques et de production du « populaire ».

Du point de vue de l'étude du temps, les choses prennent ici une autre tournure. J'ai suivi la filière marxiste jusqu'à présent parce que, au cœur même de la théorie marxienne, le temps est une dimension explicitement essentielle. À partir du moment où les préoccupations marxistes se déplacent vers les conditions de la reproduction culturelle, la pertinence de l'étude des dimensions relatives au temps prend une autre tournure.

3.2.2. Les théories du temps

Au cours de ses recherches sur le Moyen Âge, Jacques Le Goff s'est attardé à la conscience du temps qu'avaient les hommes et les femmes du Moyen Âge et, surtout, à la transformation, lente mais inexorable, de cette conscience. Cette transformation prend la forme de passages : passage du temps ecclésiastique au temps laïc, passage du temps rural au temps urbain, du temps circulaire au temps linéaire. Le temps circulaire de l'Église du Moyen Age est la conséquence de sa conception de l'univers où le monde des vivants n'est qu'un autre passage vers la vie éternelle auprès de Dieu et des saints, ou de Lucifer et ses sbires. Cette conception du mon-

²³⁶ Curran, Gurevitch et Wollacott, *ibid.*

de, centrée sur l'obéissance à l'Église et orientée vers la vie contemplative, interdit l'idée même de transformation, de changement. Ceci explique en partie pourquoi l'économie de l'Occident médiéval fut pendant une si longue période une économie de subsistance où tout se déroule sans hâte au rythme des labours et des moissons.

Cette vision d'un temps figé heurte cependant de front une autre activité essentielle du monde des vivants : l'activité commerciale. Aussi les rapports entre l'Église et les marchands furent marqués par l'ambivalence de l'Église entre ses intérêts économiques et ses intérêts spirituels. Un des points centraux de cet inconfort de l'Église fut le problème du temps : le marchand a-t-il le droit de vendre du temps ? Comme on sait, la seule façon pour le marchand de faire de l'argent, c'est de vendre du temps. Soit sous la forme de l'intérêt, soit sous la forme d'un gain de productivité dans la circulation de biens échangeables. Or, à qui appartient le temps ? Le temps appartient à Dieu, et on ne peut vendre ce qui appartient à Dieu. En réalité cependant, l'Église a toujours eu un faible pour les biens du bon Dieu, et l'activité commerciale fut tolérée, puis encouragée à partir du XII^e siècle.

Les raisons de ce changement sont multiples et complexes et il serait trop long que m'y attarde ici. Ce que je veux souligner, c'est tout simplement le rôle fondamental du temps dans l'activité marchande et sa forme linéaire. C'est-à-dire comme une suite de durées séparées.

Donc, si les marchands comprennent qu'ils font de l'argent par la vente du temps sous la forme du crédit et par l'intermédiaire des gains de productivité dans la circulation des marchandises, il n'y a aucune raison pour que les gains de productivité dans la production de ces marchandises ne produisent pas le même résultat. On assiste donc à partir du XIII^e siècle, à Florence, Gênes et Gand, à la création des

premières fabriques de textiles. Toutefois, le caractère central du temps de travail dans la production du capital n'est pas encore assez évident pour que les donneurs d'ouvrage tentent de contrôler celui-ci. En effet, dans l'industrie naissante de la draperie, l'unité de travail fondamentale est encore celle qui a cours dans tout l'Occident médiéval, à savoir la journée, du lever au coucher du soleil, ponctuée des pauses obligatoires des devoirs religieux sonnées par les cloches des églises, selon le bon vouloir des clercs et des curés.

La crise monétaire du milieu du XIV^e siècle vient chambarder tout cela en faisant suffisamment pression sur les bourgeois pour les pousser à exercer un plus grand contrôle sur toutes leurs activités commerciales. Ce contrôle passe par la mesure du temps de travail. Cette crise affecte tout autant les ouvriers dont la valeur du travail diminue. Ceux-ci demandent donc une plus longue journée de travail, c'est-à-dire une journée qui n'est plus délimitée par le lever et le coucher du soleil mais par une durée arbitraire marquée par la *werkglocke*. Le temps est donc devenu une quantité à la fois abstraite et mesurable, et un enjeu dans la lutte de classe naissante entre les patrons et les ouvriers. Cette mesure se manifeste par l'apparition dans les grandes villes drapières d'une nouvelle cloche, la *werkglocke*, qui appelle les ouvriers au travail le matin, sonne l'heure des repas et la fin de la journée de travail. L'unité de travail devient donc la demi-journée. Un peu plus tard, avec le perfectionnement des horloges, la journée sera divisée en périodes de soixante minutes : les heures. L'heure devient la nouvelle unité de travail.

Dès le début, la mesure du temps de travail a suscité de nombreux conflits et la cloche du travail l'objet de toutes les doléances. Le Goff retrace toute une série de législations visant à protéger la cloche du travail contre les actions ouvrières, d'une part, mais aussi le partage des cloches entre l'Église et le patronat.

De cette partie un peu longue, il faut surtout retenir que le temps de travail, tel que nous le comprenons aujourd'hui, comme une quantité mesurable, abstraite, invariable et monnayable, est un concept historiquement déterminé, fruit d'une lutte fondamentale entre les premiers ouvriers et les donneurs d'ouvrages, faisant partie intégrante du procès de production capitaliste.

Jacques Le Goff n'est pas le seul à avoir dégagé cette idée que le temps actuel, c'est-à-dire un temps abstrait, linéaire, mesurable et invariable prends son origine dans l'Occident médiéval et est vécu comme une rupture fondamentale avec toutes les autres conceptions du temps. Joseph Needham²³⁷, qui a comparé les conceptions du temps européennes et chinoises, et David S. Landes²³⁸, qui a étudié l'émergence des formes démocratiques en Belgique, arrivent à des conclusions semblables.

On constate que ce qui apparaît c'est le « temps de travail ». Le temps de travail comme durée séparée des autres activités de la vie. Apparition donc de son corollaire, le « temps libre ».

J'ai abordé certains aspects relatifs à la signification de la transformation des périodes de travail. Ceux-ci pointent surtout vers la différenciation du temps en temps concret et temps abstrait, du temps social en temps de travail et en temps libre. De plus, apparaissent ici nettement les liens entre la sécularisation des images du monde et le développement des formes abstraites du temps.

²³⁷ Joseph Needham, *Science and Civilization in China*, vol. 3 : *Mathematics and the Sciences of the Heavens and the Earth*, 1959? Cité dans Michel Lalonde, *La reconnaissance du temps : Des sociétés archaïques à la société moderne*, Montréal, Éditions Robert Davies, 1996, p. 126-133.

²³⁸ David S. Landes, *Revolution in Time. Clocks and the Making of the Modern World*. Cambridge, Harvard University Press, 1983. Cité dans Barbara Adam, *Timewatch. The Social Analysis of Time*. Cambridge, Polity Press, 1995, p. 83-89.

3.2.2.1. D'un temps à l'autre

Au sein des sciences dites humaines, les différentes disciplines qui abordent le temps comme objet de recherche sont la philosophie, la psychologie, l'économie politique et la sociologie. La psychologie questionne le temps sous l'angle des pathologies impliquant une perception inadéquate du temps²³⁹. Cet angle de recherche m'apparaît moins pertinent dans le cadre de ma démarche. Jusqu'à présent, mes lectures révèlent que la philosophie cherche à expliquer la nature du temps, l'économie politique conceptualise un temps abstrait comme dimension essentielle des échanges et comme marchandise, tandis que la sociologie n'aborde pas la nature du temps comme telle, mais s'interroge plutôt sur le rôle et les formes que prend celui-ci dans l'organisation sociale.

Il ne s'agit pas ici de faire la recension de tout ce qui a pu s'écrire sur le temps dans ces différentes disciplines. On sait que la plupart des philosophes se sont attaqués à cette question. En sociologie, plusieurs s'y sont directement intéressés et la plupart des théories sociales font implicitement appel à un concept de temps. En économie politique, le temps est une variable essentielle à la formulation des théories également.

Par ailleurs, il existe toute une littérature à propos des écrits sur le temps. Je pense ici aux travaux de Barbara Adam²⁴⁰, John Hassard²⁴¹ et Daniel Mercure²⁴². Ces derniers font consensus sur les auteurs incontournables dans les études sur le temps.

²³⁹ Pour une approche psychanalytique plus qu'intéressante, on lira Jean-Bertrand Pontalis, *Ce temps qui ne passe pas*, Paris, Gallimard, 1997, 202 p.

²⁴⁰ Barbara Adam, *Timewatch*, 205 p.

²⁴¹ John Hassard, *The Sociology of Time*, Basingstoke, Macmillan, 1990, 255 p.

Au sein de la philosophie, on retrouve Saint-Augustin, Kant, Husserl, Heidegger, Bergson et McTaggart. Hegel, Marx et Habermas²⁴³ ont également abordé le problème de la conscience moderne du temps. En sociologie, les auteurs les plus importants sont Durkheim, Sorokin, Merton, Mead, Moore, Gurvitch et Zerubavel²⁴⁴. Giddens²⁴⁵ et Luhmann²⁴⁶ ont également souligné le problème de l'intégration du temps dans leur théorie. Pour le premier, bien que le temps soit partie prenante de la théorie de la structuration, il n'est pas nécessaire de définir ontologiquement le temps. Pour Luhmann, au contraire, une telle définition est indispensable. En économie politique, on retiendra les travaux de Marx, Innis, Garnham et de Postone.

De plus, il faut bien se rappeler que toute cette littérature ne concerne que la notion de temps et qu'à cette dernière se greffe un champ de recherche propre au temps de travail et un autre propre au temps libre, de même qu'une littérature relative à la modification des rapports entre les deux.

3.2.2.2. La sociologie des temps sociaux

La sociologie des temps sociaux s'est particulièrement concentrée sur l'étude des rapports entre le travail et le loisir. Pronovost identifie cinq courants de recherche distincts s'y rattachant. Le premier étudie les changements de valeurs relatifs au travail et au loisir. L'étude typique de ce courant est celle de *Middletown* par Lynd et

²⁴² Daniel Mercure, *Les temporalités sociales*, Paris, L'Harmattan, 1995, p. 176 p.

²⁴³ Jurgèn Habermas, *Le discours philosophique de la modernité*, Paris, Gallimard, 1988 [1985], p. 1-26.

²⁴⁴ Adam, p. 59-105.

²⁴⁵ Anthony Giddens, *The Constitution of Society. Outline of a Theory of Structuration*, Berkeley, University of California Press, 1984, p. 282-327.

²⁴⁶ Niklas Luhmann, *Social Systems*. Stanford, Stanford University Press, 1995 [1984], p. 278-356.

Lynd (1929-1935)²⁴⁷. Ces chercheurs ont mis en relation les changements des rapports entre le travail et le loisir avec les changements dans les valeurs leur étant associées et ont conclu leur recherche en soulignant le déclin de « l'éthique du travail ». Un deuxième courant de recherche suppose que les rapports au travail des individus sont reproduits dans le champ de leurs loisirs, c'est la thèse du « spill-over ». Ces chercheurs ont démontré une certaine corrélation entre le statut socio-professionnel et le choix des activités de loisir.

Le troisième courant de recherche est celui représenté par Georges Friedmann. Pour ce dernier le loisir s'oppose au travail, il constitue une réponse au « travail en miettes » et est un lieu d'expression des potentialités individuelles. Ce courant de recherche conclue également à une indépendance de plus en plus grande des loisirs par rapport au travail et tente de cerner les rapports entre le travail et la culture de masse. Pour ces chercheurs, les médias seraient même devenus des agents d'intégration sociale plus puissants que le travail.

Le quatrième courant de recherche postule l'absence de rapports entre le travail et les loisirs. Il n'y aurait pas de lien entre la nature des tâches au travail et le choix des activités de loisir. Enfin, un dernier courant de recherche, développé par Joffre Dumazedier, postule que le loisir, même socialement déterminé, crée de nouvelles valeurs s'étendant tant au monde du travail qu'à celui des autres obligations institutionnelles.

La sociologie des temps sociaux s'attache donc à l'étude des représentations du temps de travail et du temps libre, à leurs fluctuations quantitatives, de même qu'aux

²⁴⁷ Gilles Pronovost, *Temps, culture et société*, Sillery, Presses de l'Université du Québec, 1983, p. 97-107.

valeurs qui y sont associées. Empiriquement, c'est la thèse du « spill-over » qui serait la mieux soutenue.

3.2.2.3. La théorie des industries culturelles et le concept marxiste de valeur

Une autre perspective, à l'intérieur de laquelle le temps joue un rôle central, est celle de l'économie politique et plus particulièrement au sein de la théorie des industries culturelles. L'extension du temps libéré du travail, en fait la diminution du temps de travail socialement nécessaire, permet de diminuer le temps de circulation du capital (plus de marchandises sont consommées) et accélérer ainsi son accumulation. Ceci est particulièrement important pour les médias. En effet, pour ces derniers le temps disponible des consommateurs représente une limite insurmontable. La consommation même des marchandises culturelles exige un certain temps. Aussi, la compétition est féroce entre les différentes industries culturelles pour s'accaparer ce temps. À ce titre, il importe de faire une distinction entre les industries culturelles de flot et les industries de marchandises culturelles²⁴⁸, ou encore entre les industries culturelles publicitaires et non publicitaires²⁴⁹, quant au moment de réalisation du capital.

Dans les industries de marchandises culturelles, ou industries non publicitaires, comme celles du cinéma, du livre ou de l'enregistrement sonore, ce moment est celui de la consommation de la marchandise, c'est-à-dire celui où la marchandise est échangée contre de l'argent. En théorie, on pourrait dire que peu importe que le livre soit effectivement lu, ou le disque écouté. En pratique toutefois, la fragmentation du

²⁴⁸ Huet *et al.*, *Capitalisme et industries culturelles*, p. 140-154.

²⁴⁹ Claude Martin, « L'économie politique des industries culturelles et la prise en compte des auditoires », *Communication*, IX, 1988, p. 109-118.

marché exige que la marchandise culturelle réponde, au moins partiellement, aux attentes des consommateurs. Les producteurs déploient différentes tactiques à cette fin, répondant à la stratégie générale du best-seller et du catalogue²⁵⁰.

La situation des industries culturelles de flot, ou publicitaires, est plus complexe. Ces industries se caractérisent par une « double production » intégrée. D'une part, il est possible d'isoler un premier cycle de circulation du capital au niveau de la production des contenus, et, d'autre part, force est de constater que l'existence autonome de ce dernier n'est possible qu'à travers un deuxième cycle consistant à produire des auditoires échangeables contre de l'argent par le biais de la publicité. Du point de vue du capital, l'écoute de la télévision, par exemple, est autant une activité de « production » qu'une activité de « consommation » du point de vue des individus²⁵¹. De plus, la publicité fait elle-même partie de la phase de diffusion dans le cycle du capital en général en accélérant la circulation de ce dernier afin d'en réduire le temps d'inertie. Ce qui n'empêche pas les entreprises de publicité de constituer un autre cycle du capital se valorisant par la production des messages publicitaires.

Si du point de vue du capital, on peut considérer les industries culturelles, les médias étant compris sous ce vocable, comme un enchevêtrement de capitaux ayant des cycles différents, il est pertinent d'y intégrer les industries produisant le matériel nécessaire à la diffusion des messages²⁵². Ce sont elles qui déterminent les formats auxquels les autres maillons de la chaîne devront se soumettre. L'histoire des médias montre à quel point les industries de matériel, tant au niveau de la presse écrite que de la radiodiffusion, ont été partie prenante de la création des industries culturel-

²⁵⁰ *Ibid*, p. 3.

²⁵¹ Smythe, p. 2-11.

²⁵² Huet *et al.*, *ibid*.

les et de l'élaboration des contenus diffusés. Comme dans les autres industries, ces dernières font leur profit en accélérant la circulation du capital. On y parvient en dégageant une partie du capital pour la recherche de nouvelles technologies permettant une production plus rapide, donc moins coûteuse, mais aussi une consommation accélérée. La désuétude planifiée des équipements domestiques et l'introduction de nouveaux moyens de consommation médiatique, comme le DVD dans les années 2000, les chaînes spécialisées ou la diffusion par Internet, qui exigent moins de temps que les sorties au cinéma, font partie des stratégies répondant à cet objectif.

De cette façon, il est possible de comprendre l'extension du temps libre comme une nouvelle source de production de valeur. En effet, la théorie des industries culturelles explique la dynamique de celles-ci, du moins en partie, par la recherche du profit. En termes marxistes, ce profit s'obtient par la création d'une valeur qui n'est elle-même que la mesure du temps travaillé pour la production de l'objet vendu.

3.2.3. Nécessité d'une nouvelle conceptualisation des rapports entre le temps et la culture

Avec ce qui précède, j'ai tenté de montrer comment la sociologie des temps sociaux et la sociologie des loisirs ne permettent pas de saisir adéquatement les catégories fondamentales avec lesquelles elles travaillent, c'est-à-dire le temps de travail et le temps libre, puisque le concept même de temps social se situe au niveau des représentations présentes dans les interactions des individus entre eux d'une part, et avec les structures sociales d'autre part. La remise en cause du concept de temps de travail, et du travail comme concept transhistorique, m'a amené à illustrer comment

le concept marxiste de valeur, en tant qu'avatar du temps mesuré et en tant que forme de médiation sociale dominante, permet d'envisager l'étude de certaines activités culturelles sous un nouvel angle.

Autrement dit, il serait non seulement possible d'analyser les rapports entre le temps libre et le temps de travail du point de vue communicationnel par le biais traditionnel de l'économie politique marxiste en examinant les modifications des quantités du temps allouées aux activités dites culturelles comme des mouvements d'une des limites fondamentales à la consommation de marchandises culturelles, ou encore par l'analyse des représentations de ces temps sociaux et des budgets-temps au sein de populations particulières – et que l'on pourrait conceptualiser sans trop de difficulté comme des auditoires en études communicationnelles – comme le fait la sociologie des temps sociaux, mais également de pénétrer à un niveau plus profond d'analyse en sortant le concept marxiste de production de valeur du cadre de la forme capitaliste du travail (historiquement déterminée) pour l'étendre à un cadre plus englobant centré sur un concept d'activité.

Il y a une sorte de rapport interne entre nos conceptions du temps et du travail. Ce n'est pas pour rien qu'Habermas, du même souffle, abandonne le paradigme de la production et débute ses conférences sur le discours philosophique de la modernité en abordant le thème de la « conscience moderne du temps²⁵³ ». En effet, dans la vision habermassienne, les temps modernes se conçoivent eux-mêmes comme une rupture avec le passé en ce qu'ils sont essentiellement orientés vers l'avenir et, de ce fait, comme un éternel temps présent en transformation vers autre chose. Ce qui précède la « modernité », les temps actuels, constitue « l'Histoire ». L'Histoire, avec

²⁵³ Habermas, *Le discours philosophique de la modernité*, p. 6-18.

une majuscule, est un terme inventé au XVIII^e siècle dont la substance est faite de l'ensemble des événements précédant les temps modernes qui situent eux-mêmes leur début trois siècles plus tôt avec la découverte du Nouveau Monde, la Renaissance et la Réforme.

Si, selon Habermas, Marx rejette le concept hégélien d'une Raison se réalisant dans l'Histoire, ce dernier n'en reste pas moins prisonnier de cette Histoire, même en remplaçant la Raison par la praxis avec le matérialisme historique. Pour Marx, il semble bien que l'essence du monde consiste à se transformer, à produire, d'où la centralité du travail dans l'œuvre marxienne. C'est ainsi, je crois, que se révèle le lien interne entre le temps et le travail. L'Histoire est le travail du temps.

Cette conception du temps, le temps historique, se démarque foncièrement des deux autres formes de temps que j'ai tenté d'expliquer jusqu'à maintenant, c'est-à-dire le temps abstrait et le temps concret, le premier résultant de la mesure du deuxième. Le temps historique est une forme de médiation entre ces deux temps, en ce qu'il met en relation le temps concret, le temps vécu²⁵⁴ et le temps universel, au sens de temps cosmique²⁵⁵. Si la genèse du temps abstrait est dépendante de l'horloge, celle du temps historique dépend du calendrier. C'est le temps calendaire qui permet aux êtres humains de situer leur temporalité à la fois dans l'ordre cosmique et dans celui des générations en créant un ordre des événements humains. Il n'est donc pas étonnant que toutes les civilisations aient une forme quelconque de calendrier et que la détermination de celui-ci fasse l'objet de luttes sociales, puisqu'il contribue à

²⁵⁴ En plus de Bergson, on lira à ce sujet Edmund Husserl, « Les structures générales de la conscience pure », *Idées directrices pour une phénoménologie*, Paris, Gallimard, 1950, p. 242-299 et Eugène Minikowski, *Le temps vécu. Études phénoménologiques et psychopathologiques*, Neuchâtel, Delachaux & Niestlé, 1968, p. 11-38.

²⁵⁵ Paul Ricœur, *Temps et récit 3. Le temps raconté*. Paris, Seuil, 1985, p. 189-228.

l'établissement du monde légitimant le pouvoir de certains groupes sur d'autres. La Révolution française en constitue le meilleur exemple.

3.3. Temps mesuré, culture mesurée

Si la mesure du temps historique est intimement liée aux relations de pouvoir et celle du temps abstrait à la production de valeur par le travail, c'est-à-dire la reproduction matérielle du monde, qu'en est-il de la mesure du temps consacré à la reproduction symbolique de celui-ci ? Quelles sont les formes de cette mesure ? Quel est son rôle ? C'est ce questionnement qui a orienté ma recherche vers la problématisation des formes que revêt la mesure de la culture, cette dernière étant comprise comme le creuset, le lieu, où se concrétise la reproduction symbolique du monde.

J'ai déjà évoqué la nécessité d'une nouvelle conceptualisation des rapports entre le temps et la culture basée sur l'idée que la mesure du temps consacré aux activités culturelles, c'est-à-dire les activités orientées vers la reproduction symbolique du monde, pouvaient aussi être un indice de la présence d'un processus d'abstraction réelle dont la finalité n'est surtout pas celle de l'entente mutuelle des participants à la communication, mais plutôt le succès, quant à l'accumulation de capital, nécessairement asymétrique, de ceux qui maîtrisent les moyens de cette reproduction symbolique.

Dans cette dernière partie de l'analyse théorique, j'essaie d'établir certaines passerelles, entre les insuffisances théoriques de la statistique culturelle, les théories de la culture et celles du temps, pour finalement aboutir à certaines propositions à la fois théoriques et très concrètes quant aux exigences d'un programme d'indicateurs de la culture et des communications.

Statistiques culturelles et théories de la culture

Que ce soit pour rendre compte de l'activité des auditoires aux fins de l'établissement des tarifs publicitaires ou pour conforter les administrations publiques dans la gestion de leur politique culturelle, nous avons vu que la production de statistiques culturelles obéit à des logiques fort différentes selon les intérêts des organisations qui en sont les maîtres d'œuvre. Par exemple, les statistiques établies par les industries, telles les cotes d'écoute de la télévision, font peu de cas de la comparabilité diachronique, puisque que leur usage est orienté sur le très court terme. Au contraire, cette comparabilité est une préoccupation importante pour les statistiques d'État, puisque qu'elle permet d'orienter l'action des États en fonction de l'évolution des phénomènes mesurés par les statistiques. Évidemment, bien que ces productions diffèrent dans leurs logiques, les statistiques elles-mêmes sont couramment utilisées par un ou l'autre de ces types d'acteurs selon leur besoin de connaissance.

En pratique, pour les tâches courantes d'évaluation de programme et de contrôle des activités économiques et sociales, la production de statistiques n'a pas immédiatement besoin de clarifier la définition des objets qu'elle mesure. Une définition issue du sens commun suffit amplement. Toutefois, dans des sociétés de plus en plus complexes, il devient impératif d'établir des frontières entre les objets qui font partie de X et ceux qui appartiennent à Y . C'est pourquoi une des premières tâches de toutes les agences statistiques est d'établir des classifications, des nomenclatures. Ces dernières *nomment* les choses à compter et *décrivent* ce qu'elles sont. Il s'agit là d'un grand pouvoir.

Il aurait peut-être pu en être autrement, mais la production de statistiques est depuis longtemps associée au développement des sciences économiques, et plus particulièrement à l'école néoclassique. Les fondements théoriques des statistiques économiques sont donc connus et bien établis, même s'ils sont contestés; cette contestation étant la preuve même de la domination du paradigme néoclassique. C'est lorsqu'il est devenu nécessaire de faire des statistiques *communes* sur l'objet appelé « culture » que s'est révélée l'insuffisance des cadres conceptuels de la statistique économique; les descriptions d'activités dans les classifications existantes et leur organisation dans l'économie classificatoire ne répondant pas adéquatement aux besoins des utilisateurs.

Or, les tentatives pour pallier cette faiblesse théorique se sont soldées le plus souvent par une fuite en avant, facilitée par une compréhension discutable de l'empirisme logique au nom duquel on pouvait faire l'économie d'une réflexion théorique sur la culture. La mesure de la culture n'est pas une description de la culture. Elle est à la fois réductrice envers son objet tout en révélant des aspects qui demeurent opaques à une appréhension concrète de celle-ci. Mais, plus important peut-être, la mesure de la culture n'est possible que dans certaines conditions culturelles. L'idée même de la mesure de la culture dénote une certaine culture, un certain état de différenciation des relations sociales.

Définir la culture pour fonder un cadre conceptuel à des fins statistiques n'est certes pas une mince affaire, mais on peut au moins essayer d'imaginer une stratégie théorique qui permettrait d'établir plus solidement à la fois les réalités culturelles à mesu-

rer et, surtout, les bases normatives sur lesquelles doit impérativement s'appuyer tout système d'indicateurs.

J'ai tenté de développer une telle stratégie en faisant appel à des conceptions de la culture provenant d'horizons épistémologiques différents de ceux qui dominent actuellement tant la statistique que l'économie. La célèbre distinction établie par Fernand Dumont entre culture première et culture seconde souligne à gros traits que la culture est surtout un mouvement dans le temps, une reproduction, réalisée au plan symbolique, des savoirs collectifs, des normes sociales et des expressions individuelles. Pierre Bourdieu ramène la production et la diffusion des œuvres au niveau des relations entre les agents au sein de champs constitués par l'action même de ces agents, action déterminée selon l'habitus de ceux-ci; la constitution de l'habitus étant elle-même inscrite dans la temporalité historique vécue par les agents. Habermas replace les échanges symboliques dans le cadre des activités communicationnelles et organise celles-ci selon une grille d'analyse des échanges entre le monde vécu et le système, entre, d'une part, la sphère privée et l'espace public et, d'autre part, l'État et le marché. Ces échanges, effectués au moyen des médiums que sont l'argent et le pouvoir, dont la charge communicationnelle est appauvrie, introduisent les exigences propres aux relations systémiques tant dans la sphère privée que dans l'espace public, ce qui conduit à des phénomènes de crise au sein du monde vécu.

De ce point de vue, l'objet de la statistique culturelle serait de mesurer les activités nécessaires à la reproduction « matérielle » des objets symboliques, ainsi que les conditions concrètes de ces activités. Dans les faits, il s'agit d'identifier et surtout de quantifier ces activités, dans le temps historique, l'espace géographique et selon les modalités d'expression. L'analyse des activités culturelles dans l'espace sémantique

est le fait d'une approche complètement différente, dont je n'ai pas parlé jusqu'à maintenant, guidée par l'analyse des significations au sein des contenus symboliques et de leur interprétation par les récepteurs. Je pense ici plus particulièrement aux travaux de Karl Erik Rosengren²⁵⁶ et à ceux du mouvement des *Cultural Studies*²⁵⁷, bien qu'il s'agisse de deux approches dont les épistémologies divergent sensiblement. Quant à la circulation des objets symboliques dans l'espace social, je pense qu'il s'agit d'un objet pour lequel des analyses de type bourdieusien seraient particulièrement pertinentes, en particulier en ce qui concerne les conditions de vie et les trajectoires professionnelles des artistes. En effet, les concepts de champ, d'habitus et de capital, même si dans ce dernier cas des précisions méthodologiques seraient nécessaires, sont particulièrement bien adaptés à l'étude des relations entre les agents à l'œuvre au sein des organisations de culture et de communications. Bien qu'elles utilisent parfois des méthodes quantitatives, les approches qui tentent de décrire le déploiement des activités communicationnelles dans le champ symbolique et dans l'espace social s'intègrent assez mal dans les chantiers typiques de la statistique culturelle. Pourtant, il est aisé d'imaginer des formes de collaboration qui seraient fécondes pour une compréhension plus englobante des phénomènes liés à la reproduction culturelle.

²⁵⁶ Karl Erik Rosengren, « Cultural Indicators for the Comparative Study of Culture », dans *Cultural Indicators : an International Symposium*, Vienne, Österreichische Akademie der Wissenschaften, 1984, p. 11-32.

²⁵⁷ Pour une vue assez complète de ce mouvement on pourra consulter l'ouvrage suivant : Lawrence Grossberg, Cary Nelson, Paula Treichler (dirs), *Cultural Studies*. New York, Routledge, 1992, 788 p. À propos de la place des *Cultural Studies* dans la francophonie : François Yelle (2009). « *Cultural Studies*, francophonie, études en communication et espaces institutionnels ». Cahiers de recherches sociologiques, 2009, n° 47, p. 67-90.

Temps et statistique culturelle

Si l'objet de la statistique culturelle est de mesurer les différentes dimensions des activités relatives à la reproduction matérielle des œuvres symboliques, la dimension temporelle est probablement celle qui comporte le plus de difficultés, mais aussi le plus de possibilités. À commencer par la simple mesure des modifications de la répartition des temps sociaux en temps de travail et temps libre, ou temps de loisir, jusqu'à celle, beaucoup plus complexe, de la transformation du temps consacré aux activités culturelles en temps abstrait. Cette transformation serait au cœur de l'émergence d'un processus d'abstraction réelle et la mesure de celle-ci serait un indicateur d'une forme de colonisation à la fois de la sphère privée et de l'espace public par les forces politiques et celles du marché. Bien que, du point de vue du temps, cette colonisation prenne la forme de l'extraction de valeur, principalement dans la consommation de mass-médias, elle opère aussi au plan symbolique. Ce serait le rôle des analyses de contenus et des conditions de réception des messages de décrire les marques de cette colonisation intérieure, au sens d'Habermas.

En ce qui concerne l'usage des médias comme source de valeur, il faudrait étudier davantage les moyens qui pourraient être utilisés afin rendre opérationnelles les propositions de Smythe et de Garnham sur cette question. Il s'agit d'une tâche qui relève de la statistique culturelle. Dans la même suite d'idées, puisque j'ai rejeté les conclusions d'Habermas quant aux impasses de la théorie marxiste de la valeur, il faudrait probablement reformuler les concepts clés de valeur et de capital. Les propositions de Postone²⁵⁸ à ce sujet sont on ne peut plus pertinentes.

²⁵⁸ Postone, p. 263-378.

Ces propositions de recherche, réalisables avec les outils actuels de la statistique culturelle, ne peuvent pallier à elles seules les insuffisances théoriques de celle-ci. Pour ce faire il faudrait remettre en question la conception des classifications statistiques : produits, industries, professions. Or ces classifications, ou plutôt l'idée même de classer ces objets de cette façon, sont devenus un donné *quasi* naturel, un élément de culture première, pour reprendre le vocabulaire de Dumont. S'il y a lieu d'imaginer des classifications statistiques alternatives, la division fonctionnelle entre industries, produits et professions demeure un découpage de l'économie encore pertinent, même s'il existe des cas limites où la distinction entre une profession et une industrie ne va pas de soi. Évidemment, on peut toujours argumenter que certains artistes sont en fait des produits, mais il s'agit là d'une métaphore.

Ce n'est pas tant au niveau de son écologie que la statistique culturelle peut se fonder sur une ou des théories sociales, puisque ces théories se situent à un niveau supérieur d'intégration, en amont, mais plutôt au plan de ses présupposés normatifs. Cette potentialité de la statistique culturelle est couramment négligée, c'est-à-dire que l'élaboration des statistiques culturelles se fait le plus souvent sans aucune portée quant à la signification sociale des résultats qui sont publiés. Pour pouvoir interpréter les résultats des statistiques autrement par l'atteinte ou non des objectifs de politique culturelle, quand il y en a, il faut un ensemble de critères. Ces critères doivent être reliés par un ensemble de concepts articulés dans une théorie de la société. C'est quand la statistique culturelle débouche sur la volonté de produire des indicateurs culturels que le manque de critères normatifs se fait cruellement sentir.

La théorie habermassienne est une théorie fondamentalement normative. Elle est basée sur une éthique de la discussion qui postule l'égalité intrinsèque des participants dans une situation de communication idéale. C'est cette égalité qui est remise

en question lorsque les conditions de la reproduction culturelle sont bousculées par les formes « industrielles » de la communication, à commencer par les mass-médias. L'inégalité de fait entre les émetteurs et les récepteurs, principalement dans la communication médiatisée, met en avant des problèmes de légitimation (qui est autorisé à parler de quoi à qui et au nom de qui?). Ces problèmes se condensent dans ce qu'on peut appeler la démocratisation culturelle. À quel point notre culture est-elle démocratique? Comment les formes industrielles de communication affecte-t-elle cette démocratie? C'est à ce genre de question que des indicateurs culturels devraient être en mesure d'apporter certains éléments de réponses.

Le dernier chapitre de la thèse présente les premiers résultats d'une démarche que j'ai entreprise au sein de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) et qui est toujours en cours. Cette démarche vise à doter l'OCCQ d'un système d'indicateurs statistiques permettant de mesurer le développement culturel du Québec dans le sens de sa démocratisation. J'ai dirigé ce travail, surtout théorique, en collaboration avec plusieurs agents actifs au sein des organismes gouvernementaux, des organismes culturels et des milieux académiques concernés.

Bien que la simple tentative de fonder, au plan normatif, un ensemble d'indicateurs culturels sur une théorie sociale constitue un pas en avant, les résultats de la démarche demeurent encore critiquables quant à leur portée normative.

4. PROPOSITION D'UN SYSTÈME D'INDICATEURS CULTURELS POUR LE QUÉBEC

Le projet d'un système d'indicateurs de la culture et des communications pour le Québec fait partie inhérente du développement de l'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, Claude Martin a d'abord élaboré et proposé un cadre conceptuel 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 4.2 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)²⁵⁹, 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.

²⁵⁹ Observatoire de la culture et des communications du Québec. *Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec 2004*, 2003, Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, Québec, 141 p.

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 cette dernière partie de la thèse rend compte des premiers résultats de cette 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.

Contrairement à l'habitude qui consiste à partir du problème pour aller vers la solution, de la problématique aux résultats de recherche, j'ai choisi de présenter d'abord la « solution » pour remonter vers le problème. Je pense 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 qui ont été 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.

Précisons d'entrée de jeu que ce système ne vise pas à mesurer l'efficacité des politiques québécoises relatives à la culture. Un peu à la façon dont Perret justifie la construction d'indicateurs sociaux pour la France²⁶⁰, le rôle de ce système est plutôt de permettre la description de l'évolution de l'état de la culture québécoise, de même que des comparaisons internationales, lorsque possible.

4.1. 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, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF), 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.

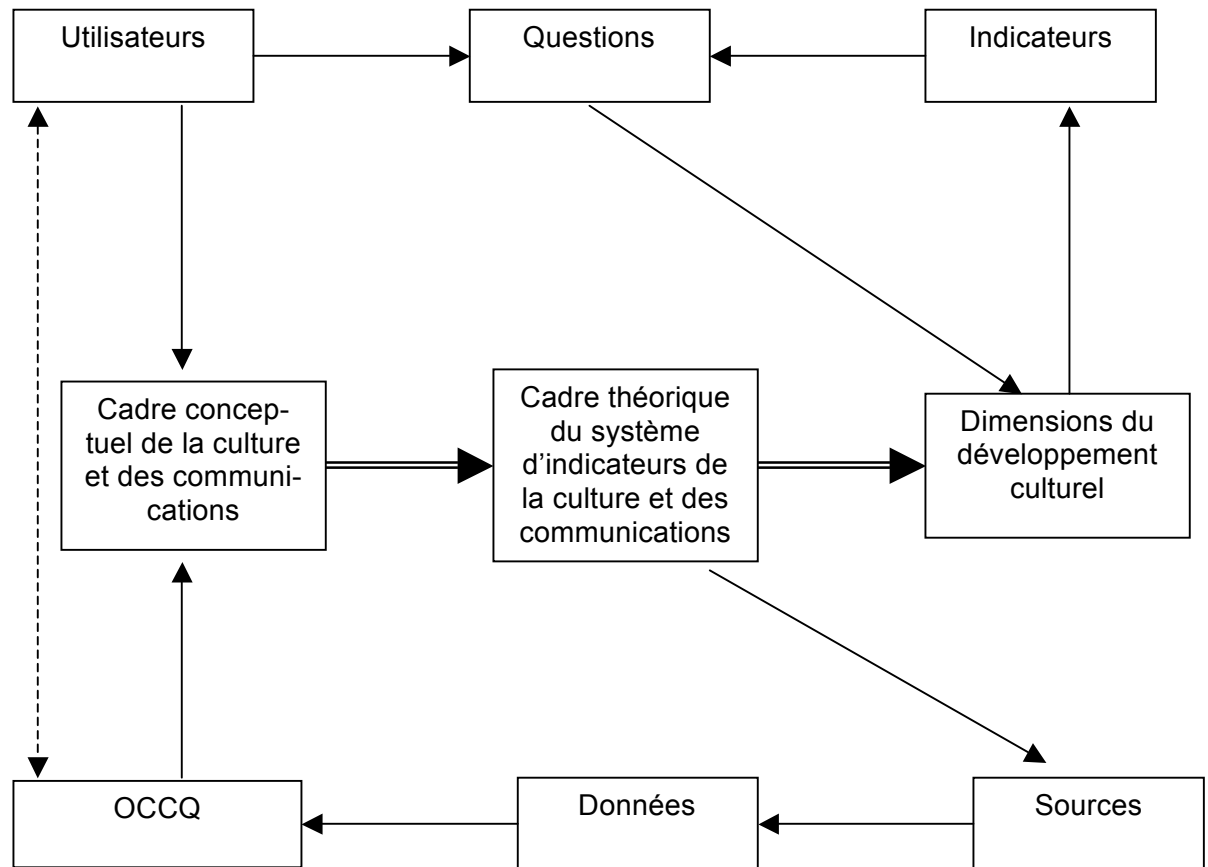
²⁶⁰ Bernard Perret, « Indicateurs sociaux : État des lieux et perspectives » dans *Les Papiers du CERC*, n° 2002-01. Paris, Conseil de l'emploi, des Revenus et de la Cohésion sociale, 2002.

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 2 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.

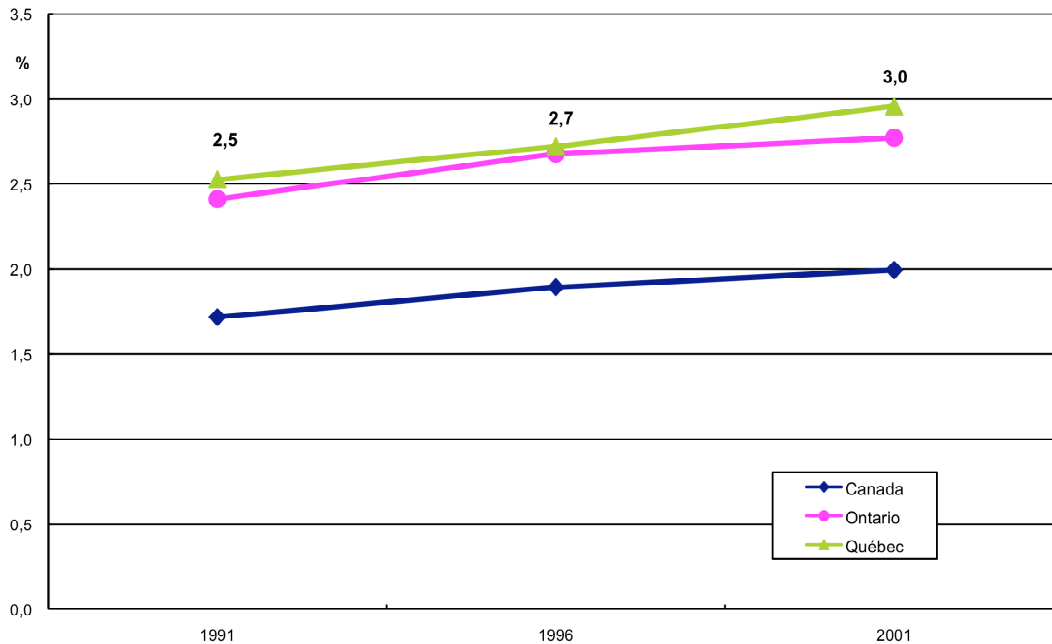
Figure 2. Schéma des étapes de la construction des indicateurs culturels



Je présente 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. On verra que les discussions autour du projet ont modifié substantiellement les propositions de départ.

4.1.1. Un exemple d'indicateur culturel

Figure 3. 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 3, 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? J'aborderai 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 répon-

dre 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.

4.1.2. 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, ma démarche consistait tout simplement à réduire autant que possible et de manière raisonnée une longue liste d'indicateurs. Le tableau 6 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 culture²⁶¹.

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

²⁶¹ 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.

Tableau 6. Les 14 indicateurs prioritaires

Indicateurs économiques	But
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.

4.1.3. 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 di-

mensions descriptives et les critères de qualité des indicateurs. Les dimensions descriptives proviennent de la réflexion de l'International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA) sur le problème de l'usage d'indicateurs statistiques pour toute politique culturelle²⁶². 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. Horn²⁶³.

Tout d'abord, je précise quels sont ces critères et ce que j'entends 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 je reproduis ci-après²⁶⁴.

Les observations

données organisées systématiquement fournissent des
statistiques contenant l'information de base pouvant être formalisée en
 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 com-

²⁶² IFACCA, *D'Art report 18. Statistical Indicators for Arts Policy*, p.10-12.

²⁶³ Robert V. Horn, *Statistical Indicators for the Economic and Social Sciences*, Cambridge, Cambridge University Press, 1993, p. 1-15.

posite 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.

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.

²⁶⁴ *Ibid.*, p. 11 (traduction libre).

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 je fais ici à ce propos sont sujettes à amélioration²⁶⁵.

4.1.3.1. 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.

²⁶⁵ 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 Herfindhal-

- 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.

4.1.3.2. 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 – élaborées par l'IFACCA sont décrites au tableau 7 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 7. 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 SCACCQ.
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.

4.1.3.3. La grille de sélection des indicateurs

Dans le but de faciliter la démarche de sélection des indicateurs, j'ai 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 technique²⁶⁶. Cela m'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 de la liste ci-dessous.

- 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.

²⁶⁶ Benoît Godin, Yves Gingras et Éric Bourneuf, *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

Le tableau 8 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 des 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 j'ai recueillis peuvent lui être adaptés.

Tableau 8. 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 8, j'utilise 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 permettant 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 9 représentent mes hypothèses de travail d'alors quant à la validité et à la pertinence de l'indicateur. J'ai 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 SCIAN et leur harmonisation avec ceux du 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 politique quant à l'évaluation du poids économique des secteurs de la culture et des communications.

Tableau 9. Grille de sélection des indicateurs (hypothèses de travail)

Indicateur	Validité	Fiabilité	Compa- rabilité	Dispo- nibilité des don- nées	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	+	+	++	+	++
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 9 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 des 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.

4.1.4. 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 mon 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?

Je précise 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 me 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.

Je rappelle que j'ai 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 culture. 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. Je me suis également assuré que les trois dimensions du développement culturel sont prises en compte par le système d'indicateurs.

4.1.5. 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 SCACC, 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 :

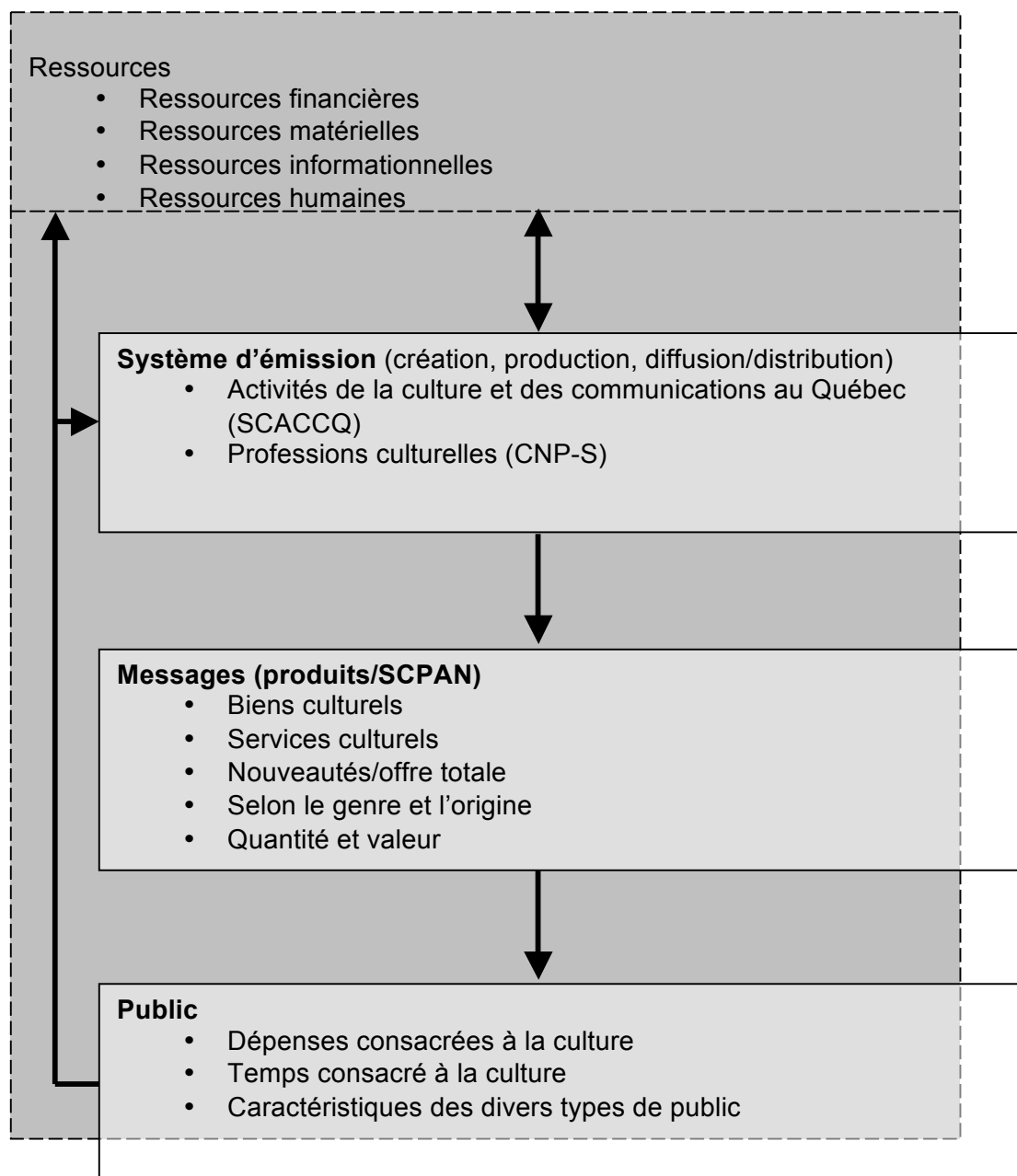
- les indicateurs relatifs aux ressources;
- les indicateurs relatifs au système d'émission;
- les indicateurs relatifs aux produits;
- les indicateurs relatifs au public et aux retombées.

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 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.

Je présente 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, je ne présente que celles qui m'apparaissent incontournables, ce qui ne veut pas dire qu'il faille développer un indicateur pour chacune de ces composantes.

Figure 4. Schéma des dimensions structurelles de la reproduction culturelle
(Les flèches indiquent le sens de la circulation de l'information.)



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

4.1.5.1. 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 pourrait peut-être être assimilable à celui de capital culturel, en ce sens qu'il exprime également la relation des agents 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 aussi, bien 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.

4.1.5.2. Les indicateurs relatifs au système d'émission

Dans ce qui suit, je considère surtout, sinon exclusivement, les activités culturelles qui s'inscrivent dans un processus de médiation. De plus, je n'établis 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 concerne le projet actuel, pour des raisons évidentes, j'ai opté pour celui qui résulte de la combinaison du SCACCQ, de la classification des professions culturelles tirée de la Classification nationale des professions pour la statistique (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 fonctions²⁶⁷ au sein de chaque domaine culturel n'est pas uniforme et il faudra établir les distinctions appropriées en élaborant les indicateurs de chaque domaine 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 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.

Tout en s'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.

²⁶⁷ J'utilise ici le terme « fonction » au sens qui lui est attribué par le cadre de la statistique culturelle de l'UNESCO : UNESCO, *The UNESCO Framework for Culture Statistics. Paper Prepared for the Third Joint Meeting on Cultural Statistics*, CES/AC.44/11, 13, Paris, UNESCO, 1986.

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.

4.1.5.3. 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, se basent sur le nombre de nouveautés et la quantité de produits mis en marché. Dans la dimension de la diversité culturelle, les indicateurs se basent 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.

Il faut aussi prendre en compte 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 faut donc pouvoir mesurer les variations de prix des produits culturels. Un indice des prix des produits culturels serait donc un indicateur important.

4.1.5.4. Les indicateurs relatifs au public et aux retombées

Précisons d'abord que des indicateurs relatifs aux retombées, c'est-à-dire les impacts sociaux ou économiques pourraient être élaborés ultérieurement, mais que cette tâche ne fait pas partie de ce projet. Je n'en parle ici que pour les situer dans l'ensemble du système d'indicateurs. Pour le moment, je m'intéresse 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. J'intègre 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.

4.1.5.5. 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 des 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 la pertinence de plusieurs des indicateurs présentés ci-dessous.

Les tableaux 10 et 11 expriment schématiquement le découpage des activités culturelles que j'ai déjà proposé. Les tableaux 12a à 12d dressent la liste des indicateurs selon l'aspect de l'activité culturelle à mesurer et la dimension interprétative de cette mesure.

Tableau 10. Dimensions du système de la culture et des communications et principales composantes

Ressources	Système d'émission	Produit	Public
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 11. Dimensions du système de la culture et des communications, principales composantes et sous-dimensions

Ressources	Système d'émission	Produit	Public
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 12a. 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 12b. 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 ²⁶⁸ 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
Diplômation	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

²⁶⁸ 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 12c. 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 12d. 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

4.2. Fondements théoriques du systèmes d'indicateurs de la culture et des communications

Avant de présenter comme tel les fondements théoriques du système d'indicateurs, je pense qu'il vaut la peine de faire un petit détour sur les liens des statistiques sociales avec les théories sociales. On verra que ces liens ne vont pas de soi et que c'est la volonté de donner une signification aux statistiques qui exige une clarification théorique en fonction des objectifs de l'analyse statistique.

4.2.1. 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.

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 Keynes, publiée en 1936. 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 quotidien²⁶⁹.

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!²⁷⁰ »

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.

²⁶⁹ Desrosières, p. 387.

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. Il s'agit de la principale raison pour laquelle j'ai tenté de fonder le 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 moi cependant l'idée de construire une impossible « culturométrie ». De plus, je ne crois pas qu'il s'agisse de la seule conceptualisation possible, ni même qu'elle soit la meilleure. Je souhaite 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 la conceptualisation du système d'indicateurs et à la pertinence des indicateurs eux-mêmes.

Dans ce qui suit, je présente un résumé du cadre théorique et les concepts qui soutiennent le programme d'indicateurs de la culture et des communications au Québec.

²⁷⁰ *Ibid*, p. 387.

4.2.2. 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 mon 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 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? »

À propos de cette question, je réfère le lecteur à la section 3.1.2, mais j'aimerais ajouter qu'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, on peut tirer des leçons du bilan réalisé par William H. Sewell à propos de l'évolution de la place de la notion de cultu-

re dans l'anthropologie²⁷¹. 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 me paraît intéressante à plusieurs titres, mais surtout parce qu'elle fait écho à d'autres propositions théoriques au sujet de la culture. Je pense ici au modèle dumontien de la culture et sa distinction entre culture première et culture seconde, entre culture du donné et culture produite; ou encore à l'articulation entre les volets « système » et « monde vécu » de la théorie sociale de Jürgen Habermas.

Je m'appuie en bonne partie sur cette théorie pour fonder l'approche de la mesure de la culture, qui est en fait une mesure des activités culturelles.

4.2.3. Les activités culturelles

Dans le présent contexte, je ne ferai qu'exposer les grandes lignes de l'explicitation de la théorie de l'activité communicationnelle pour l'établissement des fondements de la construction du 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, qui n'est normalement pas thématiquement par les interlocuteurs jus-

²⁷¹ William H. Sewell, « 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, 1999, p. 35-61.

qu'à ce que surgissent de nouvelles situations où la communication 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 m'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 distingue 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 en sous-systèmes sous

les formes de l'économie et de l'État. On reconnaît ici l'influence du sociologue américain Talcott Parsons, père du fonctionnalisme systémique²⁷².

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.

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. Je propose donc de concevoir les activités culturelles comme une catégorie

²⁷² 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.

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 les 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 du 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. J'estime toutefois qu'à partir de cette conception, hautement abstraite il est vrai, il est possible de 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. Ces énoncés sont énumérés ci-dessous.

- 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.
- Les activités culturelles se déroulent selon deux modes de communication : les activités médiates et non médiates.
- 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.)
- De manière générale, le système d'indicateurs concerne les activités culturelles qui sont médiatisées, le terme étant utilisé ici dans son sens le plus large.
- 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.
- Cet ensemble est constitué de ressources financières, matérielles, informationnelles et humaines.

- 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.
- 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.
- 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.
- L'exigence normative à la base de la construction du système d'indicateurs est celle de la démocratie culturelle.

5. CONCLUSION

Au terme du long parcours que constitue ma recherche à propos des relations entre, la culture, le temps et la description quantifiée des celles-ci et qui se cristallise dans une critique de la statistique culturelle, j'aimerais non seulement rappeler les circonstances de l'origine de la recherche et ses constats, mais aussi signaler ses limites tout en suggérant certaines avenues de recherche.

Au cœur des débats qui agitent les milieux syndicaux au début des années 1990, la question de l'aménagement et de la réduction du temps de travail, qui se transforme rapidement d'enjeu économique en problème éthique et politique, m'interpelle tout particulièrement à cause de ses répercussions sur la culture. En effet, selon les projections idéalistes d'alors, il s'agissait d'une transformation radicale de l'organisation sociale du temps qui venait confirmer l'avènement d'une société des loisirs dans laquelle l'être humain ne se réaliserait plus à travers un labeur obligé mais plutôt par des activités librement consenties.

L'histoire récente a mis à mal ces scénarios libertaires et les taux de chômage impressionnants en Europe et aux États-Unis en 2009 et 2010 n'ont pas eu pour effet de ramener les idées de partage du travail à l'avant-scène. Mais, même si l'on avait effectivement adopté des mesures importantes de réduction du temps de travail pour sortir de la crise du début des années 1990, mon questionnement serait demeuré le même : plus de temps libre signifie-t-il plus de liberté?

C'est le genre de question dont la réponse exige de remettre en cause les catégories qui supposent sa formulation, sa possibilité même. Que veut dire le *temps libre*? S'il se distingue parce que ce n'est pas du temps consacré au travail, on le reconnaît

aussi par la nature des activités réalisées durant ces périodes, activités qui ne sont pas du travail. La circularité du raisonnement m'indiquait qu'il y avait là un problème de catégorie : temps de travail et temps libre, ou temps de loisir, ne diffèrent pas en nature. Activités de travail ou activités de loisir seraient interchangeable. Ce qui leur donne leur caractère de travail ou de loisir seraient les dispositifs sociaux qui encadrent et supposent ces activités. La nécessité d'une clarification théorique était devenue évidente.

Ce temps de loisir est le temps privilégié de la culture, au sens où il s'agit des périodes habituellement dévolues à des activités dites culturelles, orientées vers la participation à des échanges avant tout symboliques. Mais qu'est-ce qui fait qu'il y ait si peu de différences entre les usages du temps libre? Pourquoi les activités culturelles changent si peu dans le temps et dans l'espace? Comment rendre compte de l'emploi culturel du temps libre si l'objet à mesurer n'est pas suffisamment défini? Ce genre de question demandait lui aussi une clarification conceptuelle. J'avais besoin de mieux comprendre ce qu'on entend par *culture*.

À mon arrivée à l'OCCQ, j'ai constaté que les questions de mesure à propos de la culture rejoignaient en bonne partie les miennes, tout en provenant d'un horizon complètement différent. Il s'agissait alors de définir une culture mesurable par des moyens statistiques, donc de mesurer les *moyens* de la culture. Je pense que la clarification de ce qu'on entend par l'usage du temps et sa catégorisation en type d'activités, parmi lesquelles on pouvait identifier un certain nombre d'activités culturelles, remettait en question les objets à mesurer. Il n'allait plus de soi que la simple production de séries statistiques à propos des pratiques culturelles ou de l'emploi du temps pouvait mener à des réponses sur des enjeux plus complexes relatifs au dé-

veloppement culturel du Québec et aux relations entre les activités culturelles et les autres activités sociales.

Ce que je considérais comme une impasse, pouvait néanmoins se transformer en opportunité. En questionnant les fondements théoriques de la statistique culturelle, il serait possible de reformuler son approche de la culture. Pas tant au plan des outils statistiques qu'à celui du choix des objets et, surtout, de leur compréhension. Utiliser de manière conséquente les outils statistiques pour mieux saisir les rapports entre le temps et la culture, ou afin de développer un ensemble d'indicateurs capable de mesurer le développement culturel, exigeait donc de revoir l'historique et les conditions de production de la statistique culturelle.

L'historique de la statistique culturelle que j'ai réalisé suggère que les statistiques à propos des activités culturelles peuvent tout d'abord être distinguées selon une période préstatistique, au cours de laquelle on trouve des données commerciales et administratives qui sont qualifiées *a posteriori* de statistiques culturelles, et une période statistique véritable au cours de laquelle la production des statistiques sur la culture et les communications est pensée dans le cadre d'une vision statistique globale qui émerge au Québec et au Canada dans les années 1930. Le développement de l'appareil statistique au Québec et au Canada, qui comprend tant les agences statistiques gouvernementales et certains ministères que les entreprises spécialisées du secteur privé, a eu, bien entendu, des répercussions considérables sur celui des statistiques culturelles. L'apparition de méthodes d'échantillonnage éprouvées permet aux statisticiens de mener de nouveaux types d'enquêtes dont le but est de décrire le comportement de vastes populations. Les cotes d'écoute de la radio et de la télévision et les enquêtes de participation culturelle ont été rendues possibles grâce à ces nouvelles techniques. Les utilisateurs étaient dès lors en mesure de réaliser

un portrait statistique de la culture tant du point de vue des établissements du secteur culturel que de celui des usagers.

Toutefois, on ne pouvait parler de statistique culturelle au singulier tant que les données statistiques n'étaient pas regroupées selon un cadre conceptuel qui pourrait articuler les différentes composantes de la culture et déterminer explicitement les objets à mesurer. Les raisons de ce manque, auquel on a tenté de remédier au cours des années 1970 avec l'élaboration de cadres conceptuels, tant au Canada qu'ailleurs dans le monde, sont en partie contingentes et en partie épistémologiques. Le fait que l'appareil statistique canadien, de même que la plupart des agences statistiques à travers le monde occidental, soit dominé par une science économique fondée sur le positivisme logique, a contribué fortement à la remarquable stratégie d'évitement qui a caractérisé les efforts des statisticiens pour définir la culture. À ce point, la thèse pourrait déboucher aussi sur une étude plus approfondie de l'histoire des statistiques canadiennes et québécoises. Je pense qu'une analyse de discours de l'activité des agences statistiques québécoise et canadienne pourrait révéler les nœuds discursifs où certains choix de méthode ont été déterminants pour l'élaboration des cadres conceptuels de la culture, entre autres. Mais il s'agit là d'une autre thèse.

La revue de trois réflexions différentes sur la culture, provenant d'un horizon critique m'a permis de stabiliser certains aspects de ma compréhension de la culture. La conception dumontienne présente le grand avantage, avec les concepts de culture première et de culture seconde de faire comprendre au chercheur que toute approche de la culture est une affaire de reproduction de culture. On ne peut définir la culture sans la voir comme un processus de reproduction. Tout en introduisant la temporalité de l'objet culturel, la conception dumontienne débouche sur la nécessité

d'un regard sur les conditions de cette reproduction, déterminantes pour les diverses formes que prend la culture. Ce sont ces conditions qui peuvent être l'objet de la statistique culturelle.

Mais la conception dumontienne est le résultat d'une démarche essentiellement phénoménologique. Au contraire, Bourdieu ramène la culture au niveau des discours et des conditions concrètes d'existence des agents de ce qui est qualifié, tout à fait arbitrairement, de culturel. Je rappelle que ces agents, personnes morales et physiques, et leurs discours constituent des champs où les positions dominantes font l'objet de luttes incessantes pour la légitimité culturelle, moteur de l'accumulation du capital culturel, transformable à son tour en capital monétaire. Encore une fois, il s'agit d'un processus de reproduction culturelle, caractérisé par la succession des avant-gardes, qui pourrait être décrit et analysé selon de nouvelles perspectives par la statistique culturelle. Bien que la temporalité soit explicitement inscrite dans l'analyse bourdieusienne, il s'agit avant tout de temps historique. C'est-à-dire celle du temps de l'accumulation du capital relié à la valeur symbolique des œuvres, résultat de l'accès de celles-ci aux positions dominantes du champ. La théorie bourdieusienne est toutefois limitée, du moins dans le texte que j'ai choisi, par sa conception non marxiste du capital. Entre autres, elle ne peut permettre de comprendre le processus d'accumulation du capital monétaire, même si elle explique bien celui de l'accumulation du capital symbolique. Par conséquent, l'origine de la valeur des œuvres demeure obscure pour plusieurs champs culturels dont les produits, ou les œuvres, sont peu différenciés. L'approche bourdieusienne refuse d'emblée toute tentative de formalisation qui aurait l'ambition de décrire la société dans son ensemble.

De plus, l'explicitation de différentes conceptualisations du temps permet de mieux comprendre comment appréhender, d'un point de vue qualitatif ou quantitatif, la temporalité selon la conceptualisation la plus appropriée. Ainsi, la question de départ quant à la mesure de l'emploi du temps, au sens du temps social dévolu à certaines activités spécifiques et catégorisées selon un ordre qui lui est extrinsèque, peut trouver une piste de solution en considérant que le temps social est coextensif à la disjonction entre temps vécu et temps abstrait. C'est-à-dire que la catégorisation des temps sociaux n'a pas d'effet sur les possibilités de colonisation, du temps vécu par le temps abstrait au sens ou des activités comme l'écoute de la télévision peut devenir une activité de production de valeur économique. Du point de vue du téléspectateur, ce temps d'écoute est du temps vécu, du point de vue des télédiffuseurs, ce temps de l'auditoire est du temps abstrait.

C'est par de tels exemples, ou du moins par les réflexions qu'ils provoquent, que se fait sentir la nécessité d'une conception de la société qui serait capable d'appréhender les relations sociales sous deux angles à la fois. La théorie habermassienne de l'activité communicationnelle permet de structurer des relations qui obéissent à la fois aux exigences et à la temporalité propre au temps vécu et à celles des impératifs systémiques. Autrement dit, on pourrait capitaliser sur les acquis de la sociologie des temps sociaux pour décrire les relations entre l'espace public et la sphère privée tout en utilisant un concept de temps abstrait pour caractériser l'exploitation et le détournement de sens qu'on retrouve dans ces mêmes relations.

La thèse, bien qu'elle fasse certaines propositions quant à ce dernier aspect, n'avait pas l'ambition de développer entièrement une nouvelle conceptualisation des relations entre l'espace public et la sphère privée. Il s'agit donc d'un travail théorique qui reste à compléter et qui pourrait commencer par une étude plus approfondie des

rapports entre le temps et la production de *valeur* au sein des échanges de biens symboliques en s'appuyant, dans un premier temps, sur les travaux de Smythe, Garnham et Postone.

Malgré les limites de l'analyse théorique, il a été possible de dégager des principes qui permettent de formuler un ensemble d'énoncés théoriques pouvant servir de base à la construction d'un système d'indicateurs de la culture et des communications pour le Québec. C'est de ce point de vue qu'il faut considérer le lien entre une critique de la statistique culturelle et l'exigence de clarification de la notion de culture. Je souhaite que ce travail puisse constituer le point de départ d'une formalisation plus détaillée d'indicateurs qui permettrait d'éclairer un peu plus le processus de réification de la culture toujours en cours dans nos sociétés.

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, B. (1995). *Timewatch. The Social Analysis of Time*. Cambridge: Polity Press, 205 p.
- Adorno, T. W. (1974). La production industrielle de biens culturels. Dans T. W. Adorno & M. Horkheimer, *La dialectique de la raison* (p. 129-176). Paris : Gallimard.
- Adorno, T. W. (1995 [1974]). *Théorie esthétique*. Paris: Klincksieck, 514 p.
- Allor, M. (1988). Relocating the Site of the Audience. *Critical Studies in Mass Communication* (5), 217-233.
- Allor, M., & Michelle, G. (1994). *L'état de culture. Généalogie discursive des politiques culturelles québécoises*. Montréal : Groupe de recherche sur la citoyenneté culturelle (GRECC) Concordia University Université de Montréal, 103 p.
- Baillargeon, J.-P. Les statistiques culturelles. Pour qui? Pourquoi? *Questions de culture*, 7, 166-179.
- Baillargeon, J.-P. (1985). *Statistiques culturelles du Québec 1971-1982*. Québec : IQRC, 932 p.
- Baillargeon, J.-P. (1988). *Vers un système d'indicateurs culturels pour le Québec*. Québec : Bureau de la statistique du Québec, 51 p.
- Baillargeon, J.-P. (1990). *Vers un système de statistiques sur les industries culturelles de la francophonie. État général de la situation et propositions d'une première étape de réalisation*. Québec : Institut québécois de recherche sur la culture, 51 p.
- Baillargeon, J.-P. (1996). *Projet d'indicateurs d'activités culturelles sur le Québec pour le Bureau de la statistique du Québec*. Québec : Bureau de la statistique du Québec, 102 p.
- Baillargeon, J.-P. (1998). Statistiques culturelles: méthodes, usages et critiques. *Le téléspectateur construit par les sciences sociales* (p. 67-77) : Les Presses de l'Université Laval.
- Baillargeon, J.-P. (1996). *Les publics du secteur culturel : nouvelles approches*. Les Presses de l'Université Laval, 185 p.
- Beaud, J.-P., & Prévost, J.-G. (1993). La structuration de l'appareil statistique canadien. *The Canadian Historical Review*, LXXIV (3), p. 395-413.
- Beaud, J.-P., & Prévost, J.-G. (1997). La révolution des nombres: statistique privée et statistique d'État dans le Canada du XIXe siècle. *Scientia canadensis*, 21, p. 49-65.
- Beaud, J.-P., & Prévost, J.-G. (1997). La forme est le fond. La structuration des appareils statistiques nationaux (1800-1945). *Revue de synthèse*, 4 (4 - oct.-déc. 1997), p. 419-456.
- Beaud, J.-P., & Prévost, J.-G. (dirs) (2000). *L'ère du chiffre. Systèmes statistiques et traditions nationales*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 500 p.

- Bergson, H. (1992). *Durée et simultanéité*. Paris : PUF, 216 p.
- Bernstein, R. J. (1985). *Habermas and Modernity*. MIT Press, 243 p.
- Bonnell, V. E., & Hunt, L. (dirs) (1999). *Beyond the Cultural Turn. New Directions in the Study of Society and Culture*. Berkeley: University of California Press, 329 p.
- Bouchenaki, M. (2002). Conférence d'ouverture. *Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles, Montréal, du 21 au 23 octobre 2002*, Montréal : UNESCO, p. 2-8.
- Boudon, R., & Lazarsfeld, P. (1965). *Le vocabulaire des sciences sociales. Concepts et indices*. Paris: Mouton & Co, 309 p.
- Bougnoux, D. (1993). *Sciences de l'information et de la communication*. Larousse, 809 p.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris: Gallimard, 670 p.
- Bourdieu, P. (1994). *Raisons pratiques*. Paris : Éditions du Seuil, 251 p.
- Bourdieu, P. (1998). *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*. Paris : Éditions du Seuil, 567 p.
- Bureau de la statistique du Québec (1991). *Commentaires relatifs aux normes et définitions utilisées par Statistique Canada lors de ses enquêtes dans le domaine culturel*. Document non publié, 14 p. et annexes.
- Calhoun, C. (1992). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge : MIT Press, 498 p.
- Calhoun, C. (1995). *Critical Social Theory. Culture, History and the Challenge of Difference*. Blackwell, 326 p.
- Loi sur le droit d'auteur - Chapitre c-42 (2011). Repéré à <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection-R/LoPBdP/BP/bp268-f.htm>.
- Chandler, D. (2000). *Marxist Media Theory*. Repéré à <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/marxism/>
- Christopherson, S. (1991). Trading Time for Consumption : The Failure of Working Hours Reduction in the United States. Dans K. Hinrichs, W. Roche & C. Sirianni (dir.), *Working time in transition: the political economy of working hours in industrial nations*. Philadelphie : Temple University Press, p. 171-187.
- Cruise O'Brien, R., Cooper, E., & Perkes, B. (1979). *Communications Indicators - I. Communication Indicators and Indicators of Socio-Economic Development*. Paris : UNESCO, 96 p.
- Curran, J., Gurevitch, M., & Wollacott, J. (1982). The study of the media: theoretical approaches. Dans M. Gurevitch (dir.), *Culture, Society and the Media*. London : Methuen.
- Desrosières, A. (1977). Éléments pour une histoire des nomenclatures socioprofessionnelles. *Pour une histoire de la statistique, tome 1*. Paris : INSEE/Economica, p. 155-231.

- Desrosières, A. (2000). *La politique des grands nombres : Histoire de la raison statistique*. Paris : Éditions La Découverte & Syros, 456 p.
- Desrosières, A. (2005). Comment faire des choses qui tiennent : histoire sociale et statistique. *Histoire et mesure, IV (3/4 - Varia)*, p. 225-242.
- Dubois, V. (2003). La statistique culturelle au ministère de la Culture, de la croyance à la mauvaise conscience. Dans Olivier Donnat et Paul Tolila (dirs) *Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels (2)*. Paris: Presses de Science Po, p. 25-32.
- Dumazedier, J. (1991). Cinq jalons dans l'histoire d'un concept sociologique : Aristote, Veblen, Lafargue, Riesman, Friedmann. *Sociétés (32)*, 115-125.
- Dumont, F. (1994). *Le lieu de l'homme*. Montréal: Bibliothèque québécoise, 274 p.
- Eder, K. (1992). Politics and Culture: on the Sociocultural Analysis of Political Participation. Dans Axel Honneth, Thomas McCarthy, Claus Offe & Albrecht Wellmer *Cultural-Political Interventions in the Unfinished Project of Enlightenment*. Cambridge : MIT Press, p. 95-120.
- Eurostat (2000). Les statistiques culturelles dans l'UE. Rapport final du LEG. Luxembourg : Commission européenne, 199 p.
- Ferland, Y. (1975). *Les indicateurs culturels*. Document réalisé par Statistique Canada à la demande de l'UNESCO, 41 p.
- Ferland, Y. (1978). Un système compréhensif et intégré de statistiques et d'indicateurs culturels au Canada. *Loisir et Société/Society and Leisure, 1 (1)*, p. 77.
- Ferland, Y. (1979). Répertoire des statistiques (et d'indicateurs) de la culture existant au Canada. Relatif à l'étude préliminaire de l'objet et du champ d'un cadre pour les statistiques culturelles (CSC). Paris : UNESCO, 9 novembre 1979, 21 p.
- Fukuda Parr, S. (2000). À la recherche d'indicateurs de la culture et du développement. Avancées et propositions. Dans UNESCO, *Rapport mondial sur la culture 2000*. Paris : UNESCO, p. 293-299.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information*. London : Sage, 216 p.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society. Outline of a Theory of Structuration*. Berkeley : University of California Press, 402 p.
- Gilles, A. (1994). *Éléments de méthodologie et d'analyse statistique pour les sciences sociales*. Montréal : McGraw-Hill, 571 p.
- Girard, A. *Indicateurs culturels: quelques exemples*. Conseil de l'Europe. Programme d'évaluation des politiques culturelles nationales, document provisoire, 111 p.
- Godin, B., Gingras, Y., & Bourneuf, E. (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, 37 p.

- Gorz, A. (1988). *Métamorphoses du travail. Quête du sens. Critique de la raison économique*. Paris : Galilée, 302 p.
- Grandmont, G. (2000) Mot du président. *Observatoire.com*, 1. Québec : Observatoire de la culture et des communications du Québec.
- Gravitz, M. (1993). *Méthodes des Sciences sociales*. Paris : Éditions Dalloz, 870 p.
- Grossberg, L., Nelson, C., & Treichler, P. (1992). *Cultural Studies*. New York : Routledge, 788 p.
- Guibert, B., Laganier, J., & Volle, M. (1971). Essai sur les nomenclatures industrielles. *Économie et statistique* (20). Repéré à <http://www.volle.com/articles/nomenclature.htm>.
- Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 1: Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*. Paris : Fayard, 448 p.
- Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel - Tome 2: Pour une critique de la raison fonctionnaliste*. Paris : Fayard, 477 p.
- Habermas, J. (1988). *Le discours philosophique de la modernité*. Paris: Gallimard, 484 p.
- Habermas, J. (1992). Further Reflections on the Public Sphere. Dans C. Calhoun (dir.), *Habermas and the Public Sphere* (p. 421-461). Cambridge : MIT Press.
- Hardt, H. (1992). *Critical communication studies: communication, history and theory in America*. London : Routledge, 279 p.
- Hassard, J. (1990). *The Sociology of Time*. Basingstoke : Macmillan, 255 p.
- Hilgers, M. (2006). Liberté et habitus chez Pierre Bourdieu. Repéré à Espaces-Temps.net, Textuel, 25.07.2006. <http://espacestems.net/document2064.html>
- Hinrichs, K., Roche, W., & Sirianni, C. (1991). *Working time in transition: the political economy of working hours in industrial nations*. Temple University Press, 277 p.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1974). *La dialectique de la raison*. Paris : Gallimard, 281 p.
- Horn, R. V. (1993). *Statisticals Indicators for the Economic and Social Sciences*. Cambridge : Cambridge University Press, 227 p.
- Huet, A., Ion, J., Lefèbvre, A., Miège, B. & Peron, R. (1984). *Capitalisme et industries culturelles*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 214 p.
- Husserl, E. (1950). Les structures générales de la conscience pure (*Idées directrices pour une phénoménologie* (p. 242-299). Paris : Gallimard.
- International Federation of Arts Council and Culture Agencies (IFACCA) (2005). *Statistical Indicators for Arts Policy*. Repéré à http://www.ifacca.org/ifacca2/en/organisation/page09_BrowseDart.asp.
- Lachance, P. (1988). *Les indicateurs culturels. Plan d'action et de publication*. Québec : Bureau de la statistique du Québec. Document non publié.

- Lalonde, M. (1996). *La reconnaissance du temps : Des sociétés archaïques à la société moderne*. Montréal : Éditions Robert Davies, 277 p.
- Lamonde, Y., & Beauchamp, C. (1996). *Données statistiques sur l'histoire culturelle du Québec (1760-1900)*. Chicoutimi : Institut interuniversitaire de recherche sur les populations, 146 p.
- Lamonde, Y., & Hébert, P.-F. (1981). *Le cinéma au Québec : essai de statistique historique (1896 à nos jours)*. Québec: Institut québécois de recherche sur la culture, 478 p.
- Landes, D. S. (1983). *Revolution in Time. Clocks and the Making of the Modern World*. Cambridge: Harvard University Press, 482 p.
- Langlois, S. (2006). *Alexis de Tocqueville, un sociologue au Bas-Canada*. Conférence prononcée le 8 février 2006 devant les membres de l'Association internationale d'études québécoises et ceux de la section de Québec de l'Association des membres de l'Ordre des Palmes Académiques (AMOPA), Québec, Place Royale, 23 p.
- Langlois, S., & Martin, Y. (1995). *L'horizon de la culture. Hommage à Fernand Dumont*. Sainte-Foy : Presses de l'Université Laval, 555 p.
- Lazarfeld, P. (1962). The sociology of empirical social research. *American Sociological Review* (XXVII), p. 757-767.
- Le Goff, J. (1977). *Pour un autre Moyen Âge. Temps, travail et culture en occident: 18 essais*. Paris : Gallimard, 422 p.
- Le Goff, J. (1996). *Saint Louis*. Paris : Gallimard, 976 p.
- Lemieux, D. (dir.) (2002). *Traité de culture*. Sainte-Foy : Presses de l'Université Laval, 1089 p.
- Letocha, D. (1995). Entre le donné et le construit : le penseur de l'action. Sur une relecture du Lieu de l'Homme. Dans S. Langlois & Y. Martin (dir.), *L'horizon de la culture. Hommage à Fernand Dumont*. Sainte-Foy: Presses de l'Université Laval.
- Luhmann, N. (1995 [1984]). *Social Systems*. Stanford : Stanford University Press, 627 p.
- Maltais, A. (2000). Mot de la ministre. *Observatoire.com, 1*. Québec : Observatoire de la culture et des communications du Québec.
- Martin, C. (1988). L'économie politique des industries culturelles et la prise en compte des auditoires. *Communication, IX*, p. 109-118.
- Martin, C. (2002). Culture et économie. Dans D. Lemieux (dir.), *Traité de culture*. Sainte-Foy : Éditions de l'IQRC, p. 283-300.
- Martin, C. (2002). Éléments d'un cadre conceptuel des statistiques de la culture et des communications. Repéré à http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/classif_obs/cadre_concept_CM2002-02.pdf

- Marx, K. (1957). *Oeuvres complètes de Karl Marx. Contribution à la critique de l'économie politique*. Paris : Éditions Sociales, 309 p.
- Marx, K. (1968). *Fondements de la critique de l'économie politique (Grundrisse des Kritik des politischen ökonomie) ébauche de 1857-1858*. Paris : Éditions Anthropos, 315 p.
- Marx, K. (1969 [1867]). *Le Capital. Livre 1*. Paris : Garnier-Flammarion, 699 p.
- McPhie, P. (dir.) (2000). Programme national canadien de statistiques de la culture : un quart de siècle d'existence. Dans *Rapport mondial sur la culture 2000*. Paris : UNESCO, p. 270-276.
- Mercure, D. (1995). *Les temporalités sociales*. Paris : L'Harmattan, 175 p.
- Mercure, P. (2010). Compter, vérifier, vendre et spéculer. *La Presse Affaires* (2010/02/06), 1-4.
- Mespoulets, M. (2008). *Construire le socialisme par les chiffres. Enquêtes et recensements en URSS de 1917 à 1991*. Paris : INED, 240 p.
- Ministre d'État au Développement culturel (1978). *La politique québécoise du développement culturel. Volume 1. Perspectives d'ensemble: de quelle culture s'agit-il?* Québec : Éditeur officiel du Québec, 200 p.
- Minkovski, E. (1968). Le devenir et les éléments essentiels du temps-qualité (*Le temps vécu. Études phénoménologiques et psychopathologiques*). Neuchâtel : Delachaux et Niestlé, 409 p.
- Montreal Star (1913). *The Montreal Daily Star analysis of circulation*. Montréal: Montreal Star Pub. Co.
- Moreau, F., & Peltier, S. (2004). Cultural Diversity in the Movie Industry. A Cross-National Study. *Journal of Media Economics*, 17 (2), 123-143.
- Morin, E. (1977). *La Méthode, 1. La nature de la nature, Introduction générale*. Paris : Le Seuil, 399 p.
- Observatoire de la culture et des communications du Québec (2003). *Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec*. Québec : Institut de la statistique du Québec, 141 p.
- OCDE (2011). Tableau Enquête sur la population active (PIE). Repéré à http://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=LFS_SEXAGE_I_R
- OECD (2008). *Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide*. Paris: OECD Publications, 158 p.
- Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). (2002). Deuxième forum international sur la créativité et les inventions - Un avenir meilleur pour l'humanité au 21^e siècle. Repéré à http://www.wipo.int/meetings/fr/doc_details.jsp?doc_id=22178.
- Perret, B. (2002). Indicateurs sociaux : État des lieux et perspectives. *Les Papiers du CERC* (Conseil de l'Emploi, des Revenus et de la Cohésion sociale) (2002-01), 36 p.

- Poirier, C. (2003). *Vers des indicateurs culturels élargis? Indicateurs de performance et justificatifs des politiques culturelles au Québec et en Europe*. Communication présentée au colloque Faire compter la culture : Examiner les éléments constitutifs de la citoyenneté culturelle (13-15 novembre 2003), Gatineau.
- Pontalis, J.-B. (1997). *Ce temps qui ne passe pas*. Paris : Gallimard, 202 p.
- Postone, M. (1996). *Time, labor and social domination. A reinterpretation of Marx's critical theory*. Cambridge : Cambridge University Press, 424 p.
- Pronovost, G. (1983). *Temps, culture et société*. Sillery : Presses de l'Université du Québec, 333 p.
- Pronovost, G. (1993). *Loisir et société : traité de sociologie empirique*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 347 p.
- Pronovost, G. (2002). *Un bilan des enquêtes de participation culturelle*. Communication présentée au Colloque international sur les statistiques culturelles (21-23 octobre 2002). Montréal : Institut de la statistique du Québec et UNESCO, 11 p.
- Ricoeur, P. (1985). *Temps et récit - Tome 3: Le temps raconté*. Paris : Seuil, 533 p.
- Rifkin, J. (1995). *The End of Work*. New York : Putnam, 350 p.
- Rioux, M., & Laforge, M. (1994). Une question de temps. *Nouvelles CSN* (376 - 25 mars 1976), p. 3-6.
- Rocher, G. (1992). *Introduction à la sociologie générale*. Montréal : Hurtubise HMH, 685 p.
- Rosengren, K. E. (1984). *Cultural Indicators for the Comparative Study of Culture*. Dans *Cultural Indicators : an International Symposium*. Vienne : Österreichische Akademie der Wissenschaften, p. 11-32.
- Samuel, N. (1995). Les revendications sociales en faveur du temps libre et leurs conséquences culturelles. *Sociétés* (32), 145-152.
- Sawyer, J. (1983). Section R: Industries manufacturières. Dans *Statistique Canada, Statistiques historiques du Canada*. Ottawa : Statistique Canada, 95 p.
- Schuster, J. M. (2002). *Informing Cultural Policy. The research and Information Infrastructure*. New Brunswick: Center for Urban Policy Research, 277 p.
- Sewell, W. H. (1999). The concept(s) of Culture. Dans V. E. Bonnell & L. Hunt (dir.), *Beyond the Cultural Turn. New directions in the study of society and culture*. Berkeley : University of California Press, p. 35-61.
- Singh, V. (2004). *Contribution économique de la culture au Canada* (n° 81-595-MIF - No 23 au catalogue de Statistique Canada). Ottawa : Statistique Canada, 96 p.
- Singh, V. (2007). *Contribution économique du secteur culturel aux économies provinciales du Canada* (n° 81-595-MIF-No 37). Ottawa : Statistique Canada, 141 p.
- Smythe, D. W. (1977). Communications : Blindspot of Western Marxism. *The Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1 (3), p. 1-28.

- Sondages BBM. Historique de Sondages BBM. Repéré à http://bbm.ca/index.php?option=com_content&task=view&id=124&Itemid=124
- Statistique Canada. (1989). Voici... Le programme de la statistique culturelle. *La culture en perspective*, 1 (1), 1-2.
- Statistique Canada. (1999). Statistiques historiques du Canada. Repéré à <http://www.statcan.gc.ca/bsolc/olc-cel/olc-cel?catno=11-516-XIF&lang=fra#formatdisp>
- Statistique Canada (2006). *Produit intérieur brut par industrie. Sources et méthodes détaillées par industrie* (n° 15-548-XIF). Ottawa : Statistique Canada, 421 p.
- Statistique Canada, & Programme des statistiques de la culture (2004). *Cadre canadien pour les statistiques culturelles* (n° 81-595-MIF). Ottawa : Statistique Canada, 36 p.
- Sue, R. (1991). De la sociologie du loisir à la sociologie des temps sociaux. *Sociétés* (32), p. 173-181.
- Throsby, D. (1999). Cultural Capital. *Journal of Cultural Economics*, 23, p. 3-12.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge : Cambridge University Press, 208 p.
- Tremblay, G. (1989). Les mass médias, instruments de gestion du temps. Dans G. Pronovost & D. Mercure (dirs), *Temps et société*. Québec : IQRC, p. 117-144.
- Trudel, R., & Antonius, R. (1991). *Méthodes quantitatives appliquées aux sciences sociales*. Montréal : Les Éditions de la Chenelière, 541 p.
- UNESCO. (1986). Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles. Conférence des statisticiens européens - 3e réunion sur les statistiques culturelles (17 au 20 mars 1986. Paris : UNESCO, 10 p.
- UNESCO. (2000). Rapport mondial sur la culture 2000. Paris : UNESCO, 432 p.
- UNESCO, Division of statistics on culture and communication. (1979). Preliminary study on the scope and coverage of a framework for cultural statistics. Paris : UNESCO, 26 p.
- UNESCO, Division of statistics on culture and communication. (1985). Cultural indicators project. Paris : UNESCO, 127 p.
- UNESCO, Institut de la statistique. (2009). Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles. Montréal : UNESCO, 97 p.
- White, H. (1999). Afterword. Dans V. E. Bonnell & L. Hunt (dirs), *Beyond the Cultural Turn. New directions in the study of society and culture*. Berkeley : University of California Press, p. 315-324.
- Yelle, F. (2009). Cultural Studies, francophonie, études en communication et espaces institutionnels. *Cahiers de recherches sociologiques* (47), 67-90.

