Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie = Revue suisse de sociologie = Swiss journal of sociology

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Soziologie

Band: 19 (1993)

Heft: 1

Artikel: Indicateurs culturels : cadre général pour les indicateurs de la production, de la distribution et de la consommation culturelles

Autor: Amez-Droz, Carla

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-814822

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 21.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Schweiz.Z.Soziol./Rev.suisse sociol., 19 (1993) 153–169

INDICATEURS CULTURELS – CADRE GÉNÉRAL POUR LES INDICATEURS DE LA PRODUCTION, DE LA DISTRIBUTION ET DE LA CONSOMMATION CULTURELLES

Carla Amez-Droz
Office fédéral de la statistique

1. Introduction

La section de la culture de l'Office fédéral de la statistique mène un projet de recherche dont le but est de définir les données pertinentes pour quantifier et pour présenter une vue d'ensemble des activités culturelles, artistiques et des médias; d'où résultera la création d'un cadre pour les indicateurs culturels, outil précieux pour les analyses scientifiques d'une part, pour les discussions politiques et les décisions des administrations publiques et des organismes privés en matière culturelle, d'autre part.

Les premières utilisations des indicateurs (économiques et sociaux) ont été associées aux efforts de compréhension du processus de développement économique et d'amélioration de la qualité de la vie. Aujourd'hui, les indicateurs sont de plus en plus utilisés dans la gestion des affaires publiques. En effet, en vue de gérer les ressources, une planification et une évaluation des résultats sont essentielles; des mesures des objectifs des actions politiques et de leur impact deviennent nécessaires. Ceci est aussi un problème réel dans le management public et privé de la culture. Les indicateurs doivent y intervenir en tant qu'outils pour définir les besoins du public, les objectifs et l'impact des décisions et des actions en matière de gestion publique et privée de la culture. Ils aident aussi à établir des priorités dans la mise en oeuvre d'une politique donnée. Les mesures de l'accès à la culture et les mesures de satisfaction sont des exemples de contributions particulières aux tâches de planification. Les premières, mesures plutôt subjectives, enrichissent le débat alors que les secondes, objectives, aident à la décision. Actuellement, un certain nombre de pays font des indicateurs culturels un instrument de planification. Les pays nordiques sont ceux qui y portent le plus grand intérêt.[1]

1 Quelques exemples d'application des indicateurs en Suède et au Danemark se trouvent dans "Cultural Indicators: an International Symposium", Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaft, Vienne, 1984.

L'Organisation des Nations Unies utilise systématiquement les indicateurs comme une aide à la planification de ses activités. Dans ce contexte, l'Unesco a développé un système d'indicateurs culturels[2] pour aider à la planification culturelle et pour la comparaison statistique internationale. Plusieurs pays l'utilisent. Prenons la Finlande. La Commission nationale finlandaise pour l'Unesco, le Comité national des médias, le *Council of Arts* et l'Office central de statistiques ont mis sur pied un cadre d'indicateurs culturels, utilisé pour planifier le développement des statistiques de la culture et des médias (Commission nationale finlandaise de l'Unesco, 1990).

La recherche scientifique, elle aussi, a recours aux indicateurs lors d'analyses quantitatives. Les indicateurs sont alors en rapport étroit avec l'objectif de l'analyse. Dans un article de la Revue française de sociologie, Jean-Claude Chamboredon (1986) montre quelle est l'utilité des informations quantitatives pour la sociologie des productions symboliques. Par exemple, la statistique des productions peut éclairer une histoire du goût littéraire.

Enfin, les responsables de beaucoup d'organismes culturels utilisent (implicitement) aussi les indicateurs dans la gestion. Prenons un théâtre ou un cinéma. Pour la planification de leurs programmes ils tiennent compte du nombre de spectateurs par genre de spectacle et de film, qui est un indicateur de fréquentation montrant les préférences du public.

Ces quelques exemples donnent une idée de l'utilisation des indicateurs culturels.

Prenant le projet de recherche de l'Office fédéral de la statistique comme illustration, cet article expose la problématique des indicateurs culturels à partir de quelques points stratégiques : les différentes approches de mesure de la culture,[3] les caractéristiques et la construction d'un indicateur.

2. Aperçu historique

La recherche sur les indicateurs culturels débute dans les années 30. C'est à cette époque qu'ont eu lieu les premières tentatives pour mesurer la culture et

2 Il existe toute une série de publications du travail de l'Unesco dans le domaine des indicateurs culturels. Le rapport CSR-C-55, intitulé "Cultural indicators project" et publié en 1985, constitue une synthèse.

3 Sur le problème, non abordé dans cet article, du rapport de la sociologie et de la statistique, une importante réflexion méthodologique est contenue dans l'ouvrage de Jean-Claude Passeron paru aux Editions Nathan en 1991, «Le raisonnement sociologique : l'espace non poppérien du raisonnement naturel»; particulièrement le chapitre «Ce que dit un tableau et ce qu'on en dit».

le changement social même si le terme «indicateur culturel» n'était pas encore employé. P. Sorokin (1937–1941) et W. F. Ogburn (1923) peuvent être considérés comme les deux grands précurseurs de la recherche dans le domaine des indicateurs culturels. L'ouvrage en quatre volumes de P. Sorokin, *Social and Cultural Dynamics*, est la grande référence de l'époque.

Le terme «indicateur culturel» est introduit seulement en 1969 par Georges Gerbner, chercheur à l'Université de Pennsylvanie. Son groupe de recherche tente de formuler des indicateurs pour comprendre les effets des médias (en particulier de la télévision) sur l'environnement culturel et montrer leur influence sur la société. Depuis, Gerbner et son équipe maintiennent une activité régulière dans le développement et l'application des indicateurs culturels, dont le plus connu est le profil de violence utilisé pour mesurer le degré et le caractère de violence de la télévision américaine (Reijnders et Bouwman 1984, Gerbner 1969).

En Europe, ce sont la Grande-Bretagne, la Hongrie, les Pays-Bas et surtout la Suède qui pratiquent la recherche dans le domaine des indicateurs culturels. Celle-ci a commencé, au milieu des années 70, avec le suédois Karl Erik Rosengren qui s'intéresse aux indicateurs en tant qu'instruments de mesure pour démontrer certaines tendances. Le groupe de recherche qu'il dirige veut saisir l'évolution de la culture suite aux changements qui se sont produits dans l'économie et dans la société (Reijnders et Bouwman 1984, Rosengren 1981).

A la même époque, l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) attaque aussi la question des indicateurs culturels.[4]

Donc, au cours des années, la recherche sur les indicateurs culturels a pris trois grandes directions dont une un peu particulière puisqu'elle se réfère à un type différent d'indicateurs.

3. Approches méthodologiques

Les trois grandes approches méthodologiques dans le domaine des indicateurs culturels sont l'analyse de contenu (*Content Analysis*), l'analyse des valeurs (*Values Inventories*) et l'approche par le processus (*Process Approach*).

4 Plus tard, cette organisation internationale et la Commission de la Communauté Economique Européenne ont formé un groupe de travail commun qui a produit un cadre des indicateurs culturels. Approuvé lors de la Conférence de Genève en 1986, il fournit un modèle pour la collecte et la présentation de l'information statistique (voir la note n°2). L'Office fédéral de la statistique a utilisé ce cadre d'indicateurs comme outil de travail.

La *première approche méthodologique*, *Content Analysis*, met l'accent sur des produits sélectionnés de la communication symbolique. Les chercheurs qui utilisent cette approche analysent le contenu d'oeuvres symboliques telles que les ouvrages littéraires, les programmes de télévision, les journaux, les chansons, etc., en vue de saisir les changements dans les valeurs et dans les comportements culturels. Cette tradition est représentée aux Etats-Unis par les travaux de George Gerbner à l'Université de Pennsylvanie et Philip Stone à Harvard; en Suède, par le groupe de recherche dirigé par Karl Erik Rosengren à l'Université de Lund et à l'Université de Göteborg.

Pour G. Gerbner, «un aspect central des indicateurs culturels doit être l'analyse périodique des tendances observées dans la composition et dans la structure des systèmes de messages développant des conceptions de vie» (Gerbner, 1970). Plus précisément, G. Gerbner a plaidé pour la formulation d'indicateurs qui permettent de mesurer périodiquement l'influence de la télévision sur l'environnement culturel. Les études de son équipe sur la violence à la télévision (Gerbner 1969, 1970) illustrent les termes de cette analyse en trois moments : l'analyse des processus institutionnels (*Institutional Process Analysis*) se penche sur la structure, la composition et le contexte de la production des programmes télévisés; l'analyse des systèmes de messages (*Message System Analysis*) s'intéresse au contenu de l'offre de télévision; l'analyse de contenu proprement dite (*Cultivation Analysis*) – qui se fait en dernier lieu et utilise les conclusions des analyses précédentes – essaye d'établir l'influence que les médias ont sur les opinions et les pratiques.

Le programme de recherche suédois (*Swedish Symbol System Research Program*) est une étude pluridisciplinaire des Universités de Lund et de Stockholm et couvre des domaines tels que la politique intérieure, la politique étrangère, la religion, la publicité et la littérature (Reijnders et Bouwnan 1984, Rosengren, 1981). Son objectif est de construire des indicateurs-type pour mesurer les aspects les plus variés du système symbolique dans l'environnement culturel, celui-ci étant compris dans son sens large. Par exemple, le projet sur la littérature examine le contenu des critiques littéraires. Dans son livre *Sociological Aspects of the Literary System*, Rosengren (1968) donne des détails sur les sources de matériel, les techniques de collecte des données, l'échantillonnage, etc. et montre que le comportement verbal des critiques présente des régularités, variant avec des facteurs environnants, de la même manière que le comportement verbal des leaders politiques et des «gens ordinaires».

La *deuxième approche méthodologique*, *Values Inventories*, insiste sur les changements dans les jugements de valeurs. En étudiant les comportements et les valeurs au moyen d'un grand échantillon d'individus, Ronald Inglehart (1971, 1984) et d'autres chercheurs ont pu montrer les différences entre les

jugements de valeurs des peuples de différents pays ainsi qu'à l'intérieur d'un pays donné en fonction des époques. Par exemple, au moyen de sondages d'opinion réalisés auprès de la population des pays d'Europe occidentale, des Etats-Unis et du Japon, on a tenté de développer un indicateur significatif d'une dimension spécifique des valeurs humaines : l'importance accordée à la sécurité matérielle ou, au contraire, la priorité donnée aux besoins non matériels tels que l'estime, la réalisation personnelle, etc. (Inglehart 1984).

Nous notons que cette approche est spécialement intéressante si elle est mise en relation avec la première; par exemple, il serait possible de voir si les changements des valeurs les plus populaires précèdent ou suivent les changements dans le contenu des médias.

La *troisième approche méthodologique, Process Approach*, concerne un type d'indicateurs *très différent*. Elle met l'accent sur le processus de la création à la consommation des biens et des services culturels et est représentée par les travaux du gouvernement canadien sous la direction d'Yvon Ferland de *Statistique Canada* et par le cadre des indicateurs culturels de l'Unesco. Ceux qui utilisent cette approche, s'intéressent donc aux dimensions de production, de diffusion et de consommation des biens et des services culturels, plutôt qu'aux valeurs ou à l'analyse de contenu.

Pourquoi ces indicateurs sont-ils d'un type différent ? Les fondateurs de la recherche sur les indicateurs culturels cherchaient à formuler des indicateurs aptes à mesurer périodiquement les changements dans l'environnement culturel, la *culture étant comprise comme les valeurs, les opinions, les connaissances et le comportement en société*. En ce sens «les indicateurs culturels sont alors des séries temporelles qui décrivent les changements dans un système culturel – par exemple les valeurs morales ou l'idéologie politique» (Weber, 1984). La culture est ici considérée dans son sens large.

L'approche par le processus (Unesco 1979, 1985, Peterson 1981), qui se penche plutôt sur *le processus qui va de la création à la consommation des biens culturels*, considère une notion plus étroite de la culture que les deux autres approches méthodologiques, mentionnées plus haut; traditionnellement, elle met l'accent sur les mesures de la production, de la distribution et de la consommation culturelles et s'intéresse à leur relation. C'est pourquoi on dit que ces indicateurs sont d'un type différent. Les indicateurs sont présentés par les catégories traditionnelles de la production, de la distribution et de la consommation. Si l'on se rapporte au Cadre des indicateurs culturels de l'Unesco, on peut distinguer : production, création, distribution, consommation, temps consacré à la culture, installations culturelles, etc.

Nous connaissons tous les grandes difficultés associées à la définition du concept de culture. Celles-ci exigent, selon nous, que l'on définisse la culture en fonction de l'orientation de la recherche. Ainsi la notion de culture choisie pour une recherche ne doit pas obligatoirement retenir tous les aspects de sa réalité mais seulement ce qui en exprime l'essentiel du point de vue de l'objectif de la recherche; la culture est alors définie en fonction de l'orientation de chaque recherche. En ce sens, les indicateurs sont, du point de vue de l'approche par le processus, des séries temporelles qui signalent l'état d'un champ d'activité (production, distribution, consommation) à un moment donné et son évolution dans le temps.

Les mesures de consommation (Peterson 1981), telles que cette approche les définit (temps passé, argent dépensé dans les activités culturelles), peuvent encore servir de base à la création d'un autre type d'indicateurs. Ces mesures de consommation reflètent alors les choix des différentes couches de population et peuvent être combinées pour dégager des modèles des choix culturels. Les chercheurs qui utilisent cette recherche (Peterson et Hughes 1984) voient ici la voie pour le développement d'indicateurs servant à l'étude comparative de la culture.

En conclusion, notons que la recherche sur les indicateurs culturels a bien pris trois grandes directions, dont une un peu particulière, puisqu'elle se réfère à un type différent d'indicateurs.

4. Caractéristiques et construction d'un indicateur

Tout d'abord, il est nécessaire de rappeler la définition d'indicateur utilisée par Gerbner, Rosengren et l'Unesco. L'indicateur est une mesure numérique qui peut être obtenue périodiquement et qui est censée avoir une relation avec des concepts ou des hypothèses à étudier. (Gerbner 1970, Rosengren 1981)[5] Ce sont – et ici on retrouve la définition de l'OCDE (1990) – des séries de données établies dans le but d'apporter des réponses à des questions sur des systèmes ou des phénomènes existants. Finalement, un indicateur est un rapport entre une grandeur et un étalon[6] (Duncan 1984), ce qui rend possible les analyses

5 Voir aussi Paul Foulquié, *Vocabulaire des sciences sociales*, P. U. F., Paris 1978 et Madeleine Gravitz, *Lexique des sciences sociales*, Ed. Dalloz, Paris 1981.

6 Sur les problèmes de mesure dans les sciences sociales, les travaux de O. Duncan sont d'un réel éclaircissement. Nous n'en tenons pas compte ici car ils sont distincts du sujet de cet article. Ils sont considérés dans la phase suivante du projet de recherche, qui se réfère plus précisément aux questions de mesure.

comparatives dans le temps, entre différents pays ou régions ou encore par rapport à des objectifs politiques fixés.

Et alors que peut-on dire des statistiques ? Les statistiques sont des données numériques concernant une série de faits et collectées systématiquement. Elles peuvent être considérées comme un instrument intermédiaire de la production d'instruments d'analyse plus élaborés, appelés indicateurs. Le terme indicateur est réservé soit à un choix de «données» soit à des informations de caractère synthétique tirées de ces données. L'indicateur ne prend donc un sens que s'il est lié à des concepts ou des hypothèses.

4.1 Caractéristiques d'un indicateur

Ainsi, ce qui distingue un indicateur d'une donnée statistique, c'est surtout la façon dont il a été construit (Horn 1979); la donnée statistique peut être le résultat d'une opération administrative alors que les indicateurs contiennent toujours :

- une référence, c'est-à-dire qu'ils sont rattachés à une notion ou à une théorie. On entend par théorie, une réflexion méthodique et organisée de caractère hypothétique sur le problème à étudier. C'est l'hypothèse qui fournit le critère de sélection des données pertinentes, à partir desquelles on construit les indicateurs;
- une signification, c'est-à-dire qu'ils décrivent, renseignent sur un état ou un phénomène;
- une information de synthèse ou, si l'on veut, une information formée de plusieurs éléments.

Un petit nombre d'indicateurs doit donner une vue d'ensemble d'un phénomène en un «coup d'oeil».

Afin de remplir ces conditions, les indicateurs culturels doivent posséder les caractéristiques suivantes :

a) constituer un ensemble coordonné, cohérent et en rapport avec un tout et, par conséquent, être fixés au moyen d'une problématique de recherche et d'une approche méthodologique de telle manière que des séries de données puissent être associées et mises en rapport.
   Comme P. Clark (1979) le note bien dans l'introduction à son étude comparative sur la culture littéraire en France et aux Etats-Unis, le terme d'indicateur est utilisé en fonction des objectifs de recherche ou des analyses que l'on veut effectuer;

b) signaler les modifications qui ont lieu dans le monde de la culture, donc informer de l'état et des tendances de la culture dans un pays ou dans une région donnée.
Un indicateur est un baromètre qui ne dit pas nécessairement tout, mais permet de savoir où l'on est et, si possible, de percevoir des tendances (Ferland 1976). Toutes les recherches sur les indicateurs essaient de comprendre l'état d'un phénomène culturel à différentes périodes ainsi que son évolution dans le temps, pour en découvrir les tendances (Gerbner 1970, Rosengren 1968, Bouwman 1982).

Les indicateurs culturels doivent encore, comme tout autre indicateur

- être aptes à signaler l'apparition d'un problème. Un seuil doit être défini, dont le franchissement est le signe (une alerte) d'une évolution inquiétante en regard des objectifs politiques ou autres;
- être fiables, dans le sens où un changement dans l'indicateur doit correspondre à un changement dans l'état mesuré;
- permettre des comparaisons entre pays et régions et dans le temps. En comparant le même indicateur pour le même groupe à plusieurs moments, il est possible d'évaluer les modifications qui ont eu lieu;
- être compatibles avec d'autres indicateurs étrangers pour permettre la comparaison et l'interprétation des modifications de situation. La compatibilité internationale pose, il est clair, certains problèmes car un indicateur ne signifie pas toujours la même chose d'un pays à l'autre. Lors de comparaisons internationales les analystes doivent en être conscients. Par ailleurs, les indicateurs utilisés dans les comparaisons internationales doivent être construits de la même façon;
- être compris par les non-spécialistes. Ceci ne veut pas dire que les techniques d'élaboration doivent être nécessairement simples, mais que l'indicateur doit être présenté de manière facilement interprétable;
- et, finalement, être révélateurs des spécificités d'un pays donné. Lors de comparaisons internationales les indicateurs révèlent les écarts entre les différents pays.

4.2 Construction d'un indicateur

Les conditions que doit remplir un indicateur fixent la façon de le construire. C'est ainsi que les indicateurs devraient être déterminés – de manière déductive – à partir :

- d'une réflexion théorique sur le phénomène à étudier, de la conception d'une problématique et de la formulation d'hypothèses de recherche;

– d'une approche méthodologique adaptée à cette problématique et aux hypothèses.

Donc, le point fondamental de la méthode de construction d'un indicateur est *son rattachement à une problématique de recherche et à une approche méthodologique.*

Après ces considérations sur la problématique de l'indicateur culturel, une présentation du projet mené par la section de la culture de l'Office fédéral de la statistique est possible.

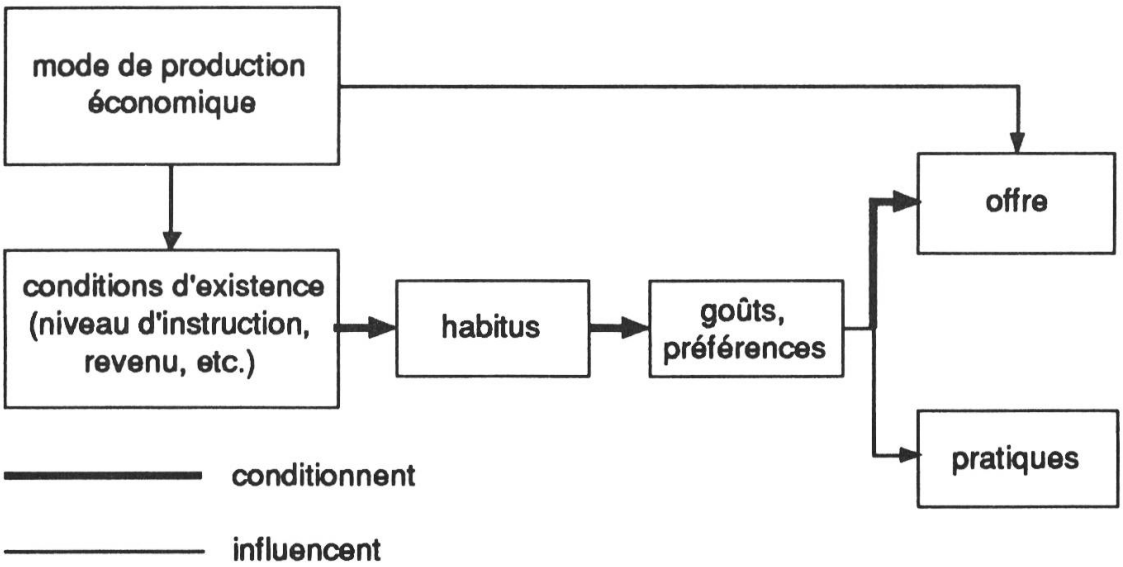
5. Le projet de recherche sur les indicateurs culturels de l'Office fédéral de la statistique

L'objectif du projet de recherche sur les indicateurs culturels a été, dans une première phase, de définir des données significatives des activités de création à la consommation culturelle; dans une deuxième phase, de «chasser l'indicateur culturel» c'est-à-dire de collecter ces données pertinentes et d'élaborer des indicateurs. Il s'agit de saisir le système de production et de diffusion des oeuvres et des réalisations culturelles et artistiques et la réception de ces oeuvres, c'est-à-dire d'obtenir des indicateurs relatifs aux structures et aux pratiques culturelles au moyen des dimensions de production et de diffusion des produits culturels et de leur usage.

Par oeuvres et réalisations culturelles (Encyclopaedia Universalis 1968) on entend les objets symboliques, produits par une société et qui apparaissent sous forme de langage écrit (littérature), de signes graphiques (peinture, sculpture, arts graphiques), signes sonores (musique) ou d'images (photographie, cinéma) – ou encore par une composition de ces moyens d'expression. Nous avons aussi décidé de considérer les médias (télévision, radio, presse) car ils sont des institutions importantes de la médiatisation de la culture.

Pour respecter la méthode de construction des indicateurs, il a fallu d'abord élaborer une problématique de la recherche à partir des caractéristiques des sociétés occidentales, soit entre autres, la concentration et la rationalisation de l'économie, visibles aussi dans le domaine culturel (par exemple la presse ou l'industrie cinématographique); l'expansion des industries culturelles; la multiplication des biens ainsi que la généralisation et la diversification de la consommation culturelle. Dans un deuxième temps les hypothèses de recherche ont été formulées. On peut voir, à partir d'un schéma (Figure 1) – dont quelques éléments ont été empruntés à Pierre Bourdieu (1979) – les repères et les pistes retenus pour présider au travail d'observation et d'analyse.

Figure 1

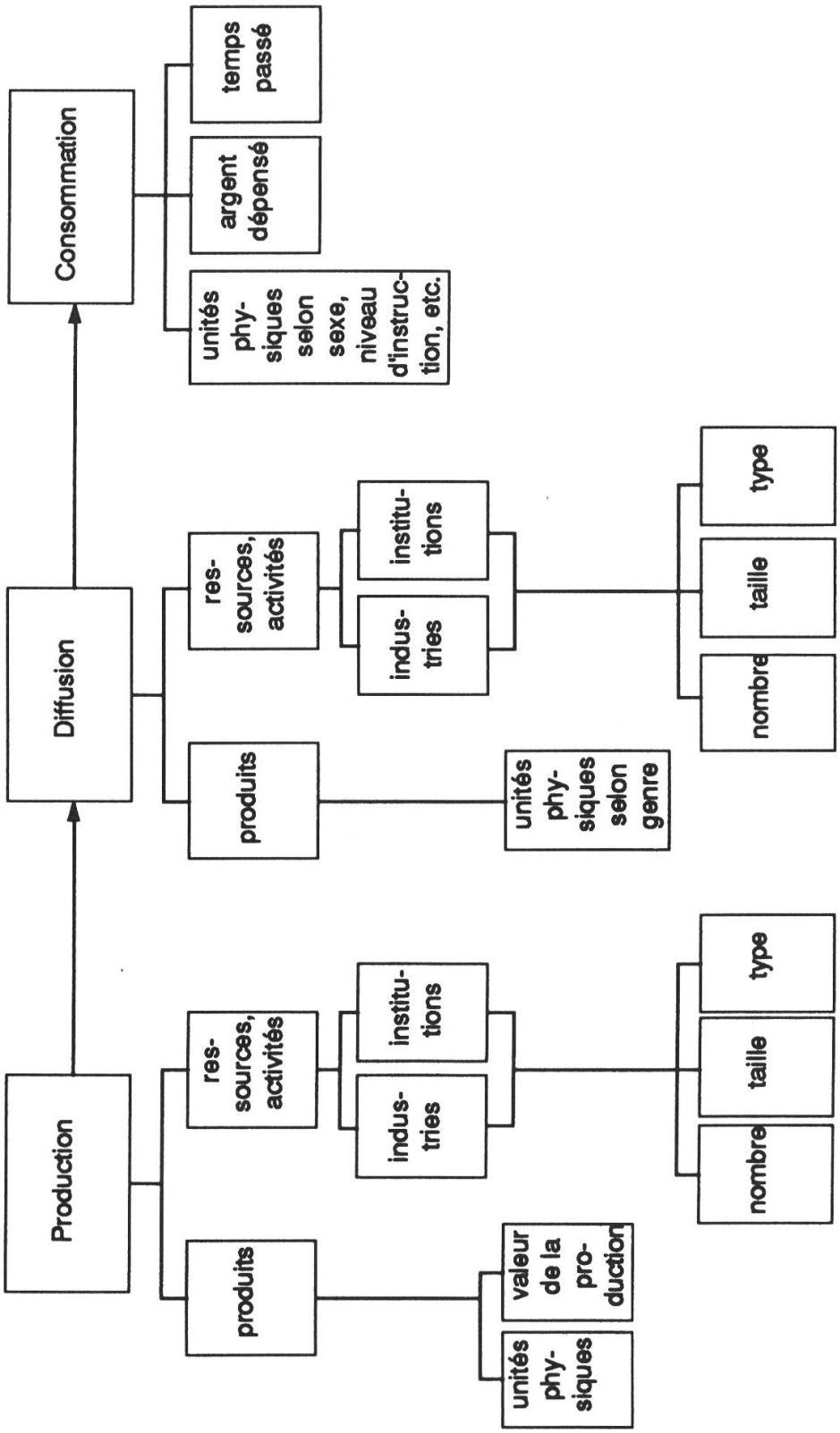


A ce point de la recherche, il s'agissait de trouver une approche méthodologique pour définir des indicateurs.

Considérant les trois approches possibles dans les recherches sur les indicateurs culturels, on a estimé que l'approche adéquate à notre objet de recherche est l'approche par le processus (*Process Approach)*. En effet, cette approche se penche sur le processus de la création à la consommation culturelle. Elle cherche des mesures des dimensions de création, de production, de diffusion et de consommation des biens et des services culturels. Elle met l'accent sur les *mesures du système de production et du système de diffusion* des oeuvres culturelles (artistes, organisations artistiques, industries culturelles,) et sur les *mesures de la réception et de la consommation* de ces oeuvres (audience, achats, etc.) plutôt que sur les valeurs ou les mesures de contenu des médias, des oeuvres ou des services culturels.

En tenant compte de l'approche méthodologique et des hypothèses de recherche, nous avons défini les données pertinentes qui servent de base à l'élaboration des indicateurs de création et de production, de distribution et de diffusion, de réception et de consommation – ne l'oublions pas, l'approche méthodologique choisie se réfère au processus de la création à la consommation culturelles. Nous présentons en *figure 2* le schéma illustrant ce processus; il permet de repérer les principaux éléments des systèmes de la production, de la diffusion et de la consommation, éléments se trouvant derrière le choix des

Figure 2
Schéma du processus de création à la consommation culturelle



données pertinentes. Ce schéma constitue un modèle qui doit être adapté aux besoins et aux contraintes de la recherche empirique. Par exemple, dans le domaine du cinéma nous avons éliminé le nombre de copies, cette information étant difficile à obtenir actuellement en Suisse.

L'application du processus de la production à la consommation culturelle au domaine du cinéma est présentée plus bas (Tableau 1). Des tableaux du même genre ont été construits pour les domaines traités dans le cadre de ce projet de recherche : littérature et livres, presse, radio et télévision, théâtre, musique, arts visuels, danse et vidéo.

5.1 Les données pertinentes de la production à la consommation culturelle

Premièrement, nous avons cherché des données qui renseignent sur les possibilités culturelles (quantité et diversité de l'offre), c'est-à-dire les données relatives aux ressources et aux activités de production et de diffusion (voir le tableau 1).

a) Les ressources

On entend par ressources, les investissements, l'infrastructure, les institutions culturelles, le personnel au service de la culture, les services et les biens culturels. Les données pertinentes de la production et de la distribution doivent donc cerner cet ensemble. Il s'agit de connaître les moyens matériels et humains dont dispose une collectivité.

b) Les activités

Les activités permettent la création culturelle, la diffusion et l'enrichissement de la culture et se mesurent par les produits. Diverses mesures de produits sont possibles mais, en général, elles mettent l'accent sur les produits créés et distribués et permettent de saisir la diversité des produits offerts.

Pour la création/production, la question est : combien de nouveautés dans chaque genre d'activité ont été offertes durant une période donnée ? Pour la diffusion, la question est : quel genre d'oeuvres, nouveautés ou non, ont été distribuées durant une période donnée ? Le but est de pouvoir observer l'évolution de l'offre culturelle pour repérer des cycles.

Deuxièmement, nous avons cherché les données pertinentes pour saisir la consommation culturelle (voir le Tableau 1).

Les biens culturels font l'objet d'une consommation car ils remplissent un certain nombre de fonctions sociales : éducation, distinction, esthétique, mais aussi divertissement et plaisir. Cette demande ne dépend pas uniquement des

Tableau 1
Les données pertinentes, domaine du cinéma

1 Création/Production

nombre de films produits par année
- par métrage, par langue et par genre de film

nombre de copies :
- en version originale, doublée et sous-titrée

budget de production d'un film

personnes employées dans l'activité cinématographique
- personnel de création, technique et administratif

nombre de maisons de production
- selon la taille et l'origine (nationales, étrangères)
- par lieu de situation

nombre de réalisateurs (par âge et par sexe)

2 Diffusion/Distribution

nombre de salles

nombre de places

nombre de distributeurs :
- selon l'origine (nationale, étrangère)

projections de films (titres) par année :
- selon le genre de film
- l'origine (national, étranger, coproduction)
- selon le lieu de projection (salles de cinéma, ciné-clubs, écoles, etc....
- nombre de nouveaux films et de reprises

recettes de distribution et d'exploitation

nombre de films importés :
- par pays d'origine et par genre de film

nombre de films exportés :
- selon le pays de destination

3 Réception/Consommation

nombre de spectateurs
- genre de film
- origine des films

dépenses pour le cinéma
- par habitant et par année

biens offerts mais aussi du rapport de chacun à la culture et se reflète dans les préférences de l'individu. La question qui se pose ici est de savoir comment évoluent les pratiques culturelles et l'importance que prennent les différentes activités dans le loisir. Les données pertinentes portent donc sur le temps consacré à la jouissance des biens et des services culturels, sur la fréquence et sur l'argent alloué aux différentes pratiques.

Ces données pertinentes sont l'outil de base pour l'élaboration des indicateurs, informations obtenues à partir de calculs statistiques plus ou moins complexes selon ce que l'on veut savoir. Comment passer de la donnée pertinente à l'indicateur ? On sait que l'indicateur est une mesure qui se présente par rapport à un étalon afin qu'elle puisse être comparable dans le temps, entre pays ou entre régions. Le but est ici – pour un projet en développement – de déterminer un ensemble d'indicateurs grossiers, photographie des domaines choisis; et dans l'avenir de définir aussi des indicateurs plus fins, utilisés pour des analyses qui nécessitent un travail sur les données désagrégées. A noter que les données pertinentes devraient être reconnues par les utilisateurs, par les décideurs politiques et par les experts. C'est pourquoi nous avons prévu une collaboration avec les institutions et les associations culturelles.

Si nous prenons à témoin le domaine du cinéma (voir le tableau de la figure 3), les données pertinentes de la production et de la distribution sont :

- les ressources matérielles et humaines : les salles et les places de cinéma, le budget de production d'un film, les personnes employées dans l'industrie cinématographique, les maisons de production, les réalisateurs;
- les activités et produits : films projetés, films produits, films importés.

Toujours à l'aide du même exemple, nous avons pour la consommation : le temps passé et l'argent alloué aux activités culturelles.

5.2 *Les indicateurs de la production à la consommation culturelle*

Nous rappelons qu'un indicateur est un rapport entre une grandeur et un étalon. Vous trouverez ici les *indicateurs grossiers* définis pour le cinéma.

Indicateurs de la production

1) Nombre de places pour 1000 habitants. Il renseigne sur la capacité d'accueil.
2) Recettes moyennes de distribution selon le genre de film. Cet indicateur est utile pour les décideurs politiques lors de la distribution des subventions.
3) Budget moyen de production d'un film. Il renseigne sur l'importance de l'industrie cinématographique.

4) Part des personnes employées dans l'industrie cinématographique par rapport à la population active. Il renseigne aussi sur l'importance de l'industrie cinématographique.
5) Pourcentage des jeunes réalisateurs et acteurs par rapport à l'ensemble des réalisateurs et des acteurs. C'est un indicateur de la relève.

Indicateurs de la distribution

1) Part des films étrangers projetés dans les salles. Il renseigne sur le poids de chaque pays dans la distribution de films.
2) Part des films nationaux dans les recettes en pourcentage. Montre l'intérêt accordé au cinéma national. Bien évidemment, cet indicateur doit être comparé à l'offre de films nationaux.

Les indicateurs de la production et de la distribution permettent d'établir le degré de relation entre les possibilités culturelles et différentes variables : région géographique, canton, régime économique, etc. Afin de mieux dégager cette relation, production et distribution culturelles sont mises en relation avec les régions linguistiques et géo-économiqes; le nombre d'entreprises culturelles combiné à leur production, leur personnel ainsi que le nombre et le type d'organismes de diffusion sont, par exemple, des indicateurs qui renseignent sur l'état de l'industrie culturelle.

Indicateurs de la consommation culturelle

1) Dépenses annuelles par habitant pour les sorties au cinéma;
2) Dépenses annuelles par ménage en équipement (caméra, pellicules, etc);
3) Equipement par ménage, par exemple le pourcentage des ménages possédant une caméra.

Ce sont des indicateurs de l'utilisation que la population d'un pays fait des biens et services en matière de cinéma.

4) Nombre annuel d'entrées par habitant. Cet indicateur, complété par le genre de film, renseigne sur les préférences des spectateurs.

Par ce cas pratique, nous avons voulu illustrer la méthode de construction des indicateurs.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Bourdieu Pierre (1979), *La Distinction*, Ed. de Minuit, Paris.

Bouwman Harry (1982), A Replication of Gerbner's Research on Cultural Indicators: The Dutch Situation. Document présenté au Symposium sur les indicateurs culturels, Vienne, in *Cultural Indicators: an International Symposium*, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaft, Vienne, 1984, 113–128 et 407–422.

Chamboredon Jean-Claude (1986), Production symbolique et formes sociales. De la sociologie de l'art et de la littérature à la sociologie de la culture, *Revue française de sociologie*, XXVII, 505–529.

Clark Priscilla (1979), Literary Culture in France and the United States, *American Journal of Sociology*, vol. 84/5, 1057–1075.

Commission Nationale Finlandaise pour l'UNESCO (1990), *Finland's Cultural Statistics – Meeting of Experts, Helsinki 1988*, rapport de séminaire édité par Heikkinen Merja et Irjala Auli, Helsinki.

Duncan Otis (1984), *Notes on Social Measurement – Historicals and Criticals*, Russel Sage Foundation, New York.

Encyclopaedia Universalis (1968), *Culture (sociologie de la culture)*, vol. 5, 225–228, Paris.

Ferland Yvon (1976), *Cultural Indicators*, Document de travail de la réunion d'experts sur les indicateurs culturels, Moscou, UNESCO 976/CC/CD/Doc/M.

Gerbner George, Brouner Martin, Clark Cedric and Krippendorf Klaus (1969), *Dimensions of Violence in Television Drama*, The Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, U. S. A.

Gerbner George (1970), Cultural Indicators: The Case of Violence in Television Drama, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 387, 69–81, Philadelphia, U. S. A.

Horn Robert V. (1979), *Des statistiques aux indicateurs culturels*. Document présenté à la réunion d'experts de l'Unesco sur les indicateurs culturels, Vienne, 1979, Unesco ST-79/CONF. 602, Paris.

Inglehart Ronald (1984), Measuring Cultural Change in Japan, Western Europe, and the United States, in *Cultural Indicators: an International Symposium*, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Vienne, 473–498.

Inglehart Ronald (1971), The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies, *American Science Political Review* 65, 991–1017.

OCDE (1990), *Problèmes actuels liés aux indicateurs de science, de technologie et de l'industrie*. Document de discussion de la Conférence du 2–5 juillet, Paris.

Ogburn W. F. (1923), *Social Change with Respect to Culture and Original Nature*, B. W. Huebsch, New York.

Peterson Richard A. (1981), Measuring Culture, Leisure, and Time Use, *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences* 453, 169–179.

Peterson Richard A., Hughes Michael (1984), Isolating Patterns of Cultural Choice to Facilitate the Formation of Cultural Indicators, in *Cultural Indicators: an International Symposium*, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Vienne, 443–452.

Reijnders Nol et Bouwman Harry (1984), Cultural Indicators: Some States of the Art, in *Cultural Indicators: an International Symposium*, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Vienne, 33–47.

Rosengren (1968), *Sociological Aspects of the Literary System*, Berlingska Boktryckeriet, Lund, Suède.

Rosengren , Karl Erik et al. (1981), Cultural Indicators: Sweden. 1945–1975, *Sage Mass Communication Review Yearbook* II, 717–737, Beverly Hills.

Sorokin Pitirim (1937–1941), *Social and Cultural Dynamics*, 1–4, Allen & Unwin Editors, London.

UNESCO (1979), *Preliminary Study on the Scope and Coverage of a Framework for Cultural Statistics*, Genève : UNESCO CES/AC. 4/8.

UNESCO (1985), *Cultural indicators project*, publication de la Division des statistiques de la culture et de la communication, CRS-C-55, Paris.

Weber Robert Philip (1984), Content-Analytical Cultural Indicators, in *Cultural Indicators: an International Symposium*, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Vienne, 301–313.

Adresse de l'auteur :
Carla Amez-Droz
Office fédéral de la statistique
Schwarztorstrasse 96, CH–3003 Bern

Blätter des Forschungskomitees »Soziographie« der
Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie

»Soziographie«

Nr. 5, Dezember 1992

* * *

WOLFGANG ZIERHOFER
(Geographisches Institut der ETH, Zürich)
Die Realismus-Utopie – Überlegungen zugunsten einer Kulturgeschichte des Visuellen

DANIELA GLOOR
(cultur prospectiv, Zürich)
Kulturvorstellungen photographisch erfaßt

JUDITH BUCHER und BARBARA SCHMUCKI
(Geschichte, Zürich)
Die Fotografie als Quelle für die Geschichtswissenschaft
Die Frauenbefreiungsbewegung (FBB) Zürich in Aktion

MARGRIT TRÖHLER
(Filmwissenschafterin, Paris)
Authenticité – Fiction – Image: sur trois effets du film publicitaire

URSULA FIECHTER, PRISKA GISLER und CHRISTINA SCHUMACHER
(Soziologie, Zürich)
„Jedes Möbelstück sollte wenn irgend möglich einmal ganz im Bild sein" Videofilme von Wohnzimmereinrichtungen und deren Auswertung

KLAUS AURELIUS NEBEL
(Ethnologe, Berlin)
Die Fotografie des Fremden – Zur Beziehung zwischen Foto, Fotograf und Fotografierten bei der Vermittlung von Fremden-Bildern

DORA HORVATH
(Geschichte, Zürich):
Die Pluralisierung von Modestilen Ende der 60er Jahre am Beispiel von Fotografien in „Brigitte"

Ab Dezember 1992 zum Preis von 19 Franken zu beziehen über den Seismo Verlag,
Postfach 313, 8028 Zürich