

# SURVOL

BULLETIN DE LA RECHERCHE ET DE LA STATISTIQUE

## Enquête sur les pratiques culturelles au Québec 2014 – Faits saillants de l'Enquête

### EN BREF :

- La plupart des taux de participation aux pratiques culturelles mesurées par l'Enquête en 2014 sont demeurés stables ou sont en hausse depuis la dernière édition (2009).
- Les taux de pratique de la lecture de 2014 confirment une remontée du nombre de lecteurs observée par l'Enquête de 2009, après un creux des taux au tournant des années 2000. Les taux ne sont toutefois pas aussi élevés que ceux atteints pour la période d'avant 1989, et la moyenne de livres lus annuellement poursuit sa descente.
- Internet est utilisé à des fins personnelles par 86 % de la population, et le temps moyen d'utilisation quotidienne se situe à 2 h 15, soit une augmentation d'environ 55 minutes par rapport à 2009.
- La moyenne d'heures de consommation par semaine de contenu télévisuel est de 17 h 15 et de 11 h 05 pour le contenu radiophonique (incluant, dans les deux cas, le temps de consommation en utilisant Internet, respectivement de 2 h 55 et de 1 h 15).
- Le taux de fréquentation des cinémas (71 %) augmente légèrement comparativement à celui de 2009 (67 %), mais demeure moins élevé que le taux record de 2004 (77 %).
- Le taux de fréquentation des bibliothèques (56 %) poursuit une constante ascension amorcée depuis la fin des années 1990. Ceux des librairies (68 %) et des musées (44 %) demeurent similaires aux taux des trois dernières éditions de l'Enquête. On note également, pour 2014, une légèrement augmentation des taux de fréquentation des salons du livre (18 %) et des salons des métiers d'art (27 %).
- Comparativement à 2004, certains types de spectacles des arts de la scène ont connu des augmentations de leur taux d'assistance, soit les spectacles d'humour (30 %), de cirque (13 %), et les spectacles de musique rock et populaire (34 %), et de jazz et blues (19 %). Le taux pour ce dernier type de spectacles dépasse pour la première fois celui des spectacles de musique classique, d'opéra et d'opérette (16 %).



### INTRODUCTION ET MÉTHODOLOGIE...2

Lecture...4
Télévision...15
Radio...18
Cinéma...20
Musique...24
Internet...27
Lieux culturels...29
Arts de la scène...36
Pratique en amateur...43
Pratiques engagées...47
Dons et dépenses...48
Langues, médias et produits culturels...49

### CONCLUSION...54

### LISTE DES GRAPHIQUES...55

### LISTE DES TABLEAUX...56

# Enquête sur les pratiques culturelles au Québec

## Faits saillants 2014

Coordination de l'Enquête et réalisation du questionnaire 2014 :

**Alexandra Roy**

Rédaction et traitement statistique :

**Steve Simard**

Collaboration :

**Marie-Hélène Anctil**

Révision linguistique :

**Michèle Jean**

Direction :

**Sophie Magnan**

Nous remercions Rosaire Garon, Marie-Claude Lapointe, Gilles Pronovost, Danielle Lavoie, Jean-Claude Cadot, Benoît Allaire, Catherine Boucher, Geneviève Béliveau-Paquin, Hélène Roussel, Monik Duhaime, Mathieu Beaudry, Elke Laur, Élyse Fréchette, Alexis Plasse-Ferland et Hugo Bourassa pour leur aide à la réalisation de cette 8<sup>e</sup> édition de l'Enquête ou à la production de ce bulletin.

## Ministère de la Culture et des Communications

Direction du livre, de l'audiovisuel et de la recherche

[www.mcc.gouv.qc.ca](http://www.mcc.gouv.qc.ca)

225, Grande Allée Est  
Québec (Québec) G1R 5G5  
Téléphone : 418 380-2362  
Télécopieur : 418 380-2345

Dépôt légal 2016  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives Canada

ISBN : 978-2-550-72786-6 (version PDF)  
ISSN : 1920-1680 (version PDF)

© Gouvernement du Québec, 2016

## Introduction

Réalisée tous les cinq ans depuis 1979 par le ministère de la Culture et des Communications, l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec cherche à mieux connaître les pratiques culturelles de la population québécoise et à suivre leurs transformations. Ce bulletin des faits saillants de l'édition 2014 présente les résultats de la plupart des questions, accompagnés de brèves analyses descriptives ou de mises en contexte, et de certaines statistiques détaillées selon des variables sociodémographiques.

## Méthodologie

La population québécoise à l'étude est celle âgée de 15 ans et plus (18 ans et plus en 1979), à l'exception des personnes vivant dans des ménages collectifs (pensionnats, couvents, hôpitaux, prisons, etc.), soit un effectif de 6,6 millions de Québécois. La collecte des données a été effectuée par la firme Léger, entre le 14 avril et le 6 juillet 2014, auprès de 6 765 répondants. Des quotas de personnes sondées ont été fixés en fonction des régions administratives, de la langue et de l'ethnicité (pour le Nord-du-Québec). Les répondants ont été choisis de manière aléatoire à l'intérieur du ménage à l'aide d'une grille de sélection. Les données ont été pondérées en fonction du sexe, de la région, de l'âge et de la langue parlée à la maison. Le taux de réponse a été de 32,7 %. La marge d'erreur avec effet de plan est de +/- 1,30 %, 19 fois sur 20. La durée moyenne des entrevues était de 28 minutes.

## Notes sur l'utilisation des statistiques

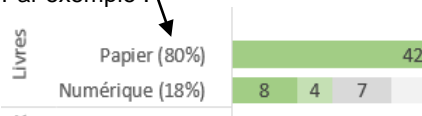
À des fins de concision du texte, le terme « population » ou « population québécoise » renvoie toujours à la population à l'étude et les libellés de certaines réponses ont été raccourcis. On trouvera les libellés complets des modalités de réponses à l'intérieur du questionnaire.

L'addition des pourcentages de réponses pour une même question peut ne pas totaliser 100 % en raison de l'arrondissement des données.

Certaines questions permettaient aux répondants de donner plus d'une réponse, identifiées dans le titre du graphique correspondant. L'addition de tous les pourcentages de mentions est ainsi toujours supérieure à 100 %.

Dans les graphiques illustrant les fréquences des pratiques culturelles (une fois par semaine, une fois par mois, etc.), les données entre parenthèses indiquent le taux de la population exerçant la pratique.

Par exemple :



## Notes méthodologiques

La culture étant un domaine en constante mouvance, les questionnaires d'enquêtes ont fait l'objet de changements au fil des années qui ont rendu difficile le suivi de l'évolution de certaines pratiques dans le temps. Les taux de pratiques de 2014 sont ainsi comparés avec ceux de 2009 ou des années antérieures seulement lorsque la compatibilité le permet. Les modalités de pratiques ne sont toutefois pas comparables.

Les pratiques culturelles étant pour la plupart associées à des comportements socialement valorisés, les enquêtes qui se basent sur la déclaration subjective des personnes sondées, comme la présente enquête, tendent parfois à surévaluer les taux de certaines pratiques, ou à en sous-évaluer d'autres.

Les statistiques présentées selon la langue parlée le plus souvent à la maison (français, anglais ou autres) doivent être interprétées avec prudence. Comme la population anglophone et allophone se retrouve en majorité dans la communauté métropolitaine de Montréal, l'urbanité et l'offre culturelle plus abondante de la métropole sont également des facteurs à considérer. La population allophone est également un peu plus jeune et plus souvent étudiante que celle de l'ensemble du Québec.

† Les données dans les textes marquées du symbole de l'obèle (†) indiquent qu'elles ne figurent pas dans les tableaux et graphiques adjacents.

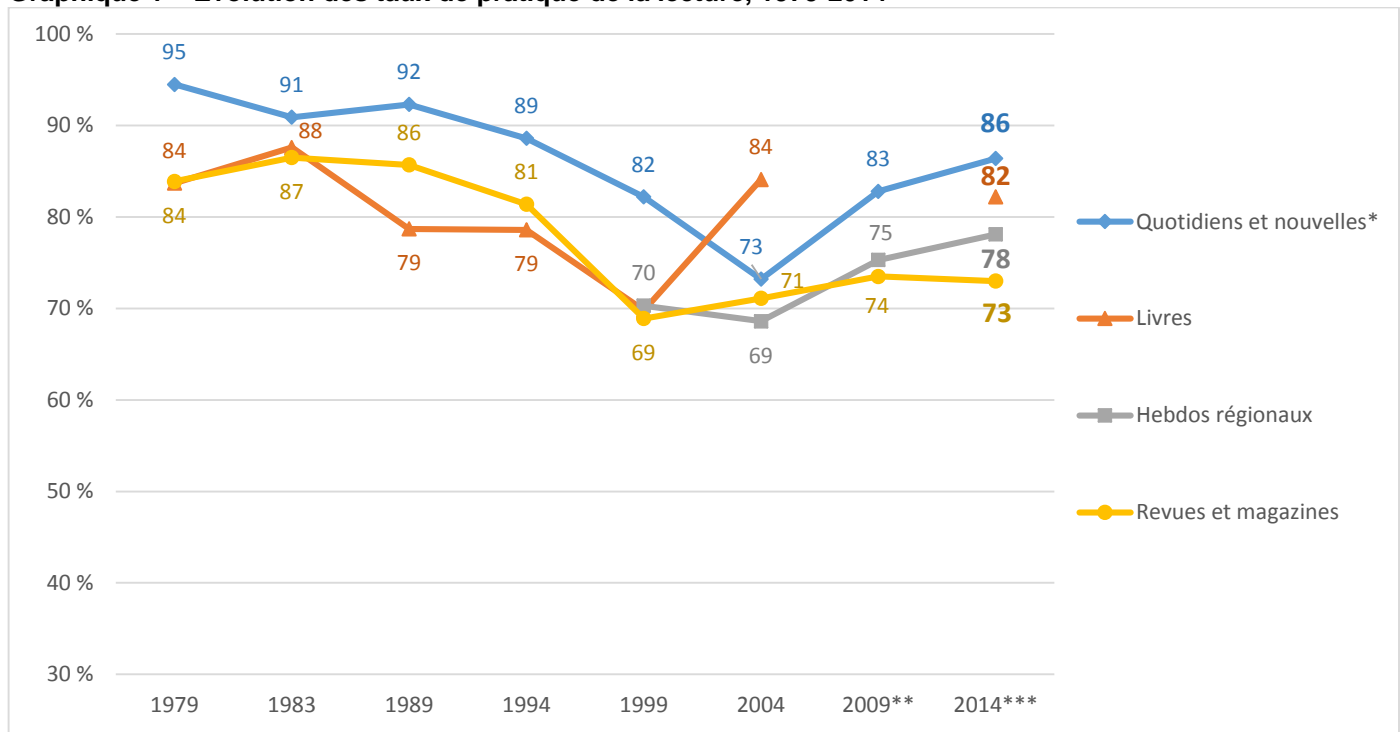
# 1. Lecture

Les taux de pratique de la lecture<sup>1</sup> selon les différents supports (livres, quotidiens, revues et magazines, hebdomadaires régionaux) sont restés stables ou ont légèrement augmenté depuis la dernière édition, en 2009. Soulignons toutefois que, contrairement aux autres années d'enquêtes, les questions sur les habitudes de lecture en 2014 ont voulu exclure la lecture effectuée pour les obligations professionnelles et scolaires, en vue de faciliter d'éventuelles comparaisons avec d'autres enquêtes. À la suite d'un creux notable des taux de pratique de la lecture au tournant des années 2000, les données 2014 confirment leur remontée dans les résultats de l'Enquête.

Entre 2004 et 2014, les taux de lecture de quotidiens et de nouvelles passent de 73 % à 86 %. L'augmentation pourrait être fortement liée à la lecture de nouvelles en ligne; la donnée de 2009 inclut la lecture de quotidiens sur Internet et celle de 2014 inclut la lecture de sites de nouvelles. Mentionnons, en parallèle, que le tirage des journaux quotidiens au Québec a été en baisse constante entre 1965 et 2000<sup>2</sup>, et s'est stabilisé depuis.

Comparativement à 2004, la lecture de livres demeure stable (82 % contre 84 %), comme la lecture de magazines (73 % contre 71 %), alors que la lecture d'hebdomadaires régionaux ou communautaires augmente (78 % contre 69 %).

**Graphique 1 – Évolution des taux de pratique de la lecture, 1979-2014**



\* Inclut les taux de lecture de quotidiens sur Internet en 2009 et de sites de nouvelles en 2014.

\*\* Pour des raisons de compatibilité méthodologique, la donnée 2009 sur la lecture de livres n'apparaît pas dans le graphique. Les données 2009 pourraient être légèrement surévaluées ou sous-évaluées en raison de la présence d'une question filtre et d'une question de relance dans le questionnaire.

\*\*\* Toutes les données pour l'année 2014 incluent la lecture sur les supports numériques.

<sup>1</sup> Population lisant au moins « rarement » ou « quelques fois par année » les supports.

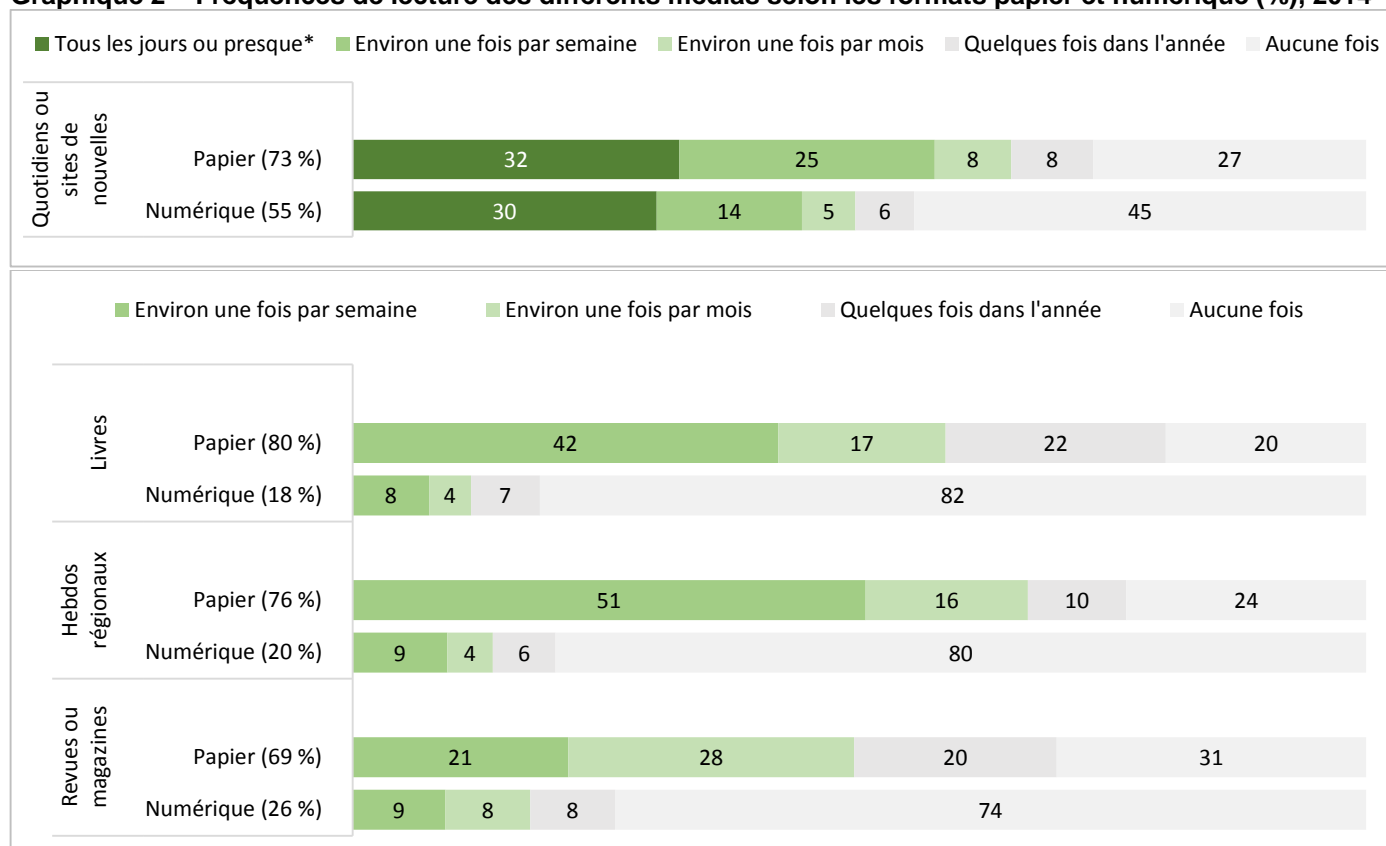
<sup>2</sup> CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS, *La presse quotidienne*, octobre 2015, graphique 2, p. 10.  
<http://www.cem.ulaval.ca/pdf/pressequotidienne.pdf>

## Les fréquences de lecture en 2014

Des quatre supports de lecture en format papier étudiés par l'Enquête, le livre est celui qui obtient la plus forte proportion de lecteurs, avec 80 %. Les hebdomadaires régionaux (incluant les journaux de quartier et les journaux communautaires) sont ceux ayant obtenu la plus grande fréquence de mention « au moins une fois par mois », avec environ les deux tiers de la population. Les quotidiens imprimés sont, quant à eux, lus « au moins une fois par semaine » par plus de la moitié de la population (57 %).

Si la lecture en format numérique est en général plus marginale que celle en format papier, les quotidiens en ligne et sites de nouvelles font exception avec une fréquence de lecture d'« au moins une fois par mois » de 44 % parmi la population. Environ le quart de la population (26 %) lit également des revues ou magazines en format numérique « au moins quelques fois dans l'année ».

**Graphique 2 – Fréquences de lecture des différents médias selon les formats papier et numérique (%), 2014**



\* Seule la question sur la lecture de quotidiens ou sites de nouvelles avait parmi les choix de réponse possibles : « tous les jours ou presque ».

## Quotidiens et sites de nouvelles

La lecture régulière, c'est-à-dire « au moins une fois par semaine », de quotidiens en format papier est pratiquée en plus grande proportion chez les hommes que chez les femmes (+ 5 points de %). Il s'agit d'ailleurs de la seule des pratiques de lecture étudiées qui est plus élevée chez les hommes. Les taux de lecture sur support papier augmentent après 44 ans de façon importante, et ce, pour chaque groupe d'âge, pour atteindre 77 % chez les 75 ans et plus. Outre ces deux variables, on observe peu de différences entre les groupes sociodémographiques étudiés.

En format numérique, la lecture régulière, soit « au moins une fois par semaine », de quotidiens en ligne ou de sites de nouvelles a un taux encore plus élevé chez les hommes (+ 9 points de % par rapport aux femmes). On remarque une croissance du taux de la pratique à mesure qu'augmentent le niveau de scolarité, le revenu du ménage et la taille de la municipalité. Les taux sont également moins élevés chez les francophones, comparativement aux deux autres groupes linguistiques. Ce dernier constat est également observable pour la lecture effectuée régulièrement en format numérique de revues et de magazines, et de livres.

**Tableau I – Taux de lecture régulière (au moins une fois par semaine) de journaux quotidiens selon les formats papier ou numérique (incluant sites de nouvelles), 2014**

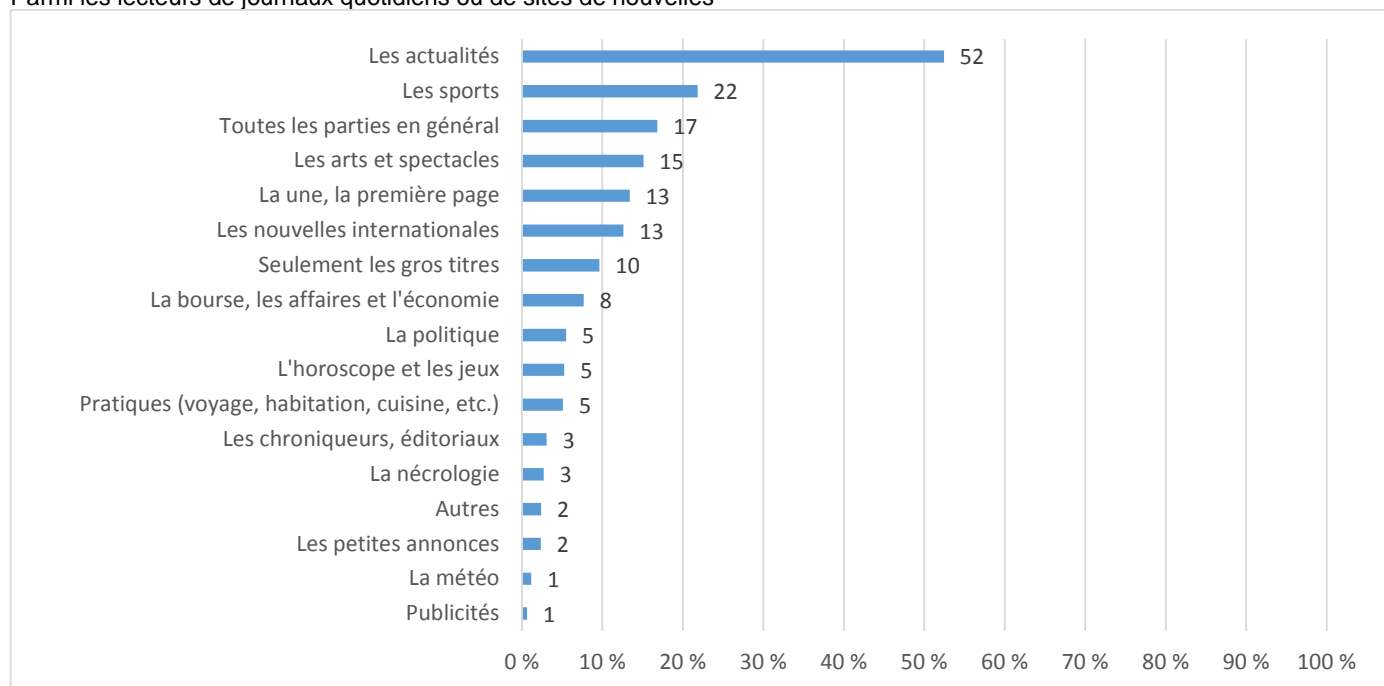
	Papier	Numérique
	%	
<b>Sexe</b>		
Homme	60	49
Femme	55	40
<b>Groupe d'âge</b>		
15 à 24 ans	52	46
25 à 34 ans	52	56
35 à 44 ans	48	55
45 à 54 ans	56	45
55 à 64 ans	64	40
65 à 74 ans	69	32
75 ans et plus	77	19
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>		
Français	57	42
Anglais	52	51
Autre	61	53
<b>Niveau de scolarité</b>		
Primaire	55	16
Secondaire	57	27
Collégial	57	46
Universitaire	58	62
<b>Revenu du ménage*</b>		
Moins de 20 000 \$	54	30
De 20 000 \$ à 39 999 \$	60	34
De 40 000 \$ à 59 999 \$	62	41
De 60 000 \$ à 79 999 \$	57	49
De 80 000 \$ à 99 999 \$	55	51
100 000 \$ et plus	56	63
<b>Taille de la municipalité</b>		
Moins de 2 000 hab.	62	36
De 2 000 à 9 999 hab.	58	36
De 10 000 à 24 999 hab.	53	43
De 25 000 à 99 999 hab.	58	44
100 000 hab. et plus	58	49
<b>Ensemble du Québec</b>		
Total	57	44

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

Quelles sections de leurs journaux quotidiens les Québécois lisent-ils le plus souvent? La section des actualités est la plus souvent mentionnée (52 %), soit presque le même pourcentage qu'en 2009 (51 %). Le classement des différentes sections reste similaire à celui de 2009, sauf pour « les nouvelles internationales » qui déclassent « la bourse, les affaires et l'économie », et pour la section « la politique » qui gagne également quelques points. Ces changements ne sont pas étrangers aux contextes dans lesquels les dernières enquêtes ont été menées : en 2009, l'Enquête avait été précédée par une crise économique mondiale, et celle de 2014 s'est déroulée peu de temps après une élection provinciale.

### Graphique 3 – Sections les plus souvent lues du journal quotidien, trois mentions possibles (%), 2014

Parmi les lecteurs de journaux quotidiens ou de sites de nouvelles



**\$ / \$** : La grande majorité des lecteurs de quotidiens en ligne ou de sites de nouvelles consultent des sites « surtout gratuits », soit 90 % d'entre eux. Seuls 3 % des lecteurs consultent des sites « surtout payants » et 7 % les deux de manière équivalente. Ces taux sont restés les mêmes que ceux de l'Enquête de 2009.

**RMRM** : Au Québec, seule la région métropolitaine de recensement de Montréal (RMRM) bénéficie de quotidiens gratuits en format papier. Parmi les lecteurs de quotidiens de cette région, 45 % lisent surtout les versions gratuites, 39 % surtout les versions payantes et 16 % les deux versions de manière équivalente. Comparativement aux données de 2009, il s'agit d'une augmentation de 18 points de % pour les versions gratuites et d'une perte de 10 points pour les versions payantes.

## Hebdomadaires régionaux et journaux de quartier

La lecture régulière, soit « au moins une fois par mois », d'hebdomadaires régionaux, de journaux de quartier ou communautaires en format papier est plus répandue chez les femmes (+ 5 points de % par rapport aux hommes). Les taux augmentent également avec l'âge. C'est dans les plus petites municipalités (moins de 2 000 habitants) que l'on retrouve la plus forte proportion de lecteurs réguliers (81 %) et dans les plus grandes villes (100 000 habitants et plus) que l'on observe la plus faible (58 %).

La lecture régulière de ce type de média, soit « au moins une fois par mois », en format numérique est plutôt marginale parmi l'ensemble de la population (14 %) et les écarts entre les différents groupes sociodémographiques sont également mineurs.

**Tableau II – Taux de lecture régulière (au moins une fois par mois) d'hebdomadaires régionaux, journaux de quartier ou communautaires selon les formats papier ou numérique, 2014**

	Papier	Numérique
	%	
<b>Sexe</b>		
Homme	64	14
Femme	69	13
<b>Groupe d'âge</b>		
15 à 24 ans	43	16
25 à 34 ans	61	16
35 à 44 ans	69	15
45 à 54 ans	70	14
55 à 64 ans	75	13
65 à 74 ans	79	11
75 ans et plus	76	8
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>		
Français	68	13
Anglais	66	13
Autre	61	19
<b>Niveau de scolarité</b>		
Primaire	61	9
Secondaire	66	14
Collégial	66	14
Universitaire	68	14
<b>Revenu du ménage*</b>		
Moins de 20 000 \$	56	15
De 20 000 \$ à 39 999 \$	69	14
De 40 000 \$ à 59 999 \$	72	14
De 60 000 \$ à 79 999 \$	70	15
De 80 000 \$ à 99 999 \$	68	14
100 000 \$ et plus	69	14
<b>Taille de la municipalité</b>		
Moins de 2 000 hab.	81	14
De 2 000 à 9 999 hab.	75	15
De 10 000 à 24 999 hab.	70	13
De 25 000 à 99 999 hab.	73	15
100 000 hab. et plus	58	13
<b>Ensemble du Québec</b>		
Total	67	14

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

## Revue et magazines

Les taux de lecture régulière, soit « au moins une fois par mois », de revues ou de magazines en format papier sont plus élevés chez les femmes (+ 13 points de % que pour les hommes) et croissent à mesure qu'augmentent le niveau de scolarité et le revenu du ménage.

En format numérique, on observe pour la lecture régulière, soit « au moins une fois par mois », de revues ou de magazines, des distributions statistiques similaires à celles des quotidiens en version numérique et des sites de nouvelles : les hommes les lisent régulièrement en plus grande proportion que les femmes (+ 5 points de %), les taux de lecture augmentent avec le niveau de scolarité et le revenu du ménage, mais diminuent avec l'âge.

**Tableau III – Taux de lecture régulière (au moins une fois par mois) de revues ou de magazines selon les formats papier ou numérique, 2014**

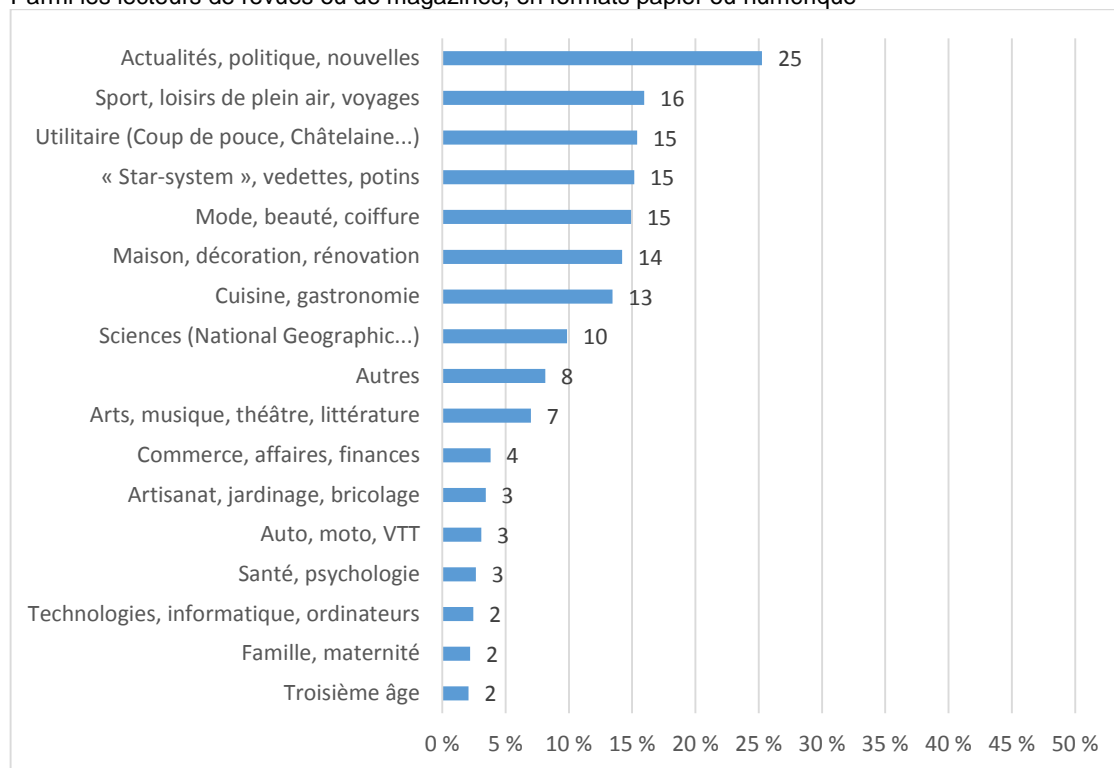
	Papier	Numérique
	%	
<b>Sexe</b>		
Homme	43	20
Femme	56	15
<b>Groupe d'âge</b>		
15 à 24 ans	46	23
25 à 34 ans	43	21
35 à 44 ans	51	21
45 à 54 ans	50	18
55 à 64 ans	52	15
65 à 74 ans	54	9
75 ans et plus	51	5
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>		
Français	51	16
Anglais	48	25
Autre	43	21
<b>Niveau de scolarité</b>		
Primaire	33	5
Secondaire	45	13
Collégial	51	18
Universitaire	55	23
<b>Revenu du ménage*</b>		
Moins de 20 000 \$	37	13
De 20 000 \$ à 39 999 \$	47	13
De 40 000 \$ à 59 999 \$	51	16
De 60 000 \$ à 79 999 \$	51	17
De 80 000 \$ à 99 999 \$	53	22
100 000 \$ et plus	57	27
<b>Taille de la municipalité</b>		
Moins de 2 000 hab.	52	16
De 2 000 à 9 999 hab.	49	12
De 10 000 à 24 999 hab.	47	18
De 25 000 à 99 999 hab.	50	16
100 000 hab. et plus	50	20
<b>Ensemble du Québec</b>		
Total	49	18

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

Parmi les genres de revues ou de magazines les plus souvent lus, seul le genre « actualités, politique, nouvelles » se démarque avec 25 % de mentions.

#### Graphique 4 – Genres de revues ou de magazines les plus souvent lus, trois mentions possibles (%), 2014

Parmi les lecteurs de revues ou de magazines, en formats papier ou numérique



## Livres

Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à lire régulièrement, soit « au moins une fois par mois », des livres en format papier (+ 18 points de %). En dehors de cette variable, on observe seulement une augmentation des taux avec le niveau de scolarité. Les lecteurs réguliers anglophones se démarquent également des francophones, avec un taux supérieur de 12 points de %.

L'écart observé parmi les lecteurs des deux langues officielles est encore plus grand en ce qui concerne la lecture régulière de livres en version numérique, soit 14 points de % de plus chez les anglophones.

**16,4** : Nombre moyen de livres lus parmi les lecteurs de livres au Québec, au cours des douze derniers mois (en excluant les livres lus pour le travail ou les études).

**3,7** : Nombre moyen de livres d'auteurs québécois lus parmi les lecteurs de livres au Québec, au cours des douze derniers mois.

**Tableau IV – Taux de lecture régulière (au moins une fois par mois) de livres selon les formats papier ou numérique, 2014**

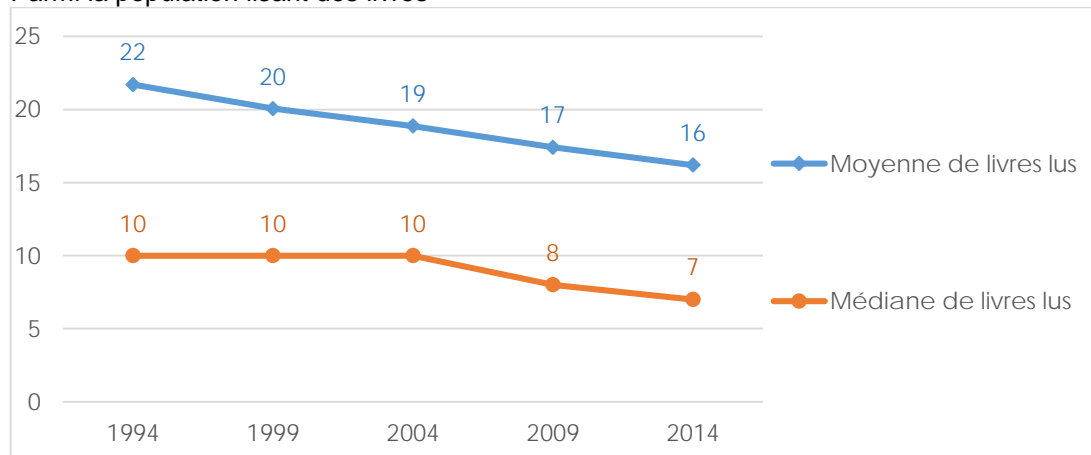
	Papier	Numérique
	%	
<b>Sexe</b>		
Homme	49	11
Femme	67	12
<b>Groupe d'âge</b>		
15 à 24 ans	67	13
25 à 34 ans	55	13
35 à 44 ans	58	15
45 à 54 ans	50	12
55 à 64 ans	59	11
65 à 74 ans	64	8
75 ans et plus	63	4
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>		
Français	57	9
Anglais	69	23
Autre	61	19
<b>Niveau de scolarité</b>		
Primaire	40	3
Secondaire	51	7
Collégial	58	12
Universitaire	67	16
<b>Revenu du ménage*</b>		
Moins de 20 000 \$	55	12
De 20 000 \$ à 39 999 \$	56	7
De 40 000 \$ à 59 999 \$	55	9
De 60 000 \$ à 79 999 \$	64	13
De 80 000 \$ à 99 999 \$	53	11
100 000 \$ et plus	60	17
<b>Taille de la municipalité</b>		
Moins de 2 000 hab.	57	7
De 2 000 à 9 999 hab.	54	9
De 10 000 à 24 999 hab.	60	12
De 25 000 à 99 999 hab.	57	10
100 000 hab. et plus	61	14
<b>Ensemble du Québec</b>		
Total	59	12

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

Si le taux de pratique de la lecture de livre demeure stable entre 2004 et 2014 (voir graphique 1, p. 1), on observe en contrepartie une baisse du nombre de livres lus parmi les lecteurs de livres pour la même période, passant de 19 à 16. Un constat similaire est observable avec la médiane du nombre de livres lus, qui passe de 10 à 7.

### Graphique 5 – Évolution des nombres moyens et médians de livres lus, 1994-2014\*

Parmi la population lisant des livres

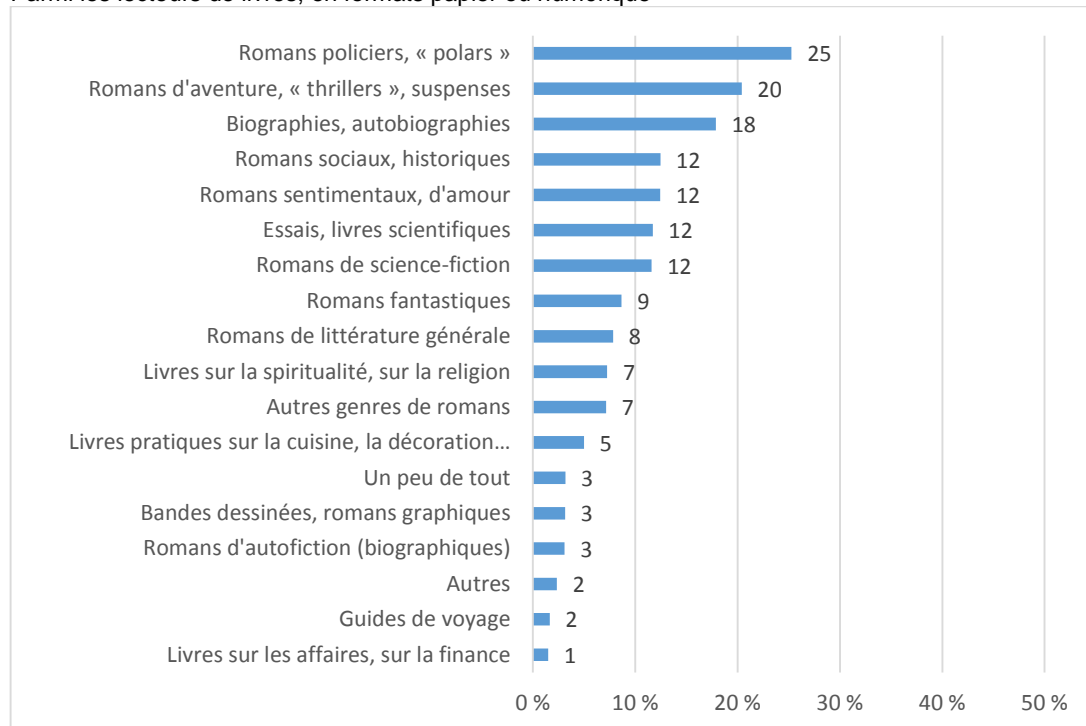


\* Les données de 1994 à 2009 excluent les manuels scolaires. La donnée de 2014 ne tient pas compte des livres lus pour le travail ou les études.

Les cinq genres de livres les plus souvent lus sont des romans ou des biographies, suivis des essais et livres scientifiques. Comme pour les genres de films les plus souvent vus (voir graphique 19, p. 20), les romans incluant notamment les genres policier, *thriller* et suspense occupent les premières places du palmarès. Comparativement aux données de 2009, on note un gain de popularité de la catégorie « biographies, autobiographies », qui passe de la 7<sup>e</sup> à la 3<sup>e</sup> position. En dehors de ce constat, le classement des genres demeure relativement le même.

### Graphique 6 – Genres de livres les plus souvent lus, trois mentions possibles (%), 2014

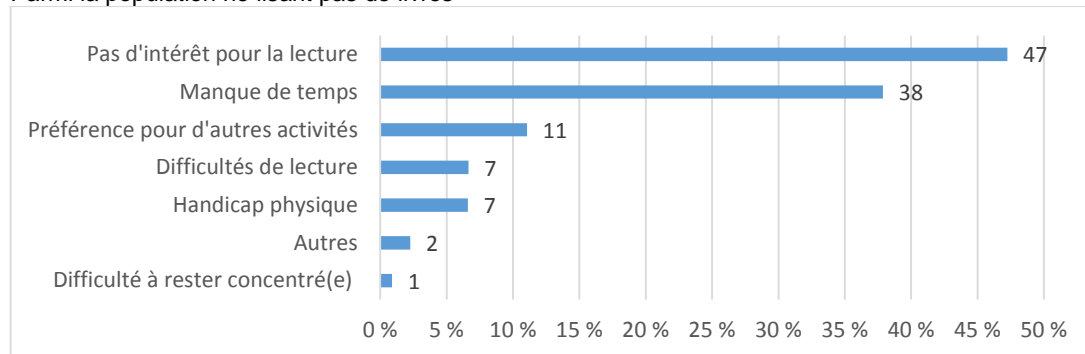
Parmi les lecteurs de livres, en formats papier ou numérique



Parmi la population ne lisant pas de livres, soit 20 % des Québécois en 2014, le manque d'intérêt et de temps sont de loin les raisons les plus souvent mentionnées pour ne pas lire de livres. Les limitations physiologiques liées à la lecture sont plus rarement évoquées; pour l'ensemble du Québec, la proportion de la population ne lisant pas de livres à cause de ce type de difficultés (regroupement des mentions « difficulté de lecture », « handicap physique » et « difficulté à rester concentré ») représente 2 %†.

### Graphique 7 – Raisons de ne pas lire de livres, trois mentions possibles (%), 2014

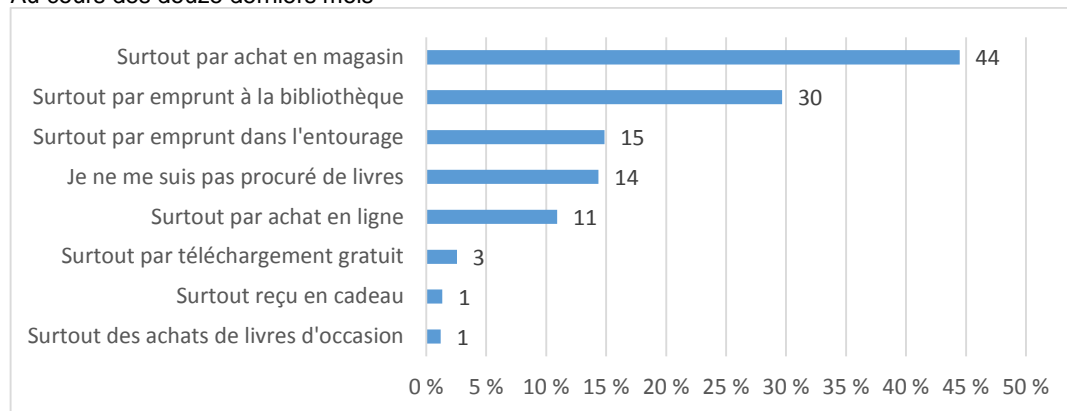
Parmi la population ne lisant pas de livres



Qu'on lise beaucoup ou peu de livres, l'achat de livres en magasin (44 %) demeure plus populaire que l'emprunt à la bibliothèque (30 %) comme moyen le plus souvent utilisé pour s'en procurer. En outre, la part de la population qui se procure des livres surtout par achat en magasin (44 %) est quatre fois plus élevée que celle le faisant surtout en ligne (11 %).

### Graphique 8 – Moyens de se procurer le plus souvent des livres, deux mentions possibles (%), 2014

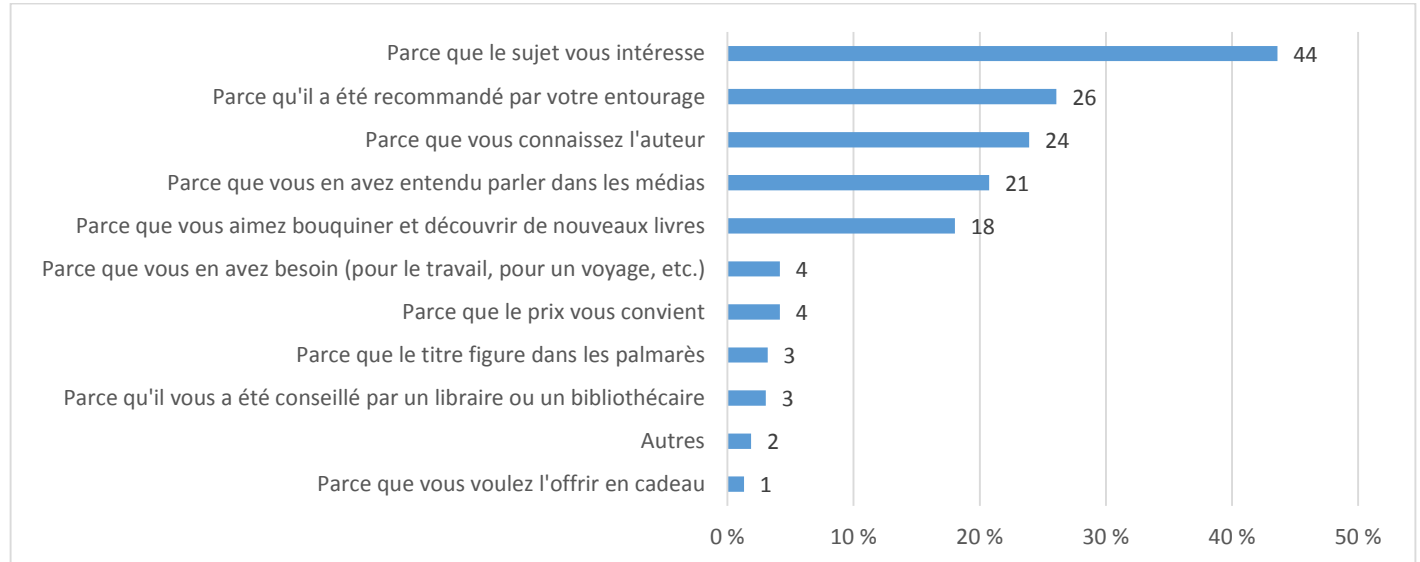
Au cours des douze derniers mois



Parmi la population se procurant des livres surtout par achat (en magasin ou en ligne), la principale raison qui motive l'achat de livre est liée à l'intérêt pour le sujet. Soulignons que le prix est rarement mentionné comme étant un facteur important (4 %).

**Graphique 9 – Principales raisons qui motivent le choix dans l'achat d'un livre, trois mentions possibles (%), 2014**

Parmi la population s'étant procuré des livres le plus souvent « surtout par achat », en magasin ou en ligne, au cours des douze derniers mois



## 2. Télévision

La télévision occupe toujours une place importante dans les pratiques culturelles avec une écoute d'au moins une heure par semaine pour 95 % de la population. Le temps d'écoute moyen pour l'ensemble du Québec, incluant tous supports de diffusion, est de 17 h 15 par semaine<sup>3</sup>, soit environ 2 h 30 par jour<sup>4</sup>.

**17 h 15** : Nombre d'heures moyen de visionnement de contenu télévisuel par semaine, incluant 2 h 55 en utilisant Internet.

Le déclin annoncé de l'écoute télévisuelle sur support traditionnel s'effectue relativement lentement. En excluant l'usage d'Internet, le taux de la population n'écoutant pas la télévision atteint 7 % en 2014, alors qu'il était resté stable de 2004 à 2009, à environ 4 %. Le déplacement vers la télévision sur Internet s'observe en particulier chez les 15 à 24 ans, où le nombre moyen d'heures de visionnement hebdomadaire en utilisant Internet (6 h 45) s'approche de celui sur support traditionnel (8 h 25) en 2014. Soulignons également que le visionnement de contenu télévisuel en utilisant Internet atteint maintenant 43 % de la population, alors que le taux était de 26 % en 2009. L'écoute est d'au moins une heure par semaine pour 50 % des moins de 45 ans et pour 25 % des moins de 65 ans. On observe également que la pratique est un peu plus marquée dans les grandes villes (100 000 hab. et plus), soit une demi-heure de plus en moyenne par semaine.

L'analyse de l'écoute différenciée selon le support indique également que l'écoute sur Internet occupe un peu plus les hommes (environ une heure de plus que les femmes), alors que celle sur support traditionnel occupe un peu plus les femmes (1 h 30 de plus que les hommes).

Enfin, on remarque également que le nombre d'heures moyen d'écoute sur Internet chez les allophones (5 h 45) est plus de deux fois supérieur à celui des francophones (2 h 25). Notons que, outre les facteurs explicatifs mentionnés dans l'introduction de ce bulletin, la moins grande quantité de médias, à tout le moins gratuits, en langues autres que le français et l'anglais pourrait être une des raisons pour laquelle cette population utilise plus souvent Internet pour visionner du contenu télévisuel.

**Tableau V – Nombre d'heures moyen de visionnement de contenu télévisuel par semaine, en utilisant ou non Internet, 2014**

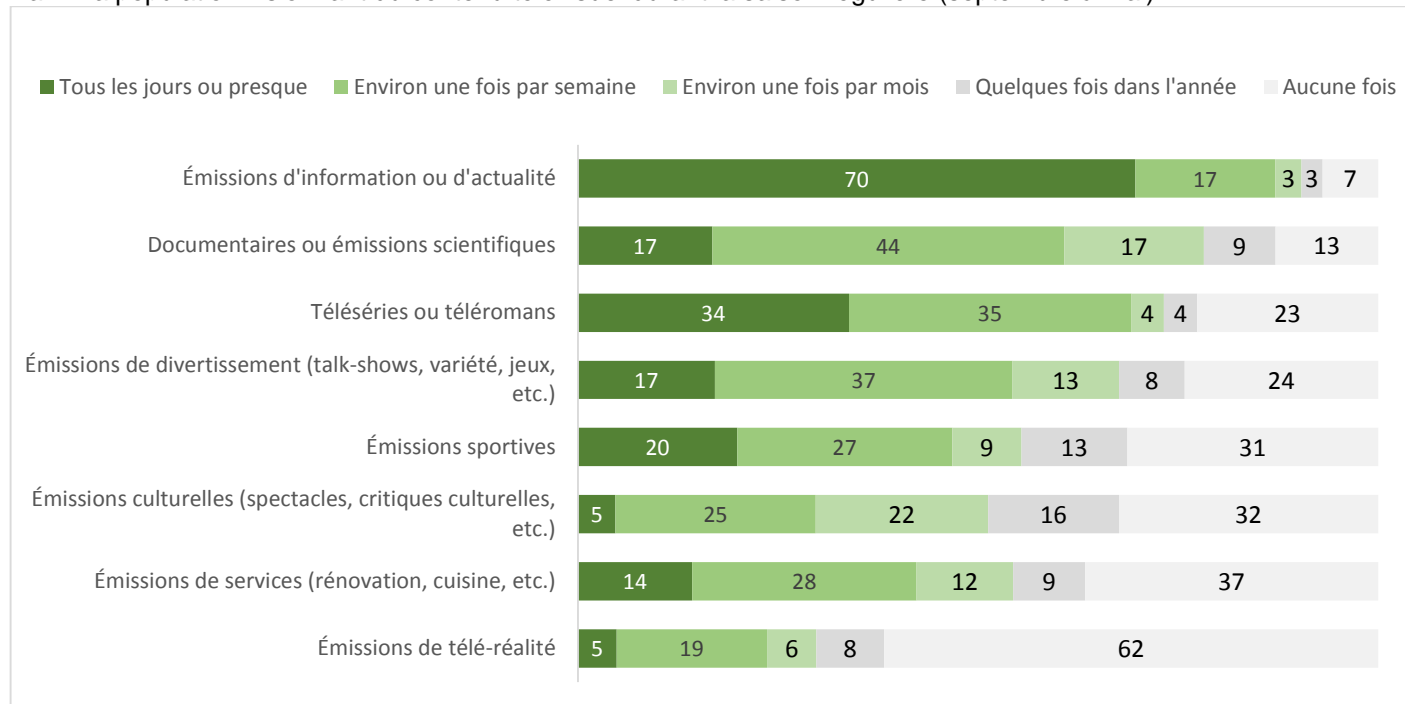
	En excluant l'usage d'Internet	En utilisant Internet	Total
<b>Sexe</b>			
Homme	13,7	3,4	17,1
Femme	15,2	2,3	17,6
<b>Groupes d'âge</b>			
15 à 24 ans	8,4	6,8	15,2
25 à 34 ans	11,5	3,8	15,2
35 à 44 ans	11,1	2,9	14,0
45 à 54 ans	14,2	1,9	16,1
55 à 64 ans	17,7	1,6	19,4
65 à 74 ans	21,9	1,1	23,1
75 ans et plus	24,6	1,0	25,7
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>			
Français	15,3	2,4	17,6
Anglais	12,4	3,0	15,5
Autre	11,2	5,7	16,8
<b>Niveau de scolarité</b>			
Primaire	20,6	2,6	23,2
Secondaire	16,4	3,0	19,5
Collégial	14,0	2,9	16,9
Universitaire	12,4	2,7	15,0
<b>Revenu du ménage*</b>			
Moins de 20 000 \$	16,9	3,3	20,2
De 20 000 \$ à 39 999 \$	17,4	2,9	20,3
De 40 000 \$ à 59 999 \$	15,5	2,5	18,0
De 60 000 \$ à 79 999 \$	14,4	2,4	16,6
De 80 000 \$ à 99 999 \$	13,3	2,7	16,0
100 000 \$ et plus	11,6	2,4	14,0
<b>Taille de la municipalité</b>			
Moins de 2 000 hab.	15,5	1,7	17,0
De 2 000 à 9 999 hab.	15,6	2,4	18,0
De 10 000 à 24 999 hab.	14,6	2,9	17,5
De 25 000 à 99 999 hab.	15,0	2,6	17,6
100 000 hab. et plus	13,6	3,4	17,0
<b>Ensemble du Québec</b>			
Total	14,5	2,9	17,3

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

<sup>3</sup> Le visionnement de contenu télévisuel en excluant l'usage d'Internet se rapporte à la saison régulière, c'est-à-dire de septembre à mai. L'utilisation d'Internet fait référence au visionnement de contenus tels que des séries Web ou des émissions sur des plateformes de diffusion comme illico.tv, tou.tv et vtele.ca.

<sup>4</sup> Les comparaisons avec les autres années d'enquêtes ne sont pas possibles puisque le nombre d'heures de visionnement était auparavant demandé par jour plutôt que par semaine.

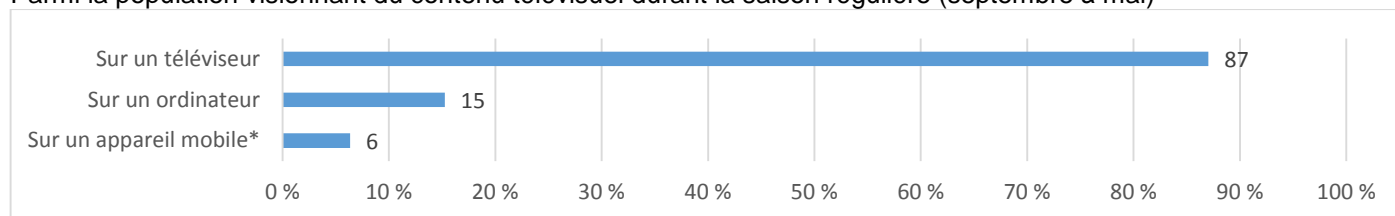
**Graphique 10 – Fréquences d'écoute de télévision selon le genre d'émission (%), 2014**  
 Parmi la population visionnant du contenu télévisuel durant la saison régulière (septembre à mai)



Le contenu télévisuel demeure visionné, surtout mais non uniquement, sur un téléviseur par une majorité de Québécois, soit 87 % d'entre eux. Soulignons également que 78 %<sup>†</sup> ont mentionné uniquement ce type d'appareil à la question.

**Graphique 11 – Moyens les plus souvent utilisés pour écouter du contenu télévisuel, deux mentions possibles (%), 2014**

Parmi la population visionnant du contenu télévisuel durant la saison régulière (septembre à mai)

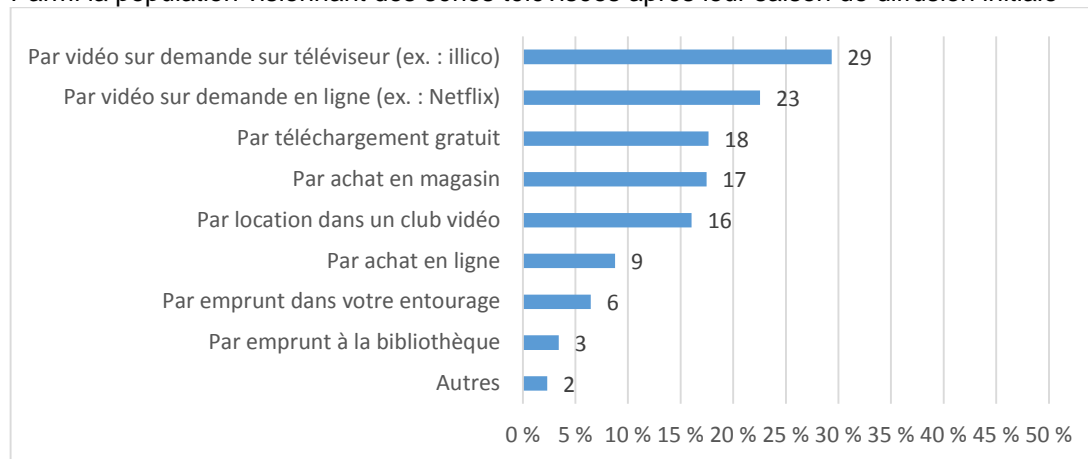


\*Téléphone intelligent, tablette, etc.

Pour les Québécois regardant des séries télévisées après leur diffusion initiale (39 % de la population), la vidéo sur demande, que ce soit sur téléviseur (29 %) ou en ligne (23 %), est plus populaire que la location, l'achat ou l'emprunt comme moyen le plus souvent utilisé pour les regarder. Mentionnons, par ailleurs, que la part de la population déclarant opter pour du téléchargement gratuit peut être sous-estimée en raison du caractère souvent illégal de l'activité.

**Graphique 12 – Moyens principalement utilisés pour visionner des séries télévisées après leur saison de diffusion initiale, deux mentions possibles (%), 2014**

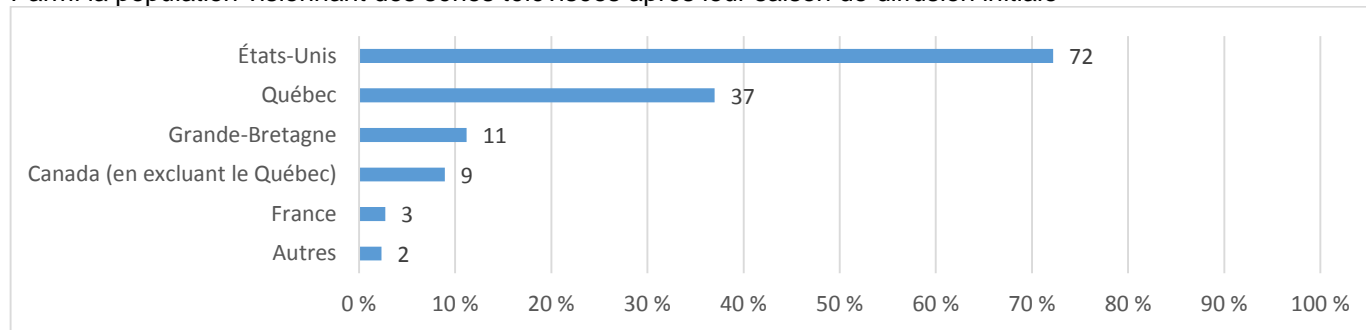
Parmi la population visionnant des séries télévisées après leur saison de diffusion initiale



Le taux de mention d'écoute des séries états-uniennes (72 %) est près de deux fois supérieur à celui des séries québécoises (37 %).

**Graphique 13 – Origine des séries télévisées regardées après leur saison de diffusion initiale, deux mentions possibles (%), 2014**

Parmi la population visionnant des séries télévisées après leur saison de diffusion initiale



### 3. Radio

Le temps hebdomadaire moyen d'écoute de contenu radiophonique s'élève à 11 h 05<sup>5</sup>, ce qui correspond à environ les deux tiers du temps passé pour visionner du contenu télévisuel (17 h 15 heures). La proportion de la population qui écoute au moins une heure par semaine est de 87 %.

Tel qu'observé dans les données 2009, cette pratique demeure proportionnellement moins populaire chez les 35 ans et moins, et dans les plus grandes municipalités. On observe également des temps d'écoute inférieurs chez les Québécois se situant aux extrémités des échelles de niveau de scolarité et de revenu du ménage.

Aujourd'hui, la presque totalité des stations de radio québécoises retransmettent, en tout ou en partie, leur programmation en ligne, qui peut être plus facilement écoutée sur ordinateur ou appareils mobiles. Ce type d'écoute est d'ailleurs privilégié par 20 % de la population. L'écoute de la radio sur un récepteur traditionnel demeure toutefois l'unique support utilisé pour 70 % des Québécois.

**Tableau VI – Nombre d'heures moyen d'écoute de contenu radiophonique par semaine, en utilisant ou non Internet, 2014**

	En excluant l'usage d'Internet	En utilisant Internet	Total
<b>Sexe</b>			
Homme	10,3	1,5	11,7
Femme	9,3	1,2	10,6
<b>Groupes d'âge</b>			
15 à 24 ans	5,6	1,2	6,7
25 à 34 ans	7,9	2,1	10,0
35 à 44 ans	10,8	1,9	12,8
45 à 54 ans	10,9	1,6	12,5
55 à 64 ans	11,4	1,0	12,5
65 à 74 ans	10,9	0,5	11,5
75 ans et plus	12,2	0,2	12,4
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>			
Français	10,2	1,2	11,4
Anglais	9,5	2,1	11,7
Autre	7,5	1,9	9,3
<b>Niveau de scolarité</b>			
Primaire	9,3	0,5	9,7
Secondaire	10,4	1,1	11,5
Collégial	10,5	1,4	12,0
Universitaire	8,8	1,5	10,3
<b>Revenu du ménage*</b>			
Moins de 20 000 \$	8,7	0,8	9,5
De 20 000 \$ à 39 999 \$	10,3	1,3	11,5
De 40 000 \$ à 59 999 \$	11,4	1,2	12,7
De 60 000 \$ à 79 999 \$	10,2	1,4	11,7
De 80 000 \$ à 99 999 \$	10,0	1,5	11,5
100 000 \$ et plus	9,4	1,4	10,9
<b>Taille de la municipalité</b>			
Moins de 2 000 hab.	11,6	1,3	12,8
De 2 000 à 9 999 hab.	10,9	1,2	12,1
De 10 000 à 24 999 hab.	9,9	1,5	11,4
De 25 000 à 99 999 hab.	9,9	1,2	11,1
100 000 hab. et plus	9,1	1,4	10,5
<b>Ensemble du Québec</b>			
Total	9,8	1,3	11,1

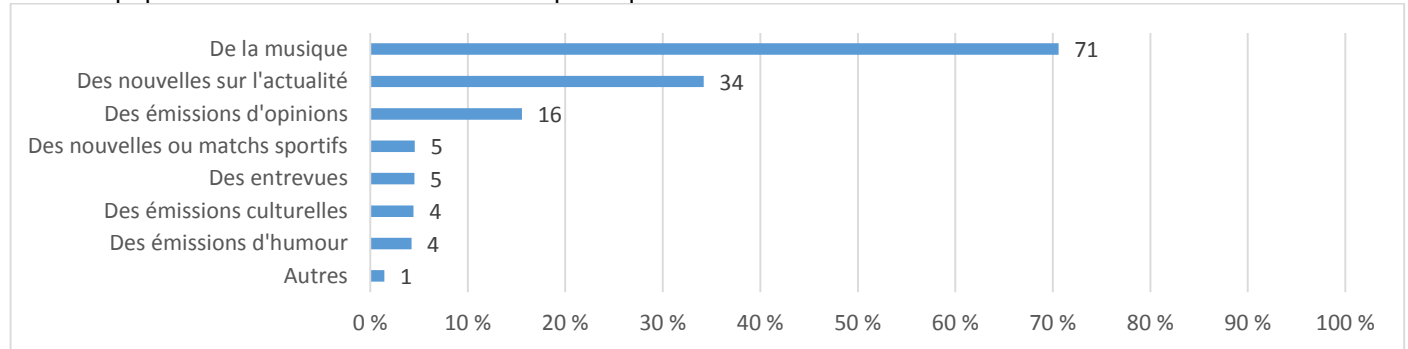
\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

<sup>5</sup> Les comparaisons avec les autres années d'enquêtes ne sont pas possibles puisque le nombre d'heures d'écoute était demandé auparavant par jour plutôt que par semaine.

Quel type de contenu écoute-t-on principalement à la radio? La musique est de loin le plus souvent mentionnée (71 %). Par ailleurs, sur l'ensemble de la population écoutant du contenu radiophonique, 43 % le font surtout pour de la musique, 29 % surtout pour du contenu parlé<sup>6</sup> et 28 % à la fois pour de la musique et du contenu parlé<sup>†</sup>.

**Graphique 14 – Types de contenu radiophonique les plus souvent écoutés durant la saison régulière (septembre à mai), deux mentions possibles (%), 2014**

Parmi la population écoutant du contenu radiophonique



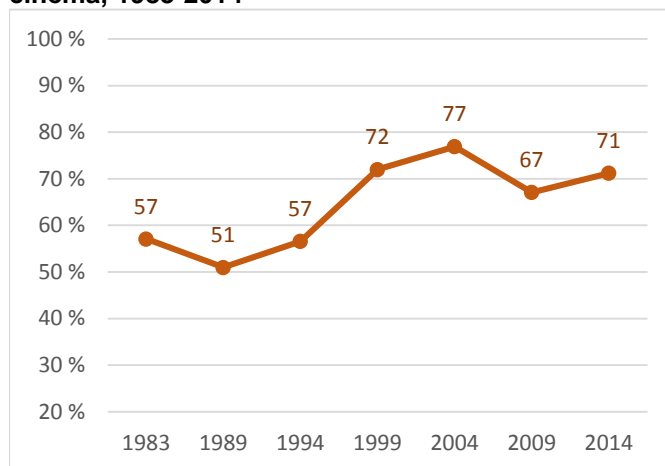
<sup>6</sup> Le contenu parlé regroupe toutes les mentions incluses dans le graphique 14 autres que « de la musique ».

## 4. Cinéma

En plein essor dans les années 90, les taux de sortie<sup>7</sup> au cinéma atteignent un sommet dans les données de l'Enquête en 2004, touchant plus des trois quarts de la population québécoise (77 %). Le taux diminue ensuite en 2009 (67 %), mais remonte en 2014 (71 %). En somme, depuis la fin des années 1990, les taux demeurent relativement stables, et ce, malgré une convivialité grandissante du visionnement de films à la maison (services de vidéos sur demande plus nombreux et compétitifs, équipements audiovisuels moins coûteux ou de plus grande qualité). Soulignons que les taux de sortie au cinéma sont généralement assez volatils, puisqu'ils peuvent être liés à la sortie de films à succès.

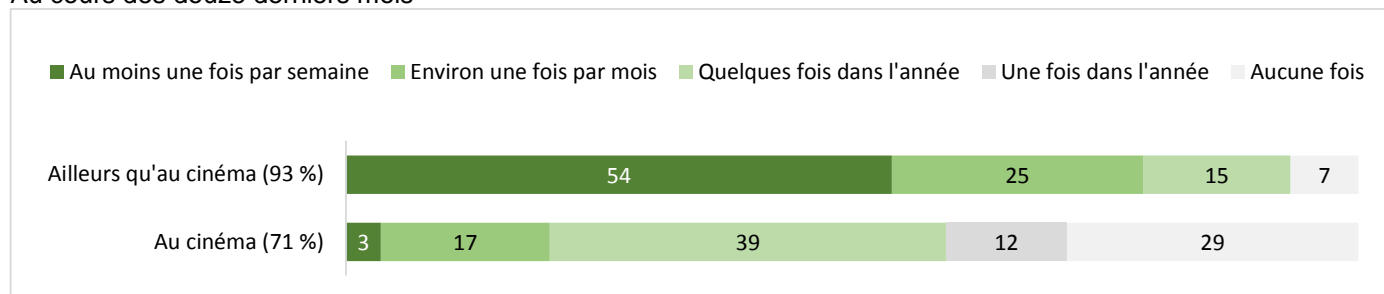
Une augmentation du taux de sortie au cinéma ne se traduit toutefois pas nécessairement par de plus grandes assistances (nombre de billets vendus) dans les établissements. Entre 2008 et 2013, années plus majoritairement couvertes par les douze derniers mois précédant les deux dernières éditions de l'Enquête sur les pratiques culturelles, les données de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) indiquent plutôt une légère baisse de l'assistance globale, qui passe de 22,6 à 21,1 millions d'entrées<sup>8</sup>. Une augmentation du taux de sortie au cinéma liée à une baisse de l'assistance se traduit conséquemment par une baisse des fréquences de sortie.

**Graphique 15 – Évolution des taux de sortie au cinéma, 1983-2014**



**Graphique 16 – Fréquences d'écoute de films (%), 2014**

Au cours des douze derniers mois



<sup>7</sup> Pratique effectuée au moins une fois dans les douze derniers mois.

<sup>8</sup> Benoit ALLAIRE et Claude FORTIER, « La fréquentation des cinémas en 2013 », *Optique culture*, n° 30, février 2014. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-30.pdf>

Les taux de sortie au cinéma augmentent avec le niveau de scolarité, le revenu du ménage et la taille de la municipalité, mais considérons toutefois que l'offre cinématographique est évidemment plus grande dans les milieux plus urbains. Les taux sont également plus fortement associés aux groupes d'âge les plus jeunes.

Aucune des observations précédentes ne correspond aux taux d'écoute régulière de films ailleurs qu'au cinéma, soit « au moins une fois par semaine », qui se répartissent plutôt de façon variée parmi les différents groupes sociodémographiques. Deux exceptions, toutefois : on observe que le taux d'écoute est plus fort chez les francophones, comparativement aux deux autres groupes linguistiques, et un peu plus élevé chez les hommes (+ 6 points de % par rapport aux femmes).

**54 %**

de la population écoute au moins une fois par semaine un film (en excluant le visionnement au cinéma).

**Tableau VII – Taux de sorties au cinéma et d'écoute régulière (au moins une fois par semaine) de films ailleurs qu'au cinéma, 2014**

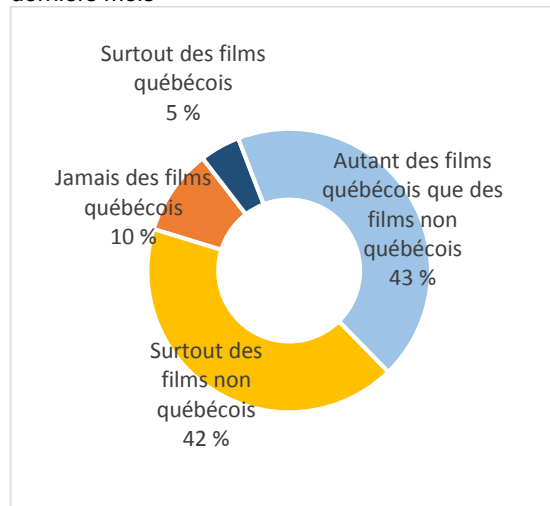
	Sorties au cinéma	Écoute régulière de films ailleurs qu'au cinéma
	%	
<b>Sexe</b>		
Homme	71	57
Femme	71	51
<b>Groupe d'âge</b>		
15 à 24 ans	92	51
25 à 34 ans	81	60
35 à 44 ans	79	51
45 à 54 ans	69	55
55 à 64 ans	62	59
65 à 74 ans	55	50
75 ans et plus	38	40
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>		
Français	71	56
Anglais	76	47
Autre	72	46
<b>Niveau de scolarité</b>		
Primaire	42	50
Secondaire	64	58
Collégial	75	55
Universitaire	79	50
<b>Revenu du ménage*</b>		
Moins de 20 000 \$	53	54
De 20 000 \$ à 39 999 \$	61	58
De 40 000 \$ à 59 999 \$	69	51
De 60 000 \$ à 79 999 \$	75	60
De 80 000 \$ à 99 999 \$	79	50
100 000 \$ et plus	83	54
<b>Taille de la municipalité</b>		
Moins de 2 000 hab.	55	54
De 2 000 à 9 999 hab.	67	57
De 10 000 à 24 999 hab.	75	54
De 25 000 à 99 999 hab.	73	55
100 000 hab. et plus	74	52
<b>Ensemble du Québec</b>		
Total	71	54

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

Visionner « autant des films québécois que des films non québécois » (43 %) est mentionné dans une proportion équivalente à visionner « surtout des films non québécois » (42 %). À noter toutefois que les assistances aux projections de films québécois des trois dernières années ont été les moins élevées des dix dernières années<sup>9</sup>. Par ailleurs, le pourcentage de la population n'écouter jamais de films québécois en 2014 (10 %) est le même que celui de la population ne louant jamais de films québécois en 2009.

### Graphique 17 – Origine (québécoise ou non québécoise) des films les plus souvent visionnés, 2014

Parmi la population ayant regardé des films au cinéma ou ailleurs qu'au cinéma au cours des douze derniers mois

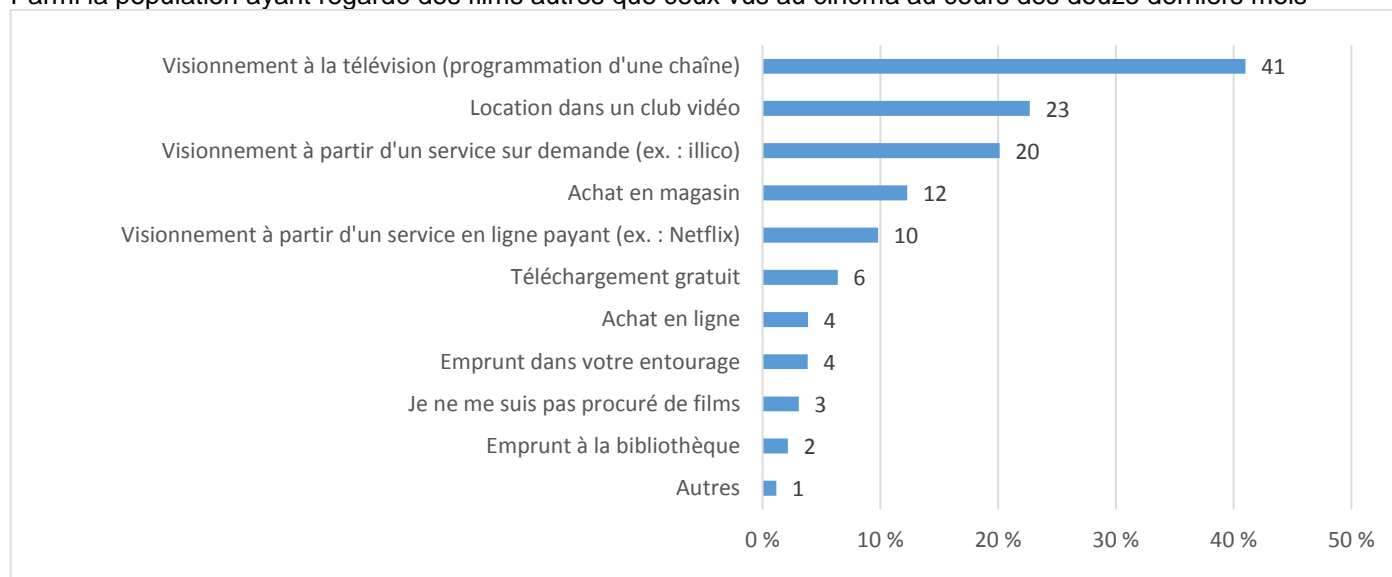


<sup>9</sup> OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC, *Résultats d'exploitation des établissements cinématographiques selon le pays d'origine des films*, données annuelles, Québec.

[http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/resultats-exploitation/exploitation\\_pays\\_origine.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/resultats-exploitation/exploitation_pays_origine.htm)

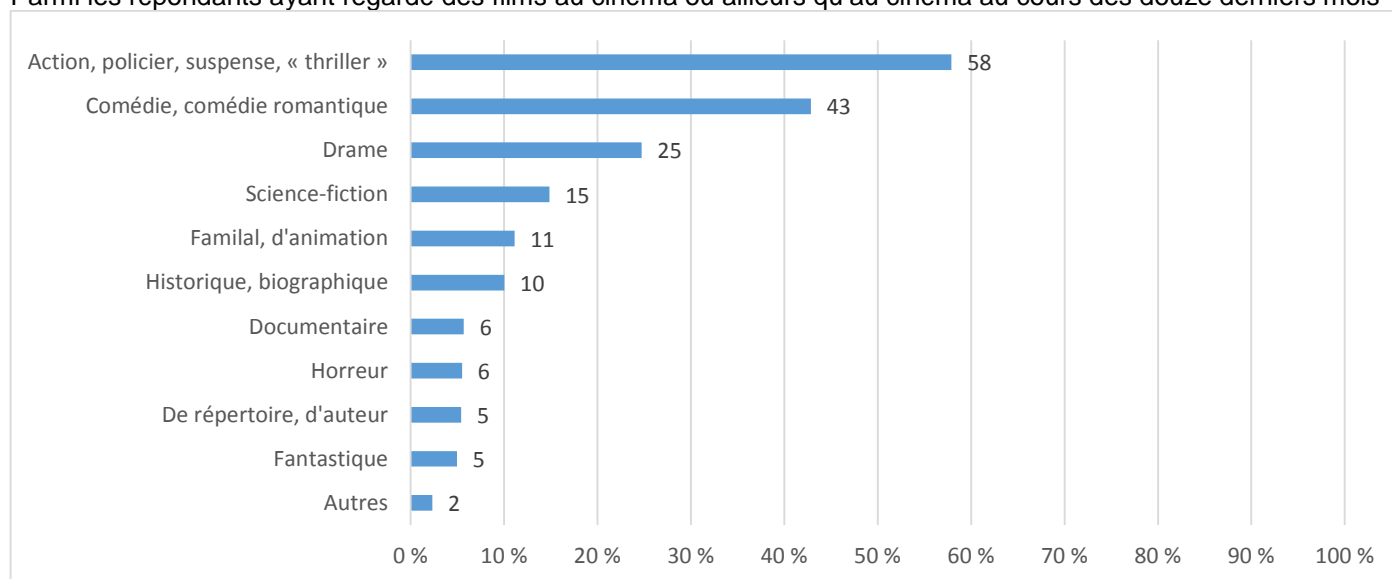
Le visionnement de films à la télévision, par la programmation d'une chaîne, est le moyen le plus mentionné pour visionner le plus souvent des films (41 %). Malgré la popularité grandissante des services de vidéos sur demande en ligne (10 %), on observe que la location au club vidéo (23 %) ou celle sur le téléviseur (20 %) demeurent des moyens plus populaires comme réponse à la question sur les moyens de visionner des films à la télévision. Soulignons de nouveau qu'en raison de son caractère souvent illégal, le téléchargement gratuit pourrait être sous-évalué dans les statistiques.

**Graphique 18 – Moyens utilisés pour visionner le plus souvent des films, deux mentions possibles (%), 2014**  
 Parmi la population ayant regardé des films autres que ceux vus au cinéma au cours des douze derniers mois



Comme pour les genres de romans les plus souvent lus (voir graphique 6, p. 9), les genres de films incluant notamment les policier, « thriller » et suspense occupent la première place du classement répertoriant ceux les plus souvent visionnés.

**Graphique 19 – Genres de films les plus souvent visionnés, trois mentions possibles (%), 2014**  
 Parmi les répondants ayant regardé des films au cinéma ou ailleurs qu'au cinéma au cours des douze derniers mois

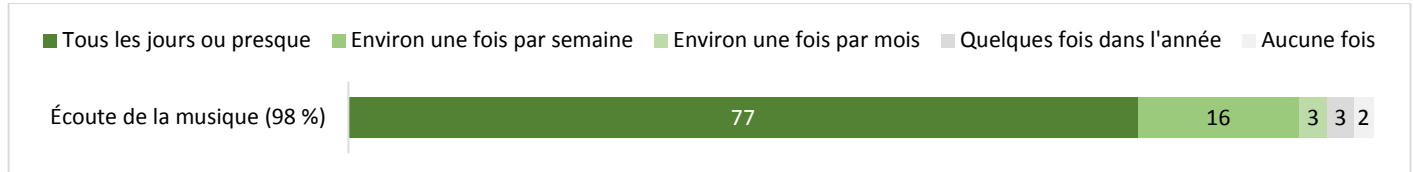


## 5. Musique

Parmi les activités culturelles étudiées par l'Enquête, l'écoute de musique est toujours l'une des plus populaires. En 2014, près de l'ensemble de la population (98 %) en écoute « au moins quelques fois dans l'année ». Pour plus des trois quarts des Québécois (77 %), l'écoute est quotidienne ou presque.

### Graphique 20 – Fréquences d'écoute de la musique (%), 2014

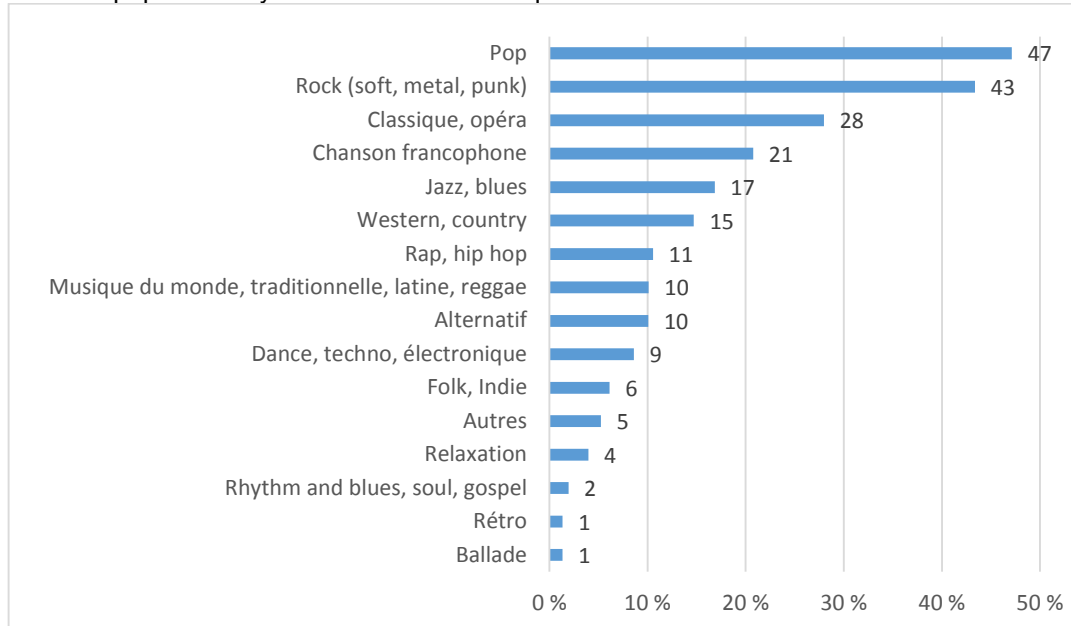
Au cours des douze derniers mois



Catégoriser la musique actuelle en général étant déjà une tâche ardue, mesurer la popularité des différents genres auprès de la population présente les mêmes difficultés. Mentionnons à tout le moins qu'en 2014, comme en 2009, la musique « pop » demeure le genre le plus souvent écouté (47 %), suivi de près par le regroupement de différents « types de rock » (43 %). La proportion de mentions de l'un ou l'autre de ces deux genres atteint 67 %†.

### Graphique 21 – Genres de musique les plus souvent écoutés, trois mentions possibles (%), 2014

Parmi la population ayant écouté de la musique au cours des douze derniers mois

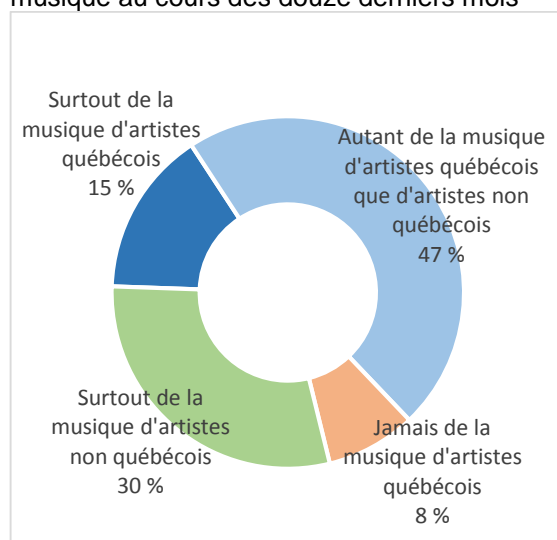


Près de la totalité des Québécois âgés de 15 à 44 ans écoutent de la musique « au moins une fois par semaine » (97-98 %). Outre ce constat, on observe peu de différences entre les groupes sociodémographiques pour cette pratique.

Parmi la population écoutant de la musique, un total de 62 % écoutent « surtout de la musique d'artistes québécois » ou « autant de la musique d'artistes québécois que d'artistes non québécois ». La proportion qui n'écoute jamais de la musique d'artistes venant du Québec (8 %) est restée relativement la même que celle observée en 2009 (7 %).

### Graphique 22 – Origine de la musique la plus souvent écoutée (québécoise ou non québécoise), 2014

Parmi la population ayant écouté de la musique au cours des douze derniers mois



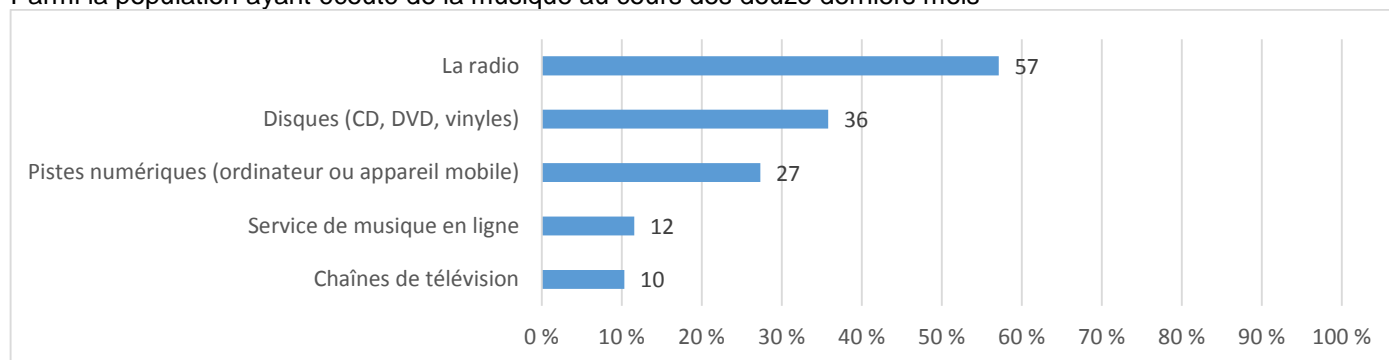
### Tableau VIII – Taux d'écoute régulière (au moins une fois par semaine) de musique, 2014

	%
<b>Sexe</b>	
Homme	93
Femme	92
<b>Groupe d'âge</b>	
15 à 24 ans	98
25 à 34 ans	97
35 à 44 ans	97
45 à 54 ans	93
55 à 64 ans	90
65 à 74 ans	84
75 ans et plus	85
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>	
Français	92
Anglais	94
Autre	94
<b>Niveau de scolarité</b>	
Primaire	84
Secondaire	91
Collégial	95
Universitaire	94
<b>Revenu du ménage*</b>	
Moins de 20 000 \$	86
De 20 000 \$ à 39 999 \$	91
De 40 000 \$ à 59 999 \$	93
De 60 000 \$ à 79 999 \$	94
De 80 000 \$ à 99 999 \$	95
100 000 \$ et plus	95
<b>Taille de la municipalité</b>	
Moins de 2 000 hab.	91
De 2 000 à 9 999 hab.	92
De 10 000 à 24 999 hab.	95
De 25 000 à 99 999 hab.	93
100 000 hab. et plus	92
<b>Ensemble du Québec</b>	
Total	93

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

Pour un peu plus de la moitié de la population écoutant de la musique, la radio demeure le ou l'un des moyens les plus souvent utilisés pour en écouter (57 %). La popularité des services de musique en ligne est grandissante, mais privilégier ce type de service reste un choix relativement marginal (12 %).

**Graphique 23 – Moyens les plus souvent utilisés pour écouter de la musique, deux mentions possibles (%), 2014**  
Parmi la population ayant écouté de la musique au cours des douze derniers mois



Mentionnons également que 40 % de la population utilise Internet pour écouter de la musique ou des vidéos de musique « au moins une fois par semaine », et 58 % de la population le fait « au moins quelques fois dans l'année » (voir le graphique 24, p. 25).

## 6. Internet

Traditionnellement étudié comme un phénomène culturel émergent, Internet occupe aujourd'hui une place majeure dans les sphères publiques et privées. Son utilisation va maintenant de la communication (courriel, Web 2.0, réseaux sociaux) au magasinage en ligne, en passant par l'éducation à distance et la gestion de ses finances. La part plus spécifiquement culturelle dans la mesure du temps d'utilisation d'Internet est donc plus difficile à cerner. Néanmoins, plusieurs contenus culturels (nouvelles, sites de divertissements, films, musique, baladodiffusions, etc.) y occupent toujours une place majeure, voire grandissante.

La part de la population qui utilise Internet à des fins personnelles s'élève à 86 %, et ce, pour une durée moyenne d'environ 2 h 45 par jour. En incluant les non-utilisateurs d'Internet, la durée moyenne d'utilisation quotidienne pour l'ensemble du Québec est de 2 h 15. Comparativement à l'Enquête de 2009, il s'agit d'une augmentation d'environ 55 minutes par jour pour l'ensemble du Québec<sup>10</sup>.

**86 %** de la population utilise Internet à des fins personnelles.

En moyenne, les hommes y passent légèrement plus de temps que les femmes au Québec, soit environ 25 minutes de plus par jour. La pratique varie fortement avec l'âge; le nombre d'heures moyen d'utilisation quotidienne par les 15 à 24 ans (4 h 05) est près de deux fois supérieur à celui des 35 ans et plus (2 h 05 ou moins).

On observe également une utilisation quotidienne d'Internet beaucoup plus élevée chez les allophones, soit 1 h 10 de plus par jour que chez les francophones. Comme les allophones sont proportionnellement plus jeunes et vivent majoritairement dans la région métropolitaine de Montréal, l'âge et l'urbanité pourraient être des facteurs déterminants dans cette relation. Mentionnons de nouveau que la plus petite quantité de médias « traditionnels » disponibles en langues autres que les deux langues officielles pourrait également faire en sorte que les allophones se tournent plus souvent vers Internet dans ce domaine, afin d'obtenir des contenus dans leur langue.

**88 %** de la population a accès à une connexion Internet à la maison ou sur un appareil mobile.

**Tableau IX – Nombre d'heures moyen d'utilisation quotidienne d'Internet à des fins personnelles, tous supports inclus, 2014**

<b>Sexe</b>	
Homme	2,5
Femme	2,1
<b>Groupes d'âge</b>	
15 à 24 ans	4,1
25 à 34 ans	3,0
35 à 44 ans	2,1
45 à 54 ans	1,9
55 à 64 ans	1,7
65 à 74 ans	1,5
75 ans et plus	1,0
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>	
Français	2,1
Anglais	2,6
Autre	3,3
<b>Niveau de scolarité</b>	
Primaire	1,7
Secondaire	2,2
Collégial	2,5
Universitaire	2,4
<b>Revenu du ménage*</b>	
Moins de 20 000 \$	2,3
De 20 000 \$ à 39 999 \$	2,2
De 40 000 \$ à 59 999 \$	2,4
De 60 000 \$ à 79 999 \$	2,1
De 80 000 \$ à 99 999 \$	2,3
100 000 \$ et plus	2,0
<b>Taille de la municipalité</b>	
Moins de 2 000 hab.	1,8
De 2 000 à 9 999 hab.	2,0
De 10 000 à 24 999 hab.	2,2
De 25 000 à 99 999 hab.	2,1
100 000 hab. et plus	2,6
<b>Ensemble du Québec</b>	
Total	2,3

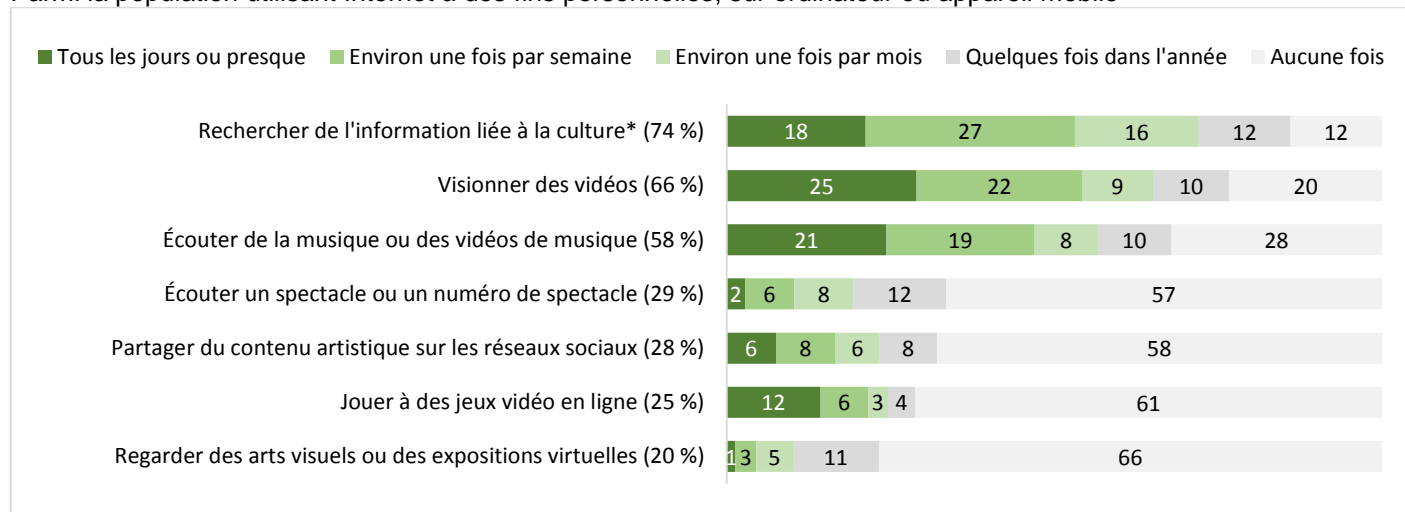
\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

<sup>10</sup> L'augmentation de l'utilisation d'Internet entre 2009 et 2014 pourrait être légèrement surestimée, puisque la question du nombre d'heures d'utilisation d'Internet par jour n'était posée, en 2009, qu'à ceux qui avaient précédemment répondu avoir accès à Internet à la maison. Une part des répondants, qui utilisaient Internet en 2009 à des fins personnelles sans avoir de connexion à la maison, était ainsi exclue.

En 2014, l'utilisation régulière d'Internet pour visionner ou écouter du contenu multimédia touche environ la moitié de la population. Au moins une fois par semaine, 47 % des Québécois visionnent une vidéo et 40 % écoutent de la musique en utilisant Internet; pour la pratique d'au moins une de ces activités au moins une fois par semaine, le taux s'élève à 52 %, et près du tiers de la population fait également l'une ou l'autre de ces pratiques quotidiennement ou presque (31 %)†.

### Graphique 24 – Fréquences des différents usages d'Internet à des fins culturelles (%), 2014

Parmi la population utilisant Internet à des fins personnelles, sur ordinateur ou appareil mobile



\* Incluant de l'information sur des artistes, des livres, la programmation d'un événement, ainsi que la vérification d'un prix d'entrée ou des heures d'ouverture d'un lieu culturel.

## 7. Lieux culturels

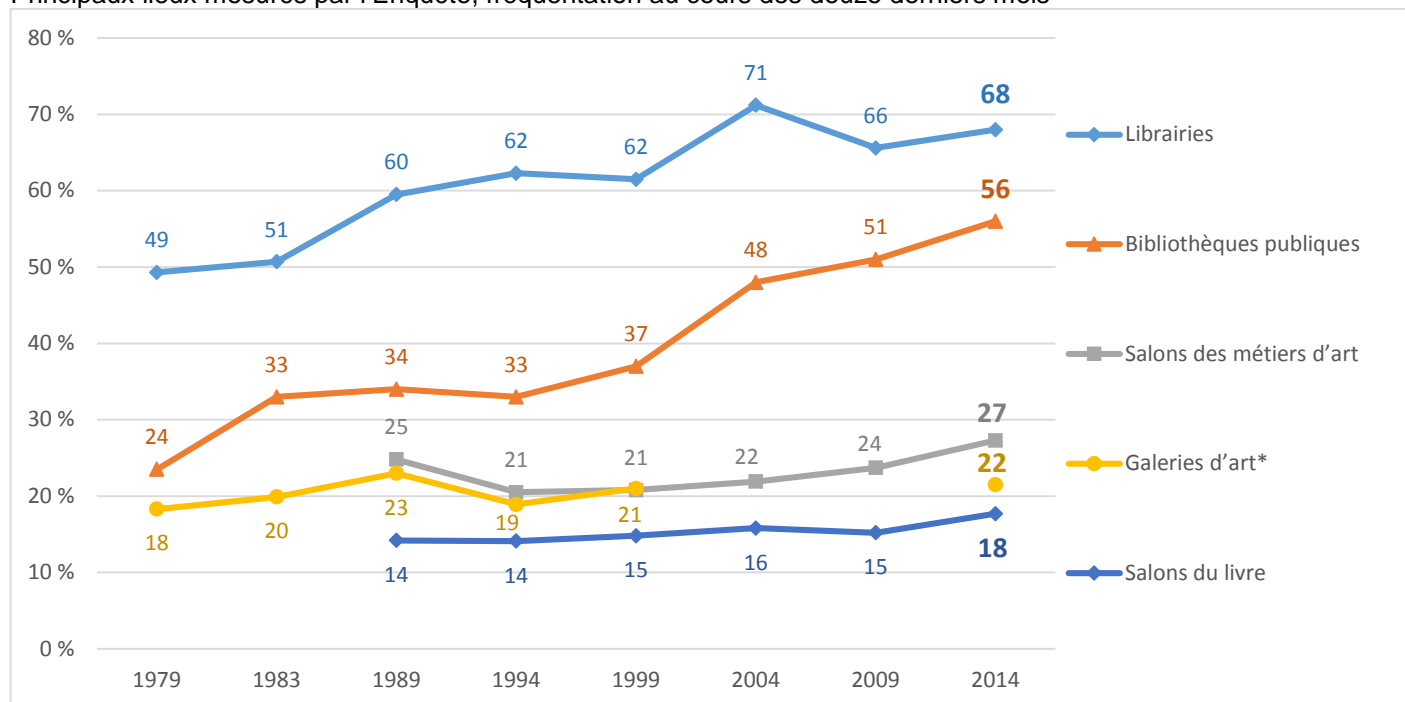
Les librairies demeurent, en 2014, le lieu culturel étudié par l'Enquête ayant le taux de fréquentation le plus élevé, soit 68 %. Il est demeuré relativement stable dans les trois dernières éditions de l'Enquête.

Le taux de fréquentation des bibliothèques publiques poursuit son ascension en 2014, avec 56 %, soit le plus élevé observé depuis 1979. Soulignons les adaptations récentes et moins récentes des bibliothèques, qui offrent notamment un accès gratuit à Internet pour tous, et l'arrivée de nouveaux services (prêts de livres numériques et de liseuses, salles de réunion avec support multimédia, visionnement de vidéos, jeux vidéo, etc.)<sup>11</sup>.

On observe également une très légère mais constante augmentation de la popularité des salons du livre et des salons des métiers d'art depuis 1994, dont les taux de fréquentation sont respectivement de 18 % et de 27 % en 2014.

### Graphique 25 – Évolution des taux de fréquentation des lieux culturels, 1979-2014 (1 de 2)

Principaux lieux mesurés par l'Enquête, fréquentation au cours des douze derniers mois



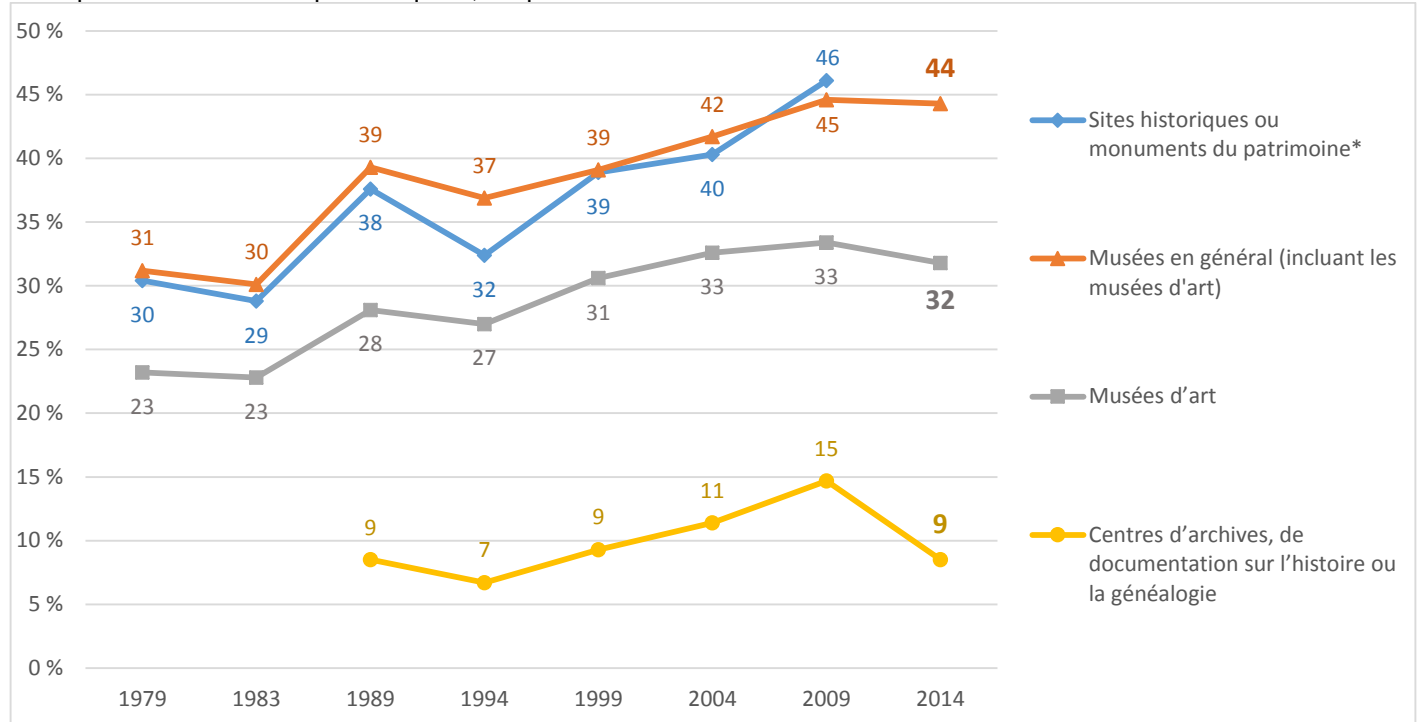
\* Pour des raisons méthodologiques de compatibilité, les données de fréquentation pour les galeries d'art de 2004 et de 2009 ne sont pas disponibles.

<sup>11</sup> L'augmentation se conjugue avec d'autres indicateurs de performance des bibliothèques des 20 dernières années : le taux de la population desservie par une bibliothèque est passé de 91 % en 1995 à 95 % en 2007, puis à 96 % en 2012. *Idem* pour le nombre de prêts par habitant : il passe de 5,6 en 1995 à 6,9 en 2012. Source : OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC, *Statistiques en bref*, n° 58, mars 2010, p. 3 / OCCQ, *Optique culture*, n° 36, février 2015, p. 3.

Les données 2014 sur les musées en général (incluant les musées d'art) indiquent une certaine stabilité des taux de fréquentation au cours des dernières éditions de l'Enquête, et la poursuite d'une lente progression amorcée depuis 20 ans. Le taux de fréquentation des musées en général passe ainsi de 37 % à 44 %, entre 1994 et 2014.

### Graphique 26 – Évolution des taux de fréquentation des lieux culturels, 1979-2014 (2 de 2)

Principaux lieux mesurés par l'Enquête, fréquentation au cours des douze derniers mois

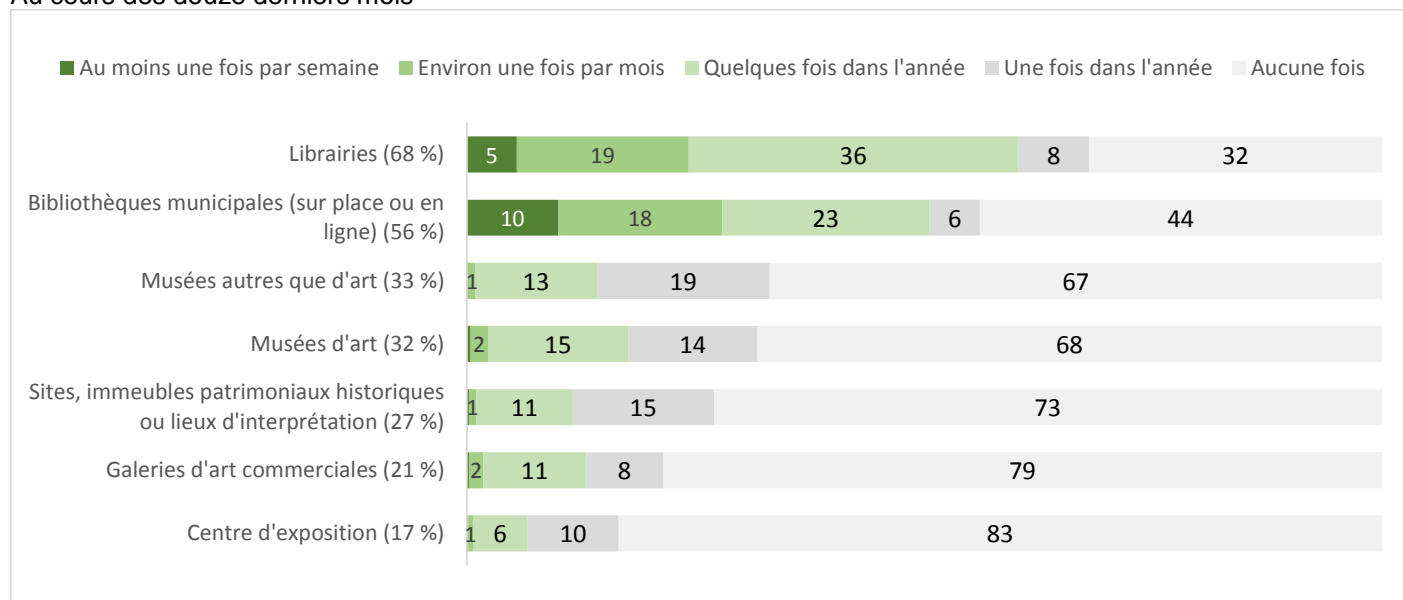


\* En raison d'un changement dans la question sur les sites historiques ou monuments du patrimoine en 2014, la donnée n'est pas comparable avec les autres années d'enquêtes, mais figure en page suivante (site ou immeubles patrimoniaux historiques ou lieux d'interprétation).

Si plus de gens ont fréquenté une librairie (68 %) qu'une bibliothèque municipale (56 %) au cours des douze derniers mois, les fréquences de visites sont plus grandes pour la seconde que pour la première : au moins une fois par mois, 28 % de la population se rend dans une bibliothèque municipale, contre 24 % qui visitent une librairie. Le même constat est observable pour la fréquentation des musées : le taux de fréquentation des musées autres que d'art (33 %) n'est supérieur que d'un point en comparaison avec celui des musées d'art (32 %), mais on compte pour ces derniers de plus fortes proportions de visiteurs y allant plus d'une fois dans l'année (18 % contre 14 %).

### Graphique 27 – Fréquences de visite de lieux culturels (%), 2014\*

Au cours des douze derniers mois

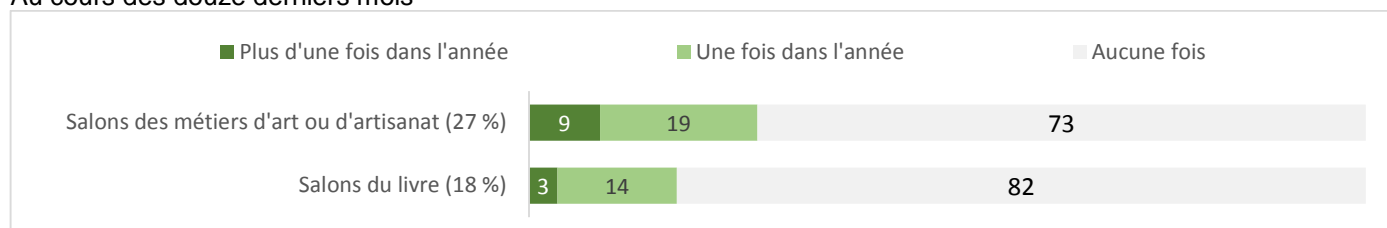


\* Les taux inférieurs à 1 % ne figurent pas dans le graphique.

Une plus grande part de la population a fréquenté les salons des métiers d'art ou d'artisanat (27 %) que les salons du livre (18 %) en 2014. Rappelons toutefois que la population à l'étude est celle des 15 ans, et plus et qu'une part importante d'élèves se rend également dans les salons du livre, sans que cette fréquentation soit enregistrée dans les statistiques.

### Graphique 28 – Fréquences de visite des salons des métiers d'art ou d'artisanat et des salons du livre (%), 2014

Au cours des douze derniers mois



## Lieux culturels et groupes sociaux

Couvrant différents domaines de la culture, les lieux culturels étudiés par l'Enquête ont des publics ayant chacun leurs particularités sociodémographiques. De façon générale, les taux de fréquentation de tous ces lieux croissent à mesure qu'augmente le niveau de scolarité.

### LECTURE

Nous avons vu précédemment que les femmes sont en général de plus grandes lectrices que les hommes, et elles fréquentent ainsi, sans surprise, dans de plus grandes proportions qu'eux les bibliothèques municipales (+ 6 points de %) et les librairies (+ 8 points de %). Ces deux lieux culturels ont également de jeunes clientèles en proportions un peu plus élevées et sont proportionnellement plus fréquentés par les résidents de municipalités de 10 000 habitants et plus. On observe également un taux élevé de fréquentation des bibliothèques chez les allophones, ce qui peut en partie être expliqué par de plus grandes proportions de jeunes et de diplômés universitaires parmi cette population.

### COMMERCIALISATION DE L'ART

Pour deux lieux de commercialisation de l'art, soit les galeries d'art commerciales et les salons des métiers d'art ou d'artisanat, on remarque des taux de fréquentation plus élevés dans la tranche d'âge des 45 à 74 ans. Ces deux lieux sont également plus populaires chez la population anglophone, avec des taux supérieurs d'environ 10 % à ceux observés pour l'ensemble du Québec. Les salons des métiers d'art ou d'artisanat sont plus fréquentés par les femmes (+ 10 points de %) et le revenu du ménage semble avoir peu d'influence, contrairement aux galeries d'art commerciales.

### MUSÉES

Un peu plus visités par les femmes (+ 4 points de %), les musées d'art ont des taux de fréquentation parmi les âges relativement variés, alors que ceux des autres types de musées (sciences, histoire, etc.) sont plus élevés auprès des 44 ans et moins. Les taux de fréquentation des musées en général croissent à mesure qu'augmente le revenu du ménage et sont plus élevés pour les résidents des municipalités de 10 000 habitants et plus. Les anglophones les visitent également dans de plus fortes proportions que l'ensemble de la population du Québec (+ 12 points de %).

### HISTOIRE ET PATRIMOINE

Enfin, deux catégories d'institutions en lien avec l'histoire sont légèrement plus fréquentées par les hommes que les femmes, soit la catégorie des sites ou immeubles patrimoniaux historiques ou de lieux d'interprétation (+ 4 points de %), et celle des centres d'archives ou de documentation sur l'histoire ou la généalogie (+ 3 points de %). Cette dernière est également plus populaire chez les anglophones (5 points de % de plus que pour l'ensemble de la population du Québec).

**Tableau X – Taux de visite de lieux culturels, 2014**

	Bibliothèques municipales	Librairies	Salons du livre	Galeries d'art commerciales	Salons des métiers d'art ou d'artisanat	Musées d'art	Musées autres que des musées d'art	Sites ou immeubles patrimoniaux historiques, lieux d'interprétation	Centres d'archives ou de documentation sur l'histoire ou la généalogie
	%								
<b>Sexe</b>									
Homme	57	64	17	21	22	30	34	29	10
Femme	63	72	18	22	32	34	33	25	7
<b>Groupe d'âge</b>									
15 à 24 ans	84	72	23	16	25	38	43	31	11
25 à 34 ans	63	73	14	20	24	29	36	29	8
35 à 44 ans	68	76	19	20	23	32	42	33	7
45 à 54 ans	54	68	16	23	26	29	29	24	7
55 à 64 ans	48	63	15	27	34	32	28	27	7
65 à 74 ans	51	62	20	24	34	34	26	23	12
75 ans et plus	42	46	18	16	23	25	20	15	9
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>									
Français	58	69	17	21	27	30	32	28	8
Anglais	57	58	20	30	39	44	43	29	14
Autre	73	66	18	20	21	35	31	23	8
<b>Niveau de scolarité</b>									
Primaire	32	31	8	5	18	11	12	10	4
Secondaire	52	56	13	11	21	19	24	20	7
Collégial	61	70	19	19	28	29	31	27	9
Universitaire	71	81	22	35	33	48	45	35	10
<b>Revenu du ménage*</b>									
Moins de 20 000 \$	61	54	14	12	17	21	23	17	9
De 20 000 \$ à 39 999 \$	54	59	15	14	27	24	24	21	8
De 40 000 \$ à 59 999 \$	58	69	15	19	28	29	32	26	9
De 60 000 \$ à 79 999 \$	60	73	20	24	30	33	38	29	10
De 80 000 \$ à 99 999 \$	60	75	18	21	28	33	36	29	7
100 000 \$ et plus	64	79	20	32	31	41	41	38	8
<b>Taille de la municipalité</b>									
Moins de 2 000 hab.	49	61	16	18	29	19	26	27	11
De 2 000 à 9 999 hab.	50	60	15	17	28	21	26	28	7
De 10 000 à 24 999 hab.	59	68	15	19	26	30	32	28	8
De 25 000 à 99 999 hab.	61	69	16	20	28	27	29	26	9
100 000 hab. et plus	65	71	20	24	27	40	39	27	9
<b>Ensemble du Québec</b>									
Total	60	68	18	21	27	32	33	27	9

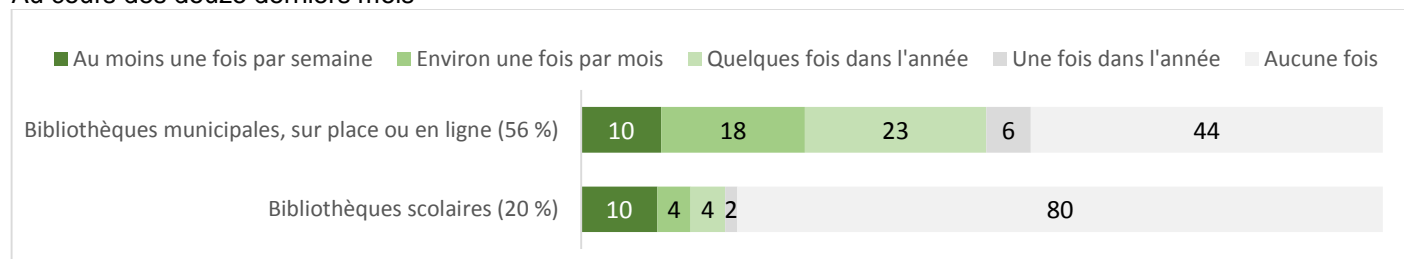
\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

## Bibliothèques

Qu'elles soient municipales ou scolaires, les bibliothèques sont visitées très régulièrement, soit « au moins une fois par semaine », par 10 % de la population. Parmi l'ensemble des visiteurs des bibliothèques scolaires, la moitié les fréquente « au moins une fois par semaine ».

### Graphique 29 – Fréquences de visite des bibliothèques (%), 2014

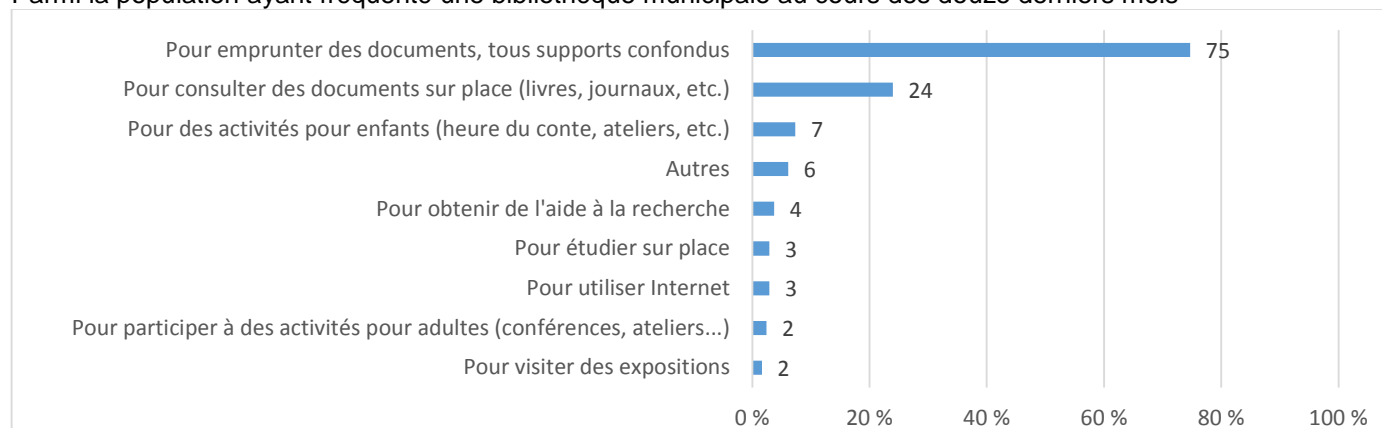
Au cours des douze derniers mois



Traditionnellement, la fonction première d'une bibliothèque, l'emprunt de documents, est toujours la première raison de les visiter; les trois quarts des visiteurs s'y rendent pour cette raison et un peu plus de la moitié de l'ensemble des visiteurs (55 %)† n'y va que pour emprunter des documents, sans nécessairement faire usage des autres services offerts.

### Graphique 30 – Raisons de visiter une bibliothèque municipale, trois mentions possibles (%), 2014

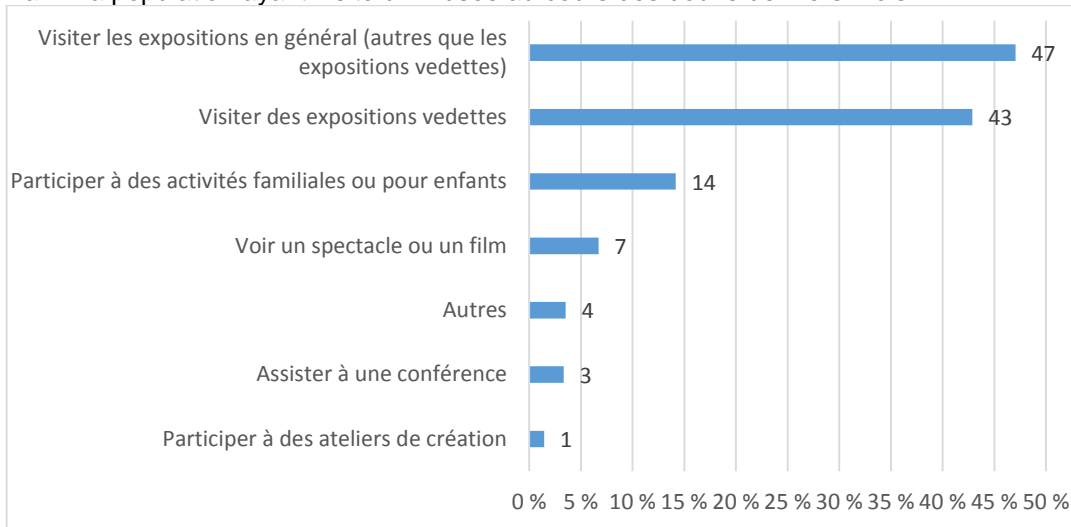
Parmi la population ayant fréquenté une bibliothèque municipale au cours des douze derniers mois



## Musées et patrimoine

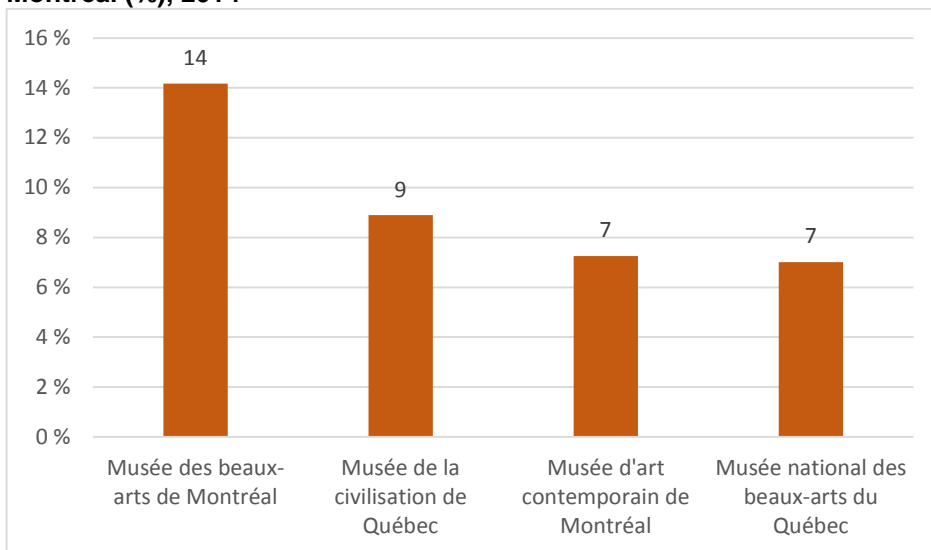
La grande majorité de la clientèle des musées les visite évidemment pour les expositions (94 %†), et les expositions en général (47 %) sont à peine plus mentionnées que les expositions vedettes (43 %).

**Graphique 31 – Raisons de visiter un musée, deux mentions possibles (%), 2014**  
Parmi la population ayant visité un musée au cours des douze derniers mois



Un peu moins du quart de la population a visité l'un des trois musées nationaux du Québec ou le Musée des beaux-arts de Montréal au cours de la dernière année (24 %†); le plus populaire étant le Musée des beaux-arts de Montréal (14 %).

**Graphique 32 – Taux de fréquentation des musées nationaux du Québec et du Musée des beaux-arts de Montréal (%), 2014**



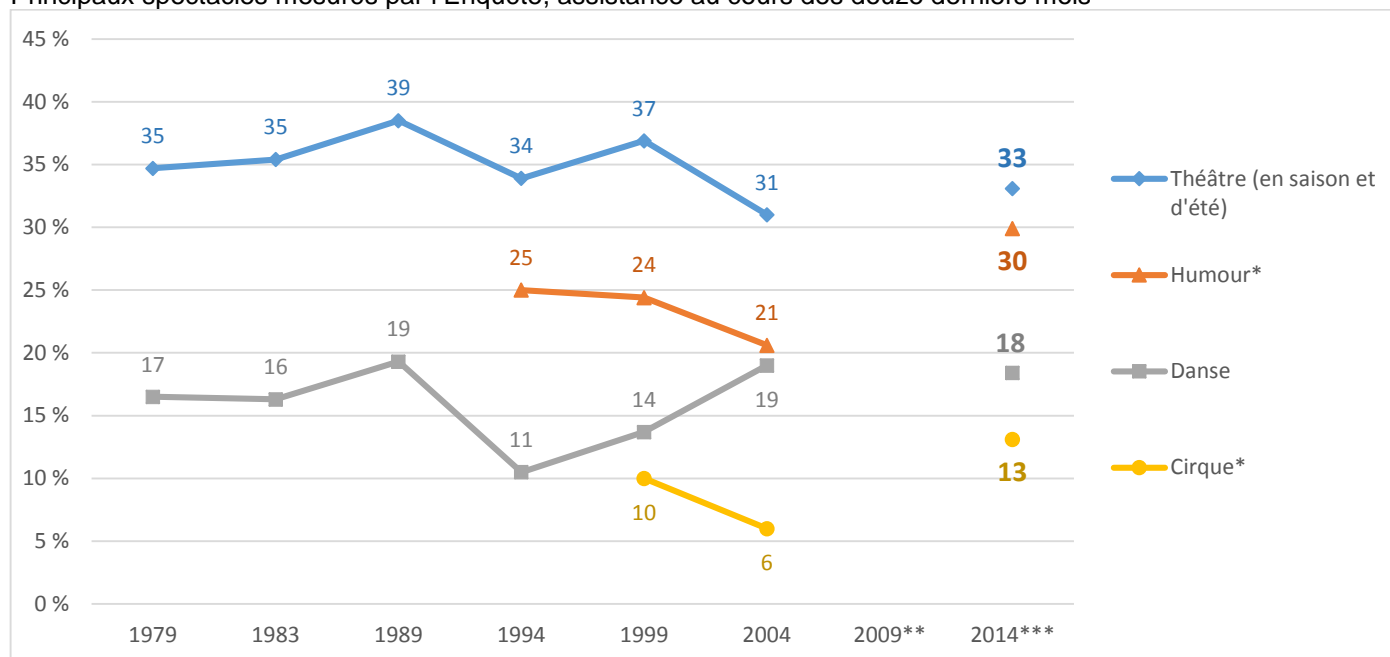
## 8. Arts de la scène

Pour l'ensemble des années d'enquêtes, les statistiques démontrent une certaine stabilité des taux de fréquentation de spectacles des arts de la scène (autres que les spectacles de musique pour cette section). En 2014, seuls les spectacles d'humour (30 %) et de cirque (13 %) affichent une certaine progression. Soulignons toutefois que les taux de fréquentation des arts de la scène sont souvent volatiles, puisque fortement associés aux productions à succès présentées au cours de la période étudiée. L'analyse faite par l'OCCQ des statistiques liées à la vente de billets de spectacles professionnels pour les dix dernières années ne permet d'ailleurs pas de dégager de tendance générale à la hausse ou à la baisse<sup>12</sup>.

Pour 2014, le taux d'assistance aux spectacles d'humour (30 %) se rapproche de celui du théâtre (33 %). Mentionnons que l'année 2013 avait été exceptionnelle pour le spectacle d'humour selon l'OCCQ. En effet, parmi les 25 spectacles les plus payants des arts de la scène, 11 étaient des spectacles d'humour, dont les trois premières positions du palmarès. Certains spectacles de cirque ont également occupé la première place au cours des dernières années<sup>13</sup>.

### Graphique 33 – Évolution des taux d'assistance à des spectacles des arts de la scène, professionnels et amateurs (excluant les spectacles de musique), 1979-2014

Principaux spectacles mesurés par l'Enquête, assistance au cours des douze derniers mois



\* Les catégories humour et cirque, pour 2004, n'incluent pas l'assistance à des spectacles amateurs.

\*\* Pour des raisons méthodologiques de compatibilité, les données de 2009 sur les arts de la scène ne sont pas présentées dans le graphique.

\*\*\* Les données 2014 pourraient être légèrement sous-évaluées en raison de la présence d'une question filtre.

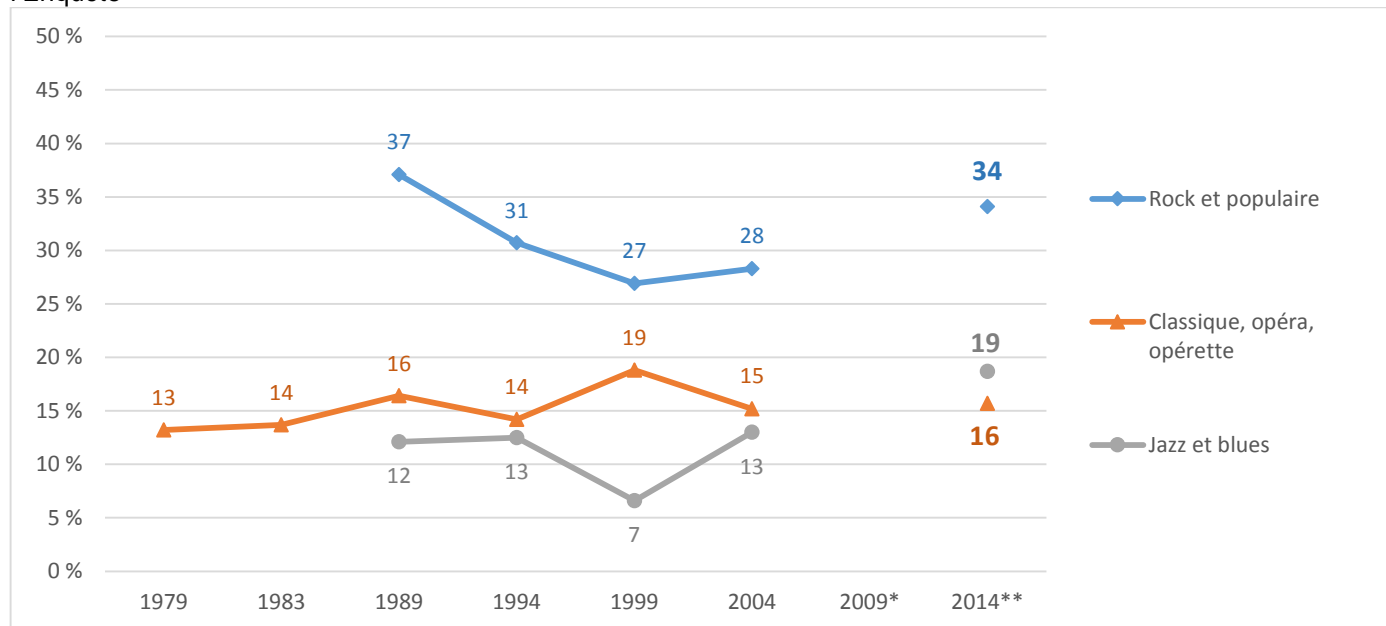
<sup>12</sup> OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC, « Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène », *Optique culture*, 2014, n° 34, p. 3.

<sup>13</sup> *Ibid.*, p. 13 et 19.

Englobant une grande variété de genres de musique, les spectacles de musique rock et populaire connaissent un certain regain de popularité depuis le début des années 2000. Par ailleurs, le taux d'assistance à des spectacles de musique jazz et blues (19 %) dépasse celui de la musique classique, d'opéra et d'opérette (16 %) pour la première fois depuis qu'ils sont mesurés (1989).

### Graphique 34 – Évolution des taux d'assistance à des spectacles de musique, 1979-2014

Principaux genres de spectacles mesurés par les enquêtes, assistance pour les douze derniers mois précédant l'Enquête



\* Pour des raisons méthodologiques de compatibilité, les données de 2009 sur les arts de la scène ne sont pas présentées dans le graphique.

\*\* Les données de 2014 excluant l'assistance à des spectacles amateurs pourraient être légèrement sous-évaluées en raison de la présence d'une question filtre.

**58 %** de la population a assisté à au moins un spectacle professionnel (tous genres confondus) au cours des douze derniers mois.

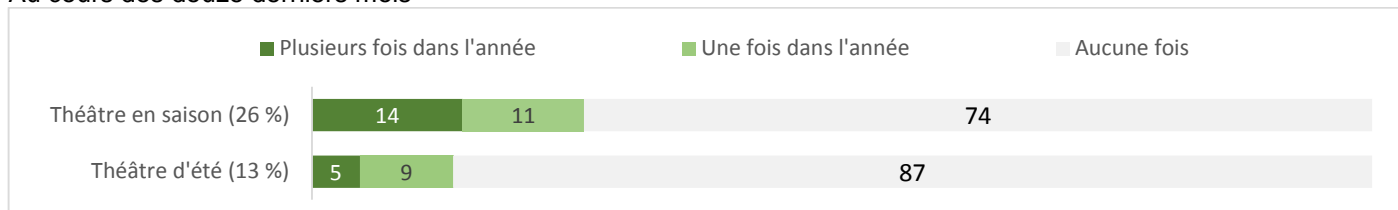
**36 %** de la population a acheté des billets de spectacle sur Internet au cours des douze derniers mois.

**29 %** de la population utilise Internet pour écouter un spectacle ou un numéro de spectacle au moins « quelques fois par année » (voir p. 25).

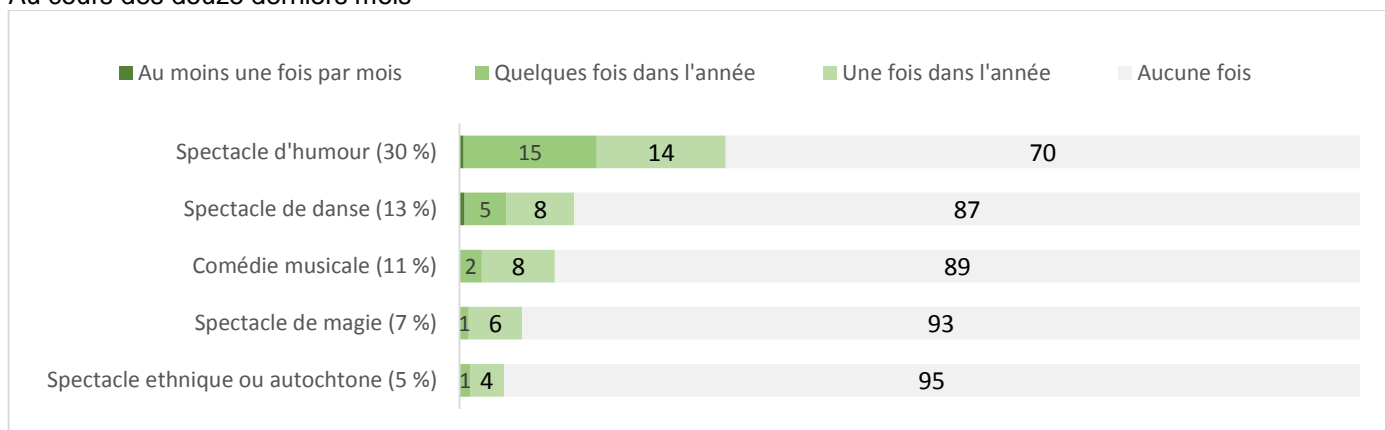
## Spectacles (autres que de musique)

Parmi les types de spectacles professionnels des arts de la scène étudiés (autres que de musique), ceux d'humour et le théâtre en saison ont des fréquences d'assistance un peu plus « assidues » que les autres. Les pourcentages de fréquences supérieures à une fois dans l'année (respectivement de 14 % et de 15 %) sont plus élevés que ceux pour les fréquences d'« une fois dans l'année » (respectivement de 11 % et de 14 %).

**Graphique 35 – Fréquences d'assistance à des représentations professionnelles de théâtre (%), 2014**  
Au cours des douze derniers mois



**Graphique 36 – Fréquences d'assistance à des spectacles professionnels de types variés (%), 2014\***  
Au cours des douze derniers mois



\* Les taux inférieurs à 1 % ne figurent pas dans le graphique.

On observe un écart entre les sexes en ce qui concerne la fréquentation des spectacles de danse (+ 5 points de % pour les femmes) et de théâtre en saison (+ 3 points de % pour les femmes).

Le théâtre est plus populaire au sein des groupes plus âgés (55 à 74 ans)<sup>14</sup>, alors que la danse et l'humour affichent des taux plus élevés chez les jeunes de 25 à 34 ans. Le cirque a, quant à lui, des taux d'assistance un peu plus élevés parmi la population âgée de 25 à 44 ans, qui est généralement plus associée aux familles. Pour des raisons qui peuvent être vraisemblablement liées à une plus faible mobilité, les personnes âgées de 75 ans et plus sont plus souvent sous-représentées dans l'assistance aux différents types de spectacles, exception faite du théâtre d'été.

Soulignons également un plus fort penchant pour le théâtre au sein de la population anglophone, et pour les spectacles d'humour parmi la population francophone.

Les taux de fréquentation des spectacles professionnels des arts de la scène augmentent généralement avec le niveau de scolarité et le niveau de revenu. Les spectacles de théâtre en saison et de cirque sont également proportionnellement plus populaires dans les plus grandes villes.

**Tableau XI – Taux d'assistance à des spectacles professionnels (autres que musique), 2014**

	Théâtre en saison	Théâtre d'été	Danse	Humour	Cirque (art clownesque ou acrobaties)
	%				
<b>Sexe</b>					
Homme	24	12	10	29	12
Femme	27	14	15	30	13
<b>Groupe d'âge</b>					
15 à 24 ans	30	11	14	30	12
25 à 34 ans	23	11	14	35	17
35 à 44 ans	24	11	15	32	15
45 à 54 ans	23	12	11	31	10
55 à 64 ans	29	18	11	30	12
65 à 74 ans	29	18	13	24	13
75 ans et plus	19	12	8	13	7
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>					
Français	26	13	13	34	12
Anglais	29	21	13	19	15
Autre	20	11	13	13	14
<b>Niveau de scolarité</b>					
Primaire	16	9	4	15	7
Secondaire	21	11	10	26	8
Collégial	24	14	12	35	12
Universitaire	32	15	17	31	18
<b>Revenu du ménage*</b>					
Moins de 20 000 \$	20	11	9	13	8
De 20 000 \$ à 39 999 \$	20	12	10	23	10
De 40 000 \$ à 59 999 \$	25	13	13	28	12
De 60 000 \$ à 79 999 \$	28	16	14	37	14
De 80 000 \$ à 99 999 \$	29	11	14	38	14
100 000 \$ et plus	33	16	15	42	19
<b>Taille de la municipalité</b>					
Moins de 2 000 hab.	22	13	11	25	9
De 2 000 à 9 999 hab.	22	15	9	31	9
De 10 000 à 24 999 hab.	25	13	13	32	11
De 25 000 à 99 999 hab.	27	15	12	33	12
100 000 hab. et plus	27	12	15	28	15
<b>Ensemble du Québec</b>					
Total	26	13	13	30	13

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

<sup>14</sup> À noter toutefois le pourcentage plus élevé dans la catégorie d'âge des 15 à 24 ans, vraisemblablement favorisé par certaines sorties de groupes au théâtre organisées par des établissements d'enseignement québécois.

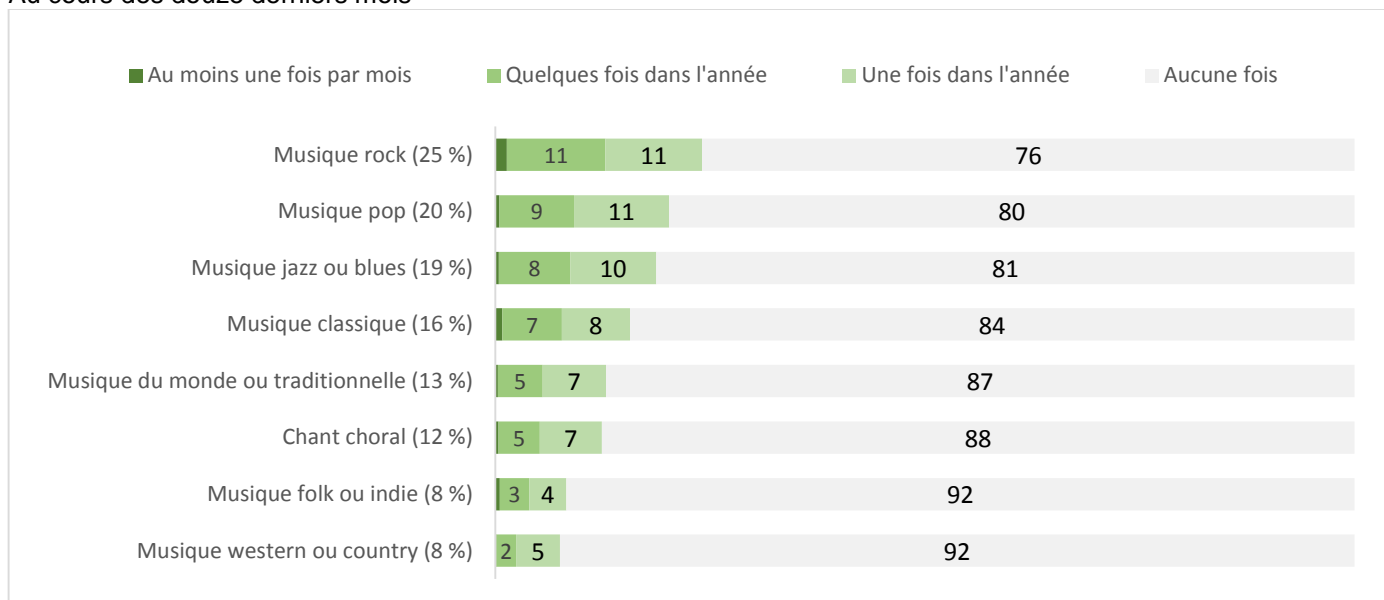
## Spectacles de musique

Parmi les différents arts de la scène, les spectacles de musique (tous genres de musique confondus) sont de loin la catégorie la plus populaire : un Québécois sur deux, âgé de 15 ans et plus a déclaré y avoir assisté.

**50 %** de la population a assisté à un spectacle professionnel de musique (tous genres confondus) dans les douze derniers mois.

Pour la plupart des spectacles de musique, les taux d'assistance se divisent pour l'essentiel en deux groupes plus ou moins égaux; les « occasionnels » qui assistent à des spectacles « quelques fois dans l'année », et les autres qui n'assistent qu'à une seule représentation durant l'année. Pour chacun des genres de spectacles de musique, les taux d'assistance d'« au moins une fois par mois » sont généralement de moins d'un pour cent. En comparaison avec 2009, on ne note qu'un seul changement dans l'ordre de popularité des genres en 2014, comme mentionné précédemment, soit les spectacles de jazz ou de blues qui surclassent les concerts de musique classique.

**Graphique 37 – Fréquences d'assistance à des spectacles professionnels de musique (%), 2014\***  
Au cours des douze derniers mois



\* Les taux observés pour la fréquence « au moins une fois par mois » varient entre 0,1 % (musique western ou country) et 1,3 % (musique rock) et ne figurent pas dans le présent tableau.

Les hommes assistent en une proportion un peu plus grande aux spectacles de rock (+ 6 points de %) et les spectacles de jazz ou blues (+ 3 points de %) que les femmes. À l'inverse, les spectacles de musique pop sont un peu plus populaires auprès des femmes (+ 4 points de %).

Comme pour les autres spectacles des arts de la scène, les taux d'assistance aux spectacles de musique augmentent généralement avec le niveau de scolarité et le revenu du ménage. Si, pour l'ensemble du Québec, les spectacles de jazz et blues sont vus dans une plus grande proportion par les anglophones que par les francophones, dans la région métropolitaine de recensement de Montréal, où l'offre de ce type de spectacle est plus grande qu'ailleurs au Québec, l'écart se rétrécit entre les deux langues officielles, avec des taux de 27 % chez les anglophones et de 24 % chez les francophones<sup>†</sup>.

**Tableau XII – Taux d'assistance à des spectacles professionnels de musique, 2014**

	Rock	Pop	Jazz ou blues	Classique
	%			
<b>Sexe</b>				
Homme	27	18	20	15
Femme	21	22	17	16
<b>Groupe d'âge</b>				
15 à 24 ans	29	25	14	9
25 à 34 ans	32	23	20	11
35 à 44 ans	33	22	18	13
45 à 54 ans	25	20	19	14
55 à 64 ans	22	22	23	20
65 à 74 ans	10	13	19	25
75 ans et plus	3	6	10	21
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>				
Français	26	22	18	16
Anglais	25	20	26	16
Autre	12	13	19	15
<b>Niveau de scolarité</b>				
Primaire	8	7	5	4
Secondaire	20	14	9	7
Collégial	28	26	20	13
Universitaire	27	23	28	27
<b>Revenu du ménage*</b>				
Moins de 20 000 \$	17	11	15	12
De 20 000 \$ à 39 999 \$	17	15	14	12
De 40 000 \$ à 59 999 \$	20	17	19	14
De 60 000 \$ à 79 999 \$	31	26	21	17
De 80 000 \$ à 99 999 \$	30	27	18	15
100 000 \$ et plus	35	27	26	23
<b>Taille de la municipalité</b>				
Moins de 2 000 hab.	22	21	16	10
De 2 000 à 9 999 hab.	25	17	12	13
De 10 000 à 24 999 hab.	24	19	18	14
De 25 000 à 99 999 hab.	24	21	18	14
100 000 hab. et plus	24	21	22	19
<b>Ensemble du Québec</b>				
Total	24	20	19	16

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

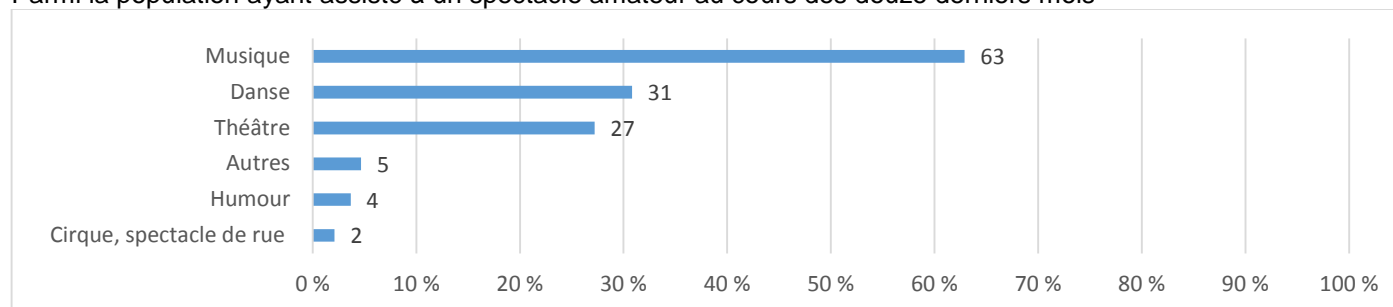
## Spectacles amateurs, festivals et fêtes

**31 %** de la population a assisté à au moins un spectacle amateur au cours des douze derniers mois.

Les observations faites pour les taux d'assistance aux spectacles amateurs ne correspondent pas nécessairement à ceux des spectacles professionnels; l'offre de spectacles, notamment, n'est pas la même. Parmi la population ayant assisté à un spectacle amateur (31 %), près des deux tiers ont vu au moins une fois un spectacle de musique (63 %), ce qui en fait la discipline la plus populaire. Dans la catégorie humour, alors que 30 % de la population a vu un spectacle de type professionnel (voir le graphique 36, p. 35), environ 1 %<sup>†</sup> de la population a vu un spectacle amateur.

### Graphique 38 – Disciplines des spectacles amateurs vus, plusieurs mentions possibles (%), 2014

Parmi la population ayant assisté à un spectacle amateur au cours des douze derniers mois

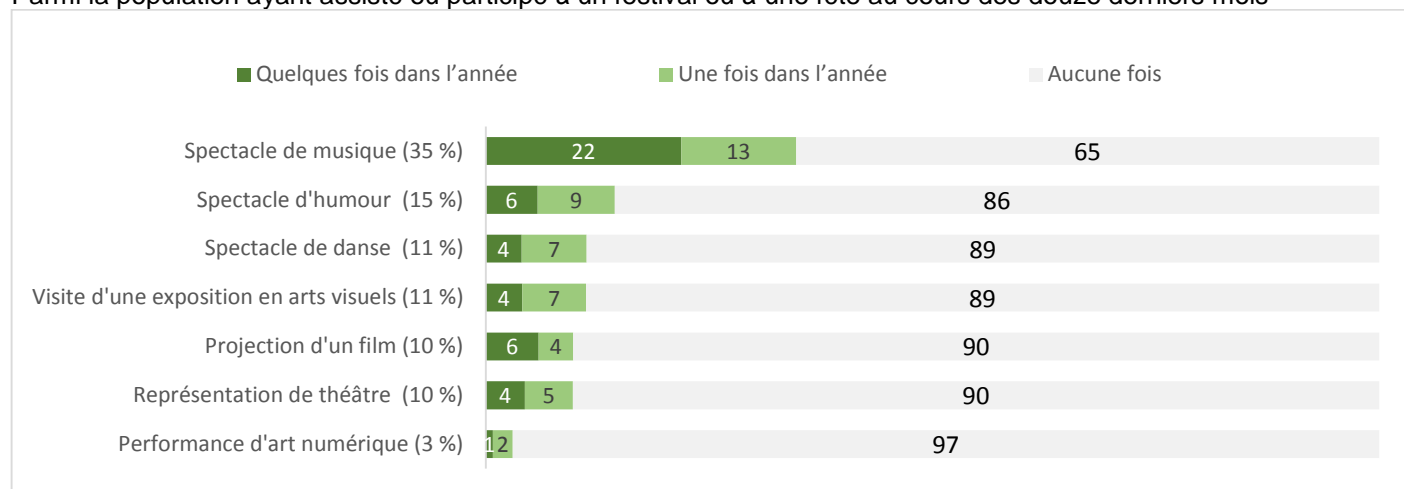


**44 %** de la population a assisté ou participé à un festival ou à une fête au cours des douze derniers mois.

Dans le contexte d'un festival ou d'une fête, l'assistance à un spectacle de musique (35 %) est également l'activité la plus populaire parmi les divers types de spectacles ou d'activités culturelles étudiés. Soulignons également la mesure de la participation d'un nouveau type de spectacle pour l'Enquête de 2014, c'est-à-dire les performances d'art numérique, qui obtiennent toutefois un taux d'assistance encore très marginal (3 %) parmi la population.

### Graphique 39 – Fréquences d'assistance ou de participation aux spectacles ou activités culturelles dans le contexte d'un festival ou d'une fête (%), 2014

Parmi la population ayant assisté ou participé à un festival ou à une fête au cours des douze derniers mois

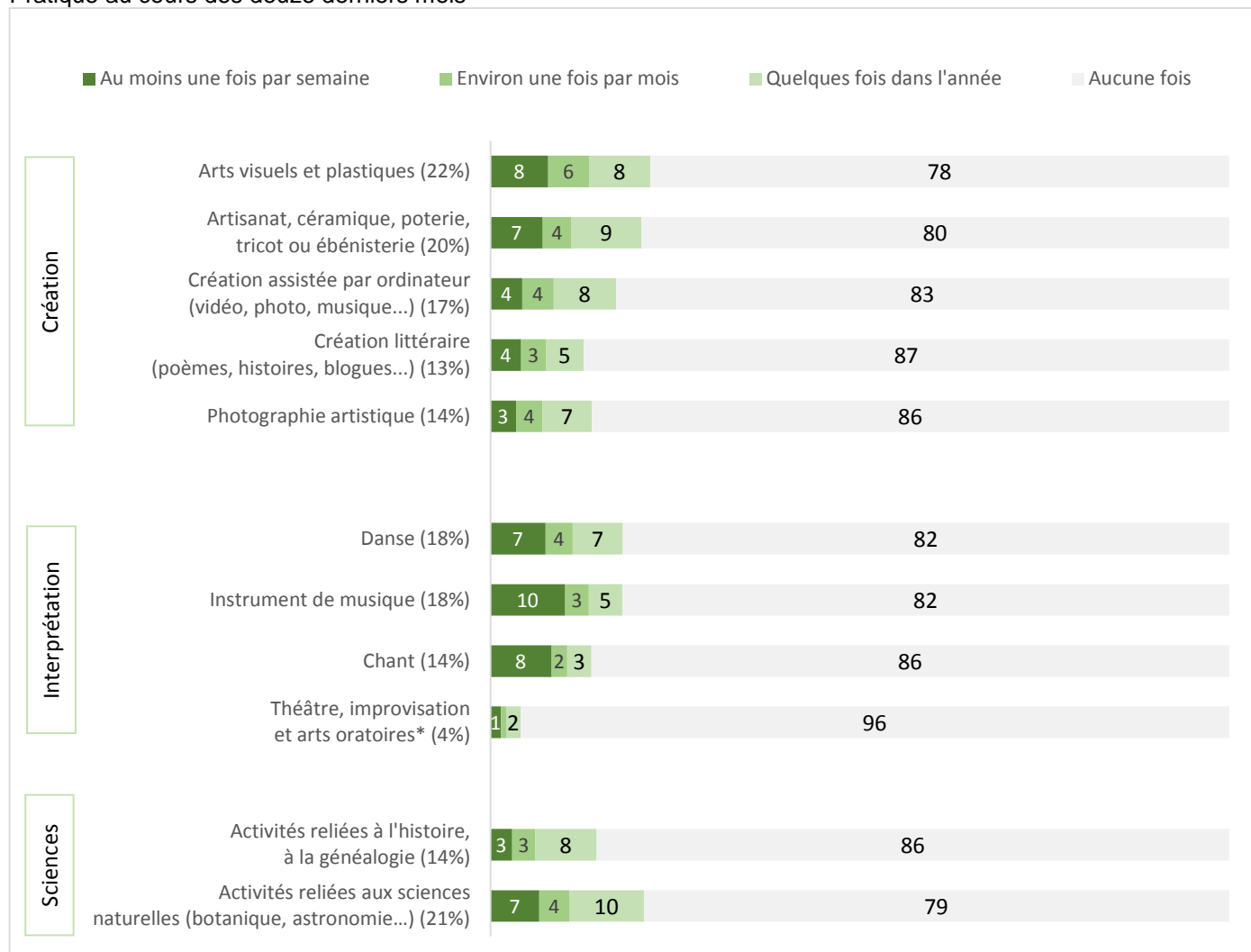


## 9. Pratiques en amateur

Les pratiques artistiques et culturelles en amateur impliquent une multitude d'activités qui ont fait l'objet de certains regroupements dans le questionnaire de l'Enquête. Si on ne peut déterminer avec exactitude l'activité la plus populaire au Québec, on retrouve parmi les plus pratiquées celles qui sont liées aux arts visuels et aux arts plastiques (22 %), à l'artisanat (20 %), à la danse (18 %) et à la pratique d'un instrument de musique (18 %) <sup>15</sup>. Cette dernière a également la plus grande proportion de fréquence de pratique la plus régulière, soit « au moins une fois par semaine » pour 10 % de la population.

**Graphique 40 – Fréquences de la pratique d'activités artistiques ou culturelles en amateur (%), 2014**

Pratique au cours des douze derniers mois



\* Le taux de la fréquence « environ une fois par mois » pour les pratiques de théâtre, improvisation et arts oratoires en amateur est de 1 %.

<sup>15</sup> En raison des changements dans les questions, les données 2014 sur les pratiques en amateur ne sont pas comparables avec les autres années d'enquêtes.

**66 %** de la population a pratiqué une ou des activités artistiques ou culturelles en amateur étudiées par l'Enquête au moins « quelques fois dans l'année » au cours des douze derniers mois.

En ce qui concerne les caractéristiques sociodémographiques de la population pratiquant des activités artistiques ou culturelles en amateur en général, on observe de plus fortes proportions pour les femmes (70 % contre 61 % pour les hommes) et pour les anglophones (77 % contre 66 % pour l'ensemble de la population du Québec)<sup>†</sup>. Globalement, les taux de pratique en amateur augmentent avec le niveau de scolarité, mais affichent rarement ce type de lien avec le revenu du ménage ou la taille de la municipalité.

Comme les pratiques en amateur touchent près de l'ensemble des domaines des arts et de la culture, les taux obtenus pour les pratiques, analysées individuellement ou en petits regroupements, varient fortement en fonction des variables sociodémographiques étudiées.

Les femmes sont proportionnellement plus nombreuses que les hommes à pratiquer des activités telles que la danse (+ 12 points de %), l'artisanat (+ 12 points de %) ou les arts visuels et les arts plastiques (+ 6 points de %). À l'inverse, les hommes jouent en plus grande proportion d'un instrument de musique (+ 8 points de %) et sont plus nombreux à faire de la création assistée par ordinateur (+ 4 points de %).

Plusieurs pratiques en amateur sont plus fortement répandues chez les 15 à 24 ans et certaines d'entre elles ont vraisemblablement pu être favorisées par les activités scolaires, obligatoires ou parascolaires. Outre ce constat, les activités plus souvent associées à la jeunesse, en ce qui concerne les taux, sont la pratique de la musique (instrument et chant), celles qui font davantage appel à la technologie (création assistée par ordinateur et photographie) et celles liées aux arts visuels et plastiques. La population plus avancée en âge, quant à elle, s'adonne en plus grande proportion aux pratiques liées à l'artisanat.

Seules trois pratiques croissent à mesure qu'augmente le niveau de scolarité, soit la création assistée par ordinateur, la création littéraire et la photographie artistique.

Enfin, bien que les écarts soient relativement minimes, quelques activités sont davantage pratiquées dans les municipalités de moins de 2 000 habitants, soit l'artisanat, la danse et le chant. Les villes de 100 000 habitants et plus affichent également des proportions un peu plus grandes de population pratiquant la création assistée par ordinateur et la création littéraire.

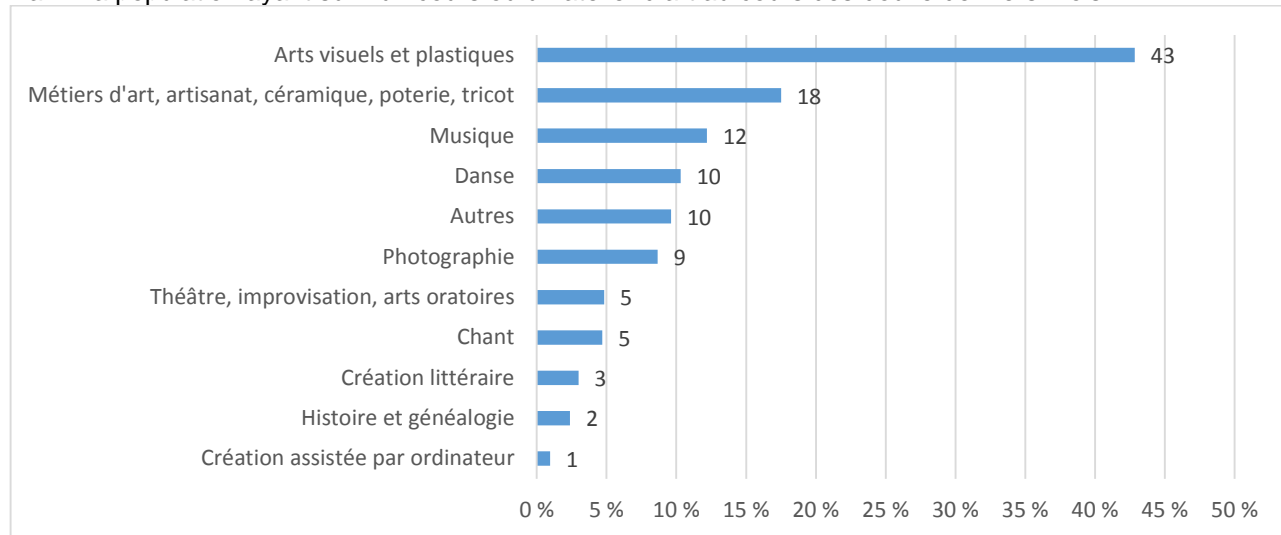
**Tableau XIII – Taux de pratiques artistiques en amateur, 2014**

	Dessin, peinture, sculpture	Artisanat, céramique, poterie, tricot, ébénisterie	Création assistée par ordinateur (vidéo, photo, musique...)	Création littéraire (poèmes, histoires, blogues...)	Photographie artistique	Danse	Instrument de musique	Chant	Théâtre, improvisation, autres formes d'art oratoire
	%								
<b>Sexe</b>									
Homme	17	14	19	12	13	12	22	12	4
Femme	26	26	15	13	14	24	14	15	4
<b>Groupe d'âge</b>									
15 à 24 ans	42	20	34	26	22	19	34	18	13
25 à 34 ans	23	18	23	12	16	19	21	15	4
35 à 44 ans	22	18	20	14	16	19	21	16	3
45 à 54 ans	16	19	13	9	11	16	13	12	2
55 à 64 ans	16	23	10	8	10	18	11	10	2
65 à 74 ans	14	25	7	8	9	20	11	11	2
75 ans et plus	13	24	3	11	7	13	11	14	2
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>									
Français	21	20	16	11	13	17	17	12	4
Anglais	23	25	20	20	20	22	25	22	5
Autre	24	18	23	18	16	23	21	16	3
<b>Niveau de scolarité</b>									
Primaire	17	25	9	8	7	13	10	11	7
Secondaire	22	21	15	11	11	18	17	12	5
Collégial	24	23	18	12	13	17	16	14	4
Universitaire	20	17	19	15	17	19	21	15	3
<b>Revenu du ménage*</b>									
Moins de 20 000 \$	25	25	17	18	10	22	20	19	7
De 20 000 \$ à 39 999 \$	20	22	12	12	10	20	15	16	5
De 40 000 \$ à 59 999 \$	20	21	16	10	14	17	15	11	2
De 60 000 \$ à 79 999 \$	22	19	17	10	15	19	16	12	3
De 80 000 \$ à 99 999 \$	20	18	17	15	15	18	19	13	6
100 000 \$ et plus	19	19	18	10	13	15	17	11	2
<b>Taille de la municipalité</b>									
Moins de 2 000 hab.	23	32	14	11	16	21	16	17	5
De 2 000 à 9 999 hab.	22	24	14	9	12	16	16	12	3
De 10 000 à 24 999 hab.	20	19	16	12	14	18	18	13	3
De 25 000 à 99 999 hab.	22	20	16	12	12	19	16	13	4
100 000 hab. et plus	22	18	19	15	15	18	19	14	5
<b>Ensemble du Québec</b>									
Total	22	20	17	13	14	18	18	14	4

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

Plus de la moitié de la population (51 %) a eu l'occasion de suivre un cours ou un atelier d'arts au cours de sa vie, mais seulement 5 % en ont suivi au cours des douze derniers mois. Les disciplines les plus populaires sont de loin celles touchant aux arts visuels et plastiques (43 %).

**Graphique 41 – Disciplines des cours ou ateliers d'art suivis, deux mentions possibles (%), 2014**  
Parmi la population ayant suivi un cours ou un atelier d'art au cours des douze derniers mois

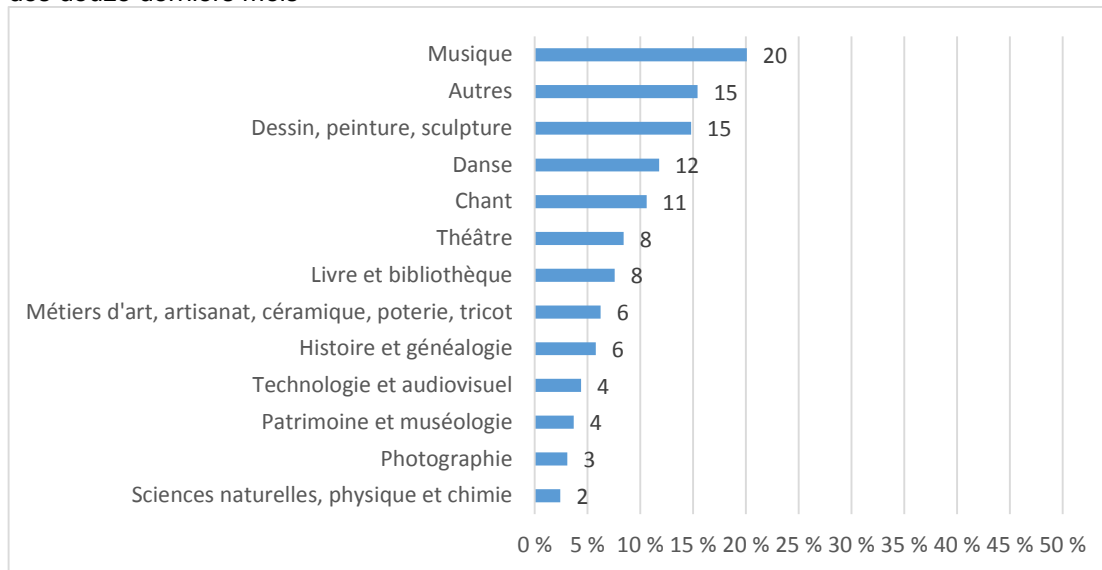


## 10. Pratiques engagées

Près d'une personne sur dix (9 %) déclare avoir été membre d'un organisme ou d'une association à caractère artistique ou culturel au cours des douze derniers mois. À noter que le caractère culturel d'un organisme ou d'une association peut couvrir un vaste champ de secteurs, comme il est possible de le constater avec la popularité de la mention « autres » (15 %), en réponse à la question relative à la discipline d'engagement.

### Graphique 42 – Disciplines de l'organisme ou de l'association à caractère artistique ou culturel dont sont membres les Québécois, deux mentions possibles (%), 2014

Parmi la population ayant été membre d'un organisme ou d'une association à caractère artistique ou culturel au cours des douze derniers mois

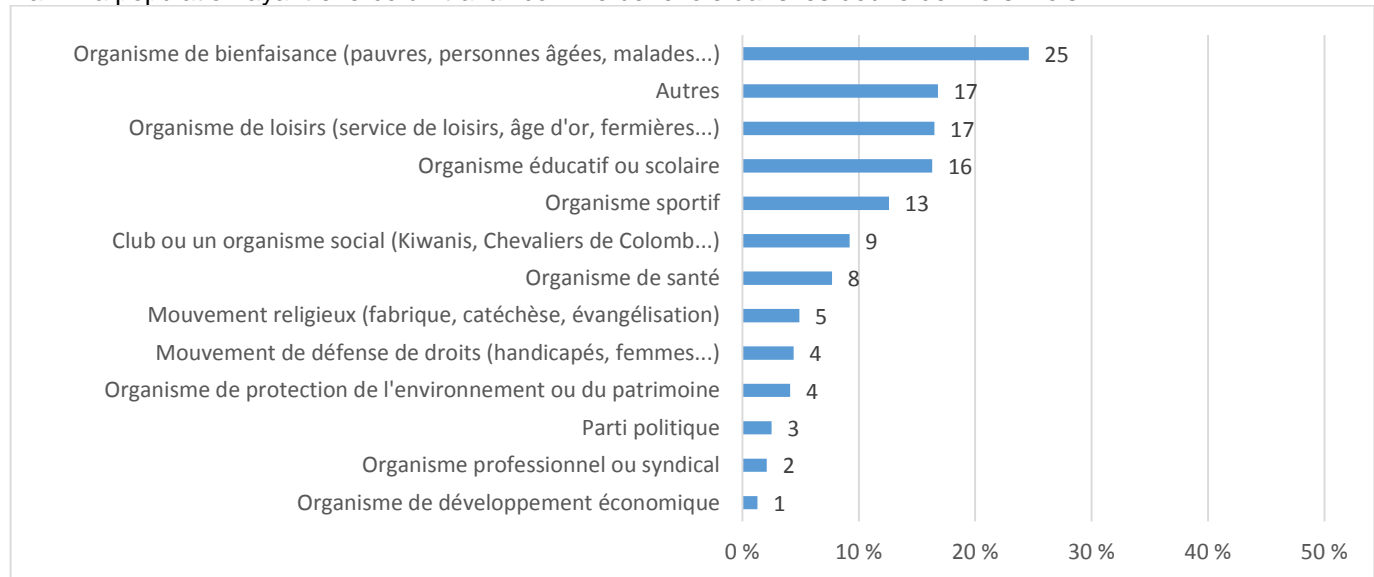


**12 %** de la population a exercé un travail comme bénévole dans le milieu culturel ou artistique (organisme, bibliothèque, événement culturel, etc.) au cours des douze derniers mois.

En dehors des organismes et événements liés aux arts et à la culture, 65 % de la population a œuvré comme bénévole au cours des douze derniers mois, et c'est dans les organismes de bienfaisance que les Québécois ont été les plus impliqués (25 %).

**Graphique 43 – Types d'organismes ou d'événements pour lesquels un travail bénévole s'est exercé, plusieurs mentions possibles (%), 2014**

Parmi la population ayant exercé un travail comme bénévole dans les douze derniers mois



*Dons et dépenses*

**242 \$** : Montant moyen donné par les Québécois ayant fait un don à un organisme artistique ou culturel au cours des douze derniers mois (30 \$ pour l'ensemble du Québec). Le pourcentage de donateurs est de 14 % parmi la population.

La moyenne est toutefois tirée vers le haut par les grands donateurs, puisque la médiane du don, pour les donateurs, se chiffre à 100 \$. Notons également que le caractère culturel des organismes ayant reçu un don a pu être interprété de manière relativement variée par les répondants<sup>16</sup>.

**502 \$** : Montant moyen de l'achat d'une œuvre d'art et d'un produit des métiers d'arts ou d'artisanat. Des œuvres d'art ont été achetées par 26 % de la population, et des produits des métiers d'art ou d'artisanat par 10 %.

<sup>16</sup> Pour mettre en perspective ces données, celles de l'Enquête canadienne sur le don, le bénévolat et la participation indiquent que le pourcentage de Québécois de 15 ans et plus qui ont donné à tous types d'organismes confondus en 2010 était de 85 %, et le don moyen pour ceux-ci était de 208 \$.

STATCAN, *Tableau 1.6 Taux de donateurs et répartition du montant des dons annuels, selon les caractéristiques personnelles et économiques, population âgée de 15 ans et plus, Québec, 2010.* <http://www.statcan.gc.ca/pub/89-649-x/2011001/tbl/tbl16-fra.htm>

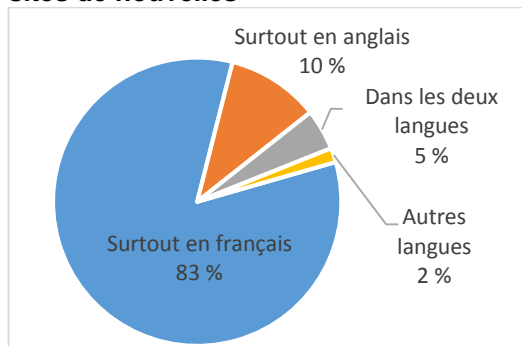
Comme pour le don, la médiane des dépenses des acheteurs est inférieure à la moyenne et se situe à 200 \$.

## 11. Langues, médias et produits culturels

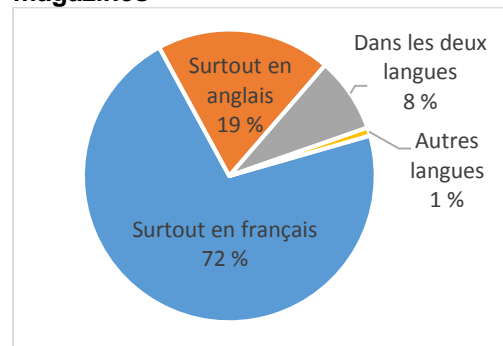
Cette section présente la répartition des langues de consommation de neuf médias ou produits culturels de l'Enquête. Pour contextualiser d'abord les données, mentionnons qu'à la question de la langue parlée le plus souvent à la maison, la proportion du « français » est de 78 %, celle de l'« anglais » est de 8 % et celle de « français et anglais » est de 2 %. Toutes les autres langues et combinaisons d'autres langues obtiennent un total de 12 % de mention.

Pour chacun des médias et produits culturels, les données ont été regroupées en quatre catégories de langue de consommation : « surtout en français », « surtout en anglais », « dans les deux langues de manière équivalente » et « autres langues<sup>17</sup> ». Parmi l'ensemble, le français est surtout utilisé pour les supports de lecture, soit de journaux et de sites de nouvelles (83 %), de livres (72 %) et de revues ou magazines (72 %), ainsi que l'assistance à des spectacles de théâtre (83 %). L'écoute de chansons fait figure de catégorie à part, en ayant à la fois le plus haut taux d'écoute en anglais (40 %) et en français et en anglais de manière équivalente (33 %). Mise à part l'écoute de chansons, le visionnement de films (au cinéma ou ailleurs) obtient la part la plus élevée d'écoute « surtout en anglais », avec 27 %.

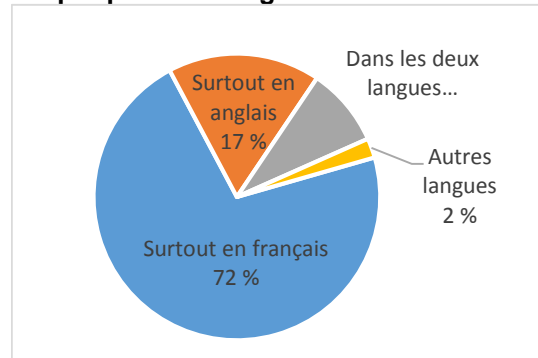
**Graphique 44 – Langue de lecture de journaux et sites de nouvelles**



**Graphique 45 – Langue de lecture de revues ou magazines**

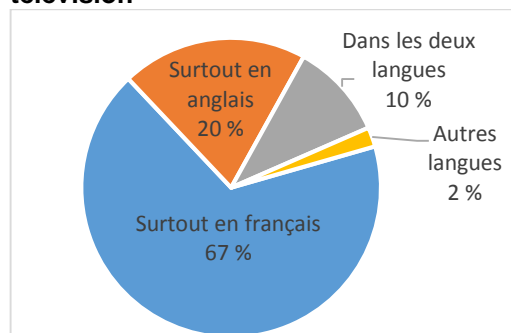


**Graphique 46 – Langue de lecture de livres**

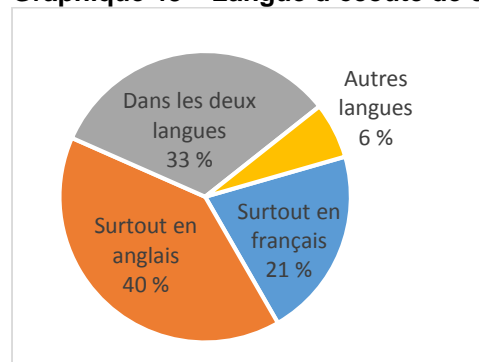


<sup>17</sup> Contrairement aux autres années d'enquêtes, les modalités de réponses des questions de 2014 sur la langue de consommation n'ont pas été lues lors de la passation du questionnaire. Les données de 2014 ne sont par conséquent pas comparables avec les années précédentes.

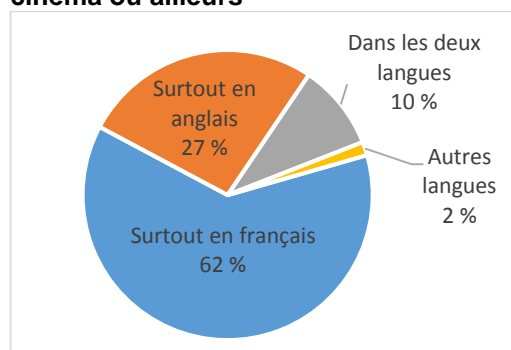
**Graphique 45 – Langue de visionnement de la télévision**



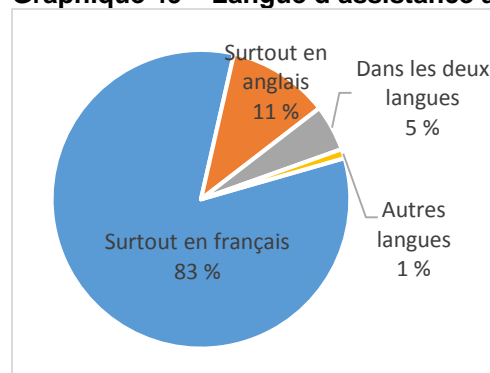
**Graphique 48 – Langue d'écoute de chansons**



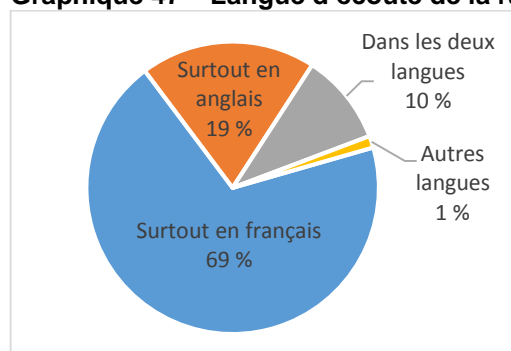
**Graphique 46 – Langue de visionnement de films, au cinéma ou ailleurs**



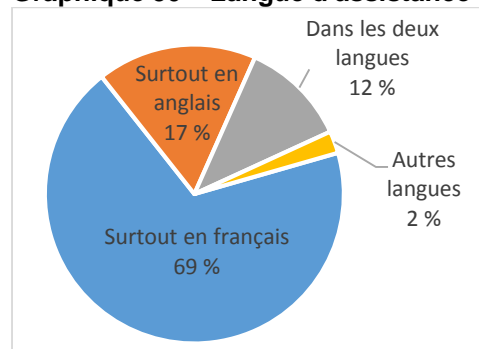
**Graphique 49 – Langue d'assistance au théâtre**



**Graphique 47 – Langue d'écoute de la radio**



**Graphique 50 – Langue d'assistance aux spectacles**



On trouvera dans les pages suivantes trois tableaux de données croisant les langues de consommation des médias et produits culturels avec les variables sociodémographiques utilisées dans ce bulletin. Globalement, on observe que les taux de mention « surtout en français » sont plus élevés chez les femmes (à l'exception de l'écoute de la radio) et pour les groupes des niveaux de scolarité les moins élevés. Les taux de mention « surtout en français » sont également plus élevés chez les groupes plus âgés pour les médias et produits audiovisuels, soit la télévision, le cinéma, la radio, et surtout l'écoute de chansons.

Les francophones utilisent surtout le français pour leurs activités culturelles avec des taux allant de 78 % à 96 % selon l'activité, et les anglophones utilisent surtout l'anglais avec des taux variant entre 72 % et 93 %. Les allophones utilisent davantage de langues pour leurs activités. Ils lisent des livres et assistent à des spectacles (théâtre et autres types de spectacles) « surtout en français » dans des proportions plus élevées que « surtout en anglais ». Et inversement, les médias audiovisuels (télévision, film, radio, chanson) sont consommés « surtout en anglais » dans des proportions supérieures.

**Tableau XIV – Taux de lecture selon la langue, 2014**

	Langue de lecture des quotidiens ou de site de nouvelles				Langue de lecture des revues				Langue de lecture des livres			
	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues
	%				%				%			
<b>Sexe</b>												
Homme	82	10	6	2	65	24	10	1	68	19	11	2
Femme	85	10	3	1	77	15	7	1	74	16	8	2
<b>Groupes d'âge</b>												
15 à 24 ans	84	10	5	1	60	28	11	1	70	19	10	1
25 à 34 ans	85	10	4	2	72	21	6	1	71	17	10	2
35 à 44 ans	83	9	5	2	71	19	9	1	69	19	8	4
45 à 54 ans	81	11	6	2	72	18	9	1	69	18	11	2
55 à 64 ans	85	11	4	1	75	16	8	1	76	16	6	2
65 à 74 ans	84	11	4	1	79	14	6	0	76	14	7	2
75 ans et plus	83	12	5	1	77	16	6	1	74	14	10	2
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>												
Français	96	1	3	0	83	9	7	0	85	6	8	0
Anglais	14	72	12	2	5	85	9	1	5	87	7	1
Autre	55	26	10	9	39	42	15	5	39	35	13	12
<b>Niveau de scolarité</b>												
Primaire	92	6	0	2	82	10	7	1	84	12	2	1
Secondaire	90	5	4	1	82	12	6	0	82	11	6	1
Collégial	84	11	5	1	72	19	8	1	74	17	7	2
Universitaire	78	14	6	2	63	25	10	1	62	22	12	3
<b>Revenu du ménage*</b>												
Moins de 20 000 \$	86	7	5	3	75	13	11	1	76	11	9	3
De 20 000 \$ à 39 999 \$	84	9	5	2	75	16	7	2	74	16	7	3
De 40 000 \$ à 59 999 \$	86	8	5	1	74	18	8	1	75	13	10	2
De 60 000 \$ à 79 999 \$	85	10	4	1	73	18	8	0	75	15	8	1
De 80 000 \$ à 99 999 \$	89	8	3	1	75	18	7	1	76	16	6	2
100 000 \$ et plus	83	11	6	1	67	22	10	0	67	21	11	1
<b>Taille des municipalités</b>												
Moins de 2 000 hab.	86	12	1	0	77	19	4	0	78	16	6	0
De 2 000 à 9 999 hab.	90	6	4	0	82	11	7	0	82	11	7	0
De 10 000 à 24 999 hab.	84	11	5	0	69	21	9	1	70	21	7	2
De 25 000 à 99 999 hab.	85	10	4	1	73	18	8	1	74	17	8	1
100 000 hab. et plus	80	12	6	3	67	22	9	1	67	19	11	4
<b>Ensemble du Québec</b>												
Total	83	10	5	2	72	19	8	1	72	17	9	2

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

**Tableau XV – Taux de consommation des produits culturels audiovisuels selon la langue, 2014**

	Langue de visionnement de la télévision				Langue d'écoute de films				Langue d'écoute de la radio				Langue d'écoute des chansons			
	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues
	%				%				%				%			
<b>Sexe</b>																
Homme	64	22	12	2	60	30	9	1	69	19	11	1	19	44	31	6
Femme	71	19	9	2	65	24	10	2	69	20	10	1	23	36	34	6
<b>Groupes d'âge</b>																
15 à 24 ans	55	29	12	4	54	35	9	2	50	38	10	2	3	73	14	9
25 à 34 ans	66	22	11	2	60	29	9	2	68	19	11	2	12	46	36	7
35 à 44 ans	63	21	12	3	60	28	11	1	67	19	13	2	12	47	34	7
45 à 54 ans	70	18	9	2	66	25	8	1	70	18	11	1	18	37	39	6
55 à 64 ans	73	16	9	1	71	20	9	1	76	14	9	1	31	26	40	3
65 à 74 ans	77	14	8	1	70	18	10	2	80	12	7	0	48	13	33	6
75 ans et plus	74	16	10	0	68	20	12	0	80	13	7	1	53	14	29	3
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>																
Français	80	10	10	0	75	14	10	1	81	9	9	0	26	36	36	3
Anglais	4	90	6	0	2	93	5	0	10	81	8	1	2	78	14	6
Autre	29	42	16	13	26	56	11	7	35	42	15	8	7	44	23	26
<b>Niveau de scolarité</b>																
Primaire	83	9	7	2	72	21	7	1	73	16	9	2	45	29	23	2
Secondaire	74	16	8	2	75	18	7	1	72	16	10	1	23	39	34	4
Collégial	67	21	10	2	66	26	7	1	69	20	10	1	18	44	33	6
Universitaire	60	25	13	2	51	34	13	2	66	22	10	1	19	39	33	9
<b>Revenu du ménage*</b>																
Moins de 20 000 \$	69	18	9	4	67	25	6	3	70	17	10	3	28	33	31	9
De 20 000 \$ à 39 999 \$	73	16	8	3	70	19	9	3	72	16	10	2	29	31	32	8
De 40 000 \$ à 59 999 \$	73	15	11	1	71	20	8	1	75	14	9	1	27	31	34	7
De 60 000 \$ à 79 999 \$	70	17	12	1	63	26	11	1	73	19	8	0	19	42	36	3
De 80 000 \$ à 99 999 \$	72	20	8	1	66	22	10	2	73	17	9	0	18	43	34	5
100 000 \$ et plus	64	24	12	0	56	31	12	1	70	19	11	1	14	50	33	3
<b>Taille des municipalités</b>																
Moins de 2 000 hab.	77	17	6	0	75	18	6	0	76	16	7	1	28	33	36	3
De 2 000 à 9 999 hab.	77	13	10	0	76	15	9	1	76	14	9	0	26	37	35	2
De 10 000 à 24 999 hab.	68	22	9	1	58	31	9	2	65	21	13	1	21	43	32	3
De 25 000 à 99 999 hab.	71	19	9	1	68	23	8	2	70	18	11	0	22	40	34	4
100 000 hab. et plus	61	23	12	4	55	32	11	2	66	22	10	2	18	41	31	10
<b>Ensemble du Québec</b>																
Total	67	20	10	2	62	27	10	1	69	19	10	1	21	40	33	6

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

**Tableau XVI – Langue d'assistance aux spectacles, 2014**

	Langue d'assistance aux représentations de théâtre				Langues d'assistance aux spectacles en général			
	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres langues	Surtout en français	Surtout en anglais	Français et anglais	Autres
	%				%			
<b>Sexe</b>								
Homme	82	12	5	1	66	20	12	3
Femme	84	11	4	1	72	15	11	2
<b>Groupes d'âge</b>								
15 à 24 ans	88	8	4	0	60	26	12	3
25 à 34 ans	81	11	7	1	63	20	14	3
35 à 44 ans	81	10	8	1	66	19	13	2
45 à 54 ans	81	13	5	0	70	18	11	1
55 à 64 ans	83	12	3	2	75	11	11	3
65 à 74 ans	86	10	4	0	81	9	9	2
75 ans et plus	79	20	2	0	79	12	6	2
<b>Langue parlée le plus souvent à la maison</b>								
Français	96	2	2	0	78	10	10	1
Anglais	8	79	13	0	6	75	15	3
Autre	47	30	19	4	40	32	18	10
<b>Niveau de scolarité</b>								
Primaire	92	6	1	0	68	20	11	1
Secondaire	93	6	2	0	76	13	10	1
Collégial	85	10	4	2	67	19	12	2
Universitaire	76	16	7	1	65	19	13	3
<b>Revenu du ménage*</b>								
Moins de 20 000 \$	82	10	7	1	72	12	15	2
De 20 000 \$ à 39 999 \$	87	9	3	2	73	16	9	3
De 40 000 \$ à 59 999 \$	86	10	3	1	72	14	11	3
De 60 000 \$ à 79 999 \$	87	9	3	0	67	19	12	2
De 80 000 \$ à 99 999 \$	88	9	4	0	71	14	12	2
100 000 \$ et plus	81	13	6	1	68	19	12	1
<b>Taille des municipalités</b>								
Moins de 2 000 hab.	82	16	2	0	76	14	9	1
De 2 000 à 9 999 hab.	92	5	3	0	80	12	7	1
De 10 000 à 24 999 hab.	84	12	3	1	68	23	8	1
De 25 000 à 99 999 hab.	84	11	4	1	74	14	11	2
100 000 hab. et plus	80	13	6	1	62	20	14	4
<b>Ensemble du Québec</b>								
Total	83	11	5	1	69	17	12	2

\* Variable contenant 20 % de valeurs manquantes.

## Conclusion

Depuis 35 ans, l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec (EPC) apporte un regard sur l'évolution et les mutations de la culture et de ses pratiques. Les données permettent d'alimenter la réflexion pour les milieux culturels, universitaires et politiques. Comme par le passé, la grande variété de questions favorisera l'analyse plus en profondeur des pratiques dans des recherches thématiques. Et comme pour tout type d'enquête, l'EPC est un angle d'analyse des pratiques culturelles qui se conjugue avec d'autres types d'indicateurs (temps d'utilisation des pratiques, statistiques économiques, etc.) pour une vue globale sur la culture.

La lecture de plusieurs indicateurs, qui sont demeurés stables ou qui sont en hausse, apporte un éclairage positif sur la démocratisation des pratiques, notamment pour les taux de visite de lieux culturels (bibliothèques, libraires, salons des métiers d'arts, musées), de sorties au cinéma et d'assistance à certains types de spectacles des arts de la scène (humour, cirque, musique rock et populaire, jazz et blues). Les taux de lecture indiquent un regain du nombre de lecteurs au Québec, soutenu notamment par la lecture sur support numérique. Les changements apportés au questionnaire donnent un premier aperçu de l'impact des pratiques liées au numérique, pour la lecture et l'écoute de contenus télévisuels et radiophoniques, qui pourront également être suivies dans le temps.

## Liste des graphiques

Graphique 1 – Évolution des taux de pratique de la lecture, 1979-2014 .....	4
Graphique 2 – Fréquences de lecture des différents médias selon les formats papier et numérique (%), 2014 .....	5
Graphique 3 – Sections les plus souvent lues du journal quotidien, trois mentions possibles (%), 2014.....	7
Graphique 4 – Genres de revues ou de magazines les plus souvent lus, trois mentions possibles (%), 2014.....	10
Graphique 5 – Évolution des nombres moyens et médians de livres lus, 1994-2014* .....	12
Graphique 6 – Genres de livres les plus souvent lus, trois mentions possibles (%), 2014.....	12
Graphique 7 – Raisons de ne pas lire de livres, trois mentions possibles (%), 2014 .....	13
Graphique 8 – Moyens de se procurer le plus souvent des livres, deux mentions possibles (%), 2014 .....	13
Graphique 9 – Principales raisons qui motivent le choix dans l'achat d'un livre, trois mentions possibles (%), 2014 .....	14
Graphique 10 – Fréquences d'écoute de télévision selon le genre d'émission (%), 2014 .....	16
Graphique 11 – Moyens les plus souvent utilisés pour écouter du contenu télévisuel, deux mentions possibles (%), 2014 .....	16
Graphique 12 – Moyens principalement utilisés pour visionner des séries télévisées après leur saison de diffusion initiale, deux mentions possibles (%), 2014 .....	17
Graphique 13 – Origine des séries télévisées regardées après leur saison de diffusion initiale, deux mentions possibles (%), 2014 .....	17
Graphique 14 – Types de contenu radiophonique les plus souvent écoutés durant la saison régulière (septembre à mai), deux mentions possibles (%), 2014.....	19
Graphique 15 – Évolution des taux de sortie au cinéma, 1983-2014.....	20
Graphique 16 – Fréquences d'écoute de films (%), 2014 .....	20
Graphique 17 – Origine (québécoise ou non québécoise) des films les plus souvent visionnés, 2014 .....	22
Graphique 18 – Moyens utilisés pour visionner le plus souvent des films, deux mentions possibles (%), 2014.....	23
Graphique 19 – Genres de films les plus souvent visionnés, trois mentions possibles (%), 2014 .....	23
Graphique 20 – Fréquences d'écoute de la musique (%), 2014 .....	24
Graphique 21 – Genres de musique les plus souvent écoutés, trois mentions possibles (%), 2014 .....	24
Graphique 22 – Origine de la musique la plus souvent écoutée (québécoise ou non québécoise), 2014 .....	25
Graphique 23 – Moyens les plus souvent utilisés pour écouter de la musique, deux mentions possibles (%), 2014 .....	26
Graphique 24 – Fréquences des différents usages d'Internet à des fins culturelles (%), 2014 .....	28
Graphique 25 – Évolution des taux de fréquentation des lieux culturels, 1979-2014 (1 de 2).....	29
Graphique 26 – Évolution des taux de fréquentation des lieux culturels, 1979-2014 (2 de 2).....	30
Graphique 27 – Fréquences de visite de lieux culturels (%), 2014*.....	31
Graphique 28 – Fréquences de visite des salons des métiers d'art ou d'artisanat et des salons du livre (%), 2014 .....	31
Graphique 29 – Fréquences de visite des bibliothèques (%), 2014.....	34
Graphique 30 – Raisons de visiter une bibliothèque municipale, trois mentions possibles (%), 2014 .....	34
Graphique 31 – Raisons de visiter un musée, deux mentions possibles (%), 2014 .....	35
Graphique 32 – Taux de fréquentation des musées nationaux du Québec et du Musée des beaux-arts de Montréal (%), 2014 .....	35
Graphique 33 – Évolution des taux d'assistance à des spectacles des arts de la scène, professionnels et amateurs (excluant les spectacles de musique), 1979-2014 .....	36
Graphique 34 – Évolution des taux d'assistance à des spectacles de musique, 1979-2014 .....	37
Graphique 35 – Fréquences d'assistance à des représentations professionnelles de théâtre (%), 2014 .....	38
Graphique 36 – Fréquences d'assistance à des spectacles professionnels de types variés (%), 2014* .....	38
Graphique 37 – Fréquences d'assistance à des spectacles professionnels de musique (%), 2014* .....	40
Graphique 38 – Disciplines des spectacles amateurs vus, plusieurs mentions possibles (%), 2014 .....	42
Graphique 39 – Fréquences d'assistance ou de participation aux spectacles ou activités culturelles dans le contexte d'un festival ou d'une fête (%), 2014 .....	42
Graphique 40 – Fréquences de la pratique d'activités artistiques ou culturelles en amateur (%), 2014 .....	43
Graphique 41 – Disciplines des cours ou ateliers d'art suivis, deux mentions possibles (%), 2014.....	46
Graphique 42 – Disciplines de l'organisme ou de l'association à caractère artistique ou culturel dont sont membres les Québécois, deux mentions possibles (%), 2014 .....	47
Graphique 43 – Types d'organismes ou d'événements pour lesquels un travail bénévole s'est exercé, plusieurs mentions possibles (%), 2014.....	48
Graphique 44 – Langue de lecture de journaux et sites de nouvelles .....	49
Graphique 45 – Langue de lecture de revues ou magazines.....	49

Graphique 46 – Langue de lecture de livres.....	49
Graphique 47 – Langue de visionnement de la télévision.....	50
Graphique 48 – Langue de visionnement de films, au cinéma ou ailleurs.....	50
Graphique 49 – Langue d’écoute de la radio.....	50
Graphique 50 – Langue d’écoute de chansons.....	50
Graphique 51 – Langue d’assistance au théâtre.....	50
Graphique 52 – Langue d’assistance aux spectacles.....	50

## Liste des tableaux

Tableau I – Taux de lecture régulière (au moins une fois par semaine) de journaux quotidiens, selon les formats papier ou numérique (incluant sites de nouvelles), 2014.....	6
Tableau II – Taux de lecture régulière (au moins une fois par mois) d’hebdomadaires régionaux, journaux de quartier ou communautaires, selon les formats papier ou numérique, 2014.....	8
Tableau III – Taux de lecture régulière (au moins une fois par mois) de revues ou de magazines, selon les formats papier ou numérique, 2014.....	9
Tableau IV – Taux de lecture régulière (au moins une fois par mois) de livres, selon les formats papier ou numérique, 2014.....	11
Tableau V – Nombre d’heures moyen de visionnement de contenu télévisuel par semaine, en utilisant ou non Internet, 2014.....	15
Tableau VI – Nombre d’heures moyen d’écoute de contenu radiophonique par semaine, en utilisant ou non Internet, 2014.....	18
Tableau VII – Taux de sorties au cinéma et d’écoute régulière (au moins une fois par semaine) de films ailleurs qu’au cinéma, 2014.....	21
Tableau VIII – Taux d’écoute régulière (au moins une fois par semaine) de musique, 2014.....	22
Tableau IX – Nombre d’heures moyen d’utilisation quotidienne d’Internet à des fins personnelles, tous supports inclus, 2014.....	24
Tableau X – Taux de visite de lieux culturels, 2014.....	30
Tableau XI – Taux d’assistance à des spectacles professionnels (autres que musique), 2014.....	36
Tableau XII – Taux d’assistance à des spectacles professionnels de musique, 2014.....	38
Tableau XIII – Taux de pratiques artistiques en amateur, 2014.....	42
Tableau XIV – Taux de lecture selon la langue, 2014.....	48
Tableau XV – Taux de consommation des produits culturels audiovisuels selon la langue, 2014.....	49
Tableau XVI – Langue d’assistance aux spectacles, 2014.....	50

