



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

INSTITUT
de
STATISTIQUE
de l'UNESCO



MESURER LA PARTICIPATION CULTURELLE

Mesurer la participation culturelle

UNESCO

L'acte constitutif de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) a été adopté par 20 pays lors de la Conférence de Londres tenue en novembre 1945, et celui-ci est entré en vigueur le 4 novembre 1946. Actuellement, l'Organisation regroupe 195 États membres et 8 membres associés.

Le but principal de l'UNESCO est de contribuer au maintien de la paix et de la sécurité dans le monde en resserrant, par l'éducation, la science, la culture et la communication, la collaboration entre nations, afin d'assurer le respect universel de la justice, de la loi, des droits de l'homme et des libertés fondamentales pour tous, sans distinction de race, de sexe, de langue ou de religion, que la Charte des Nations Unies reconnaît à tous les peuples.

Pour remplir son mandat, l'UNESCO assume cinq fonctions principales : 1) les études prospectives sur l'éducation, la science, la culture et la communication en vue du monde de demain ; 2) le perfectionnement, la transmission et le partage des connaissances grâce à des activités de recherche, de formation et d'enseignement ; 3) les actions normatives visant à élaborer et à adopter des instruments internes et des recommandations statutaires ; 4) l'expertise, par le biais de la coopération technique, apportée aux États membres pour leurs politiques et projets de développement et 5) l'échange d'informations spécialisées.

Le siège social de l'UNESCO est situé à Paris en France.

Institut de statistique de l'UNESCO

L'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU), qui forme le bureau statistique de l'UNESCO, agit comme organisation dépositaire de l'ONU de statistiques à l'échelle mondiale dans les domaines de l'éducation, de la science et de la technologie, de la culture et des communications.

L'ISU a été mis sur pied en 1999. Il a été créé pour améliorer le programme statistique de l'UNESCO et pour élaborer et diffuser en temps opportun des statistiques fiables, précises et pertinentes en matière politique qu'exigent les environnements social, politique et économique d'aujourd'hui, en constante évolution et de plus en plus complexes.

L'ISU a son siège à Montréal au Canada.

Publié en 2013 par :

Institut de statistique de l'UNESCO
P.O. Box 6128, Succursale Centre-Ville
Montréal, Québec H3C 3J7
Canada

Tél : (1 514) 343-6880
Courriel : publications@uis.unesco.org
<http://www.uis.unesco.org>

ISBN 978-92-9189-128-3
Réf: UIS/2012/CUL/TD/11

©UNESCO-ISU 2013

Les auteurs sont responsables du choix et de la présentation des faits figurant dans cet ouvrage ainsi que des opinions qui y sont exprimées, lesquelles ne reflètent pas nécessairement les vues de l'UNESCO et n'engagent pas l'Organisation. Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant à leurs frontières.

Avant-propos

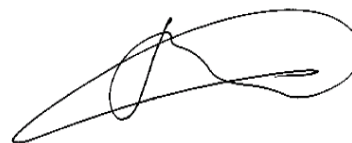
Comment pouvons-nous mesurer avec précision la vaste gamme de pratiques culturelles à l'échelle mondiale ? Comment la révolution numérique a-t-elle influencé la participation culturelle dans la société moderne ? À quelle fréquence les habitants d'un pays donné participent-ils à un festival de musique ou vont-ils au cinéma ? Comment les groupes sociaux interagissent-ils d'un point de vue culturel. Les enquêtes en matière de participation culturelle peuvent répondre à ce genre de questions.

Ce guide est autant une source d'informations pour les organisations s'intéressant à la participation culturelle qu'un outil pour sensibiliser les décideurs politiques. Dans cette double perspective, *Mesurer la Participation Culturelle* combine des éléments méthodologiques à la fois théoriques et pratiques. Il s'agit là d'une tâche difficile considérant le large éventail de données disponibles, la quantité d'enquêtes effectuées et aussi la difficulté à définir la participation culturelle pour les systèmes statistiques nationaux et les politiques culturelles dans le monde.

Cet ouvrage fait partie d'une série de publications qui visent à faciliter la mise en œuvre du Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles de 2009 (CSC), qui fournit des définitions standardisées et propose un cadre pour les statistiques culturelles. La présentation de méthodologies actuelles et de sujets majeurs liés à la mesure des domaines culturels dans ce manuel offre la possibilité aux États membres de développer des statistiques culturelles à l'échelle nationale.

Plus particulièrement, cette publication présente les tendances actuelles en matière de mesure de la participation culturelle en s'appuyant les concepts et définitions établies par le Cadre de l'UNESCO. Le principe sous-jacent de cette approche considère que la démarche comparative ne doit pas être réductrice mais doit permettre, au contraire, d'appréhender en profondeur les éléments de la participation culturelle et ses différentes implications. En mettant l'accent sur les approches quantitatives, ce guide allie *mesures* des pratiques culturelles et *compréhension* des concepts sous-jacents.

Par le biais de cette série de guides, l'Institut de statistique de l'UNESCO cherche à promouvoir une meilleure compréhension des pratiques culturelles en offrant à ses États membres les outils adéquats.



Hendrik van der Pol
Directeur
Institut de statistique de l'UNESCO

Remerciements

Ce guide a été commandé par l'institut de statistique de l'UNESCO et se base sur un rapport établi par Alessandro Bollo, Luca Dal Pozzolo, Elena Di Federico et Christopher Gordon de la *Fondazione Fitzcarraldo Onius*. Simon Ellis a ensuite revu et édité le document de manière substantielle. José Pessoa et Lydia Deloumeaux (ISU) ont encadré la préparation de cette publication.

L'ISU souhaite remercier toutes les personnes qui ont communiqué leurs commentaires et remarques et plus particulièrement, les relecteurs dont la contribution a été d'une grande valeur.

Table des matières

	Page
Avant-propos	iii
Remerciements	iv
Chapitre 1. Introduction	7
1.1 Pourquoi mesurer la participation culturelle?.....	7
1.1.1 Un droit fondamental.....	7
1.1.2 Reconnaître la valeur culturelle.....	8
1.1.3 Mesurer la culture comme un facteur important du bien-être humain.....	9
1.1.4 Changement de contexte et problèmes de définition.....	10
1.1.5 Politique basée sur les faits.....	11
1.2 Les changements de compréhension et de nature de l'activité culturelle.....	11
1.3 Un manuel d'envergure internationale : Buts, objectifs et modes d'emploi.....	13
1.3.1 Structure du manuel.....	14
1.3.2 Directives d'utilisation du manuel.....	15
Chapitre 2. Définir, mesurer et comprendre la participation culturelle	17
2.1 Définir la culture et la participation culturelle.....	17
2.1.1 Un sujet de tous les jours et un acte conscient.....	18
2.1.2 Différents modes de participation.....	20
2.2 Les questions clés entourant la participation culturelle et les implications de mesure.....	22
2.2.1 Fréquence, taux et modes de participation.....	24
2.2.2 Internet, nouvelles technologies et autres médias.....	26
2.2.3 La frontière entre la pratique formelle et informelle.....	30
2.2.4 Pratiques traditionnelles.....	31
2.2.5 Migration mondiale et diversité culturelle.....	32
2.2.6 Cohésion sociale.....	34
2.2.7 Motifs et obstacles à la participation.....	38
2.2.8 Comparaison entre pays.....	48
2.2.9 L'art et la manière : Les enquêtes actuelles sur la participation culturelle, thèmes et orientations.....	48
2.2.10 Conclusions : La participation culturelle dans un contexte plus large.....	51
Chapitre 3. Mesurer la participation culturelle	53
3.1 Vers une approche commune pour la mesure de la participation culturelle.....	53
3.1.1 Une définition opérationnelle de la participation culturelle.....	54
3.2 Méthodes de base de l'étude de la participation.....	54
3.2.1 L'approche quantitative.....	57
3.2.2 L'approche qualitative.....	62

3.3	Considérations méthodologiques	63
3.3.1	Définitions et problèmes de formulation	63
3.3.2	Population et échantillonnage	64
3.3.3	Calendrier, fréquence et période de référence de l'enquête	65
3.3.4	Méthodes de collecte des données.....	67
3.4	Indications supplémentaires sur les sujets liés à la participation culturelle	68
3.5	Aide-mémoire pour mesurer la participation culturelle.....	68
Chapitre 4. Quelques remarques en guise de conclusion		73
4.1	La participation culturelle : Questions politiques et implications	73
4.2	Comment obtenir une bonne enquête sur la participation culturelle?.....	76
4.3	Remarques de conclusion	77
Références		81
Annexe I. Études de cas internationales portant sur les enquêtes en matière de participation culturelle		90
Annexe II. Sélection d'articles/ouvrages de référence.....		113
Annexe III. Définitions de la participation culturelle		127

Chapitre 1. Introduction

1.1 Pourquoi mesurer la participation culturelle ?

Comme nous le savons tous, la culture n'est pas statique, mais agit comme un organisme vivant. Ainsi les manières que nous avons d'y participer évoluent elles aussi. Nous nous accordons sur le fait que nous devrions tous avoir accès à la culture, tous avoir le choix d'y participer et que tout ceci doit disposer d'un cadre réglementaire pour en assurer la continuité et la disponibilité auprès de chacun. Les politiques publiques, et particulièrement les politiques culturelles, doivent refléter et contribuer à la construction d'un environnement adéquat où les droits d'accès et de participation à la vie culturelle sont assurés.

(Laaksonen, 2010]

1.1.1 Un droit fondamental

L'article 27 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme des Nations Unies (1948) stipule que « *Toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifique et aux bienfaits qui en résultent* ». Cela implique une obligation pour les gouvernements (aux niveaux national, régional et local) de faire en sorte que ce droit soit respecté. Il ne s'agit pas que d'une question - malgré l'importance - du droit à la liberté d'expression (article 19). Lié au « droit au repos et aux loisirs » (de l'article 24) qui lui fait écho, cela dépasse la simple existence ou disponibilité de la culture, car cela englobe de nombreux autres domaines politiques vitaux comme l'éducation, la langue, l'offre culturelle, le revenu disponible, la géographie et le territoire et même les transports publics.

Certaines constitutions nationales mentionnent précisément ces considérations tandis que d'autres les suggèrent seulement, voire les oublient. L'article 44 de la constitution espagnole (culture et science) de 1978 (révisée en 1992) portant sur la culture et la science en est un bon exemple contemporain :

- Les pouvoirs publics devront promouvoir et assurer l'accès à la culture à laquelle tous ont droit.

Les « objectifs nationaux pour une politique culturelle » du Parlement suédois établis en 1996 visent à :

- promouvoir les chances de chacun dans les expériences et l'éducation culturelles et développer leurs capacités créatives.
- promouvoir la qualité et le renouveau artistique.
- promouvoir un héritage culturel vivant préservé, utilisé et en développement.
- promouvoir l'échange international et culturel ainsi que la coopération.
- observer particulièrement le droit à la culture des enfants et des jeunes.

Les Droits conférés par la Constitution de la République d'Afrique du sud considèrent le problème de la langue en termes de droits culturels, toutefois avec des limites. La section 30 prévoit que :

Tout le monde a le droit d'utiliser la langue et de participer à la vie culturelle de son choix, mais en aucun cas l'exercice de ces droits par quiconque ne doit être fait en contradiction avec une des dispositions de la Charte des Droits.

Si les gouvernements ont le devoir de faire respecter le « droit » à la participation culturelle, alors il en découle qu'ils ont aussi l'obligation de le faire de manière efficace et équitable. Cela entraîne naturellement la mise en place de dispositions permettant la pratique de ce droit et de sa mesure.

1.1.2 Reconnaître la valeur culturelle

Ces dernières années, la « valeur » et l'impact de la culture ont de plus en plus alimenté les débats politiques et universitaires à travers le monde. En l'absence d'une base méthodologique ou théorique générale acceptée, ceci est bien exprimé par Merli (2002) : « Si nous ne comprenons pas comment les arts sont supposés produire les effets sociaux qui leur sont attribués, comment pouvons-nous nous attendre à développer et fournir une preuve empirique » ?

Le cadre de travail pour les statistiques culturelles (CSC) de l'UNESCO, intitulé en 2009, est un outil d'organisation des statistiques culturelles nationales et internationales. Il est basé sur un fondement conceptuel et une compréhension commune de la culture qui contribuera à la mesure d'un large éventail d'expressions culturelles - indépendamment de tout mode particulier économique et / ou social de production. Le CSC est le résultat d'un processus de consultation mondial élargi qui s'est construit suite à l'exercice de 1986 qui se penchait sur les effets de la mondialisation sur la production et la dissémination des produits culturels, reflétant la pratique actuelle et les problèmes de propriété intellectuelle. Le CSC, à travers sa définition standard, a pour but d'encourager et de faciliter la production de données pertinentes et comparables à l'échelle internationale.

La participation culturelle est liée à différents domaines des politiques nationales. Dans la deuxième moitié du 20^{ème} siècle, la participation culturelle était d'abord considérée comme liées aux arts et la plupart des pays développés la traitait en dénombrant les visites dans les musées, les galeries et autres formes de performances artistiques. De plus, l'accent était mis sur une « culture élevée », souvent par le biais d'institutions « nationales ». Bien que « les arts » fournissent toujours une logique forte aux mesures de la participation culturelle, le concept a été élargi pour inclure plusieurs activités « informelles » et « traditionnelles » (UNESCO-ISU, 2009 ; Throsby, 2010).

Suivant le développement du concept d'« industries créatives », en particulier une étude de 1997 du Département de la culture, des médias et du sport (*Department of Culture Media and Sport – DCMS*) du Royaume-Uni, les mesures de la participation culturelle se sont concentrées sur la participation en tant que « consommation » économique. Par exemple, dans les études concernant les dépenses des ménages, il est commun qu'une enquête s'intéressant aux visiteurs d'une institution culturelle comprenne une question sur la volonté de payer afin d'obtenir des données sur la valorisation éventuelle des sites et des activités culturelles. Néanmoins, le présent document se concentre sur la définition de « la participation culturelle »

et se doit de prendre en compte la grande variété de formes de participation, quel que soit le type d'activité.

1.1.3 Mesurer la culture comme un facteur important du bien-être humain

Durant les cinq dernières années, les recherches sur l'impact de la culture sur le bien-être ont connu un véritable essor, poursuivant les volontés des gouvernements de la planète d'évaluer « la qualité de vie ». Encouragés par des initiatives comme *la Déclaration d'Istanbul* de l'OCDE (2007), les gouvernements semblent accepter un besoin accru de mesurer et soutenir le progrès des sociétés dans toutes leurs dimensions en observant des mesures alternatives comme l'indice de Bonheur National Brut (BNB) du Bhoutan qui va au-delà du Produit National Brut (PNB) plus commun ou d'autres indicateurs plus axés sur l'économie (OCDE, 2007).

Cette tendance mène à la production d'un corpus grandissant d'études qui démontre l'importance de la participation aux activités culturelles et aux sports pour « la santé physique et émotionnelle, le capital social, la cohésion et le voisinage » (Fondation Young, *The State of Happiness Project*, 2010). L'impact positif de la participation aux activités culturelles, quel que soit le niveau de « compétence artistique » des personnes impliquées, sur la perception de son propre bien-être psychologique et physique est reconnu depuis environ 40 ans par une échelle de mesure scientifique : l'*indice de bien-être général psychologique*.¹ Bien que les gouvernements ne puissent satisfaire les gens ni les rendre heureux, ils peuvent toutefois créer les conditions optimales pour augmenter leur bien-être. Paradoxalement, si le lien entre la culture et le bien-être subjectif peut paraître évident, cependant il demeure difficile d'en apporter la preuve empirique. De nombreuses études sur l'impact de « la qualité de vie » sont considérées comme faussées, car elles se basent sur une « psychologie positiviste » infondée selon laquelle la culture améliore la vie (Diener, 2009; Matarasso, 1997). Dans une certaine mesure, cette tendance semble reconnaître le paradoxe d'Easterlin, qui prouve que l'enrichissement n'augmente pas le bonheur des gens (Layard, 2005).

L'Australie, le Canada et la Nouvelle-Zélande disposent désormais d'indicateurs statistiques du bien-être, créés à partir d'une variété de données obtenues par des enquêtes nationales (bien qu'ils prennent soin de différencier le bien-être *individuel* du bien-être *national*). Le « bonheur » est au cœur de la politique gouvernementale du Bhoutan depuis les années 80, avec un indice de BNB et des indicateurs qui comprennent « un développement économique et social durable et équitable, la protection de l'environnement fragile, la préservation et la promotion culturelle dans une perspective de développement et de bonne gouvernance » (Thinley 2007, OCDE, 2007). Cela peut être une préoccupation de la majorité de nombreux pays en développement, particulièrement là où les traditions de participation sont essentielles à la culture et à l'identité (par ex. les pays du Pacifique et le Bhoutan). A l'opposé, au Royaume-Uni et ailleurs, certaines autorités locales mettent désormais en place des objectifs de performance pour les activités culturelles afin de justifier le financement public.

La participation aux arts, à l'artisanat et aux activités de célébration est une expression humaine fondamentale de la culture, de l'identité et de la communauté et représente de ce fait une valeur en soi, bien que sa manifestation puisse varier de la simple observation passive à l'implication active (Brook, 2011). Il est extrêmement difficile dans chaque pays - pris séparément - de s'accorder sur une définition précise et exploitable du moment où un individu cesse d'être passif pour devenir actif dans sa participation. Étant donné que la participation active tend à se

¹ http://www.fondazionebracco.com/archivio/pdf/The_interaction_between_Culture_health_and_psychological_wellbeing.pdf

manifester de manière dispersée et non-coordonnée à travers de petites organisations souvent sociales qui ne sont ni reconnues ni financées par les gouvernements comme des « institutions » durables, formuler des objectifs cohérents et communs est difficile. Néanmoins, ce guide cherche à identifier et à impliquer un groupe cible, bien trop souvent oublié ou exclu quand les ministères de la Culture élaborent des politiques ou des recommandations pour disposer de financements publics.

Pour résumer, la condition nécessaire pour une étude sur la participation culturelle est principalement guidée par une perspective sociale globale et se concentre sur la mesure du degré d'implication des individus (public, artiste, acteur) dans un grand nombre d'activités culturelles.

1.1.4 Changement de contexte et problèmes de définition

Tandis que l'essor des « industries culturelles » encourage à prêter attention aux avantages en termes d'emploi et d'économie associés à la culture, les consommateurs et participants, en dehors des statistiques marketing, sont délaissés. Les soi-disant « économistes libéraux » des pays occidentaux et du Pacifique font depuis le début des années 80 une critique des subventions publiques pour la culture, arguant que le public moins fortuné (et généralement moins éduqué) se procure la plupart de ses expériences et produits culturels sur le marché commercial, sans avoir le choix ni le pouvoir de se désengager de leurs cotisations pour les plaisirs des citoyens plus aisés via l'imposition générale. Celle-ci est arbitrée par les ministères de la Culture ou les ONG agissant en dehors des changements ayant lieu dans l'économie « réelle ». Cependant, ce dogme théorique échoue, ou se trompe souvent, dans la compréhension et la prise en compte du rôle vital des subventions et de la créativité dans la chaîne de production culturelle moderne. Il ignore aussi la « qualité de l'expérience » et ne peut pas sérieusement prendre en compte la nature complexe et hybride (secteur public/privé/tertiaire) de la production et de la dissémination culturelle actuelle. Il ne permet pas non plus l'inclusion de modèles très différents de provisions à travers le monde - où la nature de l'expérience peut être évaluée de manières très différentes, et où les catégorisations occidentales « professionnel » et « amateur » sont invalides et inadéquates. Des penseurs comme Amartya Sen (2006) ont particulièrement bien décrit les facteurs culturels comme étant *des moyens* et *des fins*, et ont évoqué les perspectives radicalement différentes selon les contextes de différents systèmes religieux ou sociaux - et la nécessité d'aller au-delà de la taxonomie des différentes connexions par des critiques de thèses particulières et des suppositions.

Au sujet des résultats de la recherche aux États-Unis sur la corrélation entre la participation *culturelle* et la participation générale dans la vie de la communauté, Fintan O'Toole (2006) explique:

« La participation est quelque chose qui peut être vu comme un ensemble. C'est-à-dire qu'il n'y a pas de sens unique dans lequel les gens participent à la vie culturelle ou politique, mais plutôt un instinct participatif et une capacité participative qui est aussi quelque chose qui existe dans continuum. Si vous participez à une forme d'activité humaine, il est très probable que vous ayez la capacité de participer à d'autres formes d'activités. Donc, la participation culturelle est intimement liée à la citoyenneté, à la réalité de la citoyenneté. Ainsi, tout comme vous être implicitement défini comme n'étant pas entièrement humain si vous n'avez pas la capacité à participer à la vie culturelle, vous n'êtes pas défini implicitement comme un citoyen si vous, n'avez pas cette capacité. »

Il ajoute une observation importante : « *Si vous n'y avez pas accès, vous êtes l'objet de la culture plutôt que le sujet de la culture.* »

1.1.5 Politique basée sur les faits

De bonnes décisions politiques exigeront toujours des objectifs clairs, pertinents, spécifiques, mesurables et consensuels. John Holden (2006) a identifié, au Royaume-Uni, une « crise » dans les politiques culturelles menées jusqu'à présent car il existe une rupture entre trois ensembles de valeurs coexistant mais fondamentalement différents : valeurs intrinsèques, instrumentales et institutionnelles. Il met en garde contre le risque d'une attention disproportionnée sur les utilisations instrumentales de la culture seule. Arguant que « la classe politique accorde de la valeur à la culture principalement pour ce qu'elle peut apporter en termes de programmes économiques et sociaux », il observe :

« La classe politique et les décideurs semblent porter plus d'attention aux résultats sociaux et économiques mais le public et la plupart des professionnels ont des préoccupations complètement différentes. Il en résulte que les relations entre le public, les politiciens et les professionnels sont devenues dysfonctionnelles. Le « système culturel » est devenu une conversation fermée et houleuse entre professionnels et politiciens, pendant que les informations relayées par les médias jouent un rôle destructeur entre la classe politique et le public. »

Étant donné la complexité de plus en plus reconnue de cet environnement politique qui englobe désormais les technologies de l'information, les « industries culturelles » croissantes du monde entier et la *Convention sur la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles* (2005), il est nécessaire de comprendre que de nombreuses régions politiques interdépendantes sont impliquées et qu'il faut être capable de distinguer les effets immédiats, intermédiaires et ultimes. Ceux-ci varient entre les objectifs à long terme pour la cohésion sociale, entre d'un côté le développement économique et durable et de l'autre des liens directs immédiats vers les résultats des politiques, des programmes, des projets et de leurs évaluations.

Bien trop souvent, le manque de preuves tangibles concernant la participation culturelle met à mal la possibilité des gouvernements d'atteindre leurs aspirations d'établir un état des lieux complet de l'impact social du secteur, en mesurant le changement, en suivant les tendances et en étant capable d'évaluer avec confiance sa valeur relative en argent. Ainsi, il en découle que les « restitutions (output) » (comme l'implication continue des participants) doivent souvent se substituer aux « résultats (outcome) » des utilisateurs qui échappent de fait au processus. Relativement peu de projets peuvent identifier les caractéristiques sociodémographiques des participants.

1.2 Les changements de compréhension et de nature de l'activité culturelle

En principe, nous devrions adopter la définition de la culture la plus large et la plus vaste. La définition de l'UNESCO, « l'ensemble des caractéristiques distinctives spirituelles, matérielles, intellectuelles et émotionnelles d'une société ou d'un groupe social, comprenant non seulement l'art et la littérature mais aussi les modes de vie, les manières de vivre ensemble, les systèmes de valeur, les traditions et les croyances » (UNESCO, 2001), répond à ces critères. Dans la pratique, la majeure partie des données disponibles nous permet surtout de mesurer la consommation de produits culturels et les comportements culturels très spécifiques ou formels qui correspondent plus au mode de vie de la bourgeoisie européenne du siècle dernier qu'aux

représentations typiques des nombreuses significations possibles de la participation culturelle aujourd'hui. Ce modèle européen permettant de mesurer la consommation de produits culturels et les comportements matériels provenant de croyances culturelles peut cependant être adapté à d'autres régions du monde. La Nouvelle-Zélande est un excellent exemple puisque les normes statistiques et les enquêtes contiennent de nombreuses croyances et modes des comportements indigènes Maori en plus de ceux des descendants européens.

La forte concentration en Europe des données disponibles et les difficultés à mesurer un comportement très complexe nous force à aller constamment vers un concept réducteur de la culture soulignant toutes les variables concernant les phénomènes plus facile à mesurer et écartant tout ce qui est plus difficile à définir, à préciser ou qui se rapporte à des aspects de la culture immatérielle et universelle.

Rien de nouveau à cela : il en était certainement déjà de même dans les années 1950 et 1960, époque où des efforts étaient réalisés en Europe et aux États-Unis pour établir des statistiques et des ensembles de données sur la culture à un niveau national. Le fossé entre la complexité du secteur culturel et la disponibilité d'ensembles de données fiables a toujours été une préoccupation majeure des chercheurs et statisticiens de la culture.

Cependant, ce fossé s'agrandit à une vitesse très rapide. La révolution digitale a entraîné l'émergence de nouveaux biens et services culturels sur le marché, en favorisant une nouvelle forme de consommation et de comportements culturels, « en exposant » une grande part de la population à des produits culturels très envahissants dans leur vie quotidienne, à travers Internet et les moyens de communication de masse, et en rendant la propagation de la piraterie plus facile et plus menaçante. Ce phénomène associe les rôles de consommateur et de producteur, définis par le néologisme hybride de « prosommateur » mélangeant les biens et les genres culturels, dépassant l'apparente contradiction de la participation culturelle, en étant à la fois actifs et passifs et essayant de donner un sens à l'ensemble. Toutes ces pratiques augmentent le volume et la vitesse des échanges, laissant la population interagir avec les expressions et les produits culturels comme les textes, les images, les vidéos, les musiques, etc. - influençant les systèmes de valeur et ayant un impact culturel plus profond.

La vitesse à laquelle ces nouveaux phénomènes (participation aux réseaux sociaux et exposition à des contenus digitaux et culturels) se développent, augmente les catégories de taxinomie. Cela rend la classification, la mesure, l'évaluation et la comparaison très difficiles. Dans ces conditions, nous ne pouvons pas nous baser sur quelques indicateurs ou sur un ensemble de données limité pour mettre en place un modèle « acceptable » de comportement et de participation culturels. Il est à présent nécessaire d'étudier l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC), la gestion du temps et l'exposition à des contenus culturels, en utilisant une grande variété d'outils. Par exemple, alors qu'il est commun de dire que l'anglais est la langue dominante d'Internet, une analyse plus approfondie des réseaux sur les échanges entre les individus met en évidence une grande communauté portugaise reliant les personnes lusophones en Europe, en Afrique et en Amérique du Sud (Oustinoff, 2012).

Nous observons actuellement de grands changements avec l'arrivée de nouveaux paradigmes et comportements culturels. Néanmoins, être toujours équipés d'un ensemble d'outils de recherche élaborés au siècle dernier et adaptés à l'analyse de la vie sociale selon une taxinomie bien définie est de moins en moins adéquate année après année pour nous permettre de comprendre ces nouveaux phénomènes.

Toutefois, les outils, les méthodes et les statistiques culturelles traditionnelles ne sont pas obsolètes. Elles correspondent encore aux fondements de toute recherche, mais leur efficacité est redéfinie chaque jour, tout comme les limites du domaine dans lequel elles pourraient être régulièrement adoptées. De nouvelles méthodologies, de nouveaux outils de mesure et de nouvelles méthodes d'analyse sont particulièrement importants pour la compréhension de faits et de tendances spécifiques, surtout en ce qui concerne le secteur des TIC (UNESCO, 2011). Nous ne possédons pas un *corpus* cohérent d'outils ou une approche particulière pour comprendre cette complexité. Un certain *bricolage* sophistiqué et perfectionné de nouvelles et d'anciennes méthodes et outils est demandé aux sociologues qui doivent non seulement mesurer la participation culturelle mais également proposer une compréhension complexe de ces phénomènes. Comme les ensembles de données et les mesures sont difficiles à comparer dans différents pays, une description pertinente de la situation, une compréhension claire de ce qui est considéré comme participation culturelle pour différents groupes sociaux, les hypothèses sous-jacentes, les contraintes et les limites de toute recherche sont une véritable ressource pouvant être partagée avec la communauté des chercheurs, des fonctionnaires d'État et des législateurs.

1.3 Un manuel d'envergure internationale : Buts, objectifs et modes d'emploi

Ce manuel fournit aux statisticiens et responsables culturels un guide de référence le plus adéquat pour la mesure de la participation culturelle, ayant une attention particulière à son applicabilité dans les pays en développement. Il est basé sur et intègre les concepts et les définitions du CSC de 2009.

Son objectif général est de présenter les tendances actuelles de la mesure de la participation culturelle. Une attention particulière est accordée à la description des limites des méthodes et des outils existants, notamment aux comparaisons d'ensembles de données et d'indicateurs entre les pays. Le concept sous-jacent de ce manuel est que la comparaison ne devrait pas proposer de vision réductrice des phénomènes mais permettre, au contraire, une compréhension approfondie de la participation culturelle. Dans ce but, il recommande d'associer les approches quantitatives et qualitatives afin d'associer la *mesure* et la *compréhension* ensemble.

Ce manuel inclut et commente des exemples nationaux et internationaux d'études de cas. Il fournit une liste de thèmes, sujets cruciaux et d'exemples de questions. Il est conçu comme un outil d'aide à la conception des enquêtes qui saisit - et reflète- la complexité de la participation culturelle et sa signification dans un contexte culturel spécifique élargi.

Cette publication se veut un guide ou une ressource pour les organisations souhaitant mesurer elles-mêmes la participation culturelle et développer des outils de mesure ou des outils permettant d'augmenter la prise de conscience chez les législateurs de l'importance d'aborder la participation culturelle avec une approche transversale devant être comprise dans toute sa complexité. Le grand défi est d'avoir une portée globale grâce à la diversité des approches nationales du développement, de la disponibilité et de l'utilisation d'enquêtes sur la participation culturelle et des statistiques culturelles.

1.3.1 Structure du manuel

Ce manuel comporte quatre chapitres principaux et quatre annexes.

Le chapitre 1 est une introduction et expose les motifs de la mesure de la participation culturelle. Le premier chapitre donne également des explications sur la structure, les objectifs et la méthodologie et inclut quelques directives d'utilisation pour les agences et professionnels concevant des enquêtes ainsi que pour les institutions les organisant.

Le chapitre 2 souligne et analyse les problèmes clés de la participation culturelle, en commençant par un compte-rendu des enquêtes internationales, en donnant des exemples d'outils pratiques pour les enquêtes et en élaborant des commentaires théoriques. Le chapitre traite de la difficulté à obtenir une définition adéquate du concept de participation culturelle et insère cette définition dans un contexte plus large d'activité imbriquée dans la vie quotidienne, même si cela est assez difficile à définir.

Le chapitre 3 est axé sur le contenu méthodologique. Il revoit les méthodes principales disponibles pour l'étude de la participation culturelle et propose des suggestions pratiques pour aider à la mesurer. Les auteurs considèrent la participation culturelle comme un phénomène complexe aux facettes multiples et qui, en plus d'être mesuré, doit être compris. Ils recommandent donc d'associer les approches quantitatives et qualitatives. Un projet de liste de questions essentielles pour les enquêtes sur la participation culturelle est inclus.

Le chapitre 4 donne des commentaires finaux et des recommandations concernant l'utilisation et la comparaison d'études sur la participation culturelle.

L'annexe I résume au moyen de modèles les caractéristiques principales des enquêtes utilisées dans le chapitre 2.2.

L'annexe II propose une analyse documentaire choisie.

L'annexe III énumère les différentes définitions de la participation culturelle figurant dans les enquêtes traitées par ce manuel.

1.3.2. Directives d'utilisation du manuel

Le manuel a deux publics principaux : les décideurs et les professionnels responsables du déroulement des enquêtes. Le document associe donc les aspects théoriques aux aspects pratiques de la méthodologie et a pour finalité d'être utile aux deux publics. C'est un projet exigeant, surtout si l'on considère le grand volume de données disponibles, de recherches entreprises et la complexité de la définition de « participation culturelle » pour les systèmes statistiques nationaux et politiques dans le monde entier.

Une recommandation générale s'applique néanmoins à tous les cas. Les enquêtes sur la participation culturelle doivent être adaptées au contexte particulier où elles sont appliquées. Ce manuel souligne les éléments essentiels et les problèmes clés à considérer afin de comprendre et de mesurer la participation culturelle. Il donne des exemples pratiques et une liste de points à vérifier afin d'aider à la création de questionnaires sur la participation culturelle. Chaque élément de l'enquête, de la définition de la participation culturelle à la liste d'activités et la méthode employée pour déterminer l'échantillon, doit cependant être adapté à un contexte spécifique.

Certaines recommandations clés sont adressées spécialement aux deux principaux groupes cibles mentionnés ci-dessus.

Recommandations clés pour les législateurs

Quelques recommandations ont une importance clé pour les législateurs et les organes/institutions organisant des enquêtes, indépendamment de leur expérience en enquêtes sur la participation culturelle et du développement des systèmes statistiques dans leur propre pays.

- 1) Il est essentiel de reconnaître la nature complexe et multifacette de la participation culturelle. Celle-ci fait référence à de nombreux domaines, ne se limitant pas à la « culture » et à ses politiques associées.
- 2) Il est recommandé que toute définition des activités culturelles figurant dans une enquête soit ouvertement examinée par des spécialistes de différents domaines, comme des statisticiens, des experts en recherche qualitative et des sociologues.
- 3) Dans la mesure permise par les ressources et les contraintes, il est recommandé que les informations sur la participation culturelle soient collectées régulièrement. Les enquêtes sur la participation culturelle ne devraient pas être des exercices épisodiques, mais faire partie d'un ensemble d'informations mises à jour régulièrement sur la population globale, sur laquelle des politiques cohérentes (et pas uniquement culturelles) peuvent reposer.

Les chapitres 1 et 4 proposent des considérations générales sur le rôle des enquêtes concernant la participation culturelle dans les politiques publiques et souligne le lien entre les activités de participation culturelle et un concept plus large de participation. Le chapitre 2 passe en revue plusieurs sujets concernant la participation culturelle.

Recommandations clés pour les chercheurs

Nous considérons que les chercheurs (indépendants, de centres ou d'organisations de recherche) possèdent déjà l'expérience nécessaire pour mener à bien leurs études. Il nous semble cependant utile d'insister sur quelques points clés pour ceux qui auraient moins d'expérience dans les enquêtes sur la participation culturelle.

- 1) Les enquêtes menées dans d'autres pays peuvent être une source d'inspiration et d'exemple, mais ne peuvent pas être simplement « copiées » en les modifiant seulement légèrement et en utilisant un contexte différent. Des outils de travail spécifiques doivent être élaborés pour chaque pays de manière appropriée même si les extraits d'enquêtes internationales inclus dans le chapitre 2 donnent quelques directives.
- 2) Le projet de modèle contenu dans ce manuel (dans le chapitre 3) devrait être traité comme une liste de points à vérifier, aidant à organiser les phases préliminaires des schémas d'enquêtes et comme un rappel des objectifs principaux de toute enquête et de ses différents aspects à aborder. Il ne correspond ni à la structure d'un questionnaire complet ni à un modèle qu'il suffirait de remanier.
- 3) La première partie du chapitre 2 peut également être utilisée comme une liste de points théoriques à vérifier permettant d'assurer que tous les éléments pertinents soient abordés dans l'enquête. Si cela n'était pas possible, les chercheurs devront au moins être informés des nombreux problèmes touchant à la participation culturelle.

Chapitre 2. Définir, mesurer et comprendre la participation culturelle

La participation culturelle est au cœur d'un puzzle complexe. Définir la participation culturelle comme un objet d'enquête exige que nous définissions d'abord la culture, puis que nous examinions, entre autres questions, la motivation, les modes de comportement, les lieux de consommation et de significations. Certains auteurs suggèrent la nécessité d'évaluer si les définitions des activités culturelles et la participation utilisées dans les enquêtes devraient être partagées avec les répondants. La nature et les activités principales auxquelles l'agence ou le département organisant la recherche s'intéressent influencent particulièrement les limites du sujet de l'enquête et la définition de la participation culturelle (Schuster, 1987).

Il est difficile d'imaginer une définition universelle résumant en une seule phrase toutes les composantes de la participation culturelle. Il est également complexe d'établir une liste de toutes les définitions utilisées par les différents auteurs et autorités, dans différents contextes et périodes et avec différents objectifs.² Ainsi, dans les pages suivantes, nous avons donc choisi de mettre en valeur quelques éléments communs issus de plusieurs définitions de la participation culturelle parus dans différents documents, dans le but de comprendre les caractéristiques clés à prendre en compte pour les mesurer ainsi que les objectifs et la logique utilisés pour les classer (chapitre 2.1). Le chapitre 2.2 aborde les problèmes clés du concept de la participation culturelle selon une perspective théorique et réexamine les enquêtes internationales d'un point de vue pratique.

2.1 Définir la culture et la participation culturelle

Afin de définir la culture dans un objectif statistique, le CSC 2009 (UNESCO-ISU, 2009) donne une définition pragmatique de la culture basée sur le concept des *domaines culturels*. Sont incluses les activités culturelles, les biens et les services associés à toutes les phases du cycle culturel ou au modèle de « chaîne de valeur » : création, production, dissémination, exposition / réception / transmission, production / consommation. Les autres, appelés *domaines périphériques*, sont rattachés à une définition plus large de la culture incluant les activités sociales et de loisir. Ces domaines correspondent à l'ensemble minimum des domaines culturels essentiels pour lesquels l'UNESCO encourage les pays à obtenir des éléments de comparaison.

Les domaines culturels sont les suivants :

- A : Patrimoine Culturel et Naturel
- B : Arts de la scène et festivités
- C : Arts visuels et Artisanat
- D : Livres et Presse
- E : Audiovisuel et Médias Interactifs
- F : Design et Services Créatifs
- Patrimoine Culturel Immatériel (domaine transversal).

Les domaines périphériques sont les suivants :

- G : Tourisme
- H : Sports et loisirs

² L'annexe IV propose cependant une liste des définitions de la participation culturelle utilisées dans les enquêtes figurant dans le chapitre 3.

En outre, trois autres domaines transversaux ont été ajoutés en raison de leurs rôles prépondérants pour la production et transmission dans le cycle culturel. Ces domaines sont appelés transversaux, car ils peuvent s'appliquer à tous les domaines culturels et périphériques :

- Éducation et Formation
- Archivage et préservation
- Équipements et Matériaux

Le projet culturel du Réseau de statistique européenne de la culture (ESSnet) a mis l'accent sur le fait que le design architectural et la publicité n'ont que peu de pertinence dans les enquêtes sur la participation culturelle (ESSnet, 2011:193, 207). Il est sans doute vrai que les aspects culturels de ces domaines sont plus axés sur la création professionnelle que sur les activités de réception ou de participation. Néanmoins, ces déclarations peuvent également tenir compte des hypothèses culturelles particulières, et les statisticiens ont tout intérêt à procéder avec prudence.

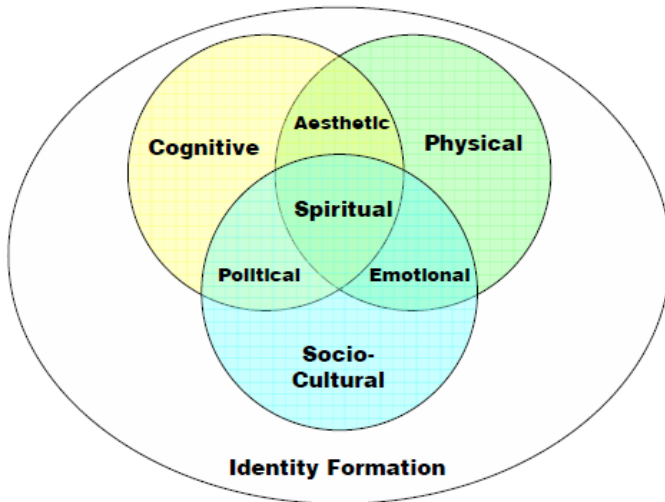
L'architecture en relation avec les dispositions nationales et les traditions vernaculaires est un reflet de la structure familiale et des pratiques traditionnelles. En matière d'utilisation domestique, le design peut être une question de culture, traditionnelle et acquise. De même, la publicité reflète autant qu'elle agit sur le fondement des pratiques culturelles afin de séduire les consommateurs. Ces trois domaines aident pour le moins à appréhender la consommation culturelle et la culture dans sa dimension domestique. Une bonne compréhension de l'influence de ces domaines dans certains pays permettrait de se faire une idée plus précise sur la manière d'élaborer et d'adapter les études sur la participation culturelle locale ou nationale. Les statisticiens sont donc appelés à envisager tous les domaines du CSC 2009 afin d'en évaluer leur pertinence dans le contexte local, ainsi que celle des adaptations nécessaires, afin d'ajuster les outils statistiques utilisés dans les pays européens et autres pays développés.

2.1.1 Un sujet de tous les jours et un acte conscient

Il est communément admis que, si la participation culturelle fait partie de la vie quotidienne, elle n'est pas seulement liée à la fréquentation d'événements ou de lieux culturels. Elle fait partie intégrante de la joie de vivre. La participation culturelle " n'est pas limitée à la consommation de produits qui appartiennent à la culture dite « des élites », mais fait partie de la vie quotidienne et contribue fortement à la qualité de vie d'une communauté donnée » (UNESCO-ISU, 2006). En effet, la participation culturelle – qu'elle soit réceptrice ou créatrice (*voir chapitre 2.1.2*) – améliore la qualité de vie, la perception de sa propre santé (Cuypers et coll., 2011.) et l'intensité des expériences vécues. Selon Brown (2004), la participation culturelle est liée à un certain nombre de valeurs : cognitive, esthétique, spirituelle, physique, politique, psychologique et socioculturelle. Comme le montre la **Figure 1**, *l'identification* découle d'un ensemble de valeurs en lien avec la participation culturelle. Elle comprend :

- Le renforcement de la conscience de soi - qui suis-je, de quelle manière je m'intègre ;
- L'amélioration de la confiance en soi, le choix de vie, la concentration ;
- Le sentiment d'accomplissement, de réussite, de fierté ;
- L'estime de soi, l'amour propre, la dignité.

Figure 1. Identité et valeurs culturelles



Source : Brown, 2004.

Afin de mesurer et analyser, il est indispensable de convenir que la participation culturelle est un acte conscient. Selon le Groupe d'experts sur les statistiques culturelles (LEG), « il existe une participation à des activités culturelles lorsque des émetteurs et des destinataires sont réceptifs aux formats et au contenu des messages, faisant grandir leur bagage culturel, dans tout contexte, et à travers tout support, en utilisant un mode de communication et des codes communs » (Eurostat, 2000). Par exemple, passer devant un monument en faisant du lèche-vitrine, ne peut être considéré comme un acte conscient de participation culturelle (la personne n'est pas attentive au message culturel communiqué par le monument historique et ne peut enrichir son bagage culturel). Le principe de prise de conscience a gagné en importance au cours des dernières années avec la diffusion de nouvelles formes de consommation « involontaires », favorisées par les nouvelles technologies (*voir le chapitre 2.2.2*). Renouvelant la définition LEG de l'année 2000, le rapport 2011 de l'ESSnet, une étude à l'échelle de l'Union Européenne avec mise à jour du projet LEG, a adopté le modèle ICET qui distingue quatre formes de participation culturelle :

- Information : rechercher, recueillir et diffuser des informations sur la culture ;
- Communication et communauté : interagir avec autrui sur des questions culturelles et participer à des réseaux culturels ;
- Divertissement et expression : visites d'expositions, de spectacles artistiques et d'autres formes d'expression culturelle, faire de l'art pour le plaisir, créer du contenu en ligne ;
- Transaction : acheter des objets d'art et acheter ou réserver des billets pour un spectacle.

(ESSnet, 2011:203)

Enfin, il est indispensable de comprendre *de quelle manière* les gens se livrent à des activités culturelles. Quelle différence existe entre survoler, lire assidûment un journal ou encore lire un manuel technique ou une œuvre majeure de la littérature ? Ou entre une visite unique, [« fortuite »] « opportuniste » d'un musée et des visites « passionnées », maintes fois répétées ? Si les études ne prennent pas cela en compte, probablement à cause des limites – bien

compréhensibles - imposées par les contraintes temporelles et budgétaires (Pronovost, 2002), la compréhension des niveaux réels de l'engagement dans la participation culturelle des personnes interrogées sera compromise et les résultats trompeurs. Afin de palier à ce problème, ESSnet (2011:223) fait la distinction entre la fréquentation / réception, l'amateurisme, et la participation sociale / bénévolat. La différence entre ces trois types de participation s'estompe au fur et à mesure que les individus endossent des rôles différents lors d'un rassemblement improvisé de musiciens, par exemple, au cours duquel chacun joue et échange des idées.

2.1.2 Différents modes de participation

La participation peut suivre des schémas différents. La distinction instinctive, et presque évidente, entre une participation *active* et *passive* a été développée et nuancée dans de nombreuses études, mais peut se révéler inadéquate et ne refléter que partiellement la langue. Le mot « participation » lui-même a la même signification (« prendre part ») mais avec des nuances différentes (attitude passive ou active) en anglais et en français. Dans son acceptation commune, la signification du mot « participation » couvre à la fois la « présence » (passive) et la « participation » (active). D'autres distinctions existent par exemple avec des auteurs de langue néerlandaise (Schuster, 2007). Un autre double sens existe entre la participation *créative* et *réceptive* (Groupe d'Experts Australiens en Études Industrielles, 2004). Ici, *la participation créative* est associée à la fabrication, la création, l'organisation, l'initiation, la production et la facilitation des activités artistiques et indique un engagement actif. Cette définition inclut également les intermédiaires, fournisseurs et distributeurs (par exemple les distributeurs de films, les directeurs de théâtres, les activités de conservation, l'investissement et le soutien des familles). *La participation réceptive* implique la réception, l'utilisation, l'achat ou l'observation d'un bien ou d'un événement culturel ou de loisir.

La littérature fournit un certain nombre de distinctions triples des schémas de participation possibles. Le groupe LEG distingue les trois schémas suivant : assister/recevoir, la performance/la production par des amateurs, et l'interaction (Eurostat, 2000). Celles-ci et d'autres définitions incluent à la fois les pratiques *par des professionnels* et *par des amateurs*, sans distinction. Le FCS UNESCO 2009 établit que participation se réfère principalement à prendre part à une activité en amateur ou dans une activité bénévole, par opposition au terme consommation, normalement utilisé pour désigner « une activité pour laquelle le consommateur a versé un paiement en monnaie » (UNESCO-ISU, 2009). La participation culturelle ne considère pas les activités menées à des fins d'emploi ; par exemple, elle prend en compte le groupe qui visite un musée participe à une activité culturelle, mais pas le guide payé par le musée (Ibid.).

Brown (2004) suggère l'existence de cinq modes de participation artistique qui se distinguent selon le degré d'implication et de contrôle créatif des individus dans la pratique culturelle :

- i) *La Participation Artistique Inventive* engage le corps et l'esprit dans un acte de création artistique qui est unique et idiosyncratique, quel que soit le niveau de compétences.
- ii) *La Participation Artistique Interprétative* est un acte créatif d'expression personnelle qui éveille les sens (*bring to life*) et apporte une valeur ajoutée à une œuvre artistique préexistante, qu'il soit individuel ou collectif.
- iii) *La Participation Artistique de Conservation* est l'acte créateur de sélection, d'organisation et de collection, à dessein, d'objets d'art afin de satisfaire sa propre sensibilité artistique.

- iv) *La Participation Artistique d'Observation* englobe les expériences artistiques qu'un individu choisit ou accepte, motivé par une certaine attente de valeur.
- v) *La Participation Artistique d'Ambiance* implique une expérience artistique, consciente ou inconsciente, qui n'est pas choisie à dessein – l'art qui « vous arrive ».

Chaque mode présente un niveau différent de *contrôle créatif*, et plus quelqu'un dispose du contrôle créatif lors d'une expérience artistique, plus elle rapportera de valeur. Pourtant, la valeur pour l'individu ne dépend pas nécessairement du niveau de connaissance, de compétences techniques ou de compétences dans la forme artistique, (« de nombreux répondants ont confié la joie et la satisfaction qu'ils tirent des activités artistiques pour lesquelles ils ont peu de formation ou de connaissances techniques ») pas plus que le jugement de la validité ou de la valeur des expériences artistiques ne se fondent sur des niveaux de compétences.

Les cinq modes de participation de Brown transcendent les disciplines, les genres, les contextes culturels et les niveaux de compétence. Télécharger de la musique à partir d'Internet et graver ses propres compilations sur CD peut être classé dans la Participation Artistique de Conservation au même titre que collectionner des objets d'art à la manière d'un musée pour les présenter chez soi. Fait intéressant, la même approche présente les entrepreneurs de musique hip-hop au Sénégal (Mbaye, 2011), pour qui « la motivation à la participation est « intrinsèquement positive », c'est à dire découlant d'une passion plutôt que « extrinsèquement positive » (intérêt personnel ou cupidité, motivés par le système monétaire externe) » (Bauwens, 2009).

En général la qualité de l'activité artistique ou culturelle à laquelle les personnes participent n'est pas un objet de discussion. Les concepts opposés et les hiérarchies culturelles (actif / passif, haut / bas, professionnel / amateur) ne sont pas appropriés. Figurant parmi les aspects de la lutte symbolique dans une société liée aux processus de distinction, d'inclusion et d'exclusion des groupes sociaux (UNESCO-ISU, 2006), ces concepts sont difficiles à maintenir car la diffusion de la théorie de la réception (Jauss, 1982) a perdu encore plus de sens avec l'expansion récente de l'Internet et des nouvelles technologies (*voir Chapitre 2.2.2*).

Il peut aussi être important pour les enquêtes d'enregistrer un large éventail de comportements « appropriés » lors d'événements culturels. Par exemple, Likkanen (Likkanen et coll., 2006:69-70), observe différents comportements culturels au cours d'événements variés. Lors des concerts de rock ou lors de manifestations sportives, on s'attend à ce que le public manifeste ses encouragements et se déplace fréquemment. En revanche, lorsqu'il assiste à un concert de musique classique ou à un spectacle de danse classique, le spectateur est censé rester à sa place et applaudir poliment, ou peut-être occasionnellement se lever et dire « bravo » ! Par contre, la musique et la danse traditionnelles peuvent ne présenter aucune frontière entre public et artistes en permettant à chacun de discuter avec l'autre, de changer de place et d'interagir avec un public étant lui-même devenu artiste et vice-versa. Ces types de comportement sont essentiels pour comprendre comment les communautés utilisent les manifestations culturelles pour renforcer l'identité.

2.2 Les questions clés entourant la participation culturelle et les implications de mesure

Un certain nombre de questions clés entourant le concept de la participation culturelle sont présentées et expliquées dans la littérature théorique. Elles influencent la conception des enquêtes menées dans le monde entier. Dans ce chapitre sont étudiées les principales questions à l'aide d'explications théoriques et d'un examen des enquêtes internationales sur la participation culturelle. Des enquêtes sur la participation culturelle (ou d'autres enquêtes comprenant des questions précises sur la participation culturelle et les questions connexes) ont été identifiées et des questions pertinentes sont résumées dans les cartes incluses dans les pages qui suivent.³

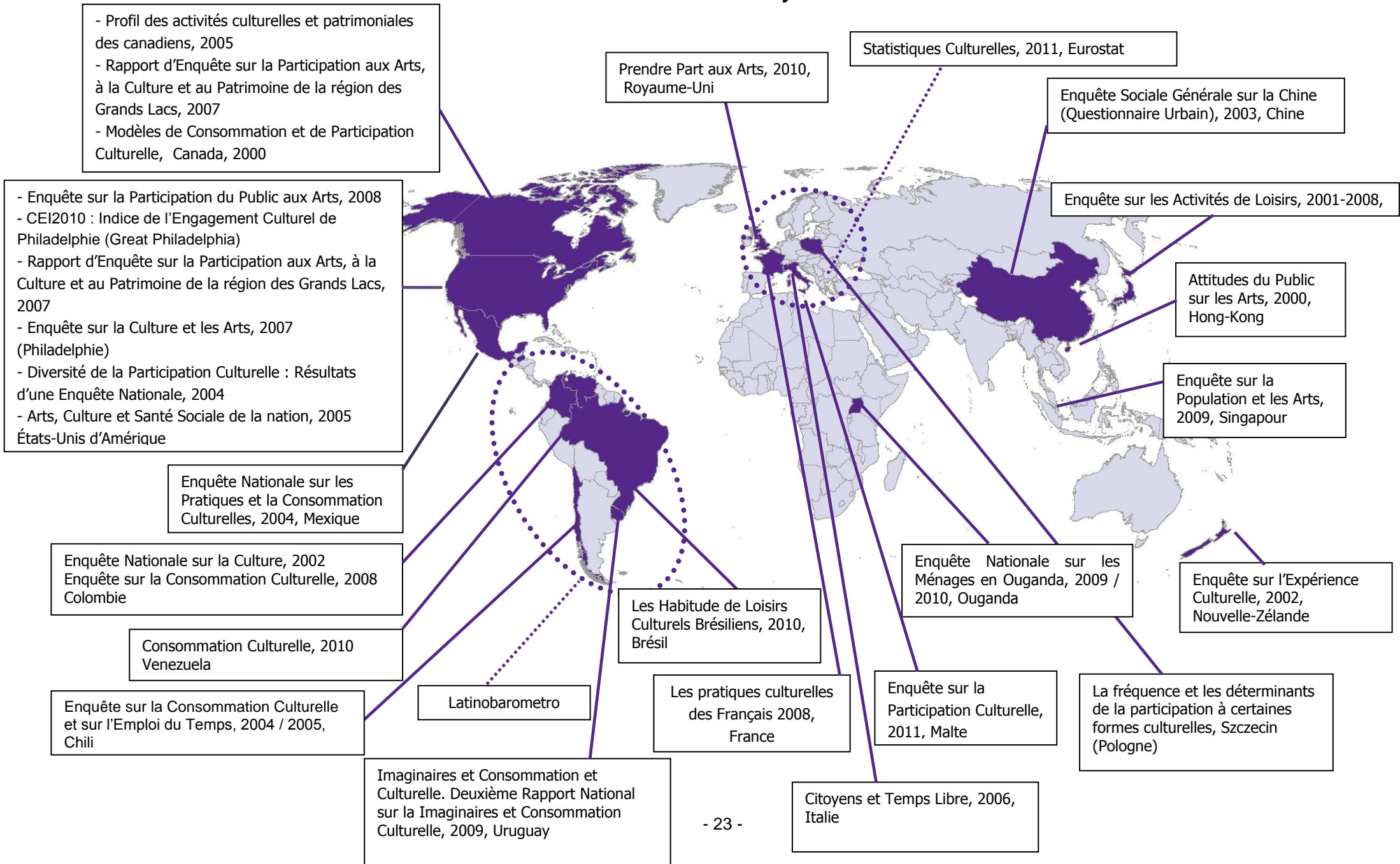
La plupart des enquêtes choisies ont été récupérées par une recherche documentaire approfondie sur internet. Certaines d'entre elles sont mentionnées dans la littérature comme des exemples remarquables d'études sur la participation culturelle. Alors que la cartographie des enquêtes est considérable, elle ne peut être exhaustive - les limites dépendent principalement de la langue, étant donné que seules les études disponibles en anglais, français, italien, espagnol et portugais ont pu être analysées ; et aussi de l'efficacité de la recherche sur Internet qui a dû être réalisée dans un laps de temps limité. Néanmoins, et ce en accord avec les objectifs du manuel, cet examen n'a pas été conçu comme un outil pour cartographier *toutes* les enquêtes existant sur la participation culturelle, mais plutôt comme un point de départ pour analyser la manière dont les différentes enquêtes abordent les questions clé relatives à une bonne compréhension de la participation culturelle.

Dans certains cas (marqués d'un astérisque en bas de page), si le questionnaire utilisé dans la réalisation de l'enquête n'a pas été trouvé, les rapports finaux ont été utilisés comme source.

Les enquêtes d'emploi du temps n'ont pas été incluses parce qu'elles adoptent habituellement des questions standards basées sur les systèmes ICATUS ou HETUS, alors que l'objet de cet examen est d'identifier les questions originales provenant de diverses enquêtes à travers le monde. Des méthodologies alternatives pour obtenir des statistiques sur la participation culturelle sont abordées au chapitre 3.2.1.

³ Les enquêtes analysées, résumées dans la **Carte 1**, sont: Taking part in the Arts 2010 – Royaume-Uni, I cittadini e il tempo libero 2006 – Italie, Survey of Public Participation in the Arts 2008 – États-Unis d'Amérique, Enquête Sociale Générale de la Chine (2003 Questionnaire Urbain), Enquête sur les Activités de Loisirs (Japon) – comparaison 2001-2008*, Latinobarometro, La fréquence et les déterminants de la participation à certaines formes culturelles - Szczecin (Pologne)*, Les pratiques culturelles des Français 2008, Cultural Experience Survey 2002 – Nouvelle-Zélande, Cultural Statistics Eurostat 2011, Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales 2004 – Mexique, Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2004/2005 – Chili, Encuesta Nacional de Cultura 2002 – Colombie, Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo informe nacional sobre consumo cultural e imaginarios 2009 – Uruguay, Consumo Cultural 2010 – Vénézuéla, A profile of the cultural and heritage activities of Canadians in 2005, CEI2010 : Philadelphia Cultural Engagement Index – États-Unis d'Amérique (Great Philadelphia), Culture and the Arts Survey 2007 – États-Unis d'Amérique (Philadelphie), The Diversity of Cultural Participation : Findings of a National Survey 2004 – États-Unis d'Amérique*, Arts, Culture and the Social Health of the nation 2005 – États-Unis d'Amérique, Public Attitudes on Art 2000 – Hong Kong, Population Survey on The Arts 2009 – Singapour, Great Lakes Arts, Culture, and Heritage Participation Survey Report 2007 – États-Unis d'Amérique, Patterns in Culture Consumption and Participation 2000 – Canada, Ouganda National Household Survey 2009/2010, Encuesta de Consumo Cultural 2008 – Colombie, O hábito de lazer cultural do brasileiro 2010 – Brésil, Culture participation survey, Malte 2011. Les principales caractéristiques de chaque enquête sont résumées dans les modèles inclus dans l'**Annexe II**.

Carte 1. Résumé des études analysées dans les cartes



2.2.1 Fréquence, taux et modes de participation

Un élément de base de toutes les enquêtes est la participation effective aux activités culturelles données ainsi que les taux de participation / présence et le taux de fréquence des activités culturelles. **La carte 2** comprend un aperçu des questions les plus fréquemment posées prises à partir d'enquêtes menées dans plusieurs pays. Ces questions peuvent être répétées pour différentes activités culturelles - soit chacune de celles incluses dans l'enquête ou des groupes d'entre elles - et la période à laquelle ces questions se rapportent peut varier en fonction des objectifs de l'enquête (par exemple des questions peuvent se référer aux activités au cours des 6 derniers mois, des 12 derniers mois, ou aux activités habituelles). Si le délai est relativement court, alors les taux de participation peuvent être uniformément faibles, ne permettant pas d'analyse sociodémographique approfondie. Mais si la période est trop longue, les réponses ne sont plus fiables car les répondants n'ont pas de souvenirs certains. C'est pourquoi une période d'étude de 6 à 12 mois paraît la plus pratique.

En outre, les modes de participation peuvent être mesurés. Par exemple, on peut demander au répondant si il / elle se rend généralement à un lieu culturel, assiste à un événement culturel, s'il le fait seul ou avec d'autres personnes, et si oui, lesquelles.

Les enquêtes adoptent des approches différentes quant à l'inclusion ou non de certains événements culturels. Certaines excluent ceux auxquels le répondant a assisté à l'étranger, d'autres excluent ceux auxquels le répondant a assisté en tant qu'artiste ou en tant qu'étudiant. D'autres enquêtes incluent toutes les présences. Par exemple, l'enquête française de 2008 sur les Activités Culturelles comprend notamment la participation à des activités culturelles en dehors de la France : « Question 71 – Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à un festival que ce soit en France ou à l'étranger ? » Cela pourrait inclure, par exemple, la participation à un spectacle pendant un voyage organisé dans un autre pays. En revanche, l'enquête néo-zélandaise de 2002, *Cultural Experience Survey*, dit, « Merci de ne pas comptabiliser les activités effectuées à l'étranger ou tout ce que vous avez pu accomplir en échange d'un paiement ou dans le cadre d'un emploi ».

Dans l'interprétation des données sur la participation, il est important de clarifier que l'on parle normalement de la zone de résidence des répondants plutôt que de la localité où ils sont allés assister à une performance. Si 30% de Lyonnais ont rapporté avoir assisté à une performance théâtrale, cela ne veut pas dire qu'ils ont assisté à cette performance dans la ville française de Lyon. Dans le contexte d'un pays en développement, distinguer le lieu de résidence et le lieu de la performance à laquelle le répondant a assisté indiquerait la mesure dans laquelle le répondant a assisté à des manifestations culturelles en dehors de sa communauté locale, qu'il s'agisse de limites administratives / d'un village ou sociales / tribu.

Vous-êtes-vous rendu à un spectacle de ballet (...) au cours des 12 derniers mois ?
 Au cours des 12 derniers mois, avez-vous visité une foire artisanale ou un festival d'arts visuels ?
 Au cours des 12 derniers mois avez-vous visité un musée ou une galerie d'art ?
 Au cours des 12 derniers mois, avez (nom / vous) visité un parc ou un monument historique, ou des immeubles ou un quartier touristiques pour leur valeur historique ou architecturale ?
 Combien de fois l'avez-vous fait au cours des 12 derniers mois ?
 A l'exception des livres nécessaires pour le travail ou l'école, avez-vous lu des livres au cours des 12 derniers mois ?
 Environ combien en avez-vous (vous / (Prénom du conjoint / partenaire) lus au cours des 12 derniers mois ?
 Au cours des 12 derniers mois, avez-vous regardé ou d'écouté quelque musique classique enregistrée ou en diffusée en direct (opéra), ou musique latine, espagnole, ou musique salsa ?

États-Unis 2009

Pourcentage de personnes de 12 ans ou plus à s'être rendus dans une bibliothèque au cours des 12 derniers mois
 Pourcentage de personnes de 12 ans ou plus à s'être rendus au cinéma au cours des 12 derniers mois
 Pourcentage de personnes de 12 ans ou plus à avoir joué à des jeux vidéo au cours des 12 derniers mois

Colombie 2008

Avez-vous été à des expositions d'arts visuels, à des spectacles de théâtre, danse, à des concerts ou au cinéma au cours des 12 derniers mois ?

Chili 2009

Carte 2. Fréquence, taux et modes de participation

Lequel de ces (10 activités / sites culturel(le)s) avez-vous visité / pratiqué au cours des 12 derniers mois et à quelle fréquence ?
 Avez-vous lu des livres au cours des 12 derniers mois pour le travail / l'éducation / d'autres raisons ?
 Lisez-vous des journaux / à quelle fréquence ?
 Avez-vous lu des magazines / à quelle fréquence ?
 Avez-vous écouté de la musique / à quelle fréquence ?
 Avez-vous regardé des vidéos ou des DVD ?
 Écoutez-vous la radio ?

Eurobaromètre 2011

Considérant la liste d'activités suivante,
 - Quelles sont celles que vous avez pratiquées au moins une fois dans votre vie ?
 - Quelles sont celles que vous avez pratiquées au cours des 12 derniers mois ?
 - Combien de fois par semaine, par mois ou par année avez-vous ... ?

Écoutez-vous la radio, que ce soit à la maison, dans la voiture ou ailleurs :

- Chaque jour ou presque chaque jour
- Environ 3-4 jours par semaine
- Environ 1-2 jours par semaine
- Plus rarement
- Jamais ou presque jamais

France 2008

Au cours des 4 dernières semaines, et pendant une demi-heure au moins, combien de fois avez-vous :

- Regardé un DVD
- Regardé la télévision
- Écouté la radio

Malte 2012

Au cours des 12 derniers mois :

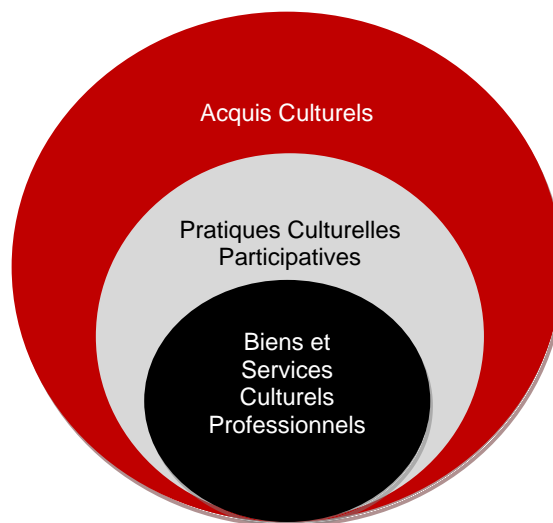
- Avez-vous visité des sites culturels ?
- Avez-vous été dans des salles de spectacles ?
- Avez-vous participé à des festivals musicaux ?
- Avez-vous participé à des jeux traditionnels ?

Ouganda 2009 / 2010

2.2.2 Internet, nouvelles technologies et autres médias

L'apparition et la diffusion rapide des nouvelles technologies (internet, réseaux sociaux, la logique 2.0 conséquente, etc.) a enrichi le paysage de modèles de participation, comme l'interaction et la participation virtuelle (*voir Carte 3*). Un premier modèle de triple distinction des formes de participation considère la participation via l'assistance, la participation personnelle et la participation via un média (McCarthy et coll., 2001a). La distinction entre ces modes de participation est également importante pour ceux qui produisent la culture puisque le modèle de participation choisi influe sur la demande de formes artistiques / culturelles et sur les moyens que les individus peuvent choisir d'en faire l'expérience (Ibid.)

Figure 2. Cadre pour la participation culturelle, U.S. National Endowment for the Arts



Le U.S. National Endowment for the Arts (Novak et coll., 2011) suggère un cadre multimodal pour la compréhension de la participation artistique (*voir Figure 2*) qui comptabilise comme participation trois modes différents mais pouvant se chevaucher: la création ou la performance artistique, l'engagement artistique à travers un média et la participation à un plus large éventail d'activités. Les pratiques de la participation Culturelle ont évolué ces dernières années et constituent désormais un élément central du modèle de « l'écologie culturelle » (Kreidler et Trounstin, 2005) où il est entendu comme « l'engagement d'individus et de groupes dans des activités culturelles dans un cadre non professionnel ».

Toutefois, les nouvelles technologies et les médias jouent un rôle essentiel, non seulement dans la participation, mais en réalité à chaque étape du parcours en six étapes conduisant le public en partant de la sensibilisation en passant par la recherche, la réservation et la préparation jusqu'à l'événement et à l'après événement (Conseil australien des Arts, 2011).

Internet, les médias sociaux et les autres technologies ne remplacent pas - mais plutôt augmentent - le champ de la participation culturelle, et il est prouvé que la participation par l'intermédiaire des médias encourage la participation en face à face, en particulier pour certains groupes de la population (par exemple, les personnes âgées, certains groupes ethniques, les personnes handicapées, les mères célibataires avec enfants, ou les personnes vivant dans les zones rurales) (AEN, 2011). Ils facilitent l'accès à une variété de contenu, ainsi que l'exposition à l'exploration aléatoire d'un nouveau contenu ou d'un contenu sans rapport avec l'objet initial de la recherche (Observatorio Culturale del Piemonte, 2010). Des possibilités quasiment infinies d'accès, d'exploration et d'utilisation des contenus culturels alliées à des pratiques de plus en plus personnalisées (en termes de temps et d'espace pour y accéder) ont créé de tout nouveaux régimes culturels,

imprévisibles et (approximativement) définissables uniquement par le biais de néologismes. La distinction entre « haut / élite » et « bas / populaire » est maintenant remplacée par l'opposition entre « omnivores » et « univores » (Peterson, 1996), la dichotomie entre « producteurs » par rapport aux « consommateurs » est remplacée par « prosommateurs » (Toffler, 1980) et « produseurs » (Bruns, 2007).

Les enquêtes auprès des ménages, qu'il s'agisse d'enquêtes sur les dépenses ou d'enquêtes sur la participation culturelle, ont un rôle à jouer dans le suivi de l'évolution des modes de consommation de la culture. Par exemple, le déclin du CD et la hausse de la consommation de musique en ligne et en direct (Montoro-Pons et Cuadrado-Garcia, 2011), ou le passage de la photographie populaire au moyen de téléphones portables et tablettes créent de nouvelles applications de communication. En l'absence de bons indicateurs statistiques sur les contenus numériques, les enquêtes ont plutôt choisi de surveiller la propriété de l'équipement utilisé pour l'enregistrement ou la lecture des performances (UNESCO, 2011).

Le sens des pratiques et des contenus s'apparente de plus en plus à un échange et à une valeur de communication et une nouvelle dimension sociale dans la production / consommation culturelle apparaît. Les nouvelles technologies évoluent rapidement et l'utilisation de l'Internet augmente de plus en plus dans toutes les couches de la population, devenant de plus en plus intégrées dans les activités de la vie quotidienne, y compris celles considérées comme « culturelles ». L'accès à Internet est aujourd'hui considéré comme un droit culturel autant que l'accès aux bibliothèques l'était au siècle dernier (Laaksonen, 2010). Un rapport récent fait devant l'Assemblée Générale des Nations Unies déclare que l'accès à Internet est un droit humain, un outil unique permettant aux gens de jouir de leur droit à la liberté d'expression (La Rue, 2011).

Pour une proportion sans cesse croissante de la population, une quantité régulière de la participation culturelle se produit dans l'Internet lui-même et pas seulement *via* l'Internet. De telles nouvelles conditions appellent à une révision du cadre de mesure de la participation, ne se limitant pas à la mesure du nombre de personnes accédant à Internet ou utilisant les réseaux sociaux mais capable de comprendre *comment* Internet est utilisé et quelles activités sont menées dans l'espace virtuel. Une telle information pourrait élargir considérablement la « compréhension institutionnelle de la participation utile aux arts » (Novak et coll., 2011). Voilà pourquoi, par exemple, depuis 2002, l'Enquête sur la participation du public américain dans les arts (SPPA) comprend des questions sur l'accès au contenu culturel *via* iPods, téléphones mobiles et lecteurs de DVD portables (Ibid.). Dans l'ensemble, il est important de se rappeler que le but est de mesurer la nature de l'échange et son contenu plutôt que la technologie *en soi*. Un exemple intéressant est fourni par Malte, qui inclut dans son enquête une question sur le téléchargement de contenu auto-créé (Malte, 2012).

Il est également important de reconnaître que les différentes barrières techniques et sociales peuvent affecter les différents canaux de communication : par exemple, l'absence d'un script pour une langue rare peut complètement empêcher les échanges écrits, ou un script peut exister, mais il peut ne pas avoir été codé (Unicode), empêchant ainsi l'utilisation des TIC. De même, le codage d'un script peut ouvrir des opportunités à une communauté linguistique pour communiquer à travers le monde pour échanger des valeurs culturelles et renforcer son identité.

Carte 3a. La participation via les nouvelles technologies, Internet et les autres médias

Au cours des 12 derniers mois, à l'exception des lectures obligatoires pour le travail ou l'école,
 - Avez-vous lu des articles, essais ou blogs sur Internet ou téléchargés à partir d'internet ?
 - Avez-vous lu des romans, nouvelles ou poésies sur Internet ou téléchargés à partir d'internet ?

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé internet
 - Pour regarder, écouter ou télécharger de la musique, en direct ou enregistrée, des performances théâtrales ou de danse ? Est-ce quelque chose que vous faites habituellement ?
 - Pour visionner en ligne des œuvres d'art visuelles, tels que des peintures, des sculptures ou de la photographie ? Est-ce quelque chose que vous faites habituellement ?
 - Pour obtenir des informations sur la musique, le théâtre ou les spectacles de danse ou les expositions d'art, y compris acheter des billets en ligne ? Combien de fois ?
 - Pour créer ou mettre en ligne vos propres œuvres d'art : design, musique, photographie, cinéma, vidéo ou écriture créative ? Combien de fois ?

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous regardé ou écouté des performances artistiques enregistrées ou diffusées en direct sur votre télévision, la radio, ou sur votre ordinateur, ou un lecteur multimédia portable comme un I-Pod, un téléphone portable ou un lecteur DVD portable? [Liste de performances artistiques]
États-Unis 2008

Parmi ces utilisations possibles d'internet, lesquelles avez-vous pratiquées ? [LISTE SUITE, comprenant, entre autres :]
 - Faire des recherches, consulter une base de données
 - Regarder un programme TV en streaming
 - Écouter la radio en streaming
 - Lire les journaux ou des magazines en ligne -
 - Visiter des blogs ou des sites internet personnels
 - Faire à une formation en ligne
 - Visiter un musée ou une exposition en ligne
 Re. lire des journaux en ligne :
 Lisez-vous régulièrement les journaux / magazines sur papier ?
France 2008

Rappelez-vous de ne pas comptabiliser ce pour quoi vous avez été payé pour faire dans le cadre d'un emploi. Au cours des 12 derniers mois (en partant d'aujourd'hui), avez-vous utilisé internet pour :

Comment lisez-vous les journaux en ligne ? (choix multiple)
 - Lire seulement les titres en page d'accueil - Lire les articles en page d'accueil
 - Lire les actualités (mises à jour en temps réel) - Lire en ligne la version papier (pour les journaux publiés également en papier) - Lire aussi les articles non publiés en page d'accueil - Lire / Participer à des forums / Newsletter - Utiliser l'archive - Lire / Regarder aussi les contributions multimédias (audio, vidéo, flash)
Italie 2006

- Avez-vous utilisé Internet pour l'une des actions ci-dessous ?
 Courriel / Forum, Messagerie Instantanée / construire ou mettre à jour un site internet ou un blog / Récupérer ou acquérir des informations telles que les actualités / Acquérir des images, des images animées, de la musique ou des logiciels / Réserver, acheter, payer des biens ou des services / Autres (participer à des concours, répondre à des questionnaires, lire des livres ou participer à des jeux en ligne, etc)
 - Pour quelles raisons avez-vous utilisé Internet ?
 Études ou recherches / Travail à la maison, garde d'enfants ou autres soins / Loisir ou jeux / activités bénévoles ou sociales / Vie sociale / Autres
Japon 2006

1 voir un clip vidéo ? 2 écouter de la musique ? 3 voir un taonga maori ancestral ? 4 voir une autre œuvre d'art ? 5 visiter un site internet de bibliothèque ? 6 visiter un site internet d'archive ? 7 aucune de ces propositions
Nouvelle-Zélande 2002



Carte 3a. La participation via les nouvelles technologies, Internet et les autres médias

Lorsque vous avez accédé à internet, était-ce pour lire un journal, un magazine ou un livre ?
 Lorsque vous avez accédé à internet, était-ce pour voir une vidéo, un film, un programme de télévision ou écouter de la musique en direct ou enregistrée ?
 Lorsque vous avez accédé à internet, était-ce pour voir des œuvres d'art (par exemple de la peinture, des sculptures, de la photographie) ou pour visiter un musée ou une autre forme de collection ?
 Lorsque vous avez accédé à internet, était-ce pour créer une composition / conception artistique (par exemple une page d'accueil, ou une autre image ou illustration graphique, etc)?
 Canada, 2000

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique téléchargée sur votre ordinateur, lecteur MP3, etc...?
 Canada 2005

Pourquoi utilisez-vous internet ?
 Vérifier mes comptes courriels / Travailler / Étudier / Discuter avec des amis / Jouer en ligne / Écouter de la musique / Obtenir des informations à propos de diverses activités
 Mexique 2004

Utilisez-vous internet ? Pourquoi l'utilisez-vous ?
 Vérifier vos comptes courriels / Faire des recherches sur des sujets artistiques / Discuter avec des amis / Obtenir des informations à propos d'activités artistiques / Rencontrer d'autres personnes / Autre activités
 Colombie 2002

Quelles sont les trois principales activités que vous effectuez via internet ?
 Communiquer : envoi et réception de courriel / messagerie instantanée
 Utiliser des services en ligne comme la banque électronique
 Faire des recherches
 Télécharger de la musique
 Télécharger des logiciels
 Acheter
 Lire les journaux, des magazines, des livres
 Regarder des vidéos
 Autre.
 Chili 2004

Parmi les utilisations suivantes du téléphone portable, quels sont celles que vous avez effectuées ?
 Envoyer des SMS
 Appeler depuis le lieu de travail
 Prendre et envoyer des photos
 Écouter de la musique
 Passer des appels téléphoniques internationaux
 Écouter la radio
 Envoyer / recevoir des courriels
 Appeler des services publics
 Utiliser Internet
 Envoyer des SMS aux services publics
 Regarder des vidéos / la TV
 Venezuela 2010

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé Internet pour :
 -un usage privé (hors courriel et comprenant la messagerie instantanée, les forums, la lecture de blogs, la création de blogs et le téléphone)
 -les loisirs, y compris le téléchargement / la mise en ligne, regarder / écouter des films, de la musique, la radio, jouer, peer-to-peer, podcast)
 -acheter des biens et services culturels (y compris des films, des livres, des magazines, de musique, du matériels d'apprentissage en ligne, des logiciels et des billets pour des spectacles / expositions)
 Malte 2012
 Au cours des 12 derniers mois, avez-vous mis en ligne du contenu auto-créé impliquant votre :
 - Participation à un spectacle public (impliquant chant, danse, théâtre ou musique)
 - Activité artistique (peinture, dessin, sculpture, infographie)
 Malte 2012

2.2.3 La frontière entre la pratique formelle et informelle

La distinction traditionnelle entre pratiques amateur et professionnelle, ou formelle et informelle, est en train de disparaître (voir **Carte 4**). Par exemple, la propagation rapide des appareils photo numériques à bas prix, et leur inclusion conséquente dans les téléphones mobiles, permet à un plus grand nombre de personnes de prendre et de distribuer des photographies de bonne qualité, avec plusieurs sites Web permettant une diffusion, un partage et un échange simples de photos, en même temps qu'ils leur apportent de nouvelles significations. Dans le cas de la production musicale, les nouvelles technologies permettent d'enregistrer et de transmettre plus facilement ses compositions et interprétations.

La frontière entre artiste et audience se déplace à l'unisson de la frontière entre amateur et professionnel. Les faibles coûts de la photographie et de la musique signifient que beaucoup plus de gens peuvent se considérer comme des « artistes » et peuvent obtenir des « instruments » appropriés. Lorsque de tels artistes amateurs se réunissent et proposent une performance, la distinction audience / artiste se résume à la question « quelle est la personne qui propose une performance à cet instant ». Ces distinctions étaient déjà floues dans les pays en développement où la plupart des « performances » étaient présentées au sein d'une communauté ou d'un village. Aujourd'hui ce flou s'est propagé aux pays développés.

Les implications statistiques de cette évolution sont gigantesques et posent des questions fondamentales sur la façon de définir, par exemple, un musicien ou photographe « professionnel » ainsi que le décompte des « artistes » et de l'« audience » lors d'un « événement » ou d'un « concert ». Brook (2011) fait deux observations importantes sur ces questions. Premièrement, il distingue audience passive et participation active lors des événements culturels. Deuxièmement, il souligne que certaines enquêtes, comme l'Eurobaromètre, incluent les manifestations culturelles payées ou les performances dans le cadre scolaire comme des participations, alors que l'enquête du Royaume-Uni « Taking Part » ne collecte des informations sur la participation que pour des activités dans lesquelles les gens ont pris part sur leur temps personnel». Pour de nombreuses agences, la participation culturelle a ce sens d'activité qui n'est pas obligatoire que ce soit pour un professionnel ou dans le cadre d'un plus vaste programme institutionnel, comme une école ou un collège.

Dans les pays développés comme dans les pays en voie de développement, les statisticiens sont de plus en plus conscients du large domaine d'activités culturelles, au-delà des simples salles de concert ou galeries d'art, dans lequel les rôles d'amateur et de professionnel, d'audience et d'artiste sont de plus en plus difficiles à distinguer. L'engagement dans des activités artistiques et culturelles est de plus en plus reconnu comme dépassant « bien au-delà des installations construites dans des buts artistiques, vers les librairies, les centres communautaires, les écoles, les lieux de travail, et, tout particulièrement, les foyers » (Novak et coll., 2011).

Les pratiques traditionnelles et le patrimoine culturel immatériel (voir *chapitre 2.2.5*) sont souvent transmis à l'intérieur d'un groupe familial dans la vie de tous les jours et / ou lors de célébrations ou fêtes communautaires et autres événements du calendrier. Dans certains cas, les caractéristiques de la participation peuvent être influencées par l'affiliation ethnique, comme de nombreuses activités se réfèrent à un univers de sens ethniquement marqué. Aux États-Unis, par exemple, les lieux de travail sont plus fréquemment cités comme lieux d'activités culturelles par les répondants afro-américains que par les autres répondants. Une identification symbolique avec les différents types de lieux de performance pourrait jouer un rôle important dans les décisions sur la participation artistique ; plus encore, « le cadre est l'une des seules variables que les diffuseurs et les producteurs sont capables de contrôler » (Ibid.). En ce qui concerne les activités culturelles de plein air, l'endroit où les répondants aux enquêtes résident est significatif lorsqu'on analyse leur participation aux activités culturelles,

car elle est liée à *l'offre culturelle* qui leur est directement disponible et accessible. De manière générale, dans les pays développés, l'offre est plus grande dans les zones urbaines que dans les zones rurales, en raison d'un plus grand nombre d'installations et de lieux culturels et peut-être un accès plus facile par les transports publics. Les informations sur la localisation du répondant (lieu de l'entrevue ou lieu de résidence) sont généralement incluses parmi les renseignements personnels enregistrés par toutes les enquêtes et peuvent être recoupées avec d'autres variables, comme dans le cas de l'Enquête sur la population générale estonienne (Statistics Estonia, 2011).

Ces observations impliquent que les autorités nationales envisageant une enquête sur la participation culturelle doivent considérer avec attention la façon de définir la forme de participation qu'elles souhaitent enregistrer et si elles doivent faire la distinction entre participation professionnelle et payée, participation obligatoire à travers un programme éducatif, la consommation culturelle formelle comme membre payant d'une audience, comme activité communautaire (qui peut comprendre un élément de contrainte par la pression de ses pairs), ou les différents rassemblements d'artistes amateurs.

2.2.4 Pratiques traditionnelles

La perte du patrimoine immatériel et des pratiques traditionnelles face à la modernisation et à la mondialisation est une question vitale dans de nombreux pays. Le tourisme de masse, tout en apportant des recettes locales, peut entraîner une perte de signification, sociale ou religieuse, des pratiques immatérielles qui peuvent devenir de simples divertissements pour les touristes étrangers. Un exemple d'étude statistique sur ces forces concurrentes face au développement est le cas de Hoi An au Vietnam (UNESCO, 2008).

L'UNESCO (1989) définit la culture traditionnelle (et le folklore) comme « l'ensemble des créations basées sur les traditions émanant d'une communauté culturelle, exprimées par un groupe ou par des individus reconnus comme répondant aux attentes de la communauté dans la mesure où ils reflètent sa diversité culturelle et son identité sociale, ses normes et ses valeurs se transmettant oralement, par imitation ou par d'autres moyens. Ses formes comprennent, parmi bien d'autres, la langue, la littérature, la musique, la danse, les jeux, la mythologie, les rites, les coutumes, l'artisanat, et l'architecture ». La culture traditionnelle est une forme d'expression culturelle et doit ainsi être incluse dans toutes les recherches concernant la participation culturelle. Dans tous les pays, les pratiques traditionnelles font partie inhérente de la vie quotidienne, mais dans de nombreux pays et sociétés en voie de développement, le secteur des arts formels est très restreint (peut être limité aux théâtres et aux galeries nationales) et la participation, ou l'assistance, aux événements et activités culturels et artistiques est lié à la transmission du savoir traditionnel, y compris les dialectes locaux, les traditions orales et les croyances religieuses (Statistics New Zealand, 2009).

Le langage traditionnel est « l'un des véhicules à travers lesquels le patrimoine culturel immatériel s'exprime et se transmet et l'une des façons d'appréhender et de comprendre l'univers et l'environnement social et naturel d'un groupe donné » (UNESCO-ISU, 2009). Il est donc un élément clé à mesurer en relation avec la participation culturelle, spécialement dans les pays où de nombreuses langues sont pratiquées (par exemple, dans une région comme l'Océanie, qui abrite 0,1 % de la population mondiale mais d'où viennent un tiers des langues parlées dans le monde) (SPC, 2010).

Le Statistical Yearbook Japonais enregistre les niveaux de participation, entre autres activités, telles que le pachinco, le mah-jong et le karaoké (Statistical Research and Training Institute, 2010). Les concepteurs d'enquêtes peuvent envisager que certaines activités considérées comme faisant partie de la vie quotidienne « normale » peuvent être considérées comme « culturelles » par d'autres pays ou d'autres cultures dans le pays. L'enquête sur la participation culturelle de Malte inclut la participation à la culture locale,

comme la présence ou la participation à des festivals traditionnels (Imnarja ou Regatta) (Malte, 2012). L'Enquête nationale sur les ménages en Ouganda, inclut la participation aux cérémonies d'initiation à l'âge adulte, aux jeux traditionnels et aux pratiques religieuses (Bureau ougandais de la statistique, 2010), parce que « la religion se compose d'aspects comprenant des symboles, des croyances et des pratiques censées apporter du sens à l'expérience de la vie du pratiquant, une composante culturelle » (en effet, les religions ont toujours joué un rôle clé dans les fondations de la plupart des cultures).

Les croyances traditionnelles peuvent être des déterminants extrêmement forts de la participation culturelle selon les genres, les âges et les ethnies. Les déséquilibres liés au genre, en particulier, peuvent affecter le processus d'enquête lui-même, comme dans certains pays où seuls les hommes seront autorisés (ou en mesure de) répondre à des questions ou des questionnaires. Dans certaines sociétés, ce sont les femmes qui sont chefs de famille ou qui prennent en charge les finances du ménage. Les enquêtes peuvent aussi dévoiler des spécificités liées au genre dans la participation culturelle dans les pays développés: L'enquête Eurostat (2004), par exemple, révèle des déséquilibres liés au genre quant à la disponibilité de temps libre et les activités les plus fréquentes dans l'Union européenne (UE).

Les pratiques traditionnelles peuvent avoir un effet considérable sur les méthodes d'enquête. Par exemple, l'âge de la majorité est différent selon les groupes sociaux ou ethniques. Les jeunes concernés peuvent ainsi participer à des pratiques culturelles fondamentales auxquelles ils n'avaient pas accès auparavant. Les anthropologues le savent bien, la collecte de données sur les peuples autochtones peut être extrêmement complexe. Même les hypothèses les plus fondamentales, telles que les relations familiales, peuvent être très insaisissables. Dans certaines sociétés, les gens sont frères et sœurs parce qu'ils sont nés dans le même lieu, non pas parce qu'ils ont les mêmes parents ; tandis que dans d'autres sociétés, les animaux locaux peuvent être considérés comme des proches parents, mais les gens dans un autre village peuvent être considérés comme une autre « espèce » (Descola, 2006). De la même façon, la nature complexe du troc (Mauss, 1896) peut semer la confusion dans les meilleures enquêtes sur les dépenses des ménages.

Cela est fréquent lors des enquêtes auprès des ménages chargées de recueillir des informations sur la présence d'équipement dans la maison. Le CSC de l'UNESCO (UNESCO-ISU, 2009) le définit comme un thème transversal à l'ensemble des domaines de la culture. Pour les enquêtes sur la participation culturelle, qui peinent à recueillir des données fiables sur les pratiques traditionnelles immatérielles, les données sur la présence d'outils et d'équipements au sein du ménage (par exemple pour une utilisation dans les cérémonies) peuvent être des indicateurs utiles. Afin d'obtenir des données fiables sur les pratiques traditionnelles et immatérielles, il est vital pour les enquêtes d'avoir une forte adhésion des communautés locales, qui peuvent par exemple attirer l'attention sur les tabous qui interdisent de rencontrer certaines personnes ou de parler de certaines possessions.

2.2.5 Migration mondiale et diversité culturelle

Dans les pays développés, les différences ethniques marquées dans les pratiques culturelles sont parfois assimilées à la diversité culturelle, définie par l'UNESCO comme « multiplicité des moyens par lesquels les cultures des groupes et des sociétés parviennent à s'exprimer » (UNESCO, 2001). Les définitions de la diversité culturelle varient au niveau national, et même au sein d'un même pays, en fonction de la compréhension et des intérêts des différentes institutions et organisations. Dans les pays ayant une longue tradition d'études sur la participation culturelle (par exemple : aux États-Unis et dans les pays de l'Union Européenne), le concept est souvent lié à la composition ethniquement mixte de la société et aux flux migratoires mondiaux dont ces mêmes pays sont les destinations de prédilection.

L'étiquette « ethnique » revêt souvent un caractère d'identité personnelle ou d'un groupe et peut n'avoir que peu de rapport avec une réalité objective. Certains pays, comme le Brésil et la France, ont décidé que, pour eux, l'idée de l'ethnicité est inappropriée et très subjective. Les derniers immigrés peuvent toujours être identifiés avec une question sur leur pays de naissance.

L'importance accordée à la notion de diversité culturelle a augmenté depuis les années 1990 (Laaksonen, 2010), et en parallèle, son rôle dans le domaine des statistiques culturelles a évolué. Morrone (UNESCO-ISU, 2006) note que, durant la période de l'après-guerre dans les pays industrialisés, avoir des relations avec différentes cultures signifiait avoir des relations avec différents pays « qui d'un point de vue politique aussi bien que socioculturel étaient conceptualisés comme des unités, sans égard à leur diversité interne ». Depuis lors, les transformations sociales au niveau mondial, les flux migratoires internationaux en particulier, ont modifié le concept « de la tolérance entre les sociétés à la tolérance au sein de celles-ci (encore plus multi-facettes et multi-ethnique) » (Ibid.)

Les flux migratoires mondiaux doivent être pris en compte lors de la conception des enquêtes de participation culturelle, à la fois pour les pays de destination et pour les pays d'origine. Dans les pays de destination, accueillant aujourd'hui une population beaucoup plus diversifiée que par le passé, il y a un risque de donner « une représentation culturelle de la culture » (Pronovost, 2002) mesurant seulement des catégories traditionnelles de la culture plutôt que des pratiques spécifiques, et par conséquent sous-estimer la participation culturelle de certains groupes de populations. Il y a aussi le risque que l'impact de la participation culturelle sur la cohésion sociale au sein d'une population ethniquement mixte soit parfois trop facilement tenu pour acquis (Van den Broek, 2008). Les flux migratoires engendrent également des relations importantes et complexes avec l'économie, la culture et la sécurité alimentaire du pays d'origine des migrants. Comme Hagg (2006) l'explique à propos des pays en développement d'Afrique du sud (bien que cela s'applique probablement aux autres pays qui connaissent des flux migratoires importants), les travailleurs migrants sont exposés à des relations culturelles qui peuvent ébranler les pratiques culturelles traditionnelles à la maison. Les enquêtes sur la participation culturelle peuvent enregistrer les effets des flux migratoires sur la transmission des pratiques culturelles traditionnelles des pays d'origine et, éventuellement, indiquer des tendances (si elles se répètent régulièrement). Les flux migratoires temporaires ou saisonniers peuvent représenter un problème particulier dans l'échantillonnage.

Les schémas migratoires sont également liés à la mondialisation des pratiques culturelles. Souvent, les migrants apportent leurs propres pratiques culturelles dans leurs nouvelles communautés. Dans d'autres cas, plus particulièrement aux États-Unis, les migrants sont fortement intégrés dans l'identité culturelle de leur nouveau pays tout en conservant certaines pratiques culturelles de leur pays d'origine. Des tendances similaires d'assimilation ou à l'inverse de défense de son identité culturelle peuvent être trouvées suite à des déplacements au sein des pays, par exemple lorsque les populations rurales se déplacent vers les villes. Les enquêtes sur la participation culturelle se concentrent souvent sur les différences culturelles qui dominent dans les zones locales ou les quartiers urbains, mais contrôler l'assimilation des distinctions culturelles est crucial pour déterminer les besoins de services et le risque d'extinction des pratiques minoritaires. Il peut aussi être approprié de mentionner que toutes les pratiques culturelles ne sont pas bonnes, par exemple les médicaments traditionnels peuvent aider, mais ils ne peuvent pas toujours remplacer la médecine moderne.

La plupart des pays « créent, partagent et perpétuent plus d'une seule culture » (SPC, 2010), comme dans les cas de la Nouvelle-Zélande et de l'Inde, par exemple. Ce qui est crucial pour les enquêtes sur la participation culturelle c'est que l'appartenance ethnique peut être une variable potentielle indépendante dans les modèles explicatifs de la participation

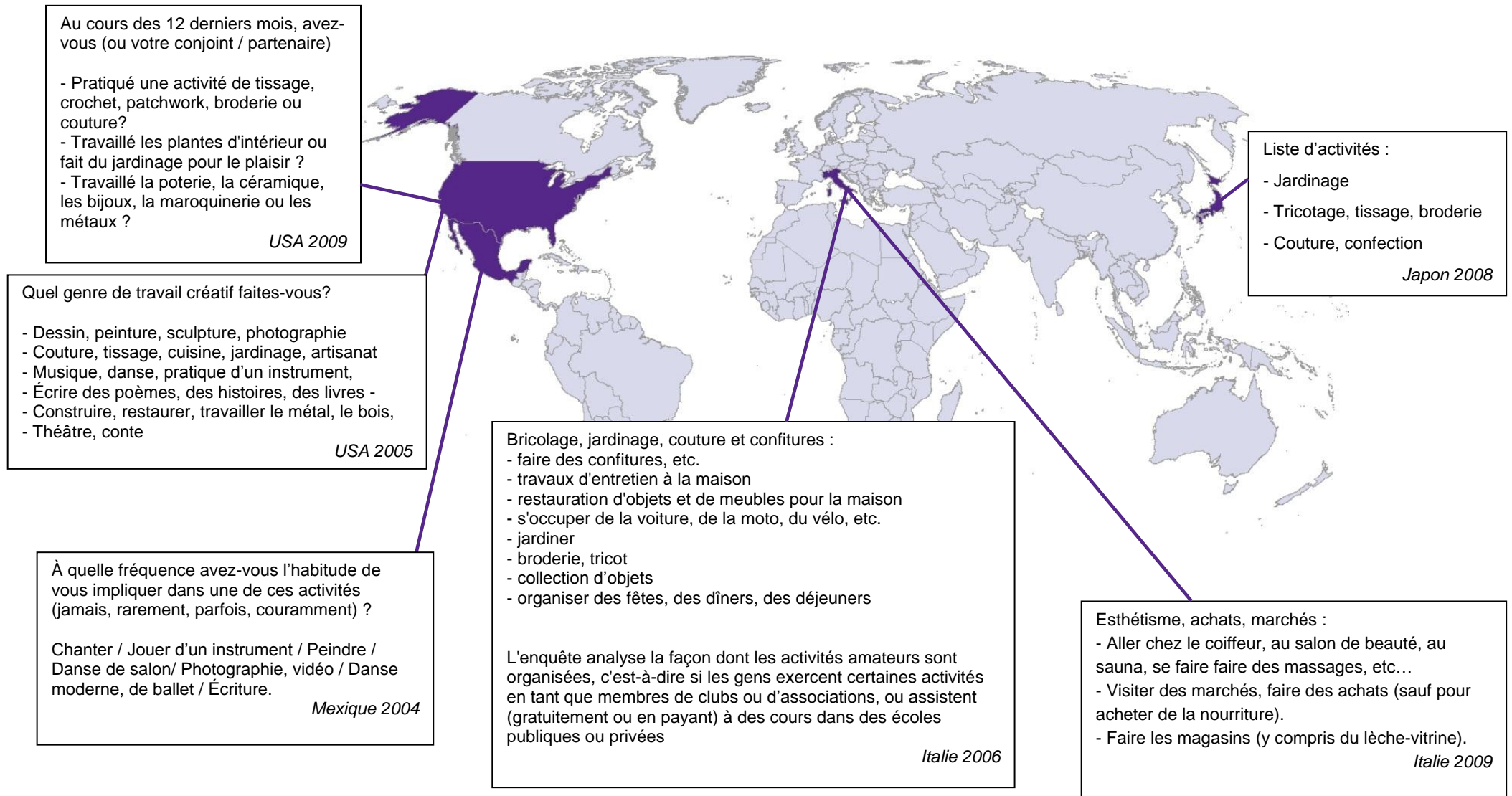
culturelle puisqu'elle est profondément liée aux notions d'identité et de diversité culturelle qui ont un impact unique sur la définition et la compréhension de la culture elle-même.

En général, d'un point de vue méthodologique, il est important d'impliquer les différents sous-groupes de populations à la conception d'une enquête pour s'assurer qu'elle reflète la structure réelle de leurs cultures et croyances, plutôt que de refléter l'interprétation d'idées reçues de la majorité de la population sur les systèmes de croyances minoritaires. En ce sens, les enquêtes sur la participation culturelle ont beaucoup à apprendre des approches anthropologiques sur cette question.

2.2.6 Cohésion sociale

Comme indiqué dans le CSC de l'UNESCO, la dimension sociale de la culture est « liée à sa valeur symbolique et à son rôle en donnant un sentiment d'identité, de valeur partagée et d'appartenance, dans la prévention de l'exclusion et pour la construction de la cohésion sociale et de la stabilité » (UNESCO-ISU, 2009). La présence d'opportunités et de soutien pour la participation culturelle sont des éléments de la vitalité de la culture et des communautés. Elle est donc « valorisante à sa façon et partie intégrante de la vie quotidienne, du dynamisme et des conditions de vie des communautés » (Jackson et al., 2006). « Les arts et la culture contribuent à la santé globale et au bien-être des communautés en stimulant la participation citoyenne, le renforcement du capital social et humain, et en servant d'actifs qui contribuent à l'économie locale et au soutien d'autres processus de construction de la communauté » (NEA, 2011). Au lieu de cela, « sans le droit de participer à la vie culturelle, l'individu ne peut parvenir à développer de liens sociaux et culturels qui sont essentiels au maintien des principes d'égalité » (Laaksonen, 2010).

Carte 4a. Activités en amateur / Activités culturelles à domicile / Activités personnelles



Carte 4b. Activités en amateur / Activités culturelles à domicile / Activités personnelles

Au cours des 3 dernières années, vous êtes-vous impliqué dans les arts du spectacle, tels que le théâtre, la danse ou la musique ?

Au cours des 3 dernières années, vous êtes-vous impliqué dans les arts visuels, tels que le dessin, la peinture, la gravure, l'écriture, le textile, la photographie et / ou de la sculpture ?

Au cours des 3 dernières années, vous êtes-vous impliqué dans les disciplines liées à l'art ou à la culture, l'architecture, le paysagisme, la mode, le graphisme, le design d'intérieur ou industriel, la préservation ou la restauration historique, la généalogie, l'archéologie ?

Canada (États des Grands Lacs) 2007

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué, comme une activité de loisir (en incluant prendre des cours pour le plaisir) l'une des activités suivantes :

Fait de l'art visuel comme la peinture ou la sculpture ? / pratiqué un métier tel que la menuiserie, le tissage, la poterie, la fabrication de bijoux, etc. ? / joué un instrument de musique ? / chanté dans le cadre d'un groupe, d'une chorale ou en solo ? / fait une chorégraphie de danse ou toute autre activité liée ? / pratiqué une activité ou toute autre action théâtrale ? / écrit de la poésie, des histoires courtes, de la non-fiction, etc. ? / pris des photos afin de créer une composition artistique, plutôt que strictement pour photographier une personne, un lieu ou un événement ?

Canada, 2000

Combien de fois avez-vous jamais ...

- Pris des photos ou des vidéos ou réalisé des films
- Fabriqué des objets d'arts ou artisanaux, tels que des peintures, des poteries, des patchworks, ou de la menuiserie
- Joué d'un instrument de musique, tels que la guitare ou le piano
- Chanté, joué (au théâtre) ou dansé
- Écrits des romans, des récits ou des poèmes
- Lu des romans, des nouvelles ou des poèmes

... au cours des 12 derniers mois. Est-ce quelque chose que vous avez fait souvent, parfois, rarement ou jamais au cours des 12 derniers mois ?

USA 2004

À quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous impliquer dans une de ces activités (jamais, rarement, parfois, habituellement) ?

Chant / Jouer d'un instrument / Peinture / Danse de salon / Photographie, vidéo / Danse moderne, de ballet / Écriture.

Mexique 2004

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous :

- joué d'un instrument, chanté ou écrit de la musique ?
- Écrit des histoires, de la poésie ou tout autre type d'œuvre littéraire ?
- Pris des photos, des vidéos ou fait toute autre œuvre audiovisuelle ?
- Pratiqué la peinture, le dessin ou la sculpture ?
- Pratiqué des travaux manuels artistiques ou créatifs (conception de vêtements, poterie, céramique, artisanat, etc...) ?
- Dansé ou participé à une chorégraphie ou toute autre performance ?
- Travaillé à une pièce de théâtre ?

Chili 2004

Vous-êtes-vous impliqué dans l'une de ces activités de loisir ou de divertissement? (l'un des loisirs listés)

Jouer d'un instrument de musique / Musique vocale ou chorale / Danse japonaise / Danse occidentale ou danse de salon / Calligraphie / Arrangement floral japonais / Cérémonie du thé / Confection de vêtement, couture / Tricotage ou broderie / Cuisine ou pâtisserie / Jardinage / Menuiserie, bricolage / Peinture ou sculpture / Art céramique ou industriel / Photographie et impression / Écriture de poèmes, de poèmes japonais, de haïkus ou de romans

Japon 2006

Activités Artistiques Pratiquée(s) durant l'année écoulée :

- Lire un roman
- Acheter une œuvre d'art ou d'artisanat
- Jouer d'un instrument de musique
- Rédaction d'histoires, d'articles ou de poésie
- Artisanat textile comme la broderie ou le tricot
- Peinture, dessin, gravure, sculpture
- Photographie
- Chant ou chorale
- Jeu théâtral
- Danse ou ballet
- Filmer en vidéo

Singapour 2002

Carte 5. Acheter / posséder des œuvres d'art

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des objets d'art visuels, comme des dessins ; des peintures ; des ouvrages écrits, imprimés ; de dessin ou de graphisme ; de l'artisanat ou des photographies ?

Canada (États des Grands Lacs 2007)

Possédez-vous (ou votre conjoint / partenaire) une (ou plusieurs) œuvre d'art originale, telle que peinture, dessin, sculpture, gravure ou lithographie ? Avez-vous (ou votre conjoint / partenaire) acheté ou acquis une de ces pièces au cours des 12 derniers mois ?

États-Unis 2009

Quelle importance accordez-vous à une collection d'art et d'artisanat et à sa présentation dans votre foyer ?

Pas important / peu important / Très Important / Extrêmement Important

Etats-Unis (Philadelphie) 2010

Avez-vous un ou plusieurs des biens culturels suivants dans votre foyer ?

Artisanat
Peinture
Sculpture
Gravure
Photographie d'art
Pièce d'une valeur archéologique

Chili 2005

Avez-vous des œuvres d'art originales dans votre foyer ? / Avez-vous une affiche ou autre reproduction d'une œuvre originale d'un peintre ou d'un sculpteur uruguayen dans votre foyer ?

Uruguay 2009

En se focalisant sur l'art de la Nouvelle-Zélande, en général, quel intérêt avez-vous dans l'achat d'art de Nouvelle-Zélande ? Êtes-vous très intéressé, peu intéressé ou pas intéressé ?

Nouvelle-Zélande 2002

Au cours des 12 derniers mois, se terminant aujourd'hui, avez-vous acheté des peintures, des dessins, des sculptures, des photographies artistiques ou toute autre forme d'art ?

Si OUI :

Combien d'articles en tout ?

Combien de ces articles, le cas échéant, avez-vous acheté directement auprès de l'artiste ?

Aviez-vous envie d'acheter plus d'œuvres d'art originales au cours de ces 12 derniers mois ?

En pensant à pourquoi vous n'avez pas acheté plus d'œuvres d'art, quelle difficulté cela a-t-il représenté ? (très difficile - un peu difficile - pas si difficile) / Pourquoi cela ?

Si NON :

Aviez-vous envie d'acheter une œuvre d'art au cours des 12 derniers mois ? / Quelle difficulté cela a-t-il représenté ? (très difficile - un peu difficile - pas si difficile)

Pourquoi cela ?

Nouvelle-Zélande 2002

La participation culturelle concerne les individus dont l'identité est basée sur un échantillon de croyances, de valeurs et de pratiques partagées, qu'ils peuvent exprimer sans se sentir discriminés et qu'ils peuvent transmettre aux futures générations comme un capital culturel. Les services de l'immigration de l'état de Nouvelle-Zélande déclare que « La Nouvelle-Zélande devient de plus en plus socialement cohésive avec un climat de collaboration car tous les groupes ont un sentiment d'appartenance, de participation, d'inclusion, de reconnaissance et de légitimité » (Statistiques Nouvelle-Zélande, 2009). Les politiques et programmes spécifiques concernant les arts ont eu des impacts sociaux positifs ; tels que la réduction de l'exclusion sociale, le développement communautaire, l'amélioration de l'estime de soi, le niveau de scolarité, l'état sanitaire, le développement régional, le renforcement des capacités et / ou d'autonomisation de groupes sociaux spécifiques (par exemple : les minorités ethniques, la population des périphéries urbaines) (Groupe d'experts australiens en études de l'industrie, 2004). La participation et ses effets positifs sur le capital social des individus sont aussi des éléments essentiels à la réalisation du renouvellement urbain, conçu comme une approche impliquant les gens dans l'identification et la résolution des problèmes qui affectent leurs propres communautés et l'amélioration de leur qualité de vie (Keaney et Delaney, 2006).

Les enquêtes peuvent saisir une idée de la cohésion sociale en étudiant le pourcentage de la population locale prenant part à des activités culturelles, en particulier les pratiques traditionnelles et le patrimoine immatériel qui reflètent les identités locales. Les enquêtes peuvent également considérer le capital social (Putnam, 2000) en questionnant sur le nombre de « clubs » dont un répondant est membre et le nombre de réunions auxquelles il a participé. Veuillez-vous référer à la **Carte 6** pour des exemples de questions relatives à la cohésion sociale.

2.2.7 Motifs et obstacles à la participation

Les enquêtes sur la participation posent parfois la question *pourquoi un individu choisit de participer* à la vie culturelle ou sur leurs processus de décision (*voir Cartes 7 et 8*). Qu'est-ce qui a conduit l'individu à participer et qui ou quelles ont été les principales influences sur la décision ? Ce type de sondage éclaire notre compréhension sur les raisons, les motivations et les aspirations cachées derrière les actes conscients de participation, les valeurs indiquées pour la consommation culturelle, la satisfaction qu'elle génère, et les significations individuelles et sociales attribuées aux pratiques culturelles (Evrard, 2002).

Explorer les raisons de la participation peut mener à la découverte de la corrélation entre les différents modes de participation. Par exemple, les adultes activement engagés dans quelque activité artistique, qu'il s'agisse de bricolage ou de chant au sein d'une chorale, sont plus susceptibles d'assister à des événements culturels (AEN, 2011). Une corrélation forte et positive existe entre le niveau de fréquentation des manifestations culturelles dans la vie adulte et le niveau d'éducation et de familiarité avec les arts développés au plus jeune âge grâce à sa propre famille et à sa propre éducation (Holden, 2006). Cela implique le besoin d'enquêtes mettant un accent particulier sur la participation de la famille aux activités culturelles. Ces enquêtes pourraient conduire à des recherches plus approfondies au niveau des écoles.

Outre la motivation, il est important d'explorer les obstacles à la participation, c'est à dire les obstacles empêchant les gens de participer à la vie culturelle et qui peuvent être d'ordre physiques, économiques, sociaux et psychologiques (*voir Carte 9*). Les barrières physiques peuvent entraver ou empêcher la participation des différents groupes de la population, comme les personnes souffrant d'handicaps physiques ou mentaux ou les personnes âgées, pour qui il peut être difficile, voire impossible, d'atteindre un endroit de façon indépendante ou d'utiliser des équipements standard (sièges, toilettes, etc.). Avoir à dépendre de

quelqu'un d'autre peut aussi représenter une barrière psychologique à la participation personnelle (et peut aussi concerner, par exemple, les mères célibataires avec enfants à charge). Les barrières économiques portent sur le prix global d'une expérience culturelle qui inclut le coût d'accès (droit d'entrée, billet), les dépenses supplémentaires pour le transport (public ou privé), le parking, le repas à l'extérieur, la garde d'enfant(s), etc. qui peuvent facilement les rendre prohibitifs pour les personnes à faible revenu, ou pour les familles. Les barrières sociales peuvent entraver la participation des groupes spécifiques de la population, qui englobe également le manque de connaissance sur les événements culturels. Les heures d'ouverture ou les horaires de spectacles peuvent ne pas correspondre avec le mode de vie des gens ou les activités familiales. Toutefois, les heures d'ouverture, ou la culture entendue comme une activité de « loisir », peuvent avoir peu de sens dans le contexte de pays en développement, en particulier dans les zones rurales. Les gens peuvent marcher de nombreux kilomètres pour participer à des activités culturelles traditionnelles qu'ils voient plutôt comme une partie essentielle de leur vie religieuse ou communautaire plutôt qu'une activité de « loisir ». Au Cameroun, le musée ouvert maintient les objets au sein de leurs communautés locales, ainsi les heures d'ouverture formelles ou d'exposition ont peu de sens. Cette différence conceptuelle doit être prise en compte à la fois pour les enquêtes sur la participation culturelle et sur l'emploi du temps.

Les minorités ethniques, les personnes âgées, les mères avec de jeunes enfants, les adolescents et d'autres groupes sociaux particuliers peuvent partager des sentiments de distance par rapport aux arts traditionnels et à la culture, avec des réponses telles que « l'art c'est trop risqué » ou « ce n'est pas pour les gens comme moi » (Keaney, 2008). Les barrières psychologiques sont explorées notamment par O'Toole (2006) et peuvent porter sur le contenu des œuvres artistiques elles-mêmes : « les images créées culturellement », comme le stéréotype de l'invalidité physique et les notions étroites sur la beauté physique, peuvent empêcher les gens non accoutumés par de telles normes à participer et peuvent avoir un impact négatif sur la société en général (par exemple, les modèles stéréotypés de beauté physique qui causent des troubles de l'alimentation et des préjudices psychologiques). En général, comme la culture est dynamique et en évolution, les outils permettant d'y accéder et de participer – et les barrières empêchant la participation – évolueront de concert. Ces questions profondes iront plus loin que les enquêtes les plus poussées ou les groupes les plus étudiés.

Identifier les barrières aide les institutions culturelles (musées, librairies, théâtres, etc.) à poursuivre leurs objectifs de développement de leurs publics en les obligeant souvent à trouver de nouvelles façons de présenter et de communiquer (et peut-être de planifier et de localiser) leur offre culturelle, ou même de la remodeler entièrement afin de la relier à l'expérience humaine d'un plus grand nombre et à la diversité des individus. Surmonter les barrières socio-politiques à la participation est également essentiel pour les décideurs afin de permettre et accroître la fréquentation en ligne avec la mission des pouvoirs publics (et pas seulement au niveau culturel) (*voir Chapitre 4*).

La non-participation ne se résume pas à un manque d'intérêt dans la culture. Au contraire, les non-participants peuvent grandement apprécier l'existence de lieux et d'installations culturels. Les enquêtes ne devraient pas se limiter à enregistrer la simple participation mais devrait également inclure des questions sur *la perception et les sentiments* des répondants à l'égard des installations culturelles, ainsi que sur les raisons de ne pas assister ou de ne pas participer (Bailey et coll., 2004). Les valeurs d'« existence » ou de « non-utilisation » peuvent inclure des niveaux significatifs de contributions financières en faveur des musées nationaux, par exemple. Ces donateurs ou ces abonnés non-lecteurs d'un bulletin d'information peuvent être considérés comme participant à la vie d'une installation culturelle particulière, même si ils ne la visitent pas.

Laquelle des activités suivantes faites-vous le soir ? [LISTE SUIV]

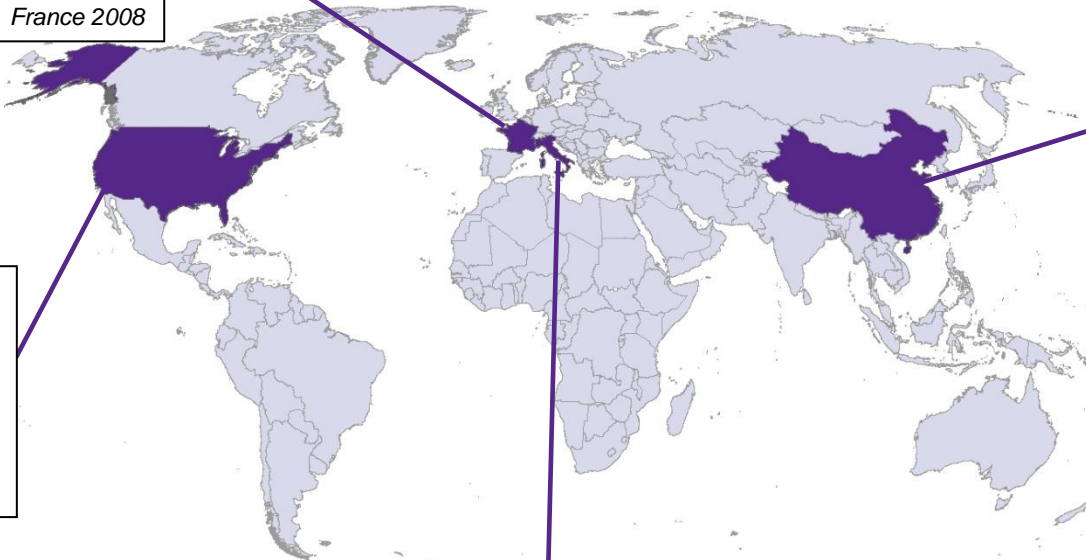
Combien de fois êtes-vous sorti le soir ?

Avec qui avez-vous l'habitude de sortir le soir ?

Combien de fois avez-vous invité des amis / de la famille / des collègues / des voisins pour déjeuner / dîner chez vous ?

France 2008

Carte 6a. Activités de socialisation / événements communautaires



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous (ou votre conjoint / partenaire) participé à des activités communautaires, des réunions ou des événements ?

États-Unis 2008

À quelle fréquence les répondants voient-ils des amis et des parents, quand (par exemple le week-end, pendant les vacances, etc.) et où (chez eux, au restaurant, etc.) ? Les questions concernent également ce que les répondants font avec leurs amis : les activités énumérées comprennent, entre autres, discuter, aller au cinéma, aller au théâtre, faire du sport, s'engager dans des activités sociales, faire du théâtre, jouer de la musique ou pratiquer toute autre activité artistique et culturelle.

Activités « sociales » :

Parler au téléphone, écrire des lettres aux parents, à des amis ou à d'autres personnes, jouer avec ses enfants, parler avec les voisins, parler avec des connaissances, jouer avec des animaux domestiques, recevoir des amis, rendre visite à des amis, aller dans les pubs, les clubs et autres lieux de rencontre, etc.

Italie 2009

Célébrez-vous les fêtes traditionnelles chinoises suivantes ou les festivals occidentales (par exemple : manger des aliments traditionnels dans un festival spécifique, etc.) ? [LISTE SUIV]

La plupart des gens discutent souvent de questions importantes avec les autres. Ces « autres » peuvent inclure votre conjoint, la famille, vos proches, des collègues, des camarades de classe, des voisins, des amis ou toute autre personne. Dans la première partie de l'année écoulée, avec qui avez-vous discuté de toute question importante pour vous ? Veuillez citer les noms de famille de ces personnes ou leurs noms abrégés.

(Enquêteur : veuillez spécifier cinq personnes qui sont les plus importantes pour le répondant et les enregistrer dans la première rangée du tableau, dans l'ordre de leur importance pour le répondant. Enregistrez également le nombre total de personnes que le répondant a citées : _____ . Remarque : si le répondant a nommé plus de cinq noms, enregistrez le nombre réel)

Quels sujets avez-vous principalement abordé avec lui / elle ?

- 1) Des questions spécifiques à traiter
- 2) Des problèmes émotionnels ou des problèmes liés à la vie, au travail ou d'autres aspects de la vie sociale
- 3) Les deux

[pour chaque personne nommée l'enquête enregistre : son / sa relation au répondant, son sexe, son âge, son niveau d'éducation, sa profession, le type de son unité de travail, éventuellement son travail de gestion, à quelle fréquence le répondant a discuté ou s'est amusé avec lui / elle dans la dernière année, quel degré d'intimité le répondant a avec lui / elle]

Chine 2003

Carte 6b. Activités de socialisation / événements communautaires

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous (ou votre conjoint / partenaire) participé à des activités communautaires, des réunions ou des événements ?

États-Unis 2008

- Avez-vous participé à l'un des événements suivants au cours de la dernière année ?
- Un service religieux ou de jour férié
 - Un défilé ou un festival qui célèbre votre patrimoine culturel
 - Une manifestation dans le cadre du Mois de l'Histoire des Noirs
 - Le Nouvel an chinois
 - La Célébration Cinco de Mayo
 - La Parade du Nouvel An
 - Le Défilé de la fête de l'Indépendance
 - Le jour « Odunde »

Quelle importance accordez-vous à chacun des éléments suivants (de 1 - pas du tout important à 7 - très important) ?

- Renforcer les relations familiales
- Vous faire de nouveaux amis et élargir votre réseau social
- Être impliqué dans les causes sociales et environnementales
- Exprimer vos opinions politiques

Socialisez-vous avec vos voisins régulièrement ?

Assistez-vous à des services religieux régulièrement ?

Vous investissez-vous dans un travail bénévole régulièrement ?

Est-ce que quelqu'un dans votre famille possède une carte de bibliothèque ?

États-Unis (Philadelphie 2010)



Combien de fois, au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté ou participé à l'un de ces événements locaux :

- Fête de village
- Reconstitution théâtrale de la Passion
- Procession du Vendredi Saint
- Carnaval (à La Valette ou dans une autre ville ou village)
- Imnarja
- Régate
- Festivals locaux du conseil municipal

Malte 2012

(NOM) a-t-il/elle participé à une de ces activités culturelles au cours des 12 derniers mois ?

- Visite de sites culturels
- Visite de théâtre pour des spectacles
- Participation à des galas de musique
- Participation à des rites d'introduction, des rites funéraires, des cérémonies de mariage
- Des événements sociaux tels que la naissance, baptêmes, rites d'initiation à l'âge adulte, etc.
- Participation à un jeu traditionnel
- Bibliothèque
- Autre (précisez)
- N'a pas participé à une activité culturelle

Ouganda 2009/2010

Carte 7. Éducation artistique

Lorsque vous étiez enfant, avez-vous pratiqué un type d'art visuel (par exemple la peinture ou le dessin), de performance (par exemple, la danse, le chant et un instrument de musique), d'art littéraire ou pris des cours d'artisanat d'art ?

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué un type d'art visuel (par exemple la peinture ou le dessin), de performance (par exemple, la danse, le chant et un instrument de musique), d'art littéraire ou pris des cours d'artisanat d'art ?

Au cours des 12 derniers mois, est-ce que l'un des enfants résidant dans votre foyer a pratiqué un type d'art visuel (par exemple la peinture ou le dessin), de performance (par exemple, la danse, le chant et un instrument de musique), d'art littéraire ou pris des cours d'artisanat d'art ?
Canada (États des Grands Lacs) 2007

Avez-vous suivi des cours ou des ateliers au cours des 12 derniers mois ? Dans quel domaine ?

Théâtre, danse, opéra / Artisanat / Musique / Photographie, Peinture, Gravure, Arts graphiques, Sculpture / Littérature, Journalisme / Conte, spectacle de marionnettes / Cinéma, TV, Radio, Vidéo

Colombie 2008

Cours liés aux Arts suivis au cours des 5 dernières années :
Musique / Danse / Théâtre / Arts visuels / Photographie / Chorale / Artisanat d'art (par exemple, origami, tricot) / Écriture, Littérature / Autres / Aucun

Singapour 2002

Avez-vous déjà suivi des cours de musique – qu'il s'agisse de cours de chant ou d'instrument ?

Si oui, avez-vous suivi ces cours ou ces ateliers quand vous étiez :
Un enfant de moins de 18 ans ?
Un adulte de 18 ans ou plus ?
Les deux, à l'âge adulte et quand vous étiez enfant ?

Hors des leçons ou des cours offerts à l'école primaire ou secondaire, est-ce que l'une des leçons de musique que vous avez suivies comme enfant était privée ?

Avez-vous suivi l'un de ces cours ou ateliers dans l'année écoulée ?

La même série de questions est posée à propos des cours ou des ateliers :

- Arts visuels tels que la sculpture, la peinture, la gravure, le design graphique, la photographie ou la réalisation de films
- Théâtre
- Danse, y compris le ballet, la danse moderne, folklorique, les claquettes ou de style Broadway
- L'écriture créative
- L'histoire de l'art
- Éveil à la musique

États-Unis 2009

Avez-vous déjà suivi des leçons de musique, de peinture, de céramique, de théâtre, de chant, ou toute autre activité artistique ?

Uruguay 2009

Pensez-vous prendre des leçons :

de chant / d'instrument de musique / de peinture / de danse de salon / de photographie / de vidéo / de danse moderne / de ballet / d'écriture

Avez-vous suivi l'un de ces cours ou ateliers dans l'année écoulée ?

Chanter / Instruments de musique / Théâtre / Danse / Acrobatie et jonglerie / Thérapie corporelle (yoga, tai-chi, etc.) / Littérature / Cinéma / Informatique / Artisanat / Langues / Théorie de l'art, critique d'art, de la littérature et du cinéma,

Chili 2004

Carte 8a. Perception des arts et jouissance des activités artistiques et culturelles

Quelle importance accordez-vous à chacun des éléments suivants (de 1 - pas du tout important à 7 - très important) ?

- Développer votre créativité
- Découvrir de nouveaux artistes et de nouvelles œuvres d'art
- Avoir une vie spirituelle
- Ressentir des émotions extrêmes à travers l'art
- Adopter de nouvelles technologies le plus rapidement possible

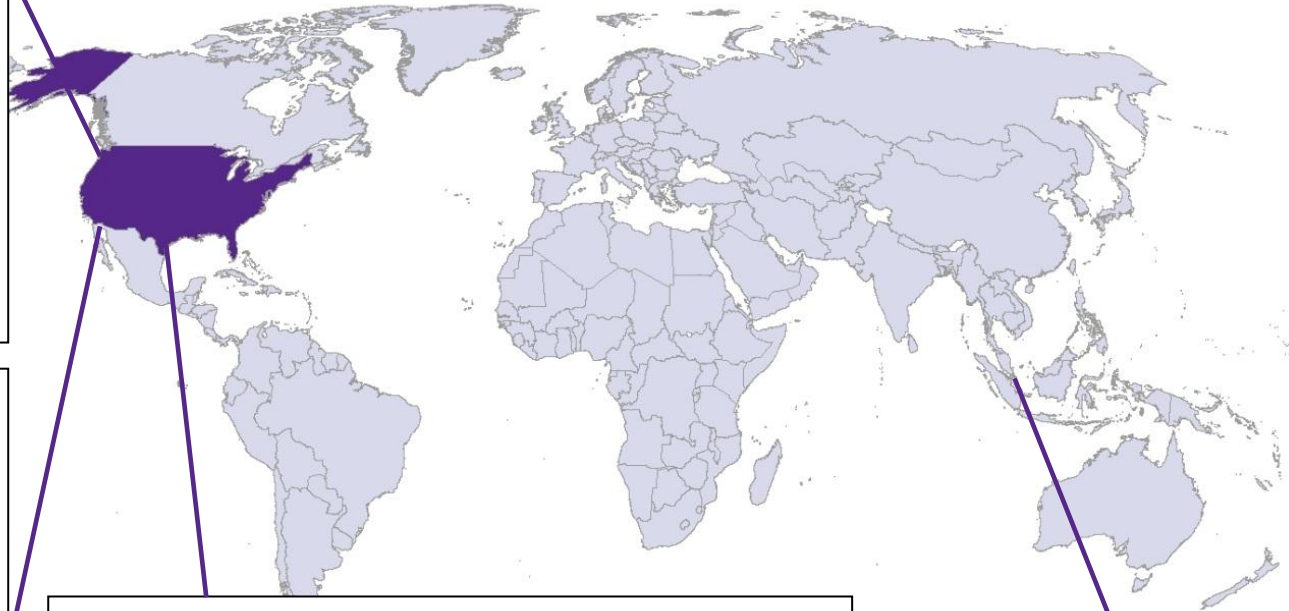
Etats-Unis (Philadelphie, 2010)

Veuillez nous dire dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

- Les arts contribuent à l'éducation et au développement des enfants
- Les arts contribuent à la compréhension des peuples et des cultures différentes
- Les arts contribuent à l'éducation et au développement des adultes
- Les arts sont une source importante de fierté pour notre communauté

- Les arts contribuent à l'économie locale
- Il est très important pour moi que ma ville natale (ou la plus proche de mon domicile) soit considérée comme un centre culturel.

Etats-Unis (Philadelphie) 2007



Est-ce que les Arts vous aident à ... (d'accord / Plutôt d'accord / Plutôt en désaccord / Fortement en désaccord / pas sûr)

- Voir les choses du point de vue des autres ?
- Penser différemment (mieux utiliser votre imagination) ?
- Oublier votre vie quotidienne ?

Est-ce que le travail créatif vous aide à ...

- Exprimez vos sentiments ou vos idées ?
- Ressentir un sentiment d'accomplissement ?
- Créer quelque chose qui pourrait profiter à d'autres ?
- Perfectionner vos compétences

États-Unis 2005

Attitudes à l'égard des arts :

- L'exposition aux arts élargit mon esprit et me pousse à être plus créatif
- Les événements et les activités artistiques ont enrichi la qualité de ma vie
- Assister / Participer à des événements et des activités artistiques qui reflètent la culture de Singapour renforce mon sentiment d'appartenance au pays

Singapour 2009

Carte 8b. Perception des arts et jouissance des activités artistiques et culturelles

- Je vais vous lire quelques affirmations et je vais vous demander de me dire si vous êtes fortement d'accord, d'accord, ni d'accord ni en désaccord, pas d'accord ou fortement en désaccord.

La culture est importante pour l'éducation des enfants
La culture est importante pour l'avenir de notre société
La culture nous enrichi en tant qu'individus
La culture est un moyen efficace de renforcer l'identité d'un pays
La culture est une source de plaisir personnel
La culture fait partie de vos activités quotidiennes
La culture est pour tout le monde
La culture est en accord avec notre temps
La culture est seulement pour une minorité de personnes
La culture concerne le passé
La culture contribue au maintien de la paix
La culture contribue à de meilleures normes de vie
La culture est une source importante d'emplois
La culture est un aspect important du développement
La culture est moderne

- Considérez-vous la culture comme étant plus ou moins importante de nos jours qu'il y a 5 ans ? (Plus important, aussi important, moins important)

Culture pour le monde
Culture pour la Colombie
Culture pour vous personnellement
Culture pour votre famille

Colombie 2002

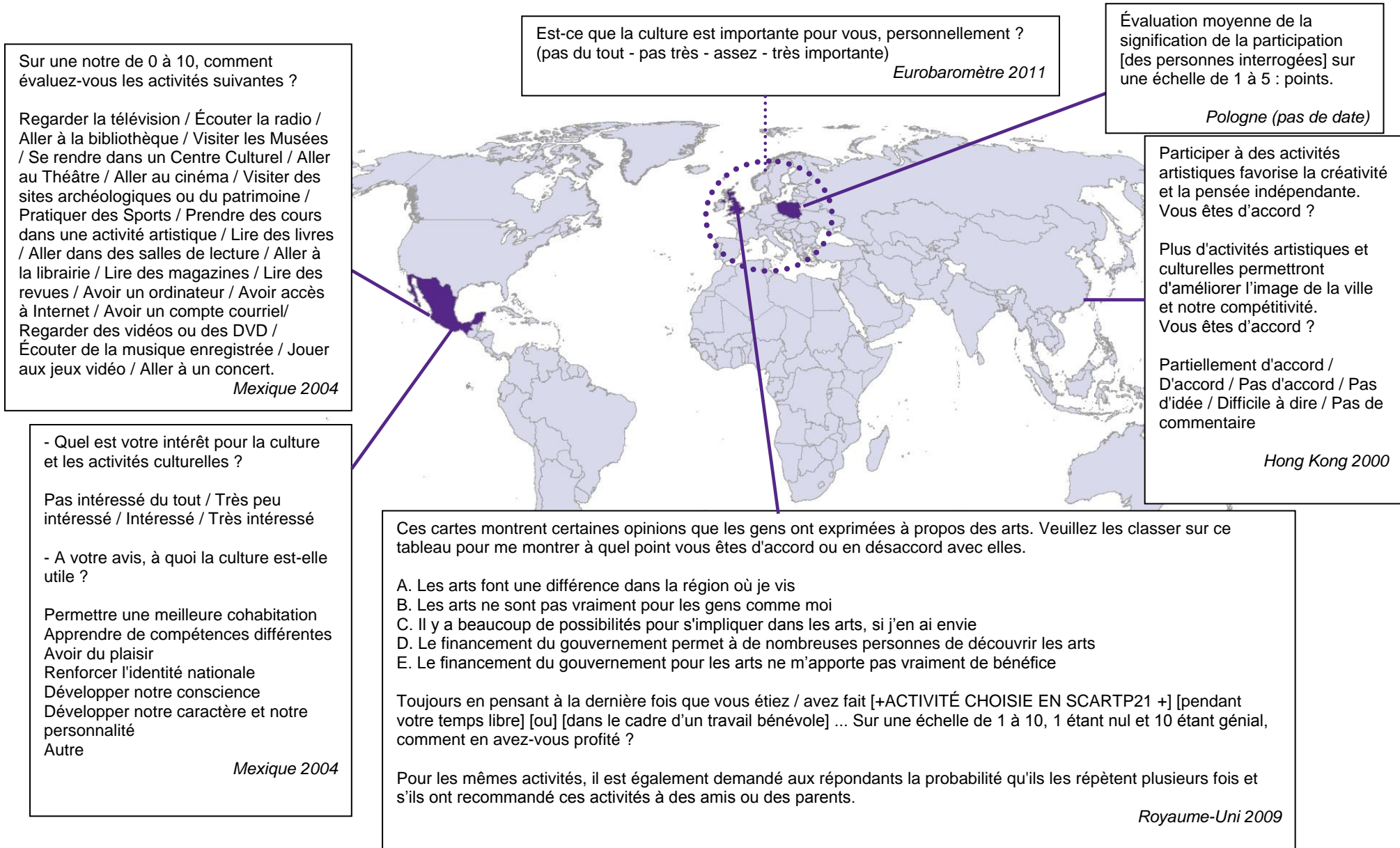


Sélectionnez jusqu'à deux raisons pour lesquelles vous effectuez l'une des activités que nous avons mentionnées précédemment :

- Parce que cela vous apporte un meilleur développement en tant que personne
- Parce que vous y trouvez de la beauté
- Parce que vous avez plus de choses à raconter
- Parce que vous trouvez ces activités amusantes
- Parce que vous apprenez de nouvelles façons de vivre et de penser
- Parce que vous vous sentez heureux
- Parce que ces activités vous permettent de vous évader du quotidien
- Parce que vous aimez vous tenir informé

Chili 2004

Carte 8c. Perception des arts et jouissance des activités artistiques et culturelles



Carte 9a. Motifs de non-participation

(pour les répondants qui ne sont pas allés au cinéma)

Pour quelles raisons n'êtes-vous pas allés au cinéma au cours des 12 derniers mois ?

- Préfère regarder des films à la télévision
- En raison de l'âge ou de la santé
- N'aime pas le cinéma, préfère d'autres activités de temps libre
- Il n'y a pas de cinémas à proximité
- Aller au cinéma coûte trop cher
- N'a pas assez de temps libre
- Préfère regarder des films en DVD ou VHS
- Raisons familiales
- N'a personne pour l'accompagner
- La programmation n'est pas intéressante

Italie 2006

Parfois, les gens ont du mal à accéder à la culture ou à prendre part à des activités culturelles. Lequel des énoncés suivants, le cas échéant, représente le principal obstacle pour vous ? (choix multiple)

Manque de temps / Trop cher / Manque d'intérêt / Manque d'information / Choix limité ou mauvaise qualité des activités culturelles dans la région / Manque de connaissances ou de bagage culturel / Aucun / Autre / Ne sait pas

Eurobaromètre 2011

Les raisons de la non-participation dans les 12 derniers mois :

Je ne m'intéresse pas ou je n'aime pas ça / manque de temps / Je vis loin des lieux où se déroulent les activités / Manque d'argent / J'ai des problèmes de santé ou un handicap physique / Je ne savais même pas que ces activités existaient / Il manque d'offre culturelle à l'endroit où je vis

Colombie 2008

Raisons pour ne pas participer [parmi les participants à certaines activités] :

Manque d'intérêt / Manque de temps / Manque d'argent / Manque de compagnie / Manque d'information / Manque de connaissances ou de bagage culturel / Se sent trop fatigué pour sortir / Paresse / Autres

Chili 2004

Pourquoi n'allez-vous pas au théâtre ou à un spectacle de danse ?

Je n'ai pas le temps / Je ne suis pas intéressé / Je vais plutôt faire autre chose / Les billets coûtent cher / Je n'aime pas ça / C'est loin de l'endroit où je vis / Ce n'est pas pour des gens comme moi

Uruguay 2009

Raisons pour participer rarement / ne pas participer à certaines activités culturelles [dans la population générale] :

- Manque de temps
- Manque d'argent
- Accès limité à l'information concernant les événements artistiques de la ville
- Difficultés de transport ou grandes distances des lieux de résidence
- Aucun intérêt pour cette façon de passer le temps libre
- Faible nombre de représentations
- Répertoire inapproprié
- Le niveau artistique des spectacles n'est pas assez élevé
- Les heures inappropriées de programmation

Raisons de la participation [parmi les participants aux activités choisies] :

- Type d'événement
- Type de répertoire
- Critique de l'exposition dans les médias
- Nom des acteurs prenant part à l'exécution
- Opinions d'autres personnes qui ont déjà vu le spectacle
- Prix

Pologne (pas de date)

Pour toutes les activités, les enquêtes demandent combien de fois le répondant a assisté / participé au cours des 12 derniers mois, si il / elle a voulu aller plus souvent, pourquoi il / elle ne l'a pas fait (questions différentes pour ceux qui participent et les autres).

Nouvelle-Zélande 2002

Carte 9b. Motifs de non-participation

Quels sont les obstacles, le cas échéant, qui vous empêchent d'assister à des manifestations culturelles ?

- Ça coûte trop cher
- Le programme ou l'événement ne m'intéresse pas
- C'est trop difficile de s'y rendre (par exemple, la circulation, le stationnement difficile, inconvéniants liés à la ville)
- Il est difficile de trouver le temps d'y assister
- Je ne trouve personne pour m'accompagner, mes amis ou ma famille ne sont pas intéressés
- Je préfère passer mon temps libre autrement
- Les horaires ne sont pas pratiques
- Le public ignore tout de l'étiquette lors de telles représentations
- Je n'aime pas m'habiller pour sortir et je sens que je devrais
- Les préoccupations de sécurité
- Je trouve difficile de me sentir connecté avec les représentations artistiques
- Ce n'est pas accueillant pour les enfants
- L'organisation n'est pas accueillante
- Je n'ai pas apprécié mes expériences antérieures
- Je ne trouve pas de garde pour mes enfants
- Les manifestations culturelles me mettent mal à l'aise
- Autres
- Aucun

Etats-Unis (Philadelphie) 2007

Top 3 des raisons de la baisse de fréquentation :

1. J'ai moins de temps. J'ai d'autres engagements.
2. En raison de la récession économique, j'ai moins de temps pour assister à des événements et des activités artistiques
3. En raison de la récession économique, je n'ai pas envie de participer à des événements et activités artistiques autant qu'avant.

Singapour 2009

Raisons pour ne pas participer :

1. Difficile de trouver du temps
2. Pas intéressé par les arts
3. Je n'ai pas beaucoup de connaissances artistiques.
4. Les événements artistiques sont plus chers que les autres activités sociales / loisirs
5. Pas beaucoup de publicité

Singapour 2002

- Iriez-vous plus souvent au cinéma si : (OUI / NON / NE SAIT PAS)

Les billets / l'entrée étaient moins chers ? / Les cinémas étaient plus près de la maison ou du travail ? / Vous aviez été mieux informé(e) ?

- Iriez-vous plus souvent à des spectacles si :

Les billets / l'entrée étaient moins chers ? / Les cinémas étaient plus près de la maison ou du travail ? / Vous aviez été mieux informé(e) ?

- Iriez-vous plus souvent à des expositions d'art ou des musées si :

Les billets / l'entrée étaient moins chers ? / Les cinémas étaient plus près de la maison ou du travail ? / Vous aviez été mieux informé(e) ?

- L'une des situations suivantes vous a-t-elle empêché de participer à des activités artistiques ?
Ne pas avoir assez de temps / Ne pas avoir quelqu'un pour m'accompagner / Des problèmes physiques ou liés à la santé

- Écouteriez-vous plus de musique si ...

Les cassettes et les CD étaient moins chers ? / Vous aviez plus de temps ? / Vous aviez plus d'informations sur ce qui est disponible ?

- Souhaiteriez-vous faire un travail plus créatif si ...

Vous aviez plus d'argent à dépenser pour des fournitures ou des leçons ? / Vous aviez un espace plus pratique ? / Vous aviez plus d'informations sur les différents types de travaux créatifs ?

- Liriez-vous des livres plus souvent si ...

Ils étaient moins chers ? / Il y avait plus de bibliothèques plus près de votre domicile ou de votre travail ? / Les horaires de la bibliothèque étaient plus commodes pour vous ?

États-Unis 2005

Quelle est la raison principale pour laquelle vous n'avez pas assisté à un de ces événements ?

- Pas intéressé ; n'aime pas ces événements
- Trop cher
- Je n'aime pas les foules
- Je n'ai pas entendu parler de tels événements
- Les circonstances actuelles / mode de vie m'interdit de fréquenter de tels événements

Malte 2012

Quelles sont les raisons pour lesquelles vous n'avez pas lu un livre / été au théâtre / été à une exposition d'art / été au cinéma / été à un concert / été à un spectacle de danse ?

1. Je n'ai pas l'habitude de faire ce genre de choses
2. Je n'aime pas ça
3. L'offre est très mauvaise dans la ville où j'habite
4. C'est trop cher
5. Je ne peux pas me le permettre
6. Je fais plutôt autre chose
7. Il n'y a pas d'information sur l'offre
8. Ne sait pas / Ne répond pas

Brésil 2010

2.2.8 Comparaison entre pays

La comparaison des statistiques culturelles entre les différents pays qui est l'objet de nombreux ouvrages et de nombreux efforts de la part des institutions internationales depuis ces dernières années. Selon Schuster (2007), l'expansion des organisations gouvernementales transnationales qui considèrent la politique culturelle (ou le développement culturel ou encore l'action culturelle) comme leurs champs d'action a stimulé la question de la comparaison des études sur la participation entre les pays, puisque la recherche comparative et le partage de l'information sont la base des projets transnationaux collaboratifs (même si les politiques culturelles restent la plupart du temps du ressort des gouvernements). La littérature sur la participation culturelle comprend une liste assez longue d'études concernant les comparaisons transnationales. Des années de discussion et d'analyse de la question ont conduit les institutions internationales, dont l'UNESCO (2009) et Eurostat (2000), à développer des cadres statistiques destinés à être utilisés dans différents contextes nationaux, en vue de la comparabilité internationale des résultats d'enquêtes. Ces organisations reconnaissent que la comparaison internationale est extrêmement difficile lorsque les enquêtes sont menées de manière indépendantes et ne sont pas conçues dès le départ pour envisager ou faciliter la comparaison.

Dans son analyse approfondie des comparaisons d'études sur la participation culturelle entre les pays, Schuster (2007) affirme que les efforts entrepris jusqu'ici par les auteurs nationaux et internationaux ne satisfont pas aux règles théoriques qui pourraient atténuer le problème de la comparaison internationale. Par ailleurs, il est possible que la comparaison des statistiques culturelles internationales soit plus une question d'analyse et d'interprétation qu'une question technique (Bernard, 2002). Se plaçant dans une perspective politique plutôt que statistique, Laaksonen (2010) suggère qu'« à ce stade, il serait plus important d'en savoir plus sur l'impact des politiques culturelles nationales et les besoins des utilisateurs de services culturels que de pouvoir effectuer des comparaisons internationales. Évaluer l'efficacité des politiques culturelles pour le groupe cible peut s'avérer plus efficace à long terme que de comparer différentes réalités culturelles ». Comme expliqué dans le Chapitre 5, la comparaison est importante car elle mesure la participation culturelle en termes quantitatifs. Néanmoins, nous devons être conscients du fait qu'une comparaison efficace ne peut se préoccuper que de certains aspects importants (par exemple, le taux de participation à certaines manifestations culturelles). Il est tout aussi important de comprendre autant que possible le phénomène dans sa dimension globale, en tenant compte du contexte (géographique, politique, social et culturel) dans lequel il se trouve et des significations dont il est porteur.

L'ISU (2009), dans le CSC de l'UNESCO de 2009, souligne que son outil vise à caractériser les cultures nationales en faisant ressortir leurs différences plutôt que de les réduire à un modèle commun. Il suggère d'appliquer les normes statistiques internationales communes (CITI, CITP, ICATUS, etc.) afin d'identifier et de mettre en évidence certains points communs que les pays peuvent, ou non, considérer comme culturels (par exemple, le sport, les jeux de hasard, les jeux vidéo) ainsi que les concepts partagés (par exemple les Beaux-arts ou les spectacles vivants).

2.2.9 L'art et la manière : Les enquêtes actuelles sur la participation culturelle ; thèmes et orientations

Le Chapitre 2 inclut un large éventail de sujets d'enquêtes sur la participation culturelle, examine les questions qu'elles présentent et cartographie les questions qu'elles utilisent. Il reste à

résumer l'état actuel de l'élaboration du questionnaire. Les paragraphes suivants résument les éléments des questions de l'enquête. Le résumé sera strictement limité aux enquêtes dont nous disposons des questionnaires et non à celles dont nous n'avons qu'un rapport analytique qui ne comprend pas le questionnaire d'origine. Les enquêtes peuvent être retrouvées à l'Annexe I en cherchant par référence leur pays et l'année d'exécution.

Le point de départ sera le travail régional en Europe. Les questions fondamentales : « Avez-vous assisté à des [événements / expositions] ? », « À quelle fréquence ? » et « Êtes-vous propriétaire de [biens culturels] ? » compte parmi les questions phares des enquêtes sur la culture et ont été testées à de nombreuses reprises en Europe et ailleurs. Nous conseillons à tous les pays envisageant des questions sur la participation culturelle de consulter quelques enquêtes européennes citées ici, d'étudier les conceptions des questions appropriées et d'examiner les taux de réponse et la fiabilité de ces enquêtes. Ces questions fondamentales ont été développées pour mesurer et suivre l'audience aux représentations artistiques formelles. On pourrait penser qu'elles sont moins applicables dans les pays en voie de développement avec un ensemble beaucoup plus large d'événements culturels communautaires qui sont moins des performances que des festivals communautaires.

Au cours de la dernière décennie, les pays européens, en plus des autres régions du monde, sont devenus plus conscients de ce large éventail d'activités culturelles informelles dans lesquelles tout le monde peut participer, réduisant la distinction entre interprète et public, ou entre artiste et consommateur. Les questions alternatives ou complémentaires pour aborder cette question n'ont pas encore été normalisées ou convenues au niveau international. Ce qui devient plus clair dans les enquêtes des pays développés, c'est la nécessité de bien distinguer entre l'adhésion passive et la performance active d'une audience. En ce qui concerne la conception du questionnaire, cela se traduit par l'inclusion de deux séries de questions : « Avez-vous assisté à un événement culturel au cours de la dernière [année] ? », « Avez-vous pris part à un événement culturel au cours de la dernière année ? » et « Avez-vous participé activement à une performance en public ? » (Royaume-Uni 2009 / 2010 et Malte 2011).

De telles questions se trouvent normalement à la base des enquêtes dans d'autres régions en dehors de l'Europe, notamment en Amérique latine (par exemple, en Uruguay en 2009 et au Mexique en 2010). Dans de nombreux pays elles sont accompagnées de questions plus précises sur la participation à des manifestations culturelles indigènes ou nationales. Les enquêtes néozélandaises (2002) posent la question sur la participation aux activités culturelle des Maoris. L'enquête mexicaine (2010) pose séparément les questions sur la fréquence de participation aux nombreux types spécifiques d'activités culturelles au cours des trois derniers mois, y compris plusieurs événements culturels locaux ainsi que les spectacles « hautement culturels », tels que le ballet classique et de l'opéra. Pour chacun d'eux, elle demandait également aux répondants s'ils suivaient des études formelles, permettant peut-être de séparer ceux qui étaient obligés d'y assister (l'enquête Taking Part 2009 / 2010 du Royaume-Uni demandait aux personnes de ne pas inclure les représentations auxquelles elles assistaient dans le cadre de leurs études ou de leur emploi). L'enquête mexicaine est beaucoup plus détaillée que la plupart des enquêtes sur la participation culturelle. La période de référence de trois mois est relativement courte (à quel pourcentage d'une population ayant assisté à un ballet ou à un spectacle d'opéra classique au cours des trois derniers mois peut-on s'attendre ?).

Certaines enquêtes posent la question sur les raisons d'assister ou non (États-Unis 2008 et Mexique 2010). Ce sont des questions qualitatives et elles ne sont pas vitales pour notre objectif de collecte de données statistiques. L'enquête américaine Participation in the Arts de 2008 posait la question sur la nature du lieu de spectacle (« type de lieu ») et sur la source

d'information sur l'événement. Certaines enquêtes (par exemple France 2008) demandent avec qui le répondant s'est rendu à la performance (amis, conjoint, enfants, autres proches).

La plupart des enquêtes sur la participation culturelle posent les questions sur les dépenses des ménages pour des biens ou activités culturels. Il a été souligné qu'il s'agissait d'un sujet d'enquête hautement spécialisé, et les lecteurs ont été invités à consulter le site Internet de l'enquête sur la mesure des niveaux de vie,⁴ entre autres. Les artistes locaux peuvent être payés « en nature » plutôt qu'en espèces. De nombreuses manifestations culturelles sont financées par des contributions volontaires qui peuvent ne pas figurer clairement comme une dépense ou un revenu.

Un autre domaine complémentaire qui a été fréquemment mentionné est le capital social (Putnam 2000). Les questions fondamentales à poser sont : « À combien de clubs / ou groupes sociaux appartenez-vous ? » et « Combien de fois avez-vous assisté à des réunions ? » Une fois de plus, les lecteurs sont invités à obtenir des conseils de spécialistes avant de les inclure dans un questionnaire. Les dépenses des ménages et l'appartenance à des groupes sont au cœur des enquêtes sur la participation culturelle. Elles touchent également à d'autres questions importantes, telles que la participation civique et l'identité. Pour cette raison, il est recommandé que les concepteurs de l'enquête examinent d'autres enquêtes qui intègrent ce sujet. De cette façon, les questions seront comparables à celles des autres enquêtes sur des questions connexes. Par exemple, la consommation de biens culturels peut être directement comparée avec les dépenses en matière d'hygiène, alors que l'adhésion à des sociétés civiles et d'autres groupes peuvent être comparées à des adhésions à des groupes culturels.

Presque toutes les enquêtes posent des questions concernant l'utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et des Communications (NTIC). Le plus souvent, elles posent des questions sur la présence d'un équipement informatique et technique à la maison - téléphone mobile ou téléphone intelligent (smartphone) (les enquêtes coréennes posent de nombreuses questions distinctes sur les téléphones intelligents et leurs usages) (UNESCO, 2011), un ordinateur portable ou de bureau, des tablettes et appareils photo. Certaines enquêtes continuent de poser des questions sur l'utilisation de ces appareils, spécialement pour le téléchargement de contenus culturels tels que la musique, L'enquête de Malte de 2011 demande si les répondants préfèrent regarder les films au cinéma, à la télévision, loués ou téléchargés. Alors que beaucoup de ces enquêtes enregistrent des informations spécifiques sur l'utilisation des NTIC pour l'accès à et la production de produits culturels, ce domaine est très technique et les statisticiens seraient bien avisés d'examiner les normes internationales en matière de télécommunications et leurs applications (UNESCO, 2011).

Voici les principaux sujets abordés par la majorité des enquêtes sur la participation culturelle, qui sont pour la plupart des enquêtes réalisées auprès des ménages, même si des questions similaires peuvent être posées lors d'événements particuliers ou utilisées dans des enquêtes générales.

Parmi les autres sujets couverts par des enquêtes particulières on trouve : le sujet des livres lus (Colombie 2008, Mexique 2010 et Malte 2012), le style de musique écouté (Malte 2012), le téléchargement de produits artistiques sur Internet (Malte 2012, UE 2007 et France 2008), l'autoévaluation de sa capacité à acquérir des compétences culturelles (par exemple, apprendre un instrument de musique) (Allemagne 2008), le bonheur et le bien-être (UE 2007), les

⁴ <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTLSMS/0,,contentMDK:21610833~pagePK:64168427~piPK:64168435~theSitePK:3358997,00.html>

définitions des répondants de la culture et de son importance pour eux (UE 2007 et Mexique 2010), les valeurs culturelles (UE 2007), les langues parlées / utilisées (Malte 2012 et UE 2007), les types de musique que les répondants n'aiment pas (France 2008), écrire de la poésie ou de la fiction en prose (États-Unis 2005 et Mexique 2010), la fierté nationale (Mexique 2010), et l'expérience de l'éducation artistique (États-Unis 2009).

L'enquête mexicaine de 2010, très détaillée, distingue même les sites archéologiques des musées et autres lieux culturels visités. Seulement 6% des visiteurs des sites archéologiques étaient des étudiants, dont un tiers en archéologie. L'enquête Cultural Experience 2002 de la Nouvelle-Zélande traite les « lieux d'importance pour les Maoris » séparément des autres sites historiques. Peut-être parce qu'ils sont souvent moins un « bâtiment » qu'un « lieu » qui peut ou non être associé à une structure, L'enquête américaine *Participation of the Arts Survey 2008* cherchait à identifier si les répondants s'étaient rendus dans des galeries qui vendent des œuvres d'art plutôt que dans des galeries d'exposition simple et s'ils étaient membres des galeries concernées.

Plusieurs pays ont inclus le sport comme faisant partie des activités culturelles (Finlande 2002, Chili 2004 et Royaume-Uni 2010), La France (2008) comprend les loisirs comme la collection d'objets de toutes sortes. Les pays d'Amérique latine (la Colombie 2008 et le Mexique 2010) accordent une importance particulière à l'alphabétisation et aux habitudes de lecture. Ainsi, l'enquête mexicaine de 2010 comprenait des sections distinctes sur les visites aux librairies et aux bibliothèques ainsi qu'aux habitudes de lecture. Après avoir posé des questions sur les visites aux bibliothèques, l'enquête *Cultural Experience Survey 2002* de Nouvelle-Zélande traitait distinctement les visites aux archives, peut-être en raison de l'importance de la culture maorie traditionnelle et l'enquête espagnole sur les habitudes et pratiques culturelles 2006/2007 quant à elle distinguait également les visites aux archives. Une question subséquente creusait cette question en demandant aux répondants s'ils avaient « visité des sites internet ou parlé avec des gens compétents pour connaître les coutumes traditionnelles maories, leurs pratiques, leurs croyances ou leur histoire », Voilà un bon exemple de la façon dont les enquêtes doivent s'adapter aux cultures locales.

2.2.10 Conclusions : La participation culturelle dans un contexte plus large

La nature complexe et multidimensionnelle de la production et de la consommation culturelles et de la participation à des activités culturelles ne peut être comprise ou expliquée par un seul ou un nombre restreint de paramètres. D'autre part, les pays ont également une tendance naturelle à vouloir se comparer à leurs voisins et concurrents. Ce manuel se situe plutôt dans la perspective de considérations nationales de mesure mais, étant le produit d'une organisation internationale majeure, il est également approprié pour considérer le sujet de la comparabilité internationale.

Un système de mesure est nécessaire afin de capturer, confronter et contextualiser les impacts économiques, humains, sociaux, culturels et environnementaux, indépendamment du fait qu'ils fassent l'objet d'une transaction financière ou non. Comme Mercer (2002) l'écrit : « ce que nous avons le plus besoin de savoir au sujet de l'accès, la participation et la consommation n'est pas seulement le nombre global d'observateurs, d'auditeurs, de consommateurs, de participants (aussi cruciaux soient-ils), mais la façon dont les gens utilisent ces formes culturelles diverses et à quelles fins. Par exemple, l'affirmation identitaire, le développement personnel, la distinction et la démarcation sociale, etc., et comment ces différents usages sont articulés au développement socio-économique et aux autres variables démographiques ». Pour comprendre cette complexité et mettre la participation culturelle dans un contexte plus éloquent et plus large, il est

nécessaire d'explorer une série de questions qui ne peuvent être comprises qu'à l'aide de méthodes qualitatives. Ce manuel est toutefois plus attaché à une approche quantitative qu'à une approche qualitative. Il vise à guider les pays dans la collecte régulière de données quantitatives sur la participation plutôt que des études approfondies sur des questions et préoccupations particulières.

En ce sens, ce qui ressort de cette section c'est de savoir comment les offices nationaux de statistiques et les autres organismes sont aux prises avec l'évolution des conceptions de la culture et les changements dans les pratiques culturelles causés par, entre autres, l'évolution du contenu numérique et la mondialisation. On peut se demander dans quelle mesure ces forces sont une menace pour les cultures minoritaires à travers le monde ou une opportunité pour elles de s'organiser et de toucher un nouveau public, comme par exemple l'impact croissant du mouvement de la « musique mondiale ».

Chapitre 3. Mesurer la participation culturelle

3.1 Vers une approche commune pour la mesure de la participation culturelle

Le but de ce manuel n'est pas de réitérer les conseils figurant déjà dans les nombreux recueils de base sur la conception d'enquêtes et les statistiques. Au contraire, la présente étude devrait montrer à quels endroits une enquête généraliste doit être adaptée afin de répondre aux besoins spécifiques d'une enquête sur la participation culturelle.

En outre, le CSC de l'UNESCO 2009 (UNESCO-ISU, 2009) a suggéré que l'objectif des statistiques culturelles est de capturer les pratiques culturelles nationales et sous-nationales plutôt que d'imposer un standard universel sur un sujet qui définit ces identités nationales et sous-nationales. Plutôt que de proposer une norme universelle, l'ISU a pour objectif de produire un modèle commun qui puisse être adapté aux conceptions de la culture nationales et sous-nationales, aux niveaux des industries de la création, des arts, des pratiques traditionnelles, de l'artisanat, du bien-être et de la cohésion sociale.

Lors de la conception d'une enquête, un équilibre doit être trouvé entre les différents facteurs :

- la précision de la question et la précision de la réponse ;
- les intérêts des agences commissionnées et la perception de la population (les répondants) ;
- les concepts de « culture » et « d'activités culturelles » significatifs pour les différents groupes de la population (en fonction de l'origine ethnique et de l'appartenance, du sexe, de l'âge, de la localisation, etc.) ;
- la nécessité de faire correspondre les particularités nationales avec le désir de comparaison entre les pays ;
- la nécessité de mettre à jour les définitions et les activités et le désir de comparaison des enquêtes nationales dans le temps ;
- décrire et comprendre ; et
- la volonté d'approfondir certaines questions et les contraintes de temps et d'argent qui limitent la portée, la fréquence et la durée d'une enquête.

Tout en tenant compte de la complexité et de la nécessité d'examiner chaque cas spécifique, il est possible de définir certaines des fonctionnalités de base pour la mesure et la compréhension de la participation culturelle pour les transmettre aux professionnels et aux organismes responsables de la conception des enquêtes.

Il est également entendu que le manque d'engagement financier ou politique empêche souvent la mise en œuvre d'une enquête dédiée à la participation culturelle. À la place les spécialistes de la culture doivent se contenter de fournir un nombre limité de questions pour un module dédié au sein d'une enquête généraliste auprès des ménages déjà existante. En considérant ce que ces questions pourraient être, il est recommandé qu'elles examinent quelques-unes des questions fondamentales sur la participation (par exemple, combien de fois avez-vous pris part à

/ visité au cours des derniers [réf. période de temps concernée par l'enquête]). Des spécifications détaillées de ces sujets de remplacement se trouvent ci-dessous.

3.1.1 Une définition opérationnelle de la participation culturelle

En s'appuyant sur le contenu des chapitres précédents, nous considérons que la mesure de la participation culturelle signifie mesurer et comprendre les aspects quantitatifs et qualitatifs de la participation à une activité qui, pour les individus, représente un moyen d'augmenter leur propre capacité et leur propre capital culturels et informationnels, les aidant à définir leur identité, et / ou permettant l'expression personnelle.

Cette définition donne un rôle clé aux *significations* associées par un individu aux pratiques dans lesquelles il est engagé. Elle ne fait pas de distinction *a priori* entre activités à l'extérieur et à l'intérieur, pas plus qu'elle n'en fait entre les formes de participation passives, actives ou hybrides. Elle englobe une variété de pratiques et est adaptée à la spécificité de chaque cas particulier, un élément qui, tel que mentionné au Chapitre 1, est essentiel pour toute enquête sur la participation culturelle.

La distinction entre participation passive et active (Brook, 2011) est cruciale et doit être prise en compte lors de la conception de toute enquête sur la participation culturelle. Ces deux éléments devraient être enregistrés séparément. Toutefois, la prudence doit être de mise car la « participation active » a plus d'un sens en anglais. En effet, certaines activités peuvent être considérées « actives » en anglais mais « passives » dans les langues romanes ou latines, par exemple en français et en espagnol. Néanmoins, plusieurs enquêtes européennes faisaient la distinction entre assister à un concert (de musique) et jouer un instrument de musique (en public) en tant qu'amateur ou professionnel.

Les pratiques culturelles, les disciplines, les activités et tous les autres détails devraient être définis au cas par cas, selon les objectifs, les ressources et les autres problématiques. Cela devrait se faire lors d'une discussion préliminaire impliquant :

- le commanditaire ou l'institution (ex. : ministère / ministères) et l'organisation ou le professionnel en charge de l'enquête ;
- des professionnels des disciplines autres que statistiques (par exemple, sociologie, communication interculturelle, organismes artistiques) et en dehors du champ politique (universités, centres de recherche indépendants) ; et
- des représentants de différents groupes culturels de répondants potentiels, y compris des minorités, des personnes de langues maternelles différentes, des sociétés urbaines et rurales.

Cela devrait assurer que les définitions adoptées soient susceptibles d'être comprises par la population interrogée et correspondent à la pratique culturelle réelle, de sorte que les résultats soient significatifs à des fins statistiques, politiques et pratiques.

3.2 Méthodes de base de l'étude de la participation

L'étude sur la participation culturelle peut être effectuée à travers différentes approches méthodologiques, en fonction des objectifs, des variables considérées comme d'intérêt, de la

profondeur de l'analyse et du budget disponible. Dans les pages qui suivent, les principales approches disponibles pour la mesure quantitative et qualitative seront examinées.

Le contraste entre les approches fondamentales pour les statistiques culturelles adoptées par les bureaux nationaux de la statistique au Canada et en Nouvelle-Zélande est instructif sur les problématiques macro des arrangements administratifs. En Nouvelle-Zélande, les « statistiques maories », leurs concepts et leurs enquêtes sont maintenues comme un module séparé dans les enquêtes et les normes statistiques. De cette façon, la culture maorie est étudiée avec les mêmes instruments que les autres groupes démographiques, mais maintient sa cohésion et son appropriation locale.

Au Canada, les groupes autochtones et locaux sont fortement impliqués dans la conception de leurs propres enquêtes qui doivent être conformes aux normes établies par Statistique Canada. Ainsi, au Canada, à certains égards, les groupes locaux ont plus de contrôle sur les principaux instruments d'enquête, bien que tenantes d'une directive nationale qui peut ou non être strictement alignée avec leurs intérêts.

L'important ici est de savoir s'il vaut mieux être relativement ouvert aux différents concepts culturels comme en Nouvelle-Zélande afin qu'ils puissent être intégrés dans des enquêtes ou s'il vaut mieux être relativement ouvert en permettant à des groupes internes comme au Canada d'influencer la conception des enquêtes de base. Dans la pratique, la plupart des pays doivent équilibrer ces différentes approches, comme nous l'avons déjà souligné.

Dans la plupart des enquêtes de population qui comportent des questions sur la participation culturelle, toutes les données et tous les indicateurs (variables indépendantes) sont généralement analysés en relation avec les facteurs suivants. Dans chaque cas, des suggestions sont données selon leur importance pour les enquêtes sur la participation culturelle et sur la façon dont la culture influe sur la mesure :

- Sexe : Les hommes et les femmes peuvent avoir des pratiques culturelles différentes. Des problèmes de méthodologie peuvent survenir dans l'adaptation des enquêtes des pays développés sur les sociétés matriarcales ou matrilineaires.
- Âge : Les étapes clés de la vie peuvent être différentes selon les cultures, en particulier « l'âge de la majorité » qui peut signifier qu'un comportement totalement différent est attendu d'une année à l'autre.
- Zone géographique, taille de la localité, milieu urbain ou rural : Un soin particulier doit être pris lorsque plusieurs sociétés très différentes vivent dans une petite localité. Un échantillonnage minutieux est nécessaire pour s'assurer que les données soient représentatives.
- Niveau d'éducation / de qualification : En Europe, les parents très instruits sont susceptibles d'avoir des enfants ayant une forte participation culturelle. Dans leur analyse des dépenses des ménages brésiliens pour la culture, Diniz et Machado (2011) ont indiqué que la participation culturelle a fortement progressé à chaque changement d'année de scolarité. L'éducation parentale, ou la scolarité, peuvent être des facteurs influents chez les enfants pour accepter ou rejeter leur culture traditionnelle.
- Structure du ménage : Peut soulever un problème particulier. Différentes personnes peuvent vivre dans une maison à différents moments de l'année. Dans certaines

sociétés, il est normal que tous les hommes du village séjournent dans une maison commune pendant une partie de l'année. Le chef de famille peut être un homme ou une femme et peut, ou non, être en mesure de répondre au nom de tous ceux qui y vivent.⁵ Dans certains cas, il peut être impossible de déterminer une structure cohérente des ménages.

- Principale échelle d'activité économique : les pays sont très intéressés par l'évaluation de l'impact économique de la culture. Un enregistrement rigoureux de l'activité économique peut donc être extrêmement important. Les enquêtes accordent souvent une attention particulière à l'artisanat ou au travail à domicile et à l'importance économique relatives des hommes et des femmes (par exemple, dans certaines sociétés, les hommes travaillent dans l'agriculture et les femmes dans la finance et le marketing).
- Le niveau de revenu : l'état des revenus partagés, le revenu en nature plutôt qu'en monnaie ainsi que les rôles respectifs des hommes et des femmes peuvent être d'importants marqueurs culturels.

D'autres études considèrent également :

- L'appartenance ethnique : certains pays européens accordent beaucoup d'importance à l'appartenance ethnique, mais d'autres pays ne le font pas. En France, l'appartenance ethnique provoque de fortes émotions au-delà des considérations sur la nationalité française en général et ou l'identité. Au Brésil, les ethnies sont tellement mélangées que peu de personnes ont une appartenance claire. Il est probable que de nombreuses sociétés vont évoluer sur le modèle brésilien.
- Les classes / castes : les dimensions de classes et de castes peuvent être politiquement décisives, même si une division de classe évidente peut être difficile à distinguer sans données d'enquête tangibles.
- L'appartenance religieuse : peut être considérée comme une question personnelle ou publique. Une religion d'état peut surestimer le nombre de croyants.
- Les connaissances / compétences artistiques : la mesure des compétences est une « zone de croissance » en statistiques mais il est encore nécessaire de les harmoniser au domaine des arts et de la culture.

La langue est souvent une variable indépendante importante qui est incluse afin d'identifier les différences de participation où les différences linguistiques susceptibles d'interagir avec la mise à disposition et la présentation des biens et services culturels. La langue et la culture ont une influence importante sur la qualité des réponses aux questionnaires. Par exemple, les asiatiques peuvent avoir du mal à donner une réponse négative à une question. Certains thèmes peuvent être tabous dans certaines familles, et certaines personnes peuvent ne pas être disposées à affirmer leur présence. Certaines sociétés comptent, par exemple, en « cinquaines » plutôt qu'en « dizaines », conduisant à des erreurs de lecture des déclarations de biens (nombre

⁵ Il est commun dans toutes les enquêtes auprès des ménages que 30 % ou plus des répondants soient « chef de famille » plutôt qu'un membre individuel du ménage. Il existe de nombreuses circonstances (différences entre les sexes, par exemple) qui font que la moitié de la maison peut ne pas connaître les pratiques de l'autre moitié.

d'animaux de la ferme, par exemple). En résumé, tous les organismes d'enquête doivent remettre en question leurs postulats les plus fondamentaux lors de la conception d'une enquête pour distinguer les différences et les pratiques culturelles.

Les principaux indicateurs statistiques considérés dans les études sur la participation pour suivre les niveaux d'engagement dans les arts - que ce soit à propos de la société en général ou à propos de sous-groupes spécifiques, sont les suivants ⁶:

- *Taux de participation aux activités culturelles* : généralement exprimé en pourcentage de la population (ou des sous-populations) qui participent au cours d'une période donnée.
- *Taux de fréquence des activités culturelles* : le plus souvent rapporté en moyenne de fréquentation par répondant (ou sujet) au cours d'une période donnée.
- *Temps consacré à la participation culturelle* : généralement rapporté comme un taux ou une quantité de temps quotidien / hebdomadaire consacré aux loisirs et aux activités culturelles.
- *Dépenses culturelles* : généralement mesurée comme la part des dépenses totales des ménages consacrée aux activités culturelles (consommation et production), ou la moyenne des dépenses culturelles par foyer et par an. Pour réduire l'effet des écarts de prix, les dépenses culturelles peuvent être exprimées en termes de Parités de Pouvoir d'Achat (SPA).

Des questions potentielles sur chacun de ces thèmes sont présentées plus en détail à la fin de ce chapitre.

3.2.1 L'approche quantitative

Cette section examine les sources principales potentielles de données, en particulier :

- les données administratives
- données d'enquête à partir de :
 - *Enquêtes sur le public (audience)/ les visiteurs* : les enquêtes menées auprès du public (d'une audience) d'un événement culturel particulier ou les initiatives de recueil d'informations sur la composition sociale, les comportements, les attitudes, les préférences et les niveaux de satisfaction d'une offre culturelle spécifique ;
 - *Enquêtes par échantillons de la population* : les enquêtes adressées à une population vivant dans une zone afin d'étudier le phénomène de la participation culturelle d'une façon globale et exhaustive ;
 - *Enquêtes sur l'emploi du temps* : les enquêtes conçues pour rapporter des données sur la façon dont une population organise son temps ;
 - *Enquêtes sur les dépenses des ménages* : les enquêtes sur un échantillon particulier de la population particulier dans lesquelles les ménages sont invités à fournir les montants ou des estimations de ces montants dépensés en biens et services et à d'autres fins sur une période de temps donnée.

⁶ ils ont été rassemblés en identifiant les variables congrues et compatibles à partir des sources de données existantes collectées par les études des différents pays (voir la liste au Chapitre 3.5).

Données administratives

Les registres administratifs peuvent être analysés pour fournir des chiffres tangibles, tels que les entrées dans les musées et galeries d'art, les ventes de billets pour un secteur spécifique, les recettes des théâtres et festivals ou le nombre de personnes inscrites comme membres d'une bibliothèque ou d'une association artistique. La disponibilité et la richesse de ces données peuvent varier considérablement d'un pays à l'autre et à l'intérieur d'un même pays, en fonction de la qualité des systèmes administratifs (au niveau central et au niveau local). La plupart du temps, ces informations ne permettent pas d'identifier les visites répétées (pas de distinction entre les visites et les visiteurs) ou les types de visiteurs (sexe, âge, domicile, etc.) Elles peuvent cependant représenter le montant total de tous ceux qui participent à telles ou telles activités, alors que les enquêtes s'appuient sur un échantillon d'une audience ou sur des participants qui, à eux seuls, ne suffisent pas pour calculer le volume global de la fréquentation.

Un large éventail de données administratives est accessible. Parmi les plus courantes dans les études sur la participation culturelle, on trouve les suivantes :

- nombre de visites dans des lieux culturels / artistiques ;
- nombre de visites par type d'institution (théâtre, galerie, musée, festival, etc.) ;
- nombre de livres / journaux achetés dans une période donnée ;
- nombre moyen de visites dans des centres culturels ;
- nombre de membres inscrits dans une bibliothèque ;
- livres consultés / empruntés dans une bibliothèque ;
- visiteurs numériques aux bibliothèques / musées / centres culturels (nombre de connexions uniques au site internet des institutions) ; et
- appartenance à des associations culturelles et participation aux réunions.

La fiabilité de ces données administratives dépend de la coopération étroite entre les agences de collecte centrales et locales. Les organismes locaux ont besoin d'être responsables des données administratives qu'ils collectent, des instructions claires pour la collecte et la rétrocession des résultats, ainsi que les financements suffisants.

Enquêtes sur le public

Ces types d'enquêtes se concentrent habituellement sur l'audience d'un domaine culturel spécifique (par exemple les arts visuels, la musique, la danse) ou d'un lieu ou d'un événement culturel spécifique (musée, théâtre, festival). Dans ces cas, les questions sont généralement posées directement aux échantillons de visiteurs ou de membres représentatifs de la population étudiée. Cette méthode fournit une idée immédiate de la composition d'un groupe, et des informations sur le comportement, les attitudes, les préférences et les niveaux de satisfaction. L'inconvénient est que l'information sur la non-participation (et les obstacles qui empêchent la participation des absents ou les raisons d'un choix délibéré de *ne pas* être impliqués) et sur quelle partie de la population est engagée dans d'autres activités culturelles, reste incertaine. Ces enquêtes ne peuvent à elles seules fournir des chiffres globaux sur les participants à moins d'être accompagnées d'un registre administratif du total des entrées.

Un exemple flagrant de ce type d'enquête est l'enquête jordanienne de 2008 sur le tourisme interne en Jordanie.⁷ Les statistiques sur le tourisme sont souvent limitées aux visiteurs étrangers, mais les touristes étrangers assistent souvent à des événements culturels pour des

⁷ www.dos.gov.jo/dos_home_e/main/index.htm consulté le 30 Août 2012.

raisons variées alors que la participation des populations locales à des événements culturels est un indicateur important de l'affirmation de l'identité locale. Dans le cas de l'enquête jordanienne de 2008, « Visiter un site culturel et historique » est la deuxième activité principale en importance pour les touristes nationaux après la baignade et les sports nautiques.

Enquêtes sur les échantillons de population

Voici la meilleure façon d'étudier la participation culturelle d'une manière globale et multiforme. Les enquêtes sur des échantillons de la population sont les plus appropriées pour mesurer la participation culturelle dans le contexte du comportement de l'ensemble de la population vivant / travaillant dans une région. Les enquêtes sur des échantillons de la population sont particulièrement appropriées pour mesurer les activités de « sortie » et les activités de « construction d'identité » (alors que les enquêtes sur l'emploi du temps sont plus appropriées pour mesurer les activités culturelles à domicile).

Les enquêtes sur des échantillons de la population interrogent un échantillon (généralement âgé de 15 ans ou plus) sélectionné au hasard à partir de la population totale d'un pays ou d'une zone spécifique (dans des cas rares, ces études peuvent être menées au niveau international) ou sur un groupe socio-économique spécifique sur la base d'une stratégie d'échantillonnage. L'objectif est de mesurer la participation culturelle de la population cible et de ses divers sous-groupes. Habituellement, la période de référence pendant laquelle l'activité culturelle est enregistrée couvre les douze mois précédents. Les enquêtes sur des échantillons de la population peuvent être des moyens fiables d'effectuer des comparaisons entre les pays, mais elles exigent des conceptions méthodologiques précises pour éviter toute erreur de justesse et d'échantillonnage (certains problèmes méthodologiques seront abordés dans la dernière partie de ce chapitre).

Alors que les enquêtes sur une audience ou des visiteurs enregistrent la participation à l'évènement, les enquêtes de population enregistrent la participation dans les résidences des répondants. Ceci suggère l'hypothèse dangereuse que dans les enquêtes de population, les résidents se sont rendus aux manifestations culturelles organisées dans leur localité. Pour résoudre ces problèmes, les enquêtes sur l'auditoire / les visiteurs doivent enregistrer l'origine des participants, tandis que les enquêtes de population des ménages doivent enregistrer l'emplacement des événements / spectacles auxquels les répondants ont participé.

Certains pays recueillent des données à propos de la participation à la culture et aux autres activités de loisirs dans le cadre de vastes enquêtes portant sur la vie quotidienne et les habitudes de la population. Dans d'autres cas, les enquêtes sont destinées spécifiquement à l'étude de la façon dont la population est impliquée dans les arts et la culture.

Enquêtes sur l'emploi du temps

Dans les enquêtes sur des échantillons de la population, il convient de mentionner et de prendre en compte les enquêtes sur emploi du temps (TUS pour Time Use Survey) - des enquêtes statistiques spécifiques qui visent à fournir des données sur la façon dont, en moyenne, la population passe et utilise son temps.

Les TUS sont particulièrement importantes dans le domaine de la participation culturelle parce qu'elles sont l'instrument le mieux adapté pour mesurer les activités culturelles à domicile et parce qu'elles peuvent contribuer à notre compréhension de la relation entre la participation culturelle et les autres activités dans la vie quotidienne. Par exemple, l'enquête chinoise de 2008

sur l'emploi du temps indiquait que la population avait passé en moyenne 19 minutes par jour à jouer aux cartes ou aux échecs (NBS non datée, 26). Les informations et données sur l'emploi du temps des individus ou des ménages sont collectées quotidiennement et la période de référence est généralement de deux jours (un jour de semaine et un jour de weekend), bien que certaines TUS couvrent une période de sept jours. Les TUS permettent de prendre en compte des activités effectuées simultanément. Cela signifie que le répondant qui fait plus d'une chose à la fois peut choisir d'enregistrer une activité principale et une activité secondaire. Ceci est particulièrement utile dans le cas des comportements multitâches comprenant un élément culturel (par exemple écouter de la musique en cuisinant ou en repassant son linge).

De nombreux efforts ont été faits aux niveaux national et international pour favoriser la comparabilité entre les TUS. En Europe, des directives ont été fournies pour créer un cadre méthodologique commun pour les pays ayant l'intention d'effectuer des TUS et pour assurer leur comparabilité (Enquête européenne harmonisée sur l'emploi du temps (HETUS pour *Harmonized European Time Use Survey*)). Au niveau mondial, la classification internationale des activités pour les statistiques de l'emploi du temps (ICATUS pour *International Classification of Activities for Time-Use Statistics*)⁸ – également suggérée par le CSC de l'UNESCO de 2009⁹ – est considérée comme une norme de classification pour toutes les activités sur lesquelles la population en général peut passer du temps pendant un jour donné. ICATUS est la seule classification offrant une liste exhaustive de pratiques culturelles, y compris les activités communautaires. Le code ICATUS est particulièrement pertinent car la plupart des pays en voie de développement l'ont utilisé, soit directement (comme en Palestine), soit l'ont adapté (comme en Mongolie et en Afrique-du-Sud), soit l'ont pris comme modèle (comme en Inde et au Mexique).

La structure ICATUS est parfaitement articulée et comprend 5 niveaux (code à six chiffres, 363 sous-classes). Considérant les 15 grandes divisions ICATUS (codes à deux chiffres), les catégories de 9 à 14 (la soi-disant « non productive » ou les activités « personnelles ») sont pertinentes pour les questions sur la participation culturelle (en particulier 10 et 11) ; d'autres catégories telles que 3, 7 et 8 comprennent également des activités compatibles avec le patrimoine culturel immatériel, comme « travail organisé en communauté : cuisine pour les célébrations collectives (081210) », « Faire des préparations à base de plantes et médicinales (031170) » ou « accompagner des adultes à des activités sociales (071234) ».

Souvent, les activités culturelles sont considérées comme des « loisirs », du « temps libre », ou « du temps non productif » par les TUS. Cela peut ne pas être approprié à plusieurs égards. Par exemple, un festival pour les « jeunes adultes » – une performance culturelle sera sûrement « obligatoire » dans certaines sociétés, impliquant de nombreuses heures de préparation. Même prendre part à un festival comme le Carnaval de Rio peut être pratiquement un travail à temps plein pendant un certain nombre de semaines. En particulier, le temps passé à la fabrication à domicile de produits artisanaux est certainement une activité de production culturelle.

Comme indiqué dans les directives d'ICATUS, la construction des classifications pour une étude de l'emploi du temps devrait suivre certains principes :

- flexibilité : les catégories utilisées devraient correspondre aux différents besoins des utilisateurs ;

⁸ <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=231&Lg=1>

⁹ Voir le Chapitre 3.4 pour plus de détails.

- inclure une couverture équilibrée et complète des activités (à la fois productives et personnelles, formelles et informelles) ;
- être suffisamment détaillée pour faire la distinction entre les activités des sous-populations particulières (jeunes, personnes âgées, femmes, etc.) Ceci est particulièrement important pour les questions de comportements culturels ; et
- en mesure de s'harmoniser avec les classifications statistiques précédentes et actuelles au niveau national et international (si possible).

Une TUS est la façon la plus précise de mesurer les habitudes liées aux médias, mais coûte très cher. Une alternative rentable peut être d'inclure des questions sur le temps passé dans les activités culturelles pendant une semaine ordinaire et un jour de weekend dans une étude sur un échantillon de la population.

Enquêtes sur les dépenses des ménages

Les enquêtes sur les dépenses des ménages peuvent être considérées comme des enquêtes spécifiques sur un échantillon de population dont les ménages sont invités à fournir les montants ou des estimations de ces montants qu'ils consacrent à la consommation de biens et de services ou à d'autres fins sur une période de temps donnée. L'objectif de ces enquêtes est de fournir une mesure supplémentaire de l'engagement de la population dans la culture en permettant de déduire la proportion du budget allouée aux biens et services culturels et de la comparer aux autres postes de dépense. Les indicateurs clés sont généralement liés à la distribution des dépenses mensuelles / annuelles par type de biens et de services. À côté des catégories principales de dépenses, à savoir le logement, la nourriture et le transport, les dépenses culturelles se trouvent généralement dans la rubrique « loisirs et culture ». Comme dans le cas des TUS, la production artisanale de textiles, par exemple, peut être classée dans la catégorie production des ménages et comprend divers éléments tels que les matières premières, la transformation (tannage et teinture des textiles) et le transport sur le marché.

L'enquête sur la mesure des niveaux de vie (LSMS pour Living Standards Measurement Survey)¹⁰ est une forme particulière d'enquête sur les dépenses des ménages conduite dans les pays en développement suivant une méthodologie conçue par la Banque Mondiale. Elle constitue la base de la mesure officielle de la pauvreté dans de nombreux pays. En conséquence, elle peut fournir des données directes sur la contribution de l'artisanat et de l'industrie des ménages dans la réduction de la pauvreté. Certaines enquêtes LSMS, comme celle du Timor oriental en 2001,¹¹ ont également recueilli des données sur le capital social et le bien-être.

Les enquêtes sur les dépenses des ménages sont particulièrement problématiques dans les pays en développement où les dépenses peuvent être partagées entre plusieurs ménages et le revenu perçu en nature plutôt qu'en espèces.

Le **Tableau 1** résume le contenu des pages précédentes présenté sur une page les principaux indicateurs statistiques utilisés pour chaque type d'enquête ainsi que les principales techniques utilisées pour les réaliser.

¹⁰ <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTLSMS/0,,contentMDK:21610833~pagePK:64168427~piPK:64168435~theSitePK:3358997,00.html>

¹¹ <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTLSMS/0,,contentMDK:21371820~pagePK:64168445~piPK:64168309~theSitePK:3358997,00.html>

Tableau 1. Tableau récapitulatif

Type d'enquête	Principaux indicateurs statistiques	Techniques principales
Enquête sur un échantillon de population	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de participation à des activités culturelles. • Taux de fréquence des activités culturelles • Posséder et acheter / payer / ...un produit culturel. 	Techniques de questionnaire : face-à-face interviews, papier et crayon, assisté par ordinateur... Parfois intégrées à des techniques qualitatives, comme les groupes de discussion ou des entrevues approfondies.
Enquête sur l'emploi du temps (ICATUS)	<ul style="list-style-type: none"> • Temps passé à la participation culturelle. • Part du temps quotidien / hebdomadaire consacré aux activités de loisir et culturelles. • Comprend à la fois la consommation et la production 	Techniques d'agenda.
Enquête sur les dépenses des ménages et enquêtes LSMS	<ul style="list-style-type: none"> • Part des dépenses culturelles sur le total des dépenses des ménages. • Moyenne annuelle des dépenses culturelles par ménage. • Comprend à la fois la consommation et la production 	Techniques de questionnaire : face-à-face interviews, papier et crayon, assisté par ordinateur.
Enquêtes auprès du public et des visiteurs	<ul style="list-style-type: none"> • Composition sociodémographique d'un public spécifique • Comportement, attitudes, préférences, satisfaction. 	Différentes techniques (intégrées avec des approches qualitatives) : questionnaires, groupes de discussion, entrevues, observation.

3.2.2 L'approche qualitative

Outre les moyens de collecte de données présentés ci-dessus, des méthodes qualitatives peuvent contribuer à une meilleure compréhension des questions les plus complexes, comme les habitudes, les comportements et les attitudes, améliorant la capacité d'interprétation des phénomènes liés à l'engagement et à la participation culturels. Les approches qualitatives peuvent être utilisées pour enquêter, en général, «pourquoi et comment les gens choisissent-ils de s'engager dans les arts, quelles sont leurs motivations et quels sont les freins qui pourraient les en empêcher » (Keaney, 2008).

Parmi ces outils, on trouve :

- les entretiens avec des experts / entretiens en profondeur ;
- les groupes de discussions ;
- l'observation ;
- les études de cas.

Cette étude porte sur les données quantitatives et celles et ceux qui sont intéressé(e)s par des études qualitatives sur la participation culturelle sont invités à consulter les ouvrages des spécialistes compétents.

3.3 Considérations méthodologiques

Certaines questions méthodologiques doivent être prises en compte dans les phases de conception de recherche, qu'elle soit quantitative ou qualitative. En particulier :

- les définitions et questions de formulation ;
- la définition de la population ;
- l'époque et la durée des enquêtes ;
- l'échantillonnage ;
- la(es) méthode(s) de collecte de données.

3.3.1 Définitions et problèmes de formulation

Des définitions consensuelles sont nécessaires pour garantir que quand une chose est prise en compte dans une étude, chacun, répondant, interviewer et analyste, parle de la même chose.

Une des principales préoccupations du concepteur d'enquête est d'éviter toute ambiguïté, en vérifiant que les définitions utilisées sont partagées et comprises par les répondants. Parfois, plus la question est précise, plus imprécise sera le résultat de l'enquête. Par exemple, une institution commissionnant une enquête sur la participation pourrait vouloir analyser les taux de participation à des spectacles amateurs et professionnels et deux questions différentes seront incluses dans l'enquête (Schuster, 2007), mais le répondant peut ne pas savoir ou se rappeler quelle pièce était jouée par une compagnie professionnelle ou par des amateurs, en particulier s'il faut remonter 12 mois en arrière. La mémoire peut également être imprécise sur une période de 12 mois – ce qui peut conduire à une tendance des répondants à surestimer leurs réponses afin de paraître plus impliqués et de se présenter sous un meilleur jour. Certains pays, comme la Nouvelle-Zélande, se sont adaptés à ce problème en enquêtant à la fois sur une période de 12 mois ET sur l'activité la plus récente. Toutefois, enquêter simultanément sur deux périodes différentes peut dérouter les répondants.

Les considérations culturelles elles-mêmes doivent être prises en compte dans la conception du questionnaire. Par exemple, dans de nombreuses cultures, les membres d'une classe inférieure ou une minorité n'oseront pas dire «non» en réponse à un journaliste socialement supérieur. La conception des réponses peut inclure l'utilisation de questions ouvertes et des réponses variées moins attendues ou menaçantes que « oui » ou « non ». Le recours à des intervieweurs d'un statut social similaire au répondant permet également d'inciter davantage d'ouverture et de participation de la part de communautés locales.

Un autre problème commun dans la conception réside dans l'utilisation inappropriée d'exemples dans les questions. Une enquête basique sur la participation culturelle dans les pays développés pose une question sur la présence de livres dans le foyer. Cette question pourrait être mal comprise dans certaines zones rurales pauvres où l'idée même de posséder un livre peut paraître étrange et déroutante.

Une conception ou une ramification réfléchie permet d'éviter ce genre de questions inappropriées. Il peut être embarrassant pour un intervieweur de se rendre dans une simple cabane et de devoir poser des questions sur le nombre de téléviseurs présents quand le foyer ne dispose manifestement pas de l'électricité. Une ramification réfléchie proposera d'abord une question sur le raccord à l'électricité puis si la réponse est positive, examinera les appareils présents.

3.3.2 Population et échantillonnage

L'objectif de toute enquête sur la participation culturelle devrait être l'extraction d'informations sur la population cible, qu'il s'agisse de la population du pays dans son ensemble ou d'un groupe particulier défini géographiquement ou socialement (UNESCO-ISU, 2006). Cette question revêt une importance particulière dans les pays dont la composition est ethniquement ou socialement diversifiée, où différents groupes minoritaires sont présents ou dont l'accès à l'infrastructure culturelle entre les zones urbaines et rurales présente de grandes différences. Ces facteurs compliquent évidemment l'idée d'obtenir un aperçu exhaustif de la population au sens large et rendent nécessaire l'utilisation de plus grands échantillons, plus onéreux, pour obtenir des résultats précis.

Un autre problème a trait à l'âge. En principe, les enquêtes doivent être adressées à la population dans son ensemble, la plupart des études se concentrent effectivement sur la participation de la population adulte (mais il n'existe pas de définition uniforme d'un « adulte »). À quelques rares exceptions (en Italie l'enquête « Citoyens et Temps Libre » considère toutes les personnes de 6 ans et plus), la majorité des études comptent les individus de 15 à 16 ans et plus comme des adultes, mais de grandes différences subsistent entre pays. Aux États-Unis, par exemple, on prend 18 ans comme point de départ pour l'enquête SPPA, idem pour l'Ouganda (pour la section de l'enquête l'« Enquête nationale sur les ménages en Ouganda » dédiée à la participation culturelle). En supposant que la participation culturelle soit un acte conscient, une enquête interrogeant de très jeunes gens (par exemple à partir de 3 ans) doit poser des soucis au sujet de la prise de conscience réelle du répondant. Par ailleurs, les enfants en âge de scolarité prennent souvent part à des activités culturelles ou à des visites de lieux culturels dans le cadre de leur programme scolaire. Une telle participation culturelle mérite une attention particulière et pourrait être mieux enregistrée dans une enquête menée à l'école. Le CSC (UNESCO-ISU, 2009) souligne le rôle important de l'éducation dans la transmission des valeurs culturelles et la transmission des identités culturelles entre les générations.

Dans certains cas, principalement en raison de problèmes logistiques, les enquêtes ne tiennent pas compte de la population vivant dans les petits centres ou dans des régions éloignées. Par exemple, l'enquête « Imaginarios y Consumo Cultural » (pour « Imaginaires et Consommation Culturelle ») de 2009 en Uruguay ne considère que la population de plus de 16 ans vivant dans des villes de plus de 5 000 habitants.

L'échantillonnage est un élément crucial de tout processus de conception d'enquête. La taille de l'échantillon doit être suffisante pour garantir des résultats représentatifs pour toutes les évaluations et variables démographiques, comme l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, la profession, la répartition géographique/degré d'urbanisation. La règle générale est d'utiliser un échantillon de personnes stratifié selon ces variables pour permettre une description précise de la composition de la population.

En termes quantitatifs, la taille de l'échantillon doit être décidée d'une manière qui concilie la nécessité d'une représentation statistique avec le risque d'auto-sélection des répondants, ce qui peut se produire lorsque la méthodologie adoptée doit satisfaire une taille d'échantillon *a priori* fixe, en remplaçant les gens qui refusent de répondre. Comme l'a noté Morrone (UNESCO-ISU, 2006), les personnes âgées et peu instruites sont plus susceptibles que les autres de refuser une entrevue au sujet de leurs habitudes culturelles, de sorte qu'ils tendent à être remplacés par des gens plus jeunes et plus instruits qui ont des niveaux de participation plus élevés et sont très enclins à répondre à de telles enquêtes. Cela influence évidemment les résultats de l'enquête en produisant une surestimation des taux de participation.

Les erreurs d'échantillonnage ont tendance à être plus élevées pour les activités qui ont un faible taux de participation. Si le taux de participation à une activité donnée est susceptible d'être faible, la recommandation serait d'utiliser une plus grande taille d'échantillon (Schuster, 2007). Cependant, il est toujours important de noter que même si la taille globale de l'échantillon est grande et assez appropriée pour limiter toute erreur d'échantillonnage, une fois que les données sont ventilées selon les variables indépendantes, les erreurs d'échantillonnage peuvent refaire surface.

Les échantillons d'enquêtes sur l'emploi du temps exigent une attention et des solutions particulières dès la phase de conception. Non seulement les ménages / individus doivent être échantillonnés, mais aussi les jours/dates sur lesquels portera l'enquête. Par exemple les différents groupes religieux assistent à des services ou à des rituels à différents jours de la semaine. La recommandation ici est d'adopter un échantillonnage probabiliste multidimensionnel qui permet la définition d'une probabilité connue pour chaque combinaison d'individus/ménages et tous les jours/dates dans la période étudiée. Dans le chapitre 2.2.4, l'attention a été attirée sur les problèmes d'échantillonnage pour les sociétés autochtones ou traditionnelles. Un âge de la majorité plus jeune, des activités saisonnières, et des structures de foyers différentes (par exemple matrilineaires ou matriarcales) doivent être pris en compte pour obtenir un échantillon fiable. Par exemple, les femmes dans la société matrilineaire de l'île de Bougainville, en Papouasie-Nouvelle-Guinée, contrôlent l'héritage et les finances de la famille et ont une forte influence sur l'éducation. Les enquêtes auprès des ménages obtiennent la plupart du temps les réponses du chef de ménage qui agit comme mandataire au nom des membres de la famille.

En raison de la difficulté de contrôler les différentes valeurs et pratiques culturelles, le projet ESSnet soutenu par la Commission européenne et Eurostat, a recommandé d'utiliser l'individu plutôt que le ménage comme unité d'échantillonnage de base pour les enquêtes sur la participation culturelle (ESSnet, 2011:224 -5). ESSnet (2011:216) considère également que les difficultés à assurer un échantillon vraiment représentatif de la population nationale sont le principal facteur expliquant la diversité des résultats des enquêtes qui devraient normalement être plus comparables.

Le projet ESSnet (ESSnet 2011:209) note que les populations d'institutionnels (par exemple les personnes dans les prisons, les hôpitaux, les internats) sont généralement exclues des enquêtes sur la participation culturelle. C'est bien parce que ces enquêtes sont intrinsèquement conçues comme des enquêtes auprès des ménages. Les statisticiens devraient considérer, cependant, que les activités culturelles, en particulier la lecture et l'écoute de la musique, peuvent souvent jouer un rôle important dans les activités des personnes dans ces institutions. L'activité culturelle est prétendue avoir des effets bénéfiques pour ceux qui sont malades ou ont des problèmes psychosociaux. À cet égard, les comparaisons des personnes dans les institutions avec la population en général seraient dignes d'intérêt.

3.3.3 Calendrier, fréquence et période de référence de l'enquête

Afin de comprendre comment certains phénomènes changent au fil du temps, les enquêtes sont répétées, ce qui nécessite des décisions sur :

- la fréquence de l'enquête ;
- la période au cours de laquelle les données sont recueillies ; et
- la durée de la période que les utilisateurs sont invités à considérer.

La fréquence des enquêtes peuvent varier d'annuelle (par exemple l'enquête sur les Activités de Loisirs au Japon et l'enquête Taking Part in the Arts au Royaume-Uni), à tous les trois ou quatre

ans (par exemple l'enquête Population Survey on the Arts à Singapour) ou des intervalles plus longs (par exemple *Imaginarios y Consumo Cultural* en Uruguay, 2002 et 2009, ou tous les dix ans pendant les recensements nationaux). Lorsqu'une institution décide de mettre en place un système de surveillance, il convient de définir la fréquence appropriée de collecte et de comparaison des données. Finalement, il y a un compromis à faire entre le suivi régulier des tendances, les coûts de suivi des enquêtes périodiques et les laps de temps nécessaire permettant de détecter des changements importants.

La saison de l'année au cours de laquelle l'étude est réalisée peut également être un facteur important. Les chercheurs devraient prendre en compte l'impact de l'offre artistique et culturelle saisonnière sur les indicateurs (taux de participation et taux de fréquence). Même dans le cas des études d'audience, la période de l'année peut affecter de manière significative la composition de l'auditoire (tourisme, conditions météorologiques, âge moyen pendant les vacances scolaires, ou pendant les périodes d'examens universitaires, etc.) L'enquête sur les pratiques et la consommation culturelles du Mexique a réalisé 32 000 entretiens durant deux semaines entre le 24 Juillet et le 5 Août 2010, au moment où les répondants étaient le plus susceptibles d'être en vacances et de penser au divertissement familial. Une période d'enquête différente, ou plus longue, aurait pu produire des résultats différents, par exemple au cours de l'année scolaire où de nombreux étudiants participent à des activités culturelles dans le cadre de leurs programmes. L'enquête sur la consommation culturelle de l'Uruguay a interrogé près de 3 500 personnes entre le 2 Février et le 30 Avril 2009.

Les sociétés traditionnelles peuvent être organisées différemment selon les saisons, considérant le temps des récoltes ou de la chasse - par exemple, tous les hommes d'un village inuit peuvent être absents pendant la saison de la chasse au caribou. Beaucoup de sociétés sont nomades. En Mongolie, il est plus facile de recueillir des statistiques sur les ménages pendant l'hiver, quand les éleveurs ont tendance à rester au même endroit, pour éviter le double comptage ou la sous-estimation et permettre la rétrocession et le contrôle des réponses. Les grands festivals dans les pays développés et en développement peuvent fausser complètement la structure de la population dans une région pendant une courte période de temps. Cela devrait être évité, à moins qu'il ne s'agisse d'une étude d'impact spécifiquement ciblée.

Le choix d'une période de référence de 12 mois est justifié par un certain nombre de raisons, parce qu'elle « permet à des événements relativement rares d'être enregistrés, en particulier lorsque ils sont susceptibles d'être saisonniers » (Allin, 2000). L'inconvénient potentiel de si longues périodes de référence est que certains répondants peuvent ne pas être en mesure de se rappeler leur participation avec la même précision qu'ils le pourraient sur de plus courtes périodes, comme de 1 à 3 mois. L'enquête sur les expériences culturelles menée début 2002, par exemple, questionnait les adultes néo-zélandais sur leur participation à une série d'activités culturelles sur deux périodes de référence différentes - 12 mois pour les activités irrégulières et 4 semaines pour les activités plus régulières.

Robinson et coll. (1985) estime que les réponses aux questions sur la fréquentation au cours du mois précédent, par rapport aux réponses sur les 11 ou 12 derniers mois, surestiment la fréquence de participation de 20%. Ce phénomène de surestimation est appelé l'« effet télescopique ».

Les enquêtes sur l'emploi du temps, qui se concentrent plus sur le comportement et l'expérience domestiques menées sur une base régulière, ont généralement une période de référence plus courte entre les deux derniers jours et la semaine précédente. Les directives relatives à l'Harmonisation Européenne des Enquêtes d'Emploi du Temps (HETUS pour Harmonised European Time-Use Surveys) publiées par Eurostat recommandent un agenda de 2 jours,

incluant à la fois un jour de semaine et un jour, week-end. Dans leur étude comparative sur les données sur la qualité de l'emploi du temps sur des périodes de 2 ou de 7 jours, Glorieux et Minnen (2009) déclarent « que de plus longues périodes d'observation rapportent clairement des données plus fiables et des estimations plus précises car les périodes hebdomadaires sont plus adaptées pour étudier les rythmes et les cycles des activités qui ne suivent pas un rythme quotidien ». Les enquêtes sur l'emploi du temps peuvent également être soumises à de fortes variations saisonnières - par exemple, pendant les vacances scolaires ou pendant la saison des récoltes dans les zones rurales.

3.3.4 Méthodes de collecte des données

Il existe différentes méthodes pour poser des questions et recueillir des données. La méthode la plus adéquate doit être choisie en tenant compte des ressources financières, humaines et organisationnelles disponibles, de la composition de la population à étudier en ce qui concerne le comportement, le sexe et les questions linguistiques, les niveaux d'éducation, et l'accès aux différents médias.

Les entretiens face-à-face produisent probablement des données de meilleure qualité que les autres méthodes, car le chercheur peut clarifier tous les doutes qu'il pourrait avoir et s'assurer que les questions (et les réponses) sont parfaitement comprises, en répétant ou reformulant les questions si besoin est. Ceci est particulièrement important dans les pays ayant un taux élevé de personnes peu instruites ou de groupes de population ayant des difficultés avec la langue ou la compréhension culturelle. D'un autre côté, il peut se produire des distorsions particulières quand les enquêteurs fournissent différents niveaux de commentaires aux répondants. Une formation approfondie est nécessaire afin d'assurer une approche cohérente par les enquêteurs, en particulier face aux répondants de milieux culturels différents. La participation culturelle peut, par exemple, ne pas être signalée lorsque le répondant estime que cette pratique culturelle est peu susceptible d'être acceptée par l'enquêteur. D'autre part, il peut être plus facile d'obtenir une réponse lorsque l'enquêteur est du même groupe social que le répondant.

Dans les pays développés, la méthode face-à-face sera très coûteuse, mais dans les pays moins développés, elle peut être beaucoup moins chère. Les enquêteurs peuvent être faciles à recruter, mais leur formation peut être complexe. D'autres inconvénients concernent les efforts nécessaires pour couvrir un vaste territoire et des zones géographiques difficiles à atteindre (en particulier lors d'enquêtes à l'échelle nationale). Les enquêteurs peuvent renâcler à visiter les zones éloignées ou à parler aux gens d'un groupe culturel différent. Un autre inconvénient est que les répondants pourraient se sentir mal à l'aise à propos de l'anonymat de leurs réponses lors d'un entretien en face-à-face, qui peut également créer des problèmes d'équilibre et de représentation entre les sexes dans certains pays (où, par exemple, les femmes risquent de ne pas être en mesure ou de ne pas avoir le droit de répondre directement). Dans de nombreux pays, un pourcentage élevé d'entretiens sont menés avec le chef de ménage qui répond au nom de toute la famille. Ceux-ci peuvent conduire à des lectures biaisées quand il est dans leur intérêt de surévaluer la participation quand les membres de sa famille (épouse et enfants) passent un temps très limité en public.

Dans les pays développés, il est d'usage d'utiliser diverses formes de collecte de données assistées par ordinateur dans lesquelles l'entretien suit un script présenté sur un écran d'ordinateur - CAPI, CATI ou CAWI.¹² Cela donne des entretiens rapides et efficaces qui sont menés à l'aide d'un script cohérent. Ces techniques sont moins disponibles dans les pays en

¹² CAPI pour Computer-Aided Personal Interview - Entrevue personnelle assistée par ordinateur ; CATI pour Computer-Aided Telephone Interview - entrevue téléphonique assistée par ordinateur ; CAWI pour Computer-Assisted Web Interviewing - entrevue sur internet assistée par ordinateur

développement. Néanmoins des dispositifs mobiles (des tablettes, par exemple) facilitent le processus dans ces pays.

3.4 Indications supplémentaires sur les sujets liés à la participation culturelle

Le présent rapport a mentionné un certain nombre de sujets qui, sans faire partie à proprement parler de la participation culturelle, sont généralement inclus dans des enquêtes connexes. Les sources énumérées ci-dessous fournissent des détails sur les normes statistiques internationales pour les définitions et les méthodes de collecte.

Le capital social : Il n'y a pas un ensemble de mesures universellement accepté pour le capital social (Putnam, 2000 et Delaney et Keaney, 2006). Des exemples de modules de capital social se trouvent intégrés dans l'enquête sur la mesure des niveaux de vie (enquêtes LSMS pour *Living Standards Measurement Survey*).

L'éducation et l'alphabétisation : Il a été maintes fois constaté que le niveau d'éducation était fortement lié à la participation culturelle. On peut le mesurer en rapprochant deux enquêtes, une première qui rassemble les dernières années scolaires complétées et les données nationales récoltant les données sur le nombre de personnes alphabétisées.

Le tourisme : Les touristes, en particulier les « touristes culturels », peuvent souvent participer à des activités culturelles. De nombreuses enquêtes sur les spectateurs / visiteurs sont menées afin de révéler des schémas de comportement des touristes. L'Organisation Mondiale du Tourisme fournit d'excellents conseils sur les statistiques du tourisme.

L'utilisation des médias : La présence ou l'utilisation de récepteurs, télévision et radio, ainsi que l'utilisation des journaux dans un foyer, est couvert par de nombreuses normes statistiques internationales. L'ISU procède à des enquêtes internationales sur les médias, et l'UNESCO a également développé le *Media Development Indicator Suite* (Suite d'Indicateur de Développement des Médias) pour examiner les politiques des médias nationaux et sous-nationaux (UNESCO, 2008b).

3.5 Aide-mémoire pour mesurer la participation culturelle

Le **Tableau 2** fournit des conseils aux concepteurs de questionnaires pour mesurer la participation culturelle. Il est conçu comme un aide-mémoire pratique, mettant en évidence les questions essentielles à collecter par le biais de sondage, quelle que soit la méthode utilisée, les caractéristiques spécifiques ou les contraintes.

Conformément à la définition opérationnelle, la liste ne fait pas de distinction entre les différents domaines culturels ou catégories d'activités, car nous considérons qu'il est plus approprié de se concentrer sur les objectifs de la mesure. Ceci apparaît dans la Colonne A. Dans certains cas, comprendre une pratique nécessite la mesure de deux ou trois indicateurs différents : les clés sont présentées dans la Colonne B et concernent principalement les aspects quantitatifs et la signification de la pratique pour le répondant. Les Colonnes C et D fournissent des suggestions de questions de suivi plus détaillées suivant celles de la Colonne B. La Colonne E donne un exemple venant de l'enquête utilisée dans cette publication. Les crochets et les guillemets sont utilisés pour souligner que les détails des questions incluses dans une enquête doivent être définis avec précision, au cas par cas.

Tableau 2. Projet de liste

A. OBJET	B. INDICATEURS	C. EXEMPLES DE QUESTIONS	D. CARACTERISTIQUES SUPPLEMENTAIRES	E. EXEMPLES DE PAYS
Mesurer les taux de fréquentation / participation (participation passive / réceptive)	?	<p>Avez-vous visité / assisté à... (au cours des 12 derniers mois) ? Êtes-vous allé à... (au cours des 12 derniers mois) ?</p> <p><i>Lecture :</i> Avez-vous lu un (ou plusieurs) livre(s) au cours des 12 derniers mois ?</p>	<p>Répéter les questions pour toutes les catégories de lieux et de sites (musées, sites patrimoniaux, parcs naturels, théâtres, ...), les spectacles (les concerts par exemple), les célébrations les fêtes religieuses, les activités de socialisation (par exemple les conférences), les activités à domicile (par exemple regarder la télévision, écouter la radio) ... selon la définition adoptée par l'enquête.</p>	<p>Enquêtes de l'Union Européenne, des États-Unis et presque partout ailleurs Nouvelle-Zélande 2002, Colombie 2008, États-Unis 2008, Ouganda 2009/10</p>
Posséder un produit culturel	?	<p><i>Arts visuels, artisanat et autres :</i> Possédez-vous une œuvre d'art originale ? Possédez-vous une reproduction d'une œuvre d'art originale ?</p> <p>Possédez-vous un (des) livre(s) ?</p>	<p>Possibilité d'ajouter des spécifications, par exemple des « Êtes-vous propriétaire d'œuvres d'art d'artistes locaux traditionnels ? », « Avez-vous des livres de fiction ou des livres spécialisés ? »</p>	<p>France 2008</p>
<i>En cas de présence / participation :</i>				
Mesurer les taux de fréquentation / participation (participation passive / réceptive)	Fréquence de présence / participation	<p>Combien de fois avez-vous visité / êtes-vous allé... au cours des 12 derniers mois ?</p> <p><i>Arts visuels, artisanat et autres :</i> Avez-vous visité une exposition au cours des 12 derniers mois ?</p> <p><i>Lecture :</i> Combien de livres avez-vous lus l'année dernière / À quelle fréquence lisez-vous (les journaux) ?</p>	<p>Répéter la question pour chaque site / activité, selon la définition adoptée par l'enquête.</p> <p>Répéter l'opération pour les autres supports de lecture, selon les définitions et les objectifs de l'enquête.</p>	<p>Colombie 2008, France 2008, Mexique 2010, Malte 2011</p>
Compréhension des modèles de présence / participation	Circonstances de la visite	<p>Avez-vous l'habitude d'aller à ... / de visiter / d'assister à seul ou avec quelqu'un ?</p>	<p>Fournir une liste de réponses possibles (par exemple : seul ; avec un partenaire ; avec un ami ; un groupe d'amis ; avec sa propre famille ; avec l'école ; avec un groupe - une association) ; autre.</p>	<p>France 2008, États-Unis 2008, Mexique 2010</p>

A. OBJET	B. INDICATEURS	C. EXEMPLES DE QUESTIONS	D. CARACTERISTIQUES SUPPLEMENTAIRES	E. EXEMPLES DE PAYS
Dépenses culturelles	Acheter des produits culturels	<p>-Avez-vous acheté une œuvre d'art originale (au cours des 12 derniers mois) ? Combien ?</p> <p>-Avez-vous acheté une reproduction d'une œuvre d'art originale (au cours des 12 derniers mois) ? Combien ?</p> <p>-Avez-vous acheté un livre (au cours des 12 derniers mois) ? Combien ?</p> <p>Où / Comment avez-vous acheté des œuvres d'art / artisanales ?</p> <p>Où achetez-vous habituellement des livres ?</p>	<p>Fournir une liste de points de vente et de canaux possibles, y compris Internet.</p> <p>Poser des questions sur l'achat le plus coûteux dans les 12 derniers mois.</p> <p><i>REMARQUE : mesurer les dépenses des ménages est un sujet très spécialisé. Les concepteurs d'enquêtes devraient lire les manuels spécialisés sur ce sujet</i></p>	<p>LSMS, États-Unis, Union Européenne, Nouvelle-Zélande 2002, Mexique 2010.</p> <p>Ouganda 2009/10 (revenus de la culture)</p>
	Dépenses moyennes de participation aux activités culturelles	Pouvez-vous dire combien vous dépensez en moyenne (pendant 1 mois) pour ... ?	Répéter la question pour les différents types d'activités (par exemple, livres, cinéma, expositions, etc.) Fournir une tranche de dépenses.	
Comprendre les motivations pour participer et les significations associées à l'expérience	Raisons pour participer / assister	<p>Pouvez-vous dire pourquoi vous assistez / visitez habituellement ... ? / Pouvez-vous dire ce que assister / visiter ... signifie pour vous ?</p> <p><i>Lecture :</i> Pouvez-vous dire ce que signifie lire des livres pour vous ?</p>	Fournir une liste de raisons possibles de / significations associées à la fréquentation / visite / lecture / etc.	Union Européenne, Mexique 2010
	Raisons de posséder / acheter des œuvres d'art	Pouvez-vous dire ce que la possession d'œuvres d'art (...) signifie pour vous ?		
<i>En cas de non-fréquentation / non-participation :</i>				
Comprendre les raisons de la non-fréquentation / les obstacles à la participation	Raisons pour ne pas assister	<p>Pouvez-vous nous dire pourquoi vous n'avez pas assisté / visité ... ?</p> <p>Pouvez-vous nous dire pourquoi vous ne lisez pas (livres) ?</p>	Fournir une liste de raisons possibles en cas de non-fréquentation (par exemple, manque de temps, manque de compagnie, préférence pour d'autres activités, problèmes de santé, ...)	Union Européenne, Nouvelle-Zélande 2002, Colombie 2008, Mexique 2010, Malte 2011

<i>Dans tous les cas :</i>				
Comprendre comment il est possible de favoriser / renforcer / promouvoir / faciliter la participation	Surmonter les obstacles / faciliter la participation	Souhaiteriez-vous assister / visiter / lire ... plus / plus souvent si ... ?	Fournir une liste d'options possibles (par exemple, heures d'ouverture différentes, entrée libre, emplacement différent, ne pas se sentir en sécurité la nuit, etc.)	Nouvelle-Zélande 2002
Mesurer les taux de fréquentation / participation (participation active / engagement)	Participation active / engagement	Avez-vous participé activement à une activité de création / socialisation / artistique / traditionnelle ... (au cours des 12 derniers mois) ?	Fournir une liste de possibilité de participations actives à des performances, des fêtes, des activités de socialisation (par exemple, faire partie d'une troupe de théâtre, d'un club de sport, d'une classe de danse, chanter dans une chorale, célébrations rituelles ou religieuse ...), des activités créatives traditionnelles (écrire, jouer d'un instrument de musique, faire de la poterie, des préparations à base de plantes ...) selon les définitions adoptées par l'enquête	France 2008, États-Unis 2008, Royaume-Uni 2009/10, France 2010, Mexique 2010
<i>En cas de participation :</i>				
	Fréquence de participation	Combien de fois avez-vous (au cours des 12 derniers mois) ? <i>Musique</i> Combien de fois avez-vous joué d'un instrument (au cours des 12 derniers mois) ?	Répéter la question pour chaque site / activité en plein air selon la définition adoptée par l'enquête Préciser le nombre de fois que l'activité s'est déroulée ou sa durée - par exemple, 4 heures de pratique du violon par semaine, 4 heures de lecture par semaine	Nouvelle-Zélande 2002, France 2008
Comprendre les modèles de participation	Circonstances de la participation	Avez-vous l'habitude de participer / faire seul ou avec quelqu'un ? <i>Musique</i> Êtes-vous membre d'un « groupe / orchestre ? » Combien de personnes ont assisté à la performance ?	Fournir une liste de réponses possibles (par exemple ; seul ; avec un partenaire ; avec un ami, un groupe d'amis ; avec sa propre famille ; avec l'école ; avec le groupe / l'association) ; d'autres	France 2008
Comprendre les motivations de la participation et les significations associées à l'expérience	Raisons de participer	Pouvez-vous nous dire pourquoi vous avez l'habitude de faire [activité] / Pouvez-vous dire ce que cette activité... signifie pour vous ?	Fournir une liste des raisons possibles de / significations associées à la fréquentation / visite	

La participation active à travers le bénévolat	Participation en tant que bénévole dans les institutions / activités culturelles	Travaillez-vous comme bénévole pour une institution / organisation / ...culturelle ? Combien de fois le groupe se réunit-il ? Combien de temps durent les réunions ?	Fournir une liste des institutions / organisations culturelles possibles <i>REMARQUE : cette question est étroitement liée à la mesure du capital social. Les concepteurs d'enquêtes devraient lire les manuels spécialisés sur ce sujet.</i>	LSMS, Colombie 2008
	Significations associées au travail bénévole	Qu'est-ce que travailler en tant que bénévole pour ... signifie pour vous ?	Fournir une liste de significations possibles associées au travail bénévole (par exemple, aider les autres, se sentir appartenir à une communauté, ...)	
<i>En cas de non-participation active :</i>				
Comprendre les raisons pour la non-participation / les obstacles à participation active	Raisons pour ne pas participer activement	Pouvez-vous nous dire pourquoi vous n'avez pas participé activement à ... ?	Fournir une liste des raisons possibles de la non-participation (par exemple, le manque de temps, manque de compagnie, la préférence pour d'autres activités, problèmes de santé, problèmes de sécurité, de transport ...)	Mexique 2010
<i>Dans tous les cas :</i>				
Comprendre comment il est possible de favoriser / renforcer / promouvoir / faciliter la participation	Surmonter les obstacles / faciliter la participation	Souhaiteriez-vous participer à / faire ... plus / plus souvent si ... ?	Fournir une liste des options possibles (par exemple, heures d'ouverture différentes, entrée libre, emplacement différent, etc.)	

Note : Les questions particulières dans les enquêtes n'auront pas précisément la même formulation que celles suggérées dans la Colonne C.

Chapitre 4. Quelques remarques en guise de conclusion

Donc, utilisez les mesures, les chiffres et libellés que et quand vous le pouvez pour convaincre le reste du système gouvernemental de la valeur et de l'importance de ce que vous cherchez à faire. Mais reconnaissons en même temps qu'il ne s'agit que de la pointe de l'iceberg et que cela ne suffit pas pour comprendre ce que représentent les valeurs culturelles. (Smith, 2003)

4.1 La participation culturelle : Questions politiques et implications

« La participation à des activités culturelles, ainsi que l'accès à ces activités, constitue la colonne vertébrale des droits de l'homme liés à la culture ». Les mots de Laaksonen (2010) résument parfaitement l'essence des implications politiques de la participation culturelle. C'est le cœur des droits culturels, une composante essentielle des droits de l'homme, et en tant que telle, elle constitue une préoccupation de politique générale. Pour permettre aux gens de jouir de ces droits, les institutions et les responsables politiques ont le devoir d'élaborer un cadre juridique favorable et des politiques spécifiques de la participation culturelle, aux niveaux local et national, pour mettre en œuvre les accords internationaux et les déclarations ratifiés (même si les procédures de suivi et les implications pratiques ne sont pas toujours claires). Pourtant, les politiques de participation culturelles paraissent souvent faibles et l'argument utilisé est que, compte tenu de la rareté des ressources publiques, d'autres interventions plus urgentes (soins de santé, de sécurité sociale, etc.) sont prioritaires. Et, « garder les droits culturels en marge des droits de l'homme et garder la culture en marge de l'élaboration des politiques participatives implique de maintenir une vision élitiste de la culture - à savoir l'expression, la créativité et la jouissance des opportunités culturelles demeurent des privilèges réservés aux citoyens très instruits et à hauts revenus » (Ibid.).

Définir et mesurer la participation culturelle a des implications politiques, car les études sur le comportement des gens et des publics constituent la base de l'évidence de la nécessité de politiques culturelles. De nombreux auteurs ont passé en revue l'évolution des études sur la participation culturelle au 20^e siècle.¹³ Les études sur la participation culturelle sont apparues dans le cadre de l'approche « démocratisation de la culture » des années 1960, comme des outils (non neutre) pour mesurer les progrès de la démocratisation de la culture (élite) comme une conséquence de l'intervention publique (Pronovost, 2002). Le concept de démocratie culturelle favorise l'idée que chaque personne et chaque communauté (minorités culturelles incluses) ont des droits culturels et des exigences qui doivent être respectées et appliquées. Il s'agit notamment de la promotion de la diversité culturelle et de la participation active à la vie culturelle, de la facilitation de l'accès aux processus de prise de décisions, et d'un accès égal aux services culturels. Les gouvernements cherchant à soutenir la diversité culturelle et l'engagement civique, le sujet des études de participation a évolué et s'est déplacé de l'accès des élites aux installations artistiques vers la participation active à des événements communautaires locaux qui font progresser la cohésion sociale et l'identité culturelle.

Actuellement, dans l'Union européenne et les pays développés, l'attention se porte sur deux questions principales, à savoir les impacts sociaux de la participation dans les arts et la nécessité de nouvelles définitions de la participation elle-même. La première concerne les incidences que la participation culturelle peut avoir sur d'autres domaines de l'expérience individuelle et collective, sur les attitudes et les actions, et comment atteindre des résultats souhaitables et durables. La

¹³ Voir, entre autres, LEG, 2002 ; Schuster, 2007 ; Laaksonen, 2010.

mesure du rôle instrumental des arts et de la culture pour atteindre des objectifs sociaux peut fournir aux gouvernements de nouvelles façons d'aborder les questions sociales difficiles (par exemple la pauvreté, l'exclusion sociale, la santé, etc.), ainsi que répondre à leur demande de plus grande responsabilisation des fonds publics dépensés sur ces questions. Pourtant, des doutes subsistent sur les liens entre la participation culturelle et les impacts sociaux souhaités par les décideurs (Groupe d'experts australiens en études de l'industrie, 2004), et les méthodes pour juger de l'impact de l'engagement culturel doivent encore être améliorées (O'Brien, 2010). L'attention portée au remodelage de la définition de la culture commence avec l'analyse des changements dans les pratiques culturelles de la population. La définition de la participation à la vie culturelle a évolué pour inclure les droits tels que la liberté de pensée, de conscience, de religion, d'expression, d'utilisation de la langue, de la conservation de la culture et d'autres encore, et il est également entendu comme « l'accès et la collaboration active à la conception et à la mise en œuvre des politiques, des actions collectives et des manifestations de la liberté de choix » (Laaksonen, 2005). De nos jours, « l'élaboration d'une définition plus large et plus inclusive de la participation n'est pas seulement une question théorique, c'est une question cruciale pour l'avenir de la politique culturelle » (AEN, 2011). Dans les pays en développement, les statistiques culturelles en sont encore à leurs balbutiements, mais la définition inclusive de la participation culturelle est d'une grande importance dans des sociétés qui sont à la fois d'une très grande diversité culturelle et où l'activité culturelle est susceptible d'apparaître plus dans les activités communautaires que dans les programmes artistiques formels.

En expliquant son adoption du modèle de cycle de la culture, l'UNESCO déclare que « comprendre quelle partie du processus est mesurée est un élément important dans la conception des politiques publiques d'intervention appropriées dans la production culturelle » (UNESCO-ISU, 2009). Bien que l'accent soit mis ici sur la production culturelle, cette phrase reconnaît le rôle des études sur la participation culturelle comme outil pour la formulation des politiques. Le lien entre culture et institutions publiques a cependant radicalement changé au cours des dernières décennies, ce qui a un impact sur les statistiques culturelles en général et sur les études sur la participation en particulier. Le champ d'application de la politique culturelle s'est déplacé des zones traditionnellement liées à l'état et à l'intervention de l'état vers « ce qui ressemble à une relation de dépendance » à l'industrie (Schuster, 1987). En conséquence, il s'ensuit que la recherche sur ces questions devient la tâche des centres de recherche spécialisés plutôt que des organisations centrales qui pourraient favoriser l'adoption de méthodes statistiques plus développées. D'autre part, selon le FCS 2009 (UNESCO-ISU, 2009), la croissance et la propagation des industries culturelles a accru l'importance de la culture dans les politiques publiques. Le commerce international des produits culturels a augmenté à l'échelle mondiale, la puissance du marché a augmenté et s'est concentrée dans un petit nombre de conglomérats multinationaux qui opèrent dans les industries culturelles et les sphères publiques et privées ont développé des liens complexes d'interdépendance. Cette nouvelle situation exige de nouveaux cadres de statistiques culturelles, pour lesquelles le texte révisé en 2009 fournit un modèle.

Définir et mesurer la participation culturelle peut être un outil d'information et d'organisation des politiques culturelles. Une conception et une utilisation intelligentes des sondages permettent d'identifier les caractéristiques, les lacunes et les points critiques, afin d'évaluer si les politiques existantes sont adaptées aux besoins actuels et pour définir des orientations pour de nouvelles politiques visant des objectifs précis. Murray suggère que « la mesure de la participation culturelle permet aux gouvernements de décider de la façon d'étendre un sentiment de citoyenneté culturelle » (Laaksonen, 2010). En Australie, des questions sur les impacts de la participation aux activités artistiques et culturelles sur les autres domaines de l'expérience, des attitudes et des actions individuelles et collectives sont apparues « comme l'environnement dans lequel opèrent les décideurs artistiques a changé vers une situation où les gouvernements cherchent à la fois de

nouvelles manières d'aborder les questions sociales insolubles, comme la pauvreté et l'exclusion sociale, et plus de responsabilités pour les dépenses publiques engagées en fonction de ces questions » (Groupe d'experts australiens en études de l'industrie, 2004).

L'inquiétude sur les impacts sociaux de la participation culturelle et les politiques connexes semble généralisée, alors qu'il semble moins facile de trouver des études fournissant des réponses claires et précises à ces questions. Une attention particulière doit être accordée afin d'éviter tout risque de concevoir les arts et la culture *uniquement* comme des outils pour produire des effets sociaux : « De nos jours, les opérateurs culturels sont appelés à prendre position et pour proposer de nouvelles solutions à un large éventail de problèmes sociaux - même si nous devons rappeler aux politiciens que la culture ne peut pas être traitée comme un supermarché de réponses faciles » (Laaksonen, 2010). « La culture n'est pas un remède à toutes les maladies de la société » (Wieland, 2000), mais à la place des efforts d'« ingénierie sociale », « un objectif plus constructif de politique culturelle dans plusieurs pays pourrait améliorer nos moyens pour gouverner différemment et gérer les conflits ». Ceci inclut « la capacité des minorités à défendre ce qu'ils considèrent comme important et de maintenir leur identité individuelle et / ou collective au sein d'une autre culture (dominante), ainsi que la culture d'un climat propice à la création d'œuvres d'art innovantes ». Si ces deux objectifs sont très controversés dans la pratique, la recherche en politique culturelle « devrait (...) tenter d'offrir des alternatives aux diktats des politiques quotidiennes, des bureaucraties et des corporations multinationales, en travaillant de concert avec, par exemple, les artistes les administrations culturelles pour atteindre des résultats plus concrets, l'encouragement pour une plus grande diversité et la reconnaissance d'un spectre plus nuancé de réponses esthétiques et émotionnelles » (Ibid.).

L'utilité des études sur la participation à informer les politiques culturelles est limitée par un certain nombre de problèmes pratiques. Un fossé existe entre les chercheurs et les décideurs politiques, ces derniers n'étant pas toujours en mesure ou désireux d'interpréter les résultats donnés et à les traduire en action concrète, tandis que les premiers peuvent avoir de la difficulté à trouver un équilibre entre débats théoriques et suggestions pour l'élaboration de politiques pratiques. Les données sont susceptibles d'être sous-utilisées, et si les utilisateurs finaux des statistiques (au sein des institutions gouvernementales ou autres appropriées) ne sont pas correctement formés, ils pourraient ne pas être en mesure d'évaluer la qualité de ces données. Les préoccupations sont également exprimées au sujet du manque de coordination des collectes de données existantes au niveau national, avec des responsabilités réparties entre les différentes organisations gouvernementales et externes. Enfin, si une étude sur la participation vise vraiment à répondre aux préoccupations politiques, sa conception doit se concentrer sur des variables telles que celles que les institutions ou les politiques peuvent réellement changer.

Les enquêtes sur la participation culturelle peuvent fournir des informations utiles pour tester et de (re)définir les politiques culturelles, à condition qu'elles soient conçues d'une manière qui permet de recueillir des renseignements sur les problèmes et domaines sur lesquels les décideurs peuvent réellement avoir un impact. D'autre part, l'élaboration des politiques des institutions qui commissionnent une recherche devrait énoncer clairement leurs objectifs, être intéressé par les essais et la planification des politiques, et être capable de lire et d'interpréter les informations récupérées par l'enquête. Comme l'a observé Schuster (2007), d'énormes investissements dans les enquêtes de participation culturelle peuvent produire des résultats peu attrayants pour les organismes culturels qui voient leur mission au sens strict de soutien aux arts et à la culture, même si la recherche, l'analyse et la compréhension peuvent aussi constituer des formes plutôt positives de soutien à la culture. Comprendre les changements devrait être une priorité pour tous ceux qui soutiennent les arts et la culture. La recherche et l'analyse devraient être prioritaires dans le soutien des institutions publiques.

Pour résumer, les enquêtes conçues pour mesurer la participation culturelle peuvent fournir une multitude d'informations riches liées à différents domaines politiques – y compris l'éducation, l'information, les questions sociales et la santé, ainsi que la culture elle-même. Par exemple, il est prouvé que la participation à des classes artistiques à l'école peut être l'indicateur le plus significatif de la participation artistique dans la vie future (Rabkin et Hedberg, 2011), ainsi que la participation aux arts via les médias (NEAC, 2011). Les institutions publiques ont une responsabilité claire dans les programmes d'éducation artistique dans les écoles. Les enquêtes sur l'emploi du temps montrent que l'utilisation du temps libre, y compris la participation culturelle, présente une dimension de genre. Les hommes et les femmes possèdent des quantités différentes de temps libre (c'est-à-dire tout le temps qui reste quand le sommeil, les repas et autres soins personnels, le travail rémunéré et domestique, et les déplacements quotidiens sont pris en compte) (Eurostat, 2004 ; NBS, 2008). Il existe des preuves (Eurostat, 2008) que cela est lié au déséquilibre dans la répartition des tâches domestiques et les difficultés pour les femmes de concilier travail et tâches domestiques, un problème auquel les politiques culturelles peuvent et devraient s'attaquer. Enfin, la situation géographique est un autre problème important. Les enquêtes montrent généralement un plus faible taux de participation culturelle chez les personnes vivant dans les zones rurales, ce qui peut être à cause de manque de prestations ou d'opportunités culturelles, et à ce titre faire l'objet de politiques précises.

Une utilisation intelligente des statistiques sur la participation culturelle peut fournir du matériel pour soutenir une approche intersectorielle aux niveaux national et international. Cela nécessite une volonté politique claire et un effort d'harmonisation des différents agendas, rôles, objectifs et compétences.

4.2 Comment obtenir une bonne enquête sur la participation culturelle ?

Dans l'ensemble, il faut dire qu'une bonne enquête sur la participation culturelle nécessite plus d'attention, de la conception initiale jusqu'à la publication des résultats d'analyses, qu'une enquête auprès des ménages régulière. C'est parce que nous sommes tous prisonniers de notre passé culturel et qu'il est extrêmement difficile de sortir de ce cadre pour voir où nos hypothèses ne se vérifient pas dans d'autres sociétés (nationales ou sous-nationales).

Ce manuel s'attache plus au recueil de données qu'à leur analyse, mais comme le proverbe statistique « rebus à l'entrée = rebus à la sortie » l'indique, la qualité de la conception d'une enquête est un prérequis pour obtenir des données de qualité. Cela signifie que, comme souligné ci-dessus, un échantillonnage soigneux est nécessaire pour traiter les différents groupes minoritaires, la structure des ménages, etc. Cela signifie formuler de bonnes définitions et améliorer la conception du questionnaire afin que les deux soient compréhensibles par les répondants d'une grande variété de milieux différents, par exemple les populations autochtones et les migrants récents.

Par-dessus tout, la consultation et l'appropriation des enquêtes par différents groupes culturels sont essentielles pour que les résultats soient utiles et instructifs. Au lieu d'utiliser un modèle standard de la participation à des événements officiels, les agences devraient regarder à travers quelques-unes des questions plus détaillées figurant dans les enquêtes citées dans ce manuel. Les exemples incluent les cérémonies de passage à la majorité en Ouganda, les visites aux archives des Maoris et les visites à divers festivals traditionnels au Mexique. Ce sont les types d'activités qui se rapprochent le plus de la description des identités culturelles des participants concernés, et c'est sans doute à travers les modèles de participation qui leur sont associés (par exemple l'âge, le sexe, la langue, la fréquence et le lieu) que les gouvernements et les organismes culturels seront plus près de la compréhension de leurs clients et des intérêts et aspirations de leurs citoyens.

4.3 Remarques en guise de conclusion

Les chapitres précédents ont souligné que la participation culturelle est un cas particulier du capital social plus efficacement résumé par l'affirmation de Fintan O'Toole selon laquelle « l'exclusion de la culture est (...) l'exclusion de toute participation à ce que signifie être humain » (O'Toole, 2006). La participation est perçue comme un genre de compétence et de comportement de base dans la confrontation au choix, la prise en compte d'une chose en terme critique et la décision d'y prendre part ou non, selon une situation spécifique. La participation comme un ensemble peut s'étendre à la vie civile, aux questions politiques, aux activités culturelles, aux cérémonies religieuses, aux sports et aux loisirs, aux services volontaires, etc. En même temps, la participation culturelle peut être considérée comme un élément spécifique de cette « capacité globale de participation » et un moyen de renforcer cette attitude de base, en renforçant l'estime de soi, ce qui permet la compréhension de la diversité, en encourageant la curiosité, « l'ouverture » pour permettre la comparaison de soi avec les autres, surmonter le stress de faire face à l'imprévu et à la diversité, et en minimisant notre propre fardeau d'inquiétude et de préoccupation en ce qui concerne les groupes sociaux.

Un cercle vertueux interactif émerge : la participation culturelle exige des compétences générales et de base de participation et, dans le même temps, elle est capable de rétroaction sur les compétences d'autonomisation, de développement et de les cultiver dans un processus organique.

Ces effets de débordement multiformes sont une des raisons pour lesquelles il est si important d'examiner et de mesurer la participation culturelle. En dehors d'être essentielle pour les pratiques culturelles, son impact transcende le domaine culturel et implique fortement les liens et les relations avec la société sur une base locale. Considérer les effets de la participation culturelle ne signifie pas sous-évaluer le rôle clé des organisations sociales qui coopèrent de façon décisive à la construction et à l'habilitation de ces compétences, englobant la famille, l'école, les institutions civiques et autres, mais suffit à attirer l'attention à son réseau de liens avec des domaines étroitement liés à la vie civile et sociale.

Dans ce sens et dans les conditions spécifiques dépendant du contexte territorial, la participation culturelle peut être considérée comme une composante indissociable de la production et du maintien du capital culturel et social. En allant plus loin dans cette signification originale et primaire, la participation culturelle a à voir avec un état social / environnemental inclusif – où le sens de l'engagement sous-entend que toute relation, mécanique, linéaire, instrumentale ou prédictive, entre la participation culturelle et l'inclusion sociale est inappropriée pour mettre en évidence ces échanges et ces effets spécifiques. Ces impacts sont extrêmement complexes, remplis de rétroactions et d'interactions, se déroulent sur une longue période en fonction des conditions locales et sociales spécifiques et hors de portée de tout programme prévisible.

La participation culturelle demeure une question cruciale dans le domaine de la culture, bien que son importance ait des répercussions dans d'autres aspects sociaux, économiques et culturels. La prise en compte de ces interactions donne une meilleure compréhension de la signification de la participation culturelle dans des contextes différents, et elle ne devrait pas encourager une attitude purement instrumentale. En même temps, il convient de souligner que le sens de la participation culturelle ne se limite pas aux impacts et aux réverbérations sur les autres aspects de la vie civile.

Les chapitres précédents ont établi un lien entre la participation culturelle et la société locale avec ses conditions, opportunités et contraintes spécifiques à n'importe quelle région ou territoire. Les interrelations entre la participation culturelle, la participation dans son ensemble, l'inclusion sociale et la société civile ne peuvent pas être correctement décrites dans un modèle « standard »

simplifié. Le sens même de la participation culturelle, les activités et les phénomènes englobés dans cette définition, diffère selon les pays et rend nécessaire de faire la liste de tout ce que renferme la « boîte » de la participation culturelle au cas par cas. En d'autres mots, il est hautement souhaitable que toute tentative de mesure de la participation culturelle soit le miroir de la diversité culturelle réelle des différents pays et différents territoires, en adoptant les objectifs et les outils appropriés pour analyser et interpréter les phénomènes locaux en profondeur, et donc être en mesure de suggérer les politiques appropriées.

Cependant, un compromis clair émerge entre la nécessité de comparer les données, les informations, les outils de recherche et la capacité d'interpréter la société locale et d'offrir une vision claire et une compréhension approfondie d'une situation spécifique. Même les meilleurs et les plus raffinés des outils analytiques, validés après des débats académiques et dont les tests ont produit de bons résultats dans différents pays, peuvent receler des problèmes majeurs susceptibles d'apparaître s'ils étaient adoptés dans un autre contexte ou territoire culturel, après une simple traduction et adaptation des questions et des informations. Le danger n'est pas seulement de perdre de leur efficacité, mais - peut-être pire - d'occulter des phénomènes spécifiques, des contraintes locales ou des comportements anthropologiques qu'un ensemble d'outils scientifiques importés d'un autre contexte culturel ne seraient pas en mesure de détecter ou de comprendre.

Comblé ce fossé est au-delà de nos capacités. Néanmoins, ce qui est possible c'est le gérer avec efficacité et sensibilité. La comparaison est une question cruciale et donne certainement une valeur ajoutée à toute enquête : elle permet aux chercheurs et aux décideurs de comprendre la position et le classement, offre des références comparatives et souligne les différences et les distances par rapport aux autres pays ou territoires cibles. Une préoccupation majeure dans la conception de toute enquête sur la participation culturelle est de traiter les comparaisons : Quelle information est-il utile de comparer ? Quelles sont les comparaisons encore possibles ? Dans quels cas une même question sera comprise avec la même signification, et dans quel autre la même question apparente se référera à différents « états de sens » (Hannerz, 1996).

Dans de nombreux cas, lorsque les différences culturelles sont profondes et nombreuses, la comparaison consistera à tracer la frontière qui relie des mondes différents et structurer les outils et les méthodes de comparaison. Cependant, dans le même temps il est essentiel de choisir les outils scientifiques appropriés à la situation locale afin de détecter et de décrire les phénomènes locaux qui peuvent enrichir les politiques futures. Il est important d'ajouter qu'il est inutile de construire une barrière infranchissable entre les données comparables, les informations et les tendances locales ou les phénomènes qui peuvent être englobés strictement et restreints à leurs contextes locaux. Ce qui est hors de portée d'une comparaison valable, scientifique et mathématique, peut néanmoins être évalué en termes qualitatifs, ou simplement décrit pour de plus amples et futurs éclaircissements et interprétations. La littérature scientifique n'échange pas seulement des données comparables mais aussi des méthodes d'analyse, des enquêtes spécifiques à un problème particulier.

En d'autres termes en parlant de participation culturelle, il faut encourager, et favoriser un riche échange scientifique international ne se limitant pas à la comparaison des données, mais permettant une évaluation transversale des différentes enquêtes, méthodes et résultats, et prenant toujours les conditions spécifiques en compte. La compréhension approfondie de la façon dont la participation culturelle se déroule dans différentes situations culturelles est le véritable objectif qui peut inspirer les chercheurs et les décideurs, ce qui peut être achevé grâce à un travail acharné combinant des méthodes quantitatives et qualitatives, la comparaison des données et l'évaluation des contextes différents, et la réflexion sur les contraintes et sur les stratégies pour les surmonter dans différentes situations. Il est vrai, comme Pronovost (2002) le soutient, qu'il est presque

impossible d'explorer, à travers des enquêtes de participation seules, la relation entre les pratiques culturelles et les autres domaines d'analyse, comme le travail, la famille, les habitudes de loisirs, etc., car un cadre pour l'analyse fait souvent défaut. Ce besoin peut être satisfait en intégrant d'autres types d'analyse, telles que les enquêtes sur l'emploi du temps, car il est nécessaire de concevoir avec une grande précision tous les liens vers un contexte plus large et les stratégies tenant compte de la relation entre le domaine culturel et la société locale. En effet, comme Laaksonen (2010) le stipule « comprendre l'accès et la participation dans un contexte plus large nous permet également de connecter la culture avec d'autres droits tels que l'accès à l'information, les libertés d'opinion et d'expression, à l'éducation, à l'autodétermination et d'association".

Il ne fait aucun doute qu'un second compromis émerge ici. D'un côté, la nécessité d'une définition claire des domaines de recherche et de toutes les connexions avec les études internationales. De l'autre nous trouvons l'immersion dans le contexte local et la compréhension des liens structurels entre les comportements sociaux, les contraintes et les possibilités économiques, les questions de genre et de diversité, de hiérarchies - en d'autres termes, la situation spécifique qui donne une signification particulière à une éventuelle enquête. Encore une fois, c'est aux chercheurs de trouver une façon acceptable de gérer ce compromis : tous les domaines de recherche ont tendance à dépasser les ressources humaines disponibles.

Cette complexité, et les efforts pour la représenter scientifiquement d'une manière appropriée, comme décrit dans ce manuel, doit aussi être constamment soulignée, en raison d'un aspect essentiel et bien connu : l'évaluation de la participation culturelle est étroitement liée aux politiques visant à réduire les inégalités sociales, économiques, culturelles entre les sexes, et les autres fractures sociales. Les découvertes scientifiques doivent donc être décrites, organisées, présentées et diffusées de la façon la meilleure et la plus large possible afin d'encourager des politiques efficaces. Voici une autre raison pour laquelle la comparaison est tellement importante, mais nécessite une connaissance approfondie des conditions locales et du contexte. Toute politique doit identifier les objectifs, mais aussi les stratégies pour les mettre en œuvre et prévoir les réactions probables aux innovations dans des contextes particuliers. Les mesures et actions peuvent affecter différents domaines en dehors du champ culturel, comme Schuster (2007) le fait remarquer, les questions telles que la compréhension de la corrélation entre la participation culturelle pendant l'enfance et dans la vie adulte pourrait suggérer des domaines d'intervention qui ne seraient probablement pas du ressort des institutions culturelles mais plutôt d'autres domaines politiques (le même raisonnement s'applique lors du réexamen de la notion de capital social qui est jusqu'à présent compris comme un effet d'entraînement sur les nouveaux médias).

Pour ces raisons, il est fortement recommandé que dans toutes les enquêtes sur la participation culturelle soient intégrées l'analyse de la non-audience et de toutes les personnes exclues (ou qui s'excluent elles-mêmes) des activités de participation. Connaître les motivations, les obstacles et les contraintes en matière de participation culturelle est aussi vital pour une politique efficace que connaître le taux de participation et les façons dont les pratiques culturelles se produisent. Nous osons penser que, dans certains cas, il peut même être plus important d'avoir une compréhension profonde des obstacles et des conditions qui entravent la participation culturelle - et la participation dans son ensemble - afin de pouvoir imaginer des solutions éventuelles.

Mais l'analyse des aspects cachés affectant la participation pourrait aussi faire une autre contribution importante aux niveaux international et mondial. En plus d'un manuel sur la mesure de la participation culturelle, un recueil - si ce n'est pas exactement un manuel - des obstacles et contraintes à la participation culturelle, clairement liées à leurs contextes originels et à leurs paramètres sociaux, économiques et culturels, pourrait représenter une ressource très intéressante et stimulante pour les chercheurs et les décideurs pour réfléchir et approfondir leurs

façons de concevoir des politiques innovantes. Les multiples raisons de ne pas prendre part à des activités culturelles et la longue liste des contraintes enregistrées dans les cultures et les pays éloignés, les similitudes et les différences dans les divisions, les formes, les nuances et les effets des problèmes similaires dans différents territoires, tous ces éléments peuvent jouer un stimulant rôle dans l'approfondissement (dans une perspective clairement orientée vers les politiques) de la diversité des raisons et motivations d'un phénomène qui touche la majorité de la population dans la plupart des pays.

Au-delà de la simple comparaison des ensembles de données et des informations, il devrait être possible de mettre en place les conditions adéquates pour partager une critique plus large et plus nuancée des problèmes, des contraintes et des facteurs influant sur la vie culturelle dans les différents pays à travers le monde.

Références

Dernière consultation des liens : 5 septembre 2011

Allaire, B. (2002). « Résumé de la session : Consommation et pratiques culturelles : perspectives nationale et internationale ». Dans: *Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles*, 21-23 octobre 2002. Montréal: ISU.

Allin, P. (2000). « The Development of Comparable European Cultural Statistics ». *Cultural Trends*, Vol. 37, pp. 66-75.

Australian Bureau of Statistics (ABS) (2010). « Vital Signs ». *Cultural Indicators for Australia*. Canberra : ACT, Cultural Ministers Council. Consulté à : <http://www.cmc.gov.au/sites/www.cmc.gov.au/files/vitalsigns.pdf>

Australia Council for the Arts (2010). Connecting:// arts audiences online. Sydney, Australie. Consulté à : http://connectarts.australiacouncil.gov.au/wp-content/uploads/2011/06/Connecting_arts-audiences-online1.pdf

Australian Expert Group in Industry Studies of the University of Western Sydney (2004). « Social Impacts of Participation in the Arts and Cultural Activities ». Stage Two Report: Evidence, Issues and Recommendations. Canberra ; ACT, Department of Communications, Technology and the Arts. Consulté à : http://www.arts.tas.gov.au/_data/assets/pdf_file/0020/23627/Social_Impacts_of_the_Arts.pdf

Bacon, N., M. Brophy, N. Mguni, G. Mulgan et A. Shandro (2010). « The state of happiness: Can public policy shape people's wellbeing and resilience? ». London : The Young Foundation. Consulté à : http://www.youngfoundation.org/files/images/wellbeing_happiness_Final_2_.pdf

Bailey C., S. Miles et P. Stark (2004). « Culture-led Urban Regeneration and the Revitalisation of Identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England ». *International Journal of Cultural Policy*, Vol.10, No.1, pp.47-65.

Bauwens, M. (2009). « Class and capital in peer production ». *Capital & Class* 33(1), pp. 121-141.

Bennett, T. (2001). « Differing Diversities ». Transversal Study on the Theme of Cultural Policy and Cultural Diversity. Strasbourg : Éditions du Conseil de l'Europe. Consulté à : http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/completed/diversity/EN_Diversity_Bennett.pdf

Bernard, A. (2002). Résumé de la session : Produits culturels : définition, classification et échange international. Dans: *Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles*, Montréal, 21-23 Octobre 2002. Montréal: ISU.

Bonet i Agustí, L. (2004). Reflexiones a Propósito de Indicadores y Estadísticas Culturales . *Gestión Cultural* N°7: Indicadores y Estadísticas Culturales. Consulté à : <http://www.gestioncultural.org/boletin/pdf/Indicadores/LBonet-Indicadores.pdf><http://www.gestioncultural.org/boletin/pdf/Indicadores/LBonet-Indicadores.pdf>

Bradshaw, T. et O. Mosier (1999). « Public participation in the Arts in the United States ». Summary of the National Endowment for the Arts 1997 survey, *Cultural Trends* 9, pp. 35-104.

Brook, O. (2011). International comparisons of public engagement in culture and sport. London: DCMS.

Brown, A. S. (2004). The Values Study: Rediscovering the Meaning and Value of Arts Participation. Hartford, CT, Connecticut Commission on Culture and Tourism. Consulté à : <http://www.wolfbrTown.com/images/articles/ValuesStudyReportComplete.pdf>

Bruns, A. (2007). « Prodsusage: Towards a Broader Framework for User-Le Content Creation ». Dans : *Proceedings Creativity & Cognition 6*, Washington, DC. Consulté à : <http://eprints.qut.edu.au/6623/1/6623.pdf>

- Chapman, A. (2000). Indicators and Standards for Monitoring Economic, Social and Cultural Rights. Second Global Forum on Human Development, Brazil, 9-10 October 2000. UNDP: New York. Consulté à : http://hdr.undp.org/docs/events/global_forum/2000/chapman.pdf.
- Clifford W.C. et C. Rixford (1998). Lessons Learned from the History of Social Indicators. San Francisco, CA: Redefining Progress.
- Commission européenne (2010). Europe 2020. Une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive. Luxembourg : Commission européenne. Consulté à : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:FR:PDF>
- Commission européenne (2005). Programme d'action communautaire de lutte contre l'exclusion sociale. Le rôle de la culture dans la prévention et la réduction de la pauvreté et de l'exclusion sociale. Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes. Consulté à : http://ec.europa.eu/employment_social/social_inclusion/docs/studyculture_leaflet_fr.pdf
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011). Hacia una cuenta satélite de la cultura. Datos económicos sobre el desarrollo cultural en Chile. Departamento de Estudios. Sección de Observatorio Cultural. Valparaiso: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Consulté à : <http://www.cnca.cl/portal/galeria/text/text3835.pdf>
- Cuypers, K. et al. (2011). Patterns of receptive and creative cultural activities and their association with perceived health, anxiety, depression and satisfaction with life among adults: The HUNT study, Norway. Journal of Epidemiology and Community Health, DOI: 10.1136/jech.2010.113571. Consulté à : <http://jech.bmj.com/content/early/2011/05/04/jech.2010.113571>
- Delaney, L. et E. Keane (2006). *Cultural Participation, Social Capital and Civil Renewal in the United Kingdom: Statistical Evidence from National and International Survey Data*. London : Institute for Public Policy Research (ippr). Consulté à : <http://www.ippr.org.uk/uploadedFiles/research/projects/Democracy/cultural%20participation%20social%20capital%20etc.pdf>
- Department of Culture Media and Sport, Royaume-Uni (DCMS) (1997). *Our Creative Future*. London: DCMS.
- Descola, P. (2006). Par-delà nature et culture. Paris: Gallimard.
- Diener, E. (2009). The Science of Well-Being: the Collected Works of Ed Diener. Social Indicators Research Series Vol. 37. London: Springer.
- Diniz, S., et A. Machado (2011). Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil, Journal of Cultural Economics 35.1, pp.1-18. London: Springer.
- Easterlin, R. A. (2003). Explaining Happiness. Los Angeles: University of Southern California. Consulté à : <http://www.pnas.org/content/100/19/11176.full.pdf+html>
- ESSnet Project (2011). ESSnet Culture Final Report. Luxembourg: Eurostat.
- Eurostat (2000). Cultural Statistics in the EU. Final Report of the LEG. Eurostat Working Papers Population and Social Conditions 3/2000/E/No.I. Luxembourg: Commission européenne. Consulté à : <http://www.culturenet.hr/UserDocImages/korisno%20-%20statistika/Cultural-statistics-in-the-EU.pdf>
- Eurostat (2004). How Europeans Spend Their Time. Everyday Life of Women and Men. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Consulté à : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-58-04-998/EN/KS-58-04-998-EN.PDF
- Eurostat (2008). La vie des femmes et des hommes en Europe : Un portrait statistique. Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes. Consulté à : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-80-07-135/FR/KS-80-07-135-FR.PDF

Évrard, Y. (2002). Comprendre le comportement de consommation culturelle. Dans : UNESCO. Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles, Montréal, 21-23 Octobre 2002.

Fundación Germán Sánchez Ruipérez (2011). Ebook 55+. Los lectores mayores de 55 años y los libros electrónicos. Consulté à : http://www.territorioebook.com/recursos/vozelectores/55/Informe_lectores_+55.pdf

Genov, N. (2004). Advances in Sociological Knowledge over Half a Century. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Glorieux, I. et J. Minnen (2009). How many days? A comparison of the quality of time-use data from 2-day and 7-day diaries. *Electronic International Journal of Time Use Research*, Vol. 6, No. 2, pp. 314-327. Consulté à : <http://www.ejitur.org/pdf/volumes/6-2-glorieux-how-many-days.pdf>

Hagg, G. (2006). Arts, culture and food security in Southern Africa. (Commissioned by the South African Department of Arts and Culture). Pretoria : HSRC. Consulté à : http://www.hsrc.ac.za/Research_Publication-19531.phtml

Hannerz, U. (1996). *Transnational connections: culture, people, places*. London: Routledge.

Home Affairs Bureau, the Hong Kong Special Administrative Region Government (2005). A study on creativity index. Hong Kong: the Bureau. Consulté à : <http://www.uis.UNESCO.org/culture/Documents/Hui.pdf>

Holden, J. (2006). Cultural Value and the Crisis of Legitimacy. Why culture needs a democratic mandate. London : Demos. Consulté à : <http://www.demos.co.uk/files/Culturalvalueweb.pdf?1240939425>

Holden, J. (2008). Democratic culture. Opening up the arts to everyone. London : Demos. Consulté à : http://www.demos.co.uk/files/Democratic_Culture.pdf?1240939425

International Constitutional Law (ICL) (1992) Spain Constitution (English translation by Benito Aláez Corral). Consulté à : http://www.servat.unibe.ch/icl/sp00000_.html

International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA) (2005). Statistical Indicators for Arts Policy. Sidney: IFACCA. Consulté à : <http://www.ifacca.org/media/files/statisticalindicatorsforartspolicy.pdf>

International Intelligence on Culture (2005). Hong Kong Arts & Cultural Indicators. Final report. October 2005. Hong Kong: Hong Kong Arts Development Council. Consulté à : http://www.hkadc.org.hk/rs/File/info_centre/reports/200510_hkartnculture_report.pdf

Ivey, B. (2009). "Expressive Life and the Public Interest". In: *Expressive Lives*. London, Demos. pp. 23-3.

Jackson, M. R., F. Kabwasa-Green et J. Herranz (2006). Cultural vitality in communities: interpretation and indicators. Washington D.C.: The Urban Institute. Consulté à : http://www.urban.org/uploadedpdf/311392_Cultural_Vitality.pdf

Jauss, H. R. (1982). *Toward an Aesthetic of Reception*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Jones, S. (2009). *Expressive Lives*. London: Demos. Consulté à : http://www.demos.co.uk/files/ExpressiveLives_web_ii.pdf?1246871840

KEA European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Bruxelles : KEA European Affairs. Consulté à : <http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf>

Keaney, E. (2008). Understanding Arts Audiences: Existing Data and What It Tells Us. *Cultural Trends*, Vol. 17, No. 2, pp. 97-113. Consulté à : <http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all~content=a795305416~frm=titlelink>

Khan, N. (2002). *The Shared Space: Cultural Diversity and the Public Domain*. London : Arts Council of England. Consulté à : http://www.artscouncil.org.uk/publication_archive/the-shared-space-cultural-diversity-and-the-public-domain/

Kreidler, J. et P.J. Trounstein (2005). Creative Community Index: Measuring Progress Toward A Vibrant Silicon Valley. San José, CA : Cultural Initiatives Silicon Valley. Consulté à : www.ci-sv.org/pdf/Index-2005.pdf

La Rue, F. (2011). Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. Human Rights Council, Seventeenth session, Agenda item 3, Promotion and protection of all human rights, civil, political, economic, social and cultural rights, including the right to development. 16 May 2011. Consulté à : <http://www.scribd.com/doc/56634085/Report-of-the-Special-Rapporteur-on-the-promotion-and-protection-of-the-right-to-freedom-of-opinion-and-expression-Frank-La-Rue>

Laaksonen, A. (2005). Measuring Cultural Exclusion through Participation in Cultural Life. Paper presented at the Third Global Forum on Human Development: Defining and Measuring Cultural Exclusion, 17-19 January, 2005, Paris : Interarts Foundation. Consulté à : http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals135.pdf

Laaksonen, A. (2010). Making Culture Accessible: Access, Participation in Cultural Life and Cultural Provision in the Context of Cultural Rights in Europe. Strasbourg : Council of Europe Publishing.

Layard, R. (2005). Happiness, Lessons from a New Science. London: Penguin.

Liikkanen, M., R. Hanifi et U. Hannula, (2006). Individual Choices, Permanency of Cultures, changes in leisure 1981-2002, Helsinki: Statistics Finland.

Madden, C. (2004). Making Cross-country Comparison of Cultural Statistics: Problems and Solutions. Sydney, NSW: Australia Council for the Arts. Consulté à : http://www.australiacouncil.gov.au/_data/assets/pdf_file/0020/32627/Making_Crosscountry_Comparisons_of_Cultural_Statistics_Problems_and_Solutions.pdf

Matarasso, F. (1997). Use or Ornament? The social impact of participation in the arts. Stroud : Comedia.

Mauss, M. (1896). Essai sur le don; forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques, L'Année Sociologique, pp. 30-186.

Mbaye, J. F. (2011). Musical entrepreneurship in Senegal: Insights from the hip hop community. Article for the European Conference on African Studies (ECAS 4) - Panel 66, Uppsala, Sweden, 15-18 June 2011. Consulté à : <http://www.nai.uu.se/ecas-4/panels/61-80/panel-66/Jenny-Mbaye-Full-paper.pdf>

McCarthy, K. F., E. Ondaatje et L. Zakaras (2001a). Guide to the Literature on Participation in the Arts. Santa Monica, CA : RAND. Consulté à : <http://www.rand.org/pubs/drafts/2006/DRU2308.pdf>

McCarthy, K. F., A. Brooks, J. Lowell et L. Zakaras (2001b). The Performing Arts in a New Era. Santa Monica, CA: RAND. Consulté à : http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monograph_reports/2007/MR1367.pdf

Mercer, C. (2002). Towards Cultural Citizenship. Tools for Cultural Policy and Development. Stockholm: Bank of Sweden Tercentenary Foundation & Gidlunds Forlag.

Merli, P. (2002). *Evaluating the Social Impact of Participation in Arts Activities*. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 8, No. 1, May 2002, pp. 107-118.

Montoro Pons, J., et M. Cuadrado-Garcia (2011). Live and pre-recorded popular music consumption, *Journal of Cultural Economics* 35.1. London: Springer, pp. 19-48.

Nations unies Droits de l'homme (1948). Déclaration universelle des droits de l'homme. New York: United Nations Department of Public Information. Consulté à : <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=frn>

National Endowment for the Arts (2011). Audience 2.0: How Technology Influences Arts Participation. Washington DC: National Endowment for the Arts. Consulté à : <http://www.nea.gov/research/new-media-report/New-Media-Report.pdf>

Noll, H. Social Indicators and Quality of Life Research: Background, Achievements and Current Trends. In: *Advances in Sociological Knowledge over Half a Century*. Genov. Nicolai Ed. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004, pp. 151-181.

Novak-Leonard, J. L. et A. S. Brown (2011). *Beyond Attendance: A Multi-Modal Understanding of Arts Participation*. Washington D.C.: National Endowment for the Arts. Consulté à : <http://www.nea.gov/research/2008-SPPA-BeyondAttendance.pdf>

O'Brien, D. (2010). *Measuring the Value of Culture: a Report to the Department for Culture Media and Sport*. London: Department for Culture, Media and Sport. Consulté à : <http://www.culture.gov.uk/images/publications/measuring-the-value-culture-report.pdf>

O'Toole, F. (2006). *Dismantling the Barriers to Participation in Cultural Life*. National Disability Authority. 5th National Research Conference. Dublin, 16th November 2006. Consulté à : [http://www.nda.ie/CntMgmtNew.nsf/dcc524b4546adb3080256c700071b049/5A19C972AF5A7B93802571E60052A06B/\\$File/3_fintan_otoole.htm](http://www.nda.ie/CntMgmtNew.nsf/dcc524b4546adb3080256c700071b049/5A19C972AF5A7B93802571E60052A06B/$File/3_fintan_otoole.htm)

Observatoire de la culture et des communications du Québec (2007). *Le système d'indicateurs de la culture et des communications au Québec. Première partie: Conceptualisation et élaboration concertée des indicateurs*. Québec : Institut de la statistique du Québec. Consulté à : http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/indicateurs_cult_partie1.pdf

Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) (2007). *Istanbul Declaration. 2nd World Forum on Measuring and Fostering the Progress of Societies*. Istanbul, 27-30 June 2007. Consulté à : <http://www.oecd.org/dataoecd/24/58/39637799.pdf>

Osservatorio Culturale del Piemonte (2010). *Youth and Cultural Consumption in Piemonte – a First Glance*. Paper for the International Conference "Culture and Future. Youth, new technologies and creativity", Torino, 10 September 2010. Consulté à : <http://younglances.blogspot.com/2010/07/osservatorio-culturale-del-piemonte.html>

Oustinoff, Michael (2012). "English won't be the Internet Lingua Franca". In *NET.LANG, towards the Multilingual cyberspace*, pp. 52-67, Paris: C&F editions.

Peterson, A. R. et R. M. Kern (1996). *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*. In: *American Sociological Review*, Vol. 61. No.5, pp. 900-907. Consulté à : http://www.pierpaologlioli.it/web/uploads/Peterson_Kern.pdf

Pronovost, Gilles (2003). *Un bilan des enquêtes de participation culturelle*. In UNESCO. Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles, Montréal, 21-23 Octobre 2002

Putnam, R. (2000). *Bowling Alone ; the collapse and revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.

Rabkin, N. et E. C. Hedberg (2011). *Arts Education in America: What the Declines Mean for Arts Participation*. Washington DC: National Endowment for the Arts. Consulté à : <http://www.nea.gov/research/2008-SPPA-ArtsLearning.pdf>

Sandell, R. (1998). "Museums as Agents of Social Inclusion". Dans: *Museum Management and Curatorship*, Vol. 17, No. 4, pp. 401-418.

Robinson, J., C. Keegan, T. Hanford et T. Triplett (1985). *Public participation in the arts: Final report on the 1982 survey*. Report prepared for the Research Division, National Endowment for the Arts. College Park, MD, Survey Research Center, University of Maryland.

Schuster, J. M. (1987). *Making Compromises to Make Comparisons in Cross National Arts Policy Research*. Dans: *Journal of Cultural Economics*, Vol. 11, No. 2, pp. 1-36.

Schuster, J. M. (2007). *Participation Studies and Cross-National Comparison: Proliferation, Prudence, and Possibility*. In: *Cultural Trends*, Vol. 16, No. 2, pp. 99-196. Consulté à : <http://dx.doi.org/10.1080/09548960701299815>

Secretariat of the Pacific Community (SPC) (2010). Human Development Programme. Valuing culture in Oceania. Methodology and indicators for valuing culture, including traditional knowledge, in Oceania. Report prepared by Synexe Consulting Limited for the Human Development Programme of the Secretariat of the Pacific Community. Noumea, New Caledonia, SPC,. Consulté à :

http://www.spc.int/hdp/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=255&Itemid=44

Sen, A. (2006). *Identities and violence: The illusion of destiny*. New York: W. W. Norton & Co.

Smith, C. (1998). *Creative Britain*. London: Faber & Faber.

Smith, C. (2003). "Valuing Culture". Speech at the Valuing Culture event, London, 17 June 2003. Accessed at: <http://www.demos.co.uk/files/File/VACUCSmith.pdf>

South Africa (1996). Constitutional Assembly. Constitution as Adopted on 8 May and Amended on 11 October 1996 by the Constitutional Assembly. Act 108 of 1996. South Africa, Republic of South Africa, Constitutional Assembly. Consulté à : <http://www.thehda.co.za/images/uploads/unpan005172.pdf>

Statistics Estonia (2004). Statistical database. CUT11: Opinions on importance of cultural activities of population aged 15-74. Consulté à : http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=CUT11&ti=OPINIONS+ON+IMPORTANCE+OF+CULTURAL+ACTIVITIES+OF+POPULATION+AGED+15-74%2C+2004&path=../Databas/Social_life/01Culture/15Participation_in_cultural_activities/&lang=1

Statistics New Zealand (2009). Culture and Identity Statistics Domain Plan Draft for Consultation. Wellington: Statistics New Zealand. Consulté à :

http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/people_and_communities/maori/review-of-culture-and-identity.aspx

Storr, A. (1972). *The Dynamics of Creation*. London: Secker & Warburg.

Thinley, L.J. (2007), "What should progress mean for human society?" In: OECD Istanbul Declaration. 2nd World Forum on Measuring and Fostering the Progress of Societies. Istanbul, 27-30 June 2007. Throsby, D. (2010). *The Economics of Cultural Policy*. New York : Cambridge University Press..

Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Morrow.

Uganda Bureau of Statistics (2010). Uganda National Household Survey 2009/2010. Socio-economic module. Abridged report. Kampala: Uganda Bureau of Statistics. Consulté à :

<http://www.ubos.org/UNHS0910/unhs200910.pdf>

UNESCO (1989). Recommandation sur la sauvegarde de la culture traditionnelle et populaire. Adoptée par la 25^e session de la Conférence Générale, Paris, 15 Novembre 1989. Paris: UNESCO. Consulté à :

http://portal.UNESCO.org/en/ev.php-URL_ID=13141&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO (2001). Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle. Adoptée par la 31^e session de la Conférence Générale de l'UNESCO, Paris, 2 novembre 2001. Paris : UNESCO. Consulté à :

<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0012/001271/127160m.pdf>

UNESCO Bangkok (2008). Impact; cultural tourism and heritage management in the World Heritage Site of the ancient town of Hoi An Viet Nam. Bangkok: UNESCO.

UNESCO-ISU (2006). Guidelines for Measuring Cultural Participation. Paper submitted by Adolfo Morrone. Montréal: Institut de Statistique de l'UNESCO. Consulté à :

<http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/culpart06.pdf> National Bureau of Statistics (NBS Chine) (2009). Time Use Patterns in China; abstract of the 2008 Time Use Survey, Beijing.

UNESCO (2008). Indicateurs de développement des médias: cadre pour l'évaluation du développement des médias. Paris: UNESCO.

UNESCO-ISU (2009). *Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles de 2009*. Montréal: Institut de statistique de l'UNESCO. Consulté à : <http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/framework-cultural-statistics-culture-2009-fre.pdf>

UNESCO Bangkok (2011). *Information Policies in Asia; development of indicators*. Bangkok: UNESCO.

Union Africaine (2008). *Plan d'action sur les industries culturelles et créatives en Afrique*. Deuxième session ordinaire de la Conférence des Ministres en charge de la Culture de l'Union Africaine, 19-23 octobre 2008, Algiers, Algérie. Consulté à : http://www.arterialnetwork.org/uploads/2011/08/Nairobi_Plan_of_Action_2008.pdf

United Nations Statistical Commission and Economic Commission for Europe (UNECE) (2000). *Terminology on Statistical Metadata*. Geneva: United Nations. Consulté à : http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/coded_files/UNECE_TERMINOLOGY_STAT_METADATA_2000_EN.pdf

UNRISD et UNESCO (1997). *Towards a World Report on Culture and Development: Constructing Cultural Statistics and Indicators*. Report of the Workshop on Cultural Indicators of Development, Royaumont Foundation, France, 4-7 January 1996. Geneva: Unrisd and Paris: UNESCO. Consulté à : <http://unesdoc.UNESCO.org/images/0012/001241/124173eo.pdf>

Van den Broek, Andries (2008). *Correlates of Culture: The Contribution of Cultural Participation to Social Cohesion in Multi-Ethnic Holland*. Paper presented to: Arts, Cultures and the Public Sphere, Conference of the ESA Research Network for the Sociology of Culture, Venetië, 4-8 November 2008. Consulté à : http://www.google.it/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cultuurnetwerk.nl%2Fproducten_en_diensten%2Ffeerdere_evenementen%2Fpapers%2FAndriesvandenBroek-def.doc&rct=j&q=van%20de%20broek%20correlates%20of%20culture&ei=W3kUTpHIGcjs-gb70K31Dw&usq=AFQjCNFtfOqd3mBPq3Ec5xe5PZ4PMd_o1w&sig2=ITIONJ_4Ah6T8YaRkfZDNQ&cad=rja

Wiesand, A. J. (2002). "Comparative Cultural Policy Research in Europe: A Change of Paradigm". Dans : *Canadian Journal of Communication*, Vol. 27, pp. 369-378. Consulté à : <http://www.culturalpolicies.net/web/files/137/en/ccpr-wiesand.pdf>

Zentrum fur Kulturforschung ZfKf (2008). *Cultural Participation and the 50+ Generation; a new study and perspective of an international comparative research project*, Bonn: ZfK 2008.

Zongker, B. (2011). "Arts Funding Is Supporting A Wealthy, White Audience: Report". Dans : *Huff Post*, 10 October 2011. Consulté à : http://www.huffingtonpost.com/2011/10/10/arts-funding-report_n_1003065.html

Études de cas – Enquêtes sur la participation culturelle comprises dans les cartes du second chapitre

Burlita A., Witek J. *The frequency and determinants of participation in selected cultural forms. The results of research*. Department of Marketing, University of Szczecin, Poland [n.d.]. Consulté à : <http://mikro.univ.szczecin.pl/bp/pdf/44/3.pdf>

CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales*. Mexico, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2004. Consulté à : http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones_sic.php

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. *Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005*. Valparaiso, Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2007. Consulté à : http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/ENCUESTA_CULTURA_CHILE.pdf

DANE – Departamento Administrativo Nacional de Estadística. *Encuesta de Consumo Cultural 2008. Informe de Resultados*. República de Colombia, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2009. Consulté à : http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=107&Itemid=78

Dominzain, S.; Rapetti, S.; Radakovich, R. Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo informe nacional sobre consumo cultural e imaginarios. Uruguay, Observatorio Universitario de Políticas Culturales, 2009. Consulté à : <http://www.portaluruguaycultural.gub.uy/wp-content/uploads/2009/08/Imaginarios-y-Consumo-Cultural-2009.pdf>

Eurostat. Cultural Statistics. Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2011. Consulté à : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-32-10-374/EN/KS-32-10-374-EN.PDF

Fecomércio-RJ. O hábito de lazer cultural do brasileiro. São Paulo, Fecomércio RJ, 2010. Consulté à : <http://www.fecomercio-rj.org.br/publicue/media/Pesquisa%20Cultura.pdf>

Department for Culture, Media and Sports, Royaume-Uni (DCMS). Taking Part: The National Survey of Culture, Leisure and Sport. Jan-Dec 2010 Statistical Release. London, Department for Culture, Media and Sports, 2010. Consulté à : http://www.culture.gov.uk/images/research/Taking_Part_Y6_Q3_Jan-Dec10.pdf

Greater Philadelphia Cultural Alliance. CEI2010: Philadelphia Cultural Engagement Index. San Francisco, Wolfbrown, 2011. Consulté à : <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=explorer&chrome=true&srcid=0B3DgXA23lwvtMDFkOTZiMzYtN2EzYi00Y2M4LWFIMTctNzM5MTZkMTI5M2Fi&hl=en>

Hill Strategies Research Inc. Profil des activités culturelles et des visites du patrimoine des Canadiens en 2005. Canada, Conseil des arts du Canada, 2007. Consulté à : http://www.canadacouncil.ca/publications_f/recherche/publics_acces/lr128352041672320553.htm

Hong Kong Arts Development Council. Public Attitude on Art (Arts Poll 2000). Hong Kong, Arts Development Council, 2000. Consulté à : <http://www.hkadc.org.hk/en/content/web.do?id=ff80818123dbba560123dbfd53e9001b>

Istat. Spettacoli, musica e altre attività del tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie "I cittadini e il tempo libero" - Anno 2006. Roma, Istat, 2008. Consulté à : http://www3.istat.it/dati/catalogo/20081031_00/inf_08_06_spettacoli_musica_tempo_libero_2006.pdf

Latinobarometro Corporation. Latinobarometro (n.d.). Consulté à : <http://www.latinobarometro.org/latino/LATDatos.jsp>

Miringoff, M.-L.; Opdycke, S. Arts, Culture and the Social Health of the Nation 2005. New York, Institute for Innovation in Social Policy, 2005. Consulté à : <http://iisp.vassar.edu/artsculture.pdf>

Michigan Department of History, Art and Libraries. Great Lakes Arts, Culture, and Heritage Participation Survey Report. Canada, Recreation Industries Research Center, Michigan State University, 2007. Consulté à : http://www.michigan.gov/documents/hal/GLACHPSurveyReport091307_211765_7.pdf

Ministère de la Culture et de la Communication – Département des études, de la prospective et des statistiques. Les pratiques culturelles des français. Questionnaire 2008. Paris, 2008. Consulté à : <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08questionnaire.pdf>

National Endowment for the Arts. 2008 Survey of Public Participation in the Arts. Washington, DC, National Endowment for the Arts, 2009. Consulté à : <http://www.nea.gov/research/2008-SPPA.pdf>

National Statistics Office Malta (2012). Cultural Participation Survey 2011. Accessed at: www.nso.gov.mt/statdoc/document_file.aspx?id=3231.

National Arts Council. Population Survey on the Arts 2009. Singapore, National Arts Council, 2009. Consulté à : http://www.nac.gov.sg/static/doc/population_survey_of_the_arts_2009.pdf

Ogrodnik, L. Tendances en matière de consommation et de participation dans le secteur culturel. Ottawa, Ontario, Statistique Canada, 2000. Consulté à : http://www.canadacouncil.ca/NR/rdonlyres/115D52A2-C7FE-4109-9E11-85E77D7E8694/0/cult_consumptf.pdf

Ostrower, F. The diversity of Cultural Participation: Findings of a National Survey. Washington, DC, The Urban Institute, 2005. Consulté à : http://www.urban.org/UploadedPDF/311251_cultural_participation.pdf

Penn, Schoen & Berland Associates Inc. Culture and the Arts Survey: analysis of the Philadelphia respondents. Philadelphia, Winning Knowledge, 2007. Consulté à : <http://www.authorstream.com/Presentation/andersonad-240448-culture-arts-survey-cultural-engagement-participation-philadelphia-philaculture-antenna-audio-slides-1-news-reports-ppt-powerpoint/>

Rey, G., Rincón, O., Medina, E. and Faciolince, H. A Culturas simultáneas. Lecturas de la Encuesta Nacional de Cultura de Colombia 2002 coordonné par Rafael Gutiérrez Giraldo. Colombia, Ministerio de Cultura, 2002. Consulté à : http://www.sic.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=33

Statistical Research and Training Institute. Japan Statistical Yearbook 2011. First Editorial Section, Statistical Library, Statistical Research and Training Institute, Ministry of Internal Affairs and Communications, 2010. Consulté à : <http://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/index.htm>

Statistics New Zealand. Cultural experiences survey 2002 (questionnaire). Consulté à : [http://www2.stats.govt.nz/domino/external/quest/sddquest.nsf/12df43879eb9b25e4c256809001ee0fe/278425242eaceebacc256b61000d11a6/\\$FILE/Final.PDF](http://www2.stats.govt.nz/domino/external/quest/sddquest.nsf/12df43879eb9b25e4c256809001ee0fe/278425242eaceebacc256b61000d11a6/$FILE/Final.PDF)

Survey Research Center, Hong Kong University of Science and Technology, Department of Sociology, Renmin University of China. General Social Survey of China (2003 Urban Questionnaire). Consulté à : http://www.ust.hk/~websosc/survey/Questionnaire03_E.pdf

Uganda Bureau of Statistics. Uganda National Household Survey 2009/2010. Questionnaire. Kampala, Uganda Bureau of Statistics, 2010. Consulté à : <http://www.ubos.org/UNHS0910/Appendix%20III-%20Questionnaire.pdf>

Universidad Católica Andrés Bello. Consumo Cultural 2010. Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, 2010. Consulté à : <http://www.gumilla.org/?p=article&id=12693773127658&entid=article>

Liens compris dans le manuel

Ericarts Institute, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe: <http://www.culturalpolicies.net/web/sweden.php?aid=23>

OCDE Glossaire des termes statistiques: <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=532>

Division statistique des Nations Unies (UNSD) – Classification ICATUS : <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcs.asp?Cl=231&Lg=1&Co=14>

Images: Sources

Page 20: Novak-Leonard, J. L.; Brown, A. S. Beyond Attendance: A Multi-Modal Understanding of Arts Participation, p. 27.

Page 21: Brown, A. S. The Values Study: Rediscovering the Meaning and Value of Arts Participation, p. 15.

ANNEXE I

Études de cas internationales portant sur les enquêtes en matière de participation culturelle

Les enquêtes sont classées par date (à partir de 2000) puis par pays en ordre alphabétique¹⁴. La date se réfère à l'année de l'enquête et non pas à l'année de publication des résultats. Les enquêtes régulières sont généralement décrites ensembles. Les rapports décrivant des enquêtes sur plusieurs années sont classés selon la dernière année d'enquête. Lorsque deux enquêtes ont été effectuées à plusieurs années d'intervalle et sont suffisamment distinctes, elles sont décrites séparément (par exemple la Colombie 2002 et 2008).

Dernier accès aux liens : 30 août 2012, avec des ajouts en date du 22 septembre 2012

Tendances en matière de consommation et de participation dans le secteur culturel	
(Canada, 2000)	87
Public Attitude on Art (China, Hong Kong SAR, 2000).....	87
Encuesta Nacional de Cultura (Colombia, 2002)	88
Cultural Experience Survey (New Zealand, 2002)	89
General Social Survey (China, 2003).....	89
Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre (Chile, 2004-2010).....	90
Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales (Mexico, 2004).....	91
The Diversity of Cultural Participation (United States, 2004)	92
Arts, Culture and the Social Health of the Nation (United States, 2005).....	92
Profil des activités culturelles et des visites du patrimoine des Canadiens en 2005	
(Canada, 2005)	93
I cittadini e il tempo libero (Italy, 2006).....	93
Great Lakes Arts, Culture and Heritage Participation Survey Report (United States, 2006)	94
Culture and the Arts Survey, Greater Philadelphia (United States, 2007)	95
Encuesta de Consumo cultural (Colombia, 2008).....	95
Les pratiques culturelles des français (France, 2008).....	96
Survey on Time Use and Leisure Activities (Japan, 2001-2008)	97
Survey of Public Participation in the Arts (United States, 2008)	98
Population survey on the Arts (Singapore, 2002-2009)	99
Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo	
Cultural e Imaginarios (Uruguay, 2009)	100
Latinobarómetro (South America, 1995-2009)	101
Uganda National Household Survey (Uganda, 2009/2010)	101
Taking Part in the Arts (United Kingdom, 2009-2010).....	102
O hábito de lazer cultural do brasileiro (Brazil, 2010)	103
Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales (Mexico, 2010).....	104
CEI2010: Philadelphia Cultural Engagement Index (United States, 2010)	105
Consumo Cultural 2010 (Venezuela, 2010)	106
Cultural Statistics Eurostat 2011 (Europe, 2011)	107
Cultural Participation Survey 2011 (Malta, 2012).....	108
The Frequency and determinants of participation in selected cultural forms (Poland).....	108

¹⁴ En anglais.

Tendances en matière de consommation et de participation dans le secteur culturel 2000 (Canada, 2000)	
Année	2000
Commandée par	Statistique Canada
Auteur/s	Lucie Ogrodnik
Méthodologie	Dans le cadre d'un supplément sur la culture de l'Enquête sociale générale (ESG), Statistique Canada a posé à environ 10 000 Canadiens (âgés de 15 ans et plus) des questions sur l'ampleur et la nature de leur participation à des activités et événements culturels au cours des douze mois précédents. L'ESG mène des enquêtes téléphoniques dans les dix provinces.
Objectifs	Le rapport contient des informations et des données pertinentes sur l'ampleur de la demande de produits et services culturels et sur les changements survenus à cet égard.
Domaines culturels/Autres sujets	L'enquête a été divisée en une série de modules examinant huit grands thèmes culturels : lecture, télévision et radio, musique, cinéma et vidéo, arts de la scène, visites d'établissements du patrimoine, arts visuels et artisanat ainsi qu'utilisation d'Internet. Pour chaque domaine, les données ainsi rassemblées sont utilisées pour fournir des informations sur les principales variables sociodémographiques susceptibles d'influencer le degré de participation, telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, le revenu du ménage, la langue maternelle, la situation professionnelle etc.
Notes	Le présent rapport permet un examen intégré et approfondi des habitudes de consommation de biens et services culturels au Canada en 1992, par rapport à 1998 basé sur les deux suppléments sur la culture de l'Enquête sociale générale. Les personnes interrogées devaient répondre à près de 50 questions portant sur leur participation à des activités et événements culturels. Les catégories « Arts de la scène » et « Patrimoine » étaient particulièrement détaillées. En outre, l'enquête de 1998 comportait de nouvelles questions sur l'utilisation d'Internet et l'accès à divers produits culturels via le Web.
URL	http://www.canadacouncil.ca/NR/rdonlyres/74E41055-65E2-4338-990D-A0462CF3583C/0/cult_consumpe.pdf

Public Attitude on Art 2000 (China, Hong Kong, Special Administrative Region, 2000)	
Année	2000
Commandée par	Hong Kong, Arts Development Council
Auteur/s	Hong Kong University Social Science Research Centre
Méthodologie	L'enquête a été effectuée par sondage téléphonique aléatoire auprès de 1 150 citoyens âgés de 14 à 64 ans.
Objectifs	Évaluer la contribution sociale de l'art. Fournir des données exactes sur l'impact des activités culturelles pour une meilleure perception de la façon dont la culture peut prendre part au développement urbain
Domaines culturels/Autres sujets	Les éléments principaux employés pour établir les variables sont : <ul style="list-style-type: none"> • Des activités artistiques se tenant dans des lieux publics • La participation à des activités artistiques comme moteur de créativité et de développement d'une réflexion indépendante • Les perceptions concernant le lien existant entre les activités culturelles et artistiques, d'une part et la compétitivité globale et l'image de la ville, d'autre part. • L'éducation artistique et culturelle à l'école • Les activités éducatives à caractère artistique Approche focalisée sur une comparaison globale concernant la participation du public à la vie artistique : une comparaison est effectuée entre les résultats obtenus et ceux de l'enquête réalisée par les Etats Unis sur la Participation du public à la vie artistique 1997, par l'Australie (1995), le Pays de Galles (1998) et la Nouvelle Zélande (1999).
Notes	Peu d'enquêtes ont été menées sur la participation du public aux activités culturelles avant Public Attitude on Art 2000. Les statistiques précédentes permettant de comparer l'évolution de la participation à la vie culturelle à Hong Kong RAS Chine provenaient de l'Enquête auprès des Ménages conduite par l'Office du recensement et des statistiques en 1993.
URL	http://www.hkadc.org.hk/en/content/web.do?id=ff80818123dbba560123dbfd53e9001b

Encuesta Nacional de Cultura 2002 (Colombia, 2002)	
Année	2002
Commandée par	Ministerio de Cultura – República de Colombia
Auteur/s	Ministerio de Cultura/Centro Nacional de Consultoría
Méthodologie	Taille de l'échantillon: 1 090 individus de 12 ans et plus sélectionnés sur l'ensemble du territoire national
Objectifs	<p>Les objectifs principaux de l'enquête sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournir des informations à l'échelon national sur la perception qu'ont les colombiens tant de la culture, des activités culturelles (y compris des activités de culture d'appartement) que des connaissances culturelles et de l'identité nationale. • Evaluer les impacts du <i>National Plan for the Development of Culture 2001-2010: towards a democratic cultural citizenship</i> mis en place par le Ministère de la Culture.
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Les domaines culturels principaux pour lesquels les données de l'enquête ont été recueillies sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le théâtre, cinéma, musées, sites du patrimoine culturel et centres culturels. • La lecture de livres, journaux, magazines et bandes dessinées • L'exposition aux médias et aux contenus audiovisuels: radio, télévision, musique enregistrée, ordinateurs, Internet • Les activités de culture d'appartement • Des événements communautaires, festivals et fêtes • La perception de la culture nationale <p>Les données recueillies sur chaque domaine fournissent des informations sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les facteurs sociodémographiques : âge, sexe, groupe socio-économique, niveau d'éducation atteint, lieu de résidence, profession • la fréquence de participation, les motivations, attitudes envers les produits et activités culturels et les raisons d'une non-participation
Notes	L'enquête a été menée uniquement en juillet 2002. Seul le questionnaire et un recueil de plusieurs essais théoriques sur les résultats de l'enquête ont été trouvés et l'absence de rapport contenant les résultats de l'enquête ne nous permet pas de donner plus d'informations sur le cadre théorique
URL	http://www.sic.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=33

Cultural Experience Survey 2002 (New Zealand, 2002)	
Année	2002
Commandée par	Ministry for Culture and Heritage
Auteurs	Statistics New Zealand
Méthodologie	Des individus de 15 ans et plus ont été interrogés sur leur expérience concernant un éventail d'activités sur une période de référence définie – 12 mois pour les biens et services relativement peu fréquents et quatre semaines pour les activités plus régulières.
Objectifs	Donner un aperçu de l'engagement des Néo-Zélandais dans des activités aussi diverses qu'écouter de la musique populaire, visiter les musées et galeries d'art, visiter les marae (lieux de rencontre Maori sacrés) et acheter des œuvres d'art et objets d'artisanat.
Domaines culturels/Autres sujets	Les types d'activités culturelles pris en compte étaient : Cinéma : aller au cinéma. Théâtre : assister à des spectacles tels que des pièces de théâtre, des œuvres dramatiques ou des mimes. Musique classique : assister à des spectacles de musique classique ou symphonique. Musique populaire : assister à des concerts de pop, rock, jazz, blues, country et western, y compris des concerts gratuits, ou dans les pubs et des festivals de musique. Arts visuels : acheter des œuvres d'art ou des produits artisanaux. Marae : assister à un marae. Taonga : assister à une manifestation ou une exposition de taonga (trésors) ancestraux Maori. Wāhi taonga : visiter un lieu Maori d'importance historique. Mātauranga Māori : apprendre à connaître l'histoire, les croyances, les coutumes et les pratiques maori. Les variables servant à expliquer si une activité culturelle était pratiquée portaient sur : l'âge, le sexe, l'appartenance ethnique, le plus haut niveau de scolarité atteint, le revenu personnel, la situation professionnelle, le lieu.
Notes	L'enquête Cultural Experiences Survey (CES) a été effectuée pendant le premier trimestre 2002. Les personnes ont été interrogées sur la fréquence à laquelle elles pratiquaient ces activités, si elles avaient rencontrés des obstacles dans la pratique des dites activités, sur le degré d'intérêt en ce qui concerne les contenus néo-zélandais et sous quelles formes elles avaient exercé ces activités comme via la radio, la télévision ou Internet.
URL	http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/people_and_communities/time_use/measure-of-culture.aspx

General Social Survey 2003 (China, 2003)	
Année	2011
Commandée par	
Auteur/s	Survey Research Center, Hong Kong University of Science and Technology Department of Sociology, Renmin University of China
Méthodologie	L'enquête couvre uniquement des zones urbaines et 5 900 citoyens ont été interrogés lors d'entrevues en tête-à-tête. Les entrevues ont été réalisées dans 559 comités de quartier et 5 894 ménages.
Objectifs	L'objectif principal de l'enquête est de rassembler des données quantitatives sur : <ul style="list-style-type: none"> • la mesure de la structure sociale, sa stabilité et ses changements ; • la mesure de la qualité de vie, à la fois objective et subjective ; et • la mesure des mécanismes sous-jacents liant la structure sociale à la qualité de vie.
Domaines culturels/Autres sujets	L'enquête a pris en compte les caractéristiques de base de la personne et du ménage interrogés ainsi qu'en 2003, la hiérarchisation sociale, la mobilité professionnelle et les réseaux sociaux. Les questions de participation à la collectivité et d'engagement civique ont été centrales à cette étude.
Notes	Cette enquête était la première d'un projet étendu sur 5 ans (2003-2007).
URL	http://www.ust.hk/~websosc/survey/GSS2003e0.html

Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre 2004-10 (Chile, 2004-2010)	
Année	2004 à 2010
Commandée par	Consejo Nacional de la cultura y las Artes
Auteur/s	Departamento de Planificación y Estudios - Unidad de Estudios y Documentación
Méthodologie	Enquête effectuée en tête à tête avec des adultes de 15 ans et plus choisis au hasard comme échantillon de ménages privés provenant des 13 régions du Chili. L'enquête a commencé en 2004 se limitant à la zone métropolitaine, puis s'est étendue à d'autres régions en 2005. Taille de l'échantillon : 1 524 (région métropolitaine) + 3 366 (12 autres régions).
Objectifs	Les objectifs principaux de l'enquête sont de : <ul style="list-style-type: none"> • fournir de façon systématique des informations précises sur les industries culturelles et autres secteurs créatifs • fournir des données fiables sur l'accès des citoyens aux services et activités culturels ainsi que des informations actualisées sur des sujets tels que les visites de lieux culturels, la lecture, l'exposition aux médias et contenus audiovisuels, les infrastructures culturelles et l'utilisation du temps • comprendre les perceptions, attitudes et préférences relatives à l'offre culturelle pour mieux cerner les principales caractéristiques du public impliqué dans ce genre d'activités. • fournir des informations utiles pour les décideurs politiques et pour l'organisation d'initiatives culturelles futures
Domaines culturels/Autres sujets	Les domaines culturels principaux pour lesquels les données de l'enquête ont été recueillies sont : <ul style="list-style-type: none"> • Le théâtre, cinéma, musées et sites du patrimoine culturel et centres culturels. • La lecture de livres, journaux, magazines et bandes dessinées • L'exposition aux médias et aux contenus audiovisuels : Radio, télévision, musique enregistrée, ordinateurs, Internet • Des activités de culture d'appartement <p>Les données recueillies pour chaque domaine fournissent des informations sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • six facteurs sociodémographiques : âge, sexe, groupe socio-économique, niveau d'éducation atteint, lieu de résidence, profession • les particularités de chacune des 13 régions • la fréquence de participation, les motivations, attitudes envers les produits et activités culturels. • la détention de moyens permettant la création de contenu culturel liée aux activités de culture d'appartement
Notes	L'enquête a été menée en 2004/2005, 2008/2009 et 2010.
URL	http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/ENCUESTA_CULTURA_CHILE.pdf

Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales (Mexico, 2004)	
Année	2004
Commandée par	CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Auteur/s	Unidad de Estudios sobre la Opinión - Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Autónoma de México
Méthodologie	Enquête effectuée en tête à tête avec des adultes de 15 ans et plus vivant dans des ménages privés dans 27 états du pays en décembre 2003. Taille de l'échantillon : 4 050.
Objectifs	<p>Les objectifs principaux de l'enquête sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournir des informations fiables et actualisées sur des sujets tels que les visites de lieux culturels, la lecture, l'exposition aux médias et contenus audiovisuels, les infrastructures culturelles et l'utilisation du temps • se faire une meilleure idée de l'opinion des citoyens mexicains sur CONACULTA, sur les infrastructures et autres institutions culturelles du pays. • Établir/définir les différences entre les différentes régions du Mexique en termes de participation, de consommation et de perception culturelles
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Les domaines culturels principaux pour lesquels les données de l'enquête ont été recueillies sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les sites culturels : musées, galeries and archives, bibliothèques, théâtres... • La lecture de livres, journaux, magazines et bandes dessinées • Les medias et contenus audiovisuels : Radio, TV, Musique enregistrée, ordinateurs, Internet • Les infrastructures culturelles <p>Les données recueillies pour chaque domaine fournissent des informations sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la fréquence de participation • des facteurs sociodémographiques : âge, sexe, groupe socio-économique, niveau d'éducation atteint, équipement culturel à domicile, lieu de résidence • la disponibilité et l'utilisation du temps libre • les perceptions et valeurs associées aux activités culturelles
Notes	<p>L'enquête a été effectuée pendant les trois premières semaines de décembre 2003 et les résultats ont été publiés en 2004. L'accent est mis sur le lien entre la participation culturelle et l'éducation.</p>

The Diversity of Cultural Participation: Findings of a National Survey 2004 (United States, 2004)	
Année	2005
Commandée par	The Wallace Foundation
Auteur/s	Urban Institute
Méthodologie	Sondage téléphonique auprès d'un échantillon aléatoire d'Américains (1 231) âgés de 18 ans et plus sur leurs modes de participation, leurs motivations et leurs expériences au cours des douze mois précédents.
Objectifs	Ce rapport avait pour objectif de combler les lacunes en termes de données qualitatives de l'enquête 'Survey of Public Participation in the Arts' réalisée par le 'National Endowment for the Arts' en rendant possible la comparaison entre les motivations et expériences liées à la participation à différents types d'évènements culturels.
Domaines culturels/Autres sujets	Ce rapport étudie uniquement la participation directe et ne prend pas en compte d'autres modes de participation tels que la production, la participation par le biais des médias ou la lecture. Des questions sur l'engagement et la participation civiques étaient également incluses.
Notes	L'étude s'est appuyée sur une enquête antérieure réalisée par le 'Urban Institute' à la demande de la 'Wallace Foundation' en 1998 portant sur la participation artistique dans cinq communautés locales. Une approche vaste et globale a été adoptée par l'enquête en question appelée "Reggae to Rachmaninoff" ; mettant en évidence les différents sites d'activités culturelles fréquentés et faisant ressortir les liens entre participation civique et culturelle. L'innovation majeure de cette étude a été de poser une série de questions sur le dernier évènement auquel les personnes interrogées ont assisté, les raisons, le lieu, avec qui ils y ont assisté et l'expérience qu'ils en ont tirée. Ces informations ont permis de mettre en relation un certain type de sites, motivations et expériences avec certaines catégories de représentations artistiques afin de déterminer ce que les individus souhaitaient retirer des évènements artistiques auxquels ils avaient assisté et comment ils les évaluaient.
URL	http://www.giarts.org/sites/default/files/Diversity-of-Cultural-Participation.pdf

Arts, Culture and the Social Health of the Nation 2005 (United States, 2005)	
Année	2005
Commandée par	Institute for Innovation in Social Policy
Auteur/s	Marque-Luisa Miringoff and Sandra Opdycke
Méthodologie	Le rapport ne fournit pas d'information quant à la méthodologie employée
Objectifs	Le but de cette enquête était d'envisager la participation artistique et culturelle comme un élément essentiel à la santé sociale de la nation pouvant être mesuré et suivi de façon systématique. Le rapport évalue le rôle joué par l'art et la culture dans la vie des gens, les bénéfices qu'ils retirent de leur participation et les obstacles entravant leur pleine participation.
Domaines culturels/Autres sujets	L'enquête portait sur 6 domaines : la musique à domicile, la lecture, les activités créatrices, le cinéma, les spectacles, les expositions artistiques et les musées. Les données recueillies dans chaque domaine ont permis de donner des informations sur la participation et l'engagement des adultes et des enfants et sur la participation par rapport aux revenus.
Notes	Il s'agit du second rapport basé sur Institute's National Social Survey, réalisé en 2002 et en 2005. Les personnes interrogées dans cette enquête étaient amenées à donner des réponses à la fois avec leurs propres mots et à de questions spécifiques sur ce qu'ils faisaient mais aussi sur ce que les expériences vécues signifiaient pour eux.
URL	http://iisp.vassar.edu/artsculture.pdf

Profil des activités culturelles et des visites du patrimoine des Canadiens en 2005 (Canada, 2005)	
Année	2007
Comandée par	Le Conseil des Arts du Canada
Auteur/s	Hill Strategies Research Inc.
Méthodologie	Le rapport résume les données sur les Canadiens de 15 ans et plus qui ont participé à des activités culturelles ou visité des sites du patrimoine au cours des 12 mois précédant l'enquête. Les données proviennent des enquêtes sociales générales de 1992, 1998 et 2005 de Statistique Canada, recueillies lors de sondages téléphoniques approfondis auprès d'environ 10 000 Canadiens de 15 ans ou plus. Le nombre de personnes interrogées sur questions culturelles était de 9 815 en 1992, 10 749 en 1998 et 9 851 en 2005.
Objectifs	L'objectif principal de l'enquête est de fournir des données sur les tendances des Canadiens en matière de consommation et d'activités culturelles en 2005. Ce rapport présente également les tendances concernant les activités culturelles ou visites de sites du patrimoine entre 1992 et 2005.
Domaines culturels/Autres sujets	Les domaines culturels principaux pour lesquels les données de l'enquête ont été recueillies sont : <ul style="list-style-type: none"> • Assister à un spectacle • Visiter une galerie d'art ou un musée • Visiter un site historique ou un autre organisme du patrimoine • Lire un livre, une revue ou un journal • Médias, multimédia et audiovisuel Les données recueillies pour chaque domaine fournissent des informations sur : <ul style="list-style-type: none"> • les facteurs sociodémographiques : âge, sexe, groupe socio-économique, niveau d'éducation atteint, lieu de résidence, profession • la fréquence de participation à ces activités.
Notes	L'enquête sociale générale de 2005 ne comportait pas de questions détaillées au sujet des types de spectacles auxquels les personnes interrogées avaient assisté, des expositions qu'elles avaient visitées ou des livres qu'elles avaient lus. Celle-ci faisait partie de la série <i>Regards statistiques sur les arts</i> , créée par Hill Stratégies en 2002, cherchant à fournir des données fiables, récentes et approfondies sur l'état des arts au Canada.
URL	http://www.canadacouncil.ca/publications_e/research/aud_access/lr128352041672320553.htm

I cittadini e il tempo libero 2006 (Italy, 2006)	
Année	2008
Comandée par	ISTAT – Istituto Nazionale di Statistica
Auteur/s	
Méthodologie	Taille de l'échantillon : 19 921 familles (un total de 50 569 personnes). Les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire envoyé par la poste.
Objectifs	Fournir des informations systématiques sur les loisirs en relation aux activités culturelles, à l'utilisation des nouveaux médias et aux activités d'apprentissage chez les adultes. Fournir des informations pertinentes sur les opinions et les comportements des citoyens par rapport au temps libre.
Domaines culturels/Autres sujets	Les activités culturelles prises en compte étaient : La lecture Les événements culturels (théâtre, musique, expositions, musées, danse) Les rapports aux médias et autres technologies (radio, télévision, vidéo, jeux vidéo, ordinateurs, Internet et téléphones portables). Ont également été pris en compte les loisirs suivants : les activités physiques et sportives, les activités d'apprentissage et de soins personnels. Certaines variables étaient conçues dans le but d'obtenir des renseignements sur la manière de percevoir le temps libre et les loisirs, également en rapport à la famille et aux amis. Les variables servaient à expliquer si une activité culturelle était pratiquée étaient les suivantes : l'âge, le sexe, le plus haut niveau de scolarité, le revenu personnel, la situation professionnelle, le lieu.
Notes	L'enquête a été réalisée tous les 5 ans à partir de 1993.
URL	http://www3.istat.it/dati/catalogo/20081031_00/inf_08_06_spettacoli_musica_tempo_libero_2006.pdf

Great Lakes Arts, Culture and Heritage Participation Survey Report 2007 (United States, 2006)	
Année	2007
Comandée par	Michigan Council for Arts and Cultural Affairs/National Endowment for the Arts
Auteur/s	Recreation Industries Research Centre/Michigan Department of History, Arts and Libraries
Méthodologie	L'enquête a été effectuée en novembre 2006 sur la base d'une enquête en ligne visant à récolter des données. Un questionnaire unique pour chaque personne interrogée a été développé à partir d'une série de 700 questions mais le système de base de données permettait aux participants d'ignorer certaines questions en fonction de leurs réponses préalables.
Objectifs	<p>Les objectifs principaux de l'enquête sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournir une vision complète du consumérisme culturel dans le Michigan et les autres états des Grands Lacs qui aiderait le secteur culturel de l'état et les acteurs concernés à mieux comprendre les comportements des consommateurs de manière interdisciplinaire et démographique. • recueillir des informations sur la participation (bénévolat, dons etc.) aux activités artistiques et culturelles, aux programmes et aux organismes des résidents du Michigan et des états bordant les Grands Lacs. <p>A des fins spécifiques, la collecte comprenait : (1) des données de base sur la participation à des activités artistiques et culturelles; (2) des données permettant d'identifier différents segments du marché culturel et artistique (3) des informations sur divers aspects du consumérisme culturel, comprenant l'acquisition d'œuvres d'art, l'emploi des artistes, musiciens, designers, professionnels de la conservation et de la restauration du patrimoine et (4) des données relatives au tourisme culturel et aux perceptions qu'ont les résidents (par opposition aux non-résidents), des manifestations (possibilités/occasions) culturelles du Michigan.</p>
Domaines culturels/Autres sujets	<p>L'enquête a été divisée en une série de modules axés sur les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la fréquentation de représentations musicales et théâtrales, de spectacles de danse ; • la participation à diverses activités artistiques ; • l'achat d'œuvres d'art et l'emploi d'artistes et de professionnels du design ; • les adhésions, dons et les services bénévoles aux organismes culturels et artistiques ; • la fréquentation des bibliothèques ; • la participation comme enfant et comme adulte à l'éducation artistique ; • initiation à l'art chez l'enfant ; • le tourisme culturel ; • les artistes professionnels ; • et des données démographiques.
Notes	L'enquête a été menée une première fois en 2007 et il était prévu qu'elle soit à l'avenir régulièrement effectuée dans un cycle pluriannuel. L'accent était mis sur la collecte d'informations permettant d'identifier des possibilités de commercialisation et d'évaluer au fil du temps la contribution et la performance de Cultural Economic Development Strategy (Stratégie de Développement Culturel et Economique).
URL	http://www.michigan.gov/documents/hal/GLACHPSurveyReport091307_211765_7.pdf

Culture and the Arts Survey, Greater Philadelphia 2007 (United States, 2007)	
Année	2007
Comandée par	Greater Philadelphia Cultural Alliance
Auteur/s	Penn, Schoen & Berland Associated Inc.
Méthodologie	Des interviews ont été réalisées en ligne dans l'ensemble de la population à l'échelle du pays et avec un échantillon élargi dans la zone métropolitaine de Philadelphie. L'enquête nationale (Philadelphia comprise) a été menée auprès de 3 815 adultes. 660 personnes ont été interrogées dans la zone de Philadelphie. L'enquête est axée sur la participation à des événements culturels traditionnels et la fréquentation de lieux culturels. Les participations fréquentes (29%) et peu fréquentes ont été incluses à l'échantillon.
Objectifs	Ce rapport vise à comparer les tendances de consommation culturelle des résidents du Grand Philadelphie aux tendances nationales
Domaines culturels/Autres sujets	L'enquête porte sur trois domaines : les attitudes et les comportements des publics culturels, les tendances concernant l'attrait pour les arts visuels et la participation à des représentations artistiques ainsi que les motivations et obstacles influant la participation.
Notes	Cette enquête constituait l'un des cinq projets de recherches à la demande de Cultural Alliance pour Research into Action: Pathways to New Opportunities, et fait partie de Engage 2020, une initiative qui vise à doubler l'engagement culturel du Grand Philadelphie d'ici 2020.
URL	http://www.philaculture.org/research/reports/culture-arts-survey

Encuesta de Consumo cultural 2008 (Colombia, 2008)	
Année	2009
Comandée par	
Auteur/s	Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización – Departamento Administrativo Nacional de Estadística
Méthodologie	Entretiens individuels auprès d'une population âgée de 5 ans et plus. Deux questionnaires ont été utilisés pour les fins de l'enquête, un pour les individus de 12 ans et plus et un autre plus court pour les enfants âgés de 5 à 11 ans.
Objectifs	Les objectifs principaux de l'enquête sont de : <ul style="list-style-type: none"> • Définir les pratiques culturelles de la population colombienne âgée de 5 ans et plus en rapport avec la consommation culturelle et l'utilisation du temps libre • Etablir les pratiques de consommation, les dépenses et les préférences liées à l'offre culturelle • Identifier les principales raisons de participation et de non-participation • Avoir une meilleure compréhension de l'utilisation du temps libre • Fournir des informations précises sur les enjeux culturels utiles aux politiques de gestion publique.
Domaines culturels/Autres sujets	Les domaines culturels principaux pour lesquels les données de l'enquête ont été recueillies sont : <ul style="list-style-type: none"> • Théâtre, danse, opéra • Concerts et spectacles musicaux • Foires et expositions d'artisanat • Autres activités en rapport au patrimoine culturel immatériel • Infrastructures culturelles telles que des bibliothèques publiques, des centres culturels, des musées, des galeries d'art et des sites archéologiques • Livres, journaux et magazines • Médias, multimédia et audiovisuel • Education et pratiques artistiques • Autres activités de loisir (voyage, sports, etc.) Les données recueillies pour chaque activité fournissent des informations sur : <ul style="list-style-type: none"> • six facteurs sociodémographiques : âge, sexe, groupe socio-économique, niveau d'éducation atteint, lieu de résidence, profession • la fréquence de participation, les motifs, attitudes envers les produits et activités culturels et les raisons de non-participation.
Notes	Cette enquête a été réalisée en 2007 et en 2008
URL	http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=107&Itemid=78

Les pratiques culturelles des français 2008 (France, 2008)	
Année	2011
Commandée par	Ministère de la Culture et de la Communication
Auteurs/s	Département des études, de la prospective et des statistiques
Méthodologie	L'enquête a été réalisée auprès de 5 004 individus de 15 ans et plus résidant en France, indifféremment de leur nationalité, leur langue ou leur statut légal.
Objectifs	Fournir des données précises sur le comportement des Français dans le domaine de la culture et des médias et évaluer l'impact d'Internet et des nouveaux médias.
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Le champ de l'enquête se porte sur toute forme de participation aux activités culturelles (la lecture de livres, l'écoute de musique, la fréquentation de manifestations culturelles ou la pratique en amateur d'activités artistiques et culturelles) et souligne l'importance de l'utilisation des médias traditionnels (télévision, radio, presse) et des technologies axées sur les nouveaux médias.</p> <p>Les domaines culturels pris en considération sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipement audiovisuel • Utilisation de l'ordinateur et d'Internet • Télévision • DVD et Cinéma • Radio et écoute de musique • Lecture (livres et presse) • Fréquentation de lieux et événements culturels • Pratiques d'amateur <p>D'autres données démographiques et économiques ont également été recueillies comme l'âge, le sexe, la profession, le niveau d'éducation atteint, le revenu, l'état civil, etc.</p>
Notes	Il s'agissait de la 5 ^{ème} édition de cette enquête nationale qui a également été menée en 1973, 1981, 1988 et 1997.
URL	http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/

Survey on Time Use and Leisure Activities 2001-2008 (Japan, 2001-2008)	
Année	2011
Commandée par	Ministry of Internal Affairs and Communications
Auteurs/s	Statistical Research and Training Institute
Méthodologie	<p>Survey on Time Use and Leisure Activities (Enquête sur l'emploi du temps et les activités de loisirs) (Fundamental Statistical Survey) L'enquête est effectuée tous les cinq ans depuis 1976. Celle de 2006 est la septième de la série et a été réalisée selon la méthode d'auto-recensement dans 80 000 ménages vivant dans les districts sélectionnés lors du recensement de la population fait en 2000. L'échantillon national s'étendait à 99 000 ménages et 270 000 individus âgés de 10 ans et plus. Chaque membre du ménage remplissait un livret contenant les questions.</p> <p>National Time Use Survey (Enquête nationale sur l'emploi du temps) - L'enquête est effectuée par <i>Nippon Hoso Kyokai</i> (Japan Broadcasting Corporation) tous les cinq ans depuis 1960. Elle est destinée aux individus de 10 ans et plus avec un échantillon de 120 personnes en 2000 et 12 600 en 2005.</p> <p>Survey on Leisure Activities (Enquête sur les loisirs) - L'enquête est effectuée tous les ans depuis 1976 auprès d'un échantillon de 3 000 individus âgés de 15 ans et plus résidant dans des villes de 50 000 habitants et plus.</p>
Objectifs	<p>L'objet de cette enquête est d'obtenir des données exhaustives sur la vie quotidienne de la population dont les statistiques économiques ne rendent pas pleinement compte. Des données portant sur la gestion quotidienne du temps et sur toute sorte d'activités de loisir pratiquées par les personnes interrogées pendant une année entière ont été recueillies à ces fins.</p> <p>Les objectifs principaux de l'enquête sont de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 2 Étudier l'emploi du temps des Japonais 3 Examiner la répartition quotidienne de leur temps afin de mieux synchroniser les programmes de radiodiffusion avec le quotidien de la majorité des gens et de fournir des données de base à un grand nombre d'utilisateurs dans ce domaine. 4 Analyser l'attitude des gens par rapport aux loisirs et à leur participation à ces activités en séries chronologiques.
Domaines culturels/Autres sujets	<p>La section sur l'emploi du temps et les activités de loisir contient des statistiques sur le temps moyen passé à diverses activités quotidiennes, sur les taux de participation aux activités d'apprentissage et de loisir et aux activités sportives.</p> <p>Le questionnaire contient les sections suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caractéristiques personnelles • Caractéristiques du ménage – seulement pour le chef de famille • Cinq types d'activités de loisir ont été étudiées (sports, études et recherche, activités sociales, loisirs et divertissement, et voyages et excursions) • Éléments d'emploi du temps <p>Les activités quotidiennes étaient classées en 20 groupes sous trois catégories générales comme ceci :</p> <p>Catégorie I Activités (nécessaire au plan physiologique) (1) Sommeil, (2) Toilette, soins, et (3) Repas</p> <p>Catégorie II Activités (Activités qu'une personne est tenue d'effectuer en tant que membre de la famille ou de la société) (4) Trajets domicile-travail/études (5) Travail professionnel, (6) Etudes, (7) Ménage, (8) Soins aux adultes, (9) Soins aux enfants, et (10) Courses</p> <p>Catégorie III Activités (Activités autres, pratiquées pour la plupart pendant le temps libre) (11) Transport (hors trajet domicile-travail), (12) Télévision, radio, journaux ou magazines, (13) Repos et détente, (14) Etudes et recherches (travail scolaire exclus), (15) Loisirs et divertissement, (16) Sport, (17) Activités sociales (18) Vie sociale, (19) Examens et traitements médicaux, et (20) Autres activités.</p>

Notes	<p>Les informations concernant l'enquête sur l'emploi du temps et les activités de loisirs ont été extraites du chapitre 23 sur la culture provenant du Japan Statistical Yearbook 2011.</p> <p>Les principales sources de données sont « Survey on Time Use and Leisure Activities » par Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications, « National Time Use Survey » par the Broadcasting Culture Research Institute of Nippon Hoso Kyokai (Japan Broadcasting Corporation), et « White Paper on Leisure » (Livre blanc sur les loisirs) par Japan Productivity Center for Socio-Economic Development.</p> <p>Il existe deux vastes enquêtes portant sur l'utilisation du temps au Japon, « Survey on Time Use and Leisure Activities » (par Statistic Bureau), et « National Time Use Survey » (par NHK - Japan Broadcasting Corporation). La première est une enquête à grande échelle qui fournit des données détaillées par région et caractéristiques personnelles tandis que l'enquête de NHK repose sur un échantillon plus petit mais elle fournit des données de séries chronologiques plus longues ainsi que des données sur les activités secondaires.</p>
URL	http://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/index.htm

Survey of Public Participation in the Arts 2008 (United States, 2008)	
Année	2009
Commandée par	National Endowment for the Arts
Auteurs/s	United States Census Bureau.
Méthodologie	<p>18 444 réponses ont été obtenues lors de l'enquête de 2008. Plutôt que de chercher à interroger tous les adultes du ménage (comme en 2002), l'enquête de 2008 demandait aux adultes interrogés, choisis de manière aléatoire, des informations les concernant et, le cas échéant, sur leur conjoint ou partenaire. Grâce à cette méthode, les enquêteurs ont recueilli 12 518 réponses individuelles d'adultes âgés de 18 ans et plus et 5 926 réponses concernant les conjoints/partenaires. Chaque personne interrogée devait répondre à des questions essentielles portant sur l'art et son public ainsi qu'à deux modules sur les quatre que comprenait l'enquête. Des données démographiques comprenant des informations sur le sexe, le revenu, le niveau d'éducation, l'âge et l'appartenance ethnique ont été utilisées pour la pondération de l'enquête afin que les résultats correspondent aux caractéristiques de l'ensemble de population adulte des Etats-Unis. (Ces pondérations ont été établies par U.S. Census Bureau).</p>
Objectifs	L'objectif du rapport est de détecter les degrés de participation et d'engagement des adultes dans les arts.
Domaines culturels/Autres sujets	<p>L'enquête s'est divisée en une série de modules analysant les domaines suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fréquentation d'événements artistiques ; • Présence à des spectacles enregistrés ou diffusés ; • Exploration artistique par le biais d'Internet ; • Exercice ou création artistique personnelle ; • Fréquentation de cours relatifs à l'art. <p>Diverses formes d'art sont représentées dans l'enquête pour chacune de ces catégories de participation artistique (théâtre, danse, etc.)</p> <p>L'enquête examine aussi les liens entre participation artistique et les facteurs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Âge ; • appartenance ethnique ; • Formation artistique ; • Médias et technologie ; et • Création et exercice de l'art. <p>Les chapitres de ce rapport sont organisés par type de participation artistique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fréquentation — Chapitre 3. • Participation par l'intermédiaire des médias — Chapitre 4. • Formation, exercice et création artistique — Chapitre 5. • Préférences en matière de lecture et de musique — Chapitre 6. • Participation artistique en fonction des différences géographiques — Chapitre 7. <p>Le chapitre 8 résume en une page les résultats de l'enquête sur la participation à des activités liées au jazz, à la musique classique, à l'opéra, aux comédies musicales, aux pièces de théâtre, au ballet et autres types de danse, à la musique latine et aux musées et galeries d'art.</p>
Notes	Les enquêtes réalisées en 1982, 1992, et 2002 par U.S. Census Bureau, permettent d'établir des comparaisons avec l'enquête de 2008 qui contient des questions supplémentaires sur la musique latine et des questions actualisées sur l'usage d'Internet. De plus, cette dernière comprend des questions sur l'instruction artistique prévue pour les enfants dans les ménages interrogés.
URL	http://www.nea.gov/research/2008-SPPA.pdf

Population survey on the Arts 2009 (Singapore, 2002-2009)	
Année	2009
Commandée par	National Arts Council
Auteurs/s	
Méthodologie	<ul style="list-style-type: none"> - Entretiens individuels avec des citoyens ou résidents permanents de Singapour âgés de 15 à 64 ans administrés au cours d'une enquête en porte-à-porte ; - Echantillonnage aléatoire de ménages sur la base de listes de critères établis par le Département de Statistiques.
Objectifs	<p>L'enquête auprès des résidents de Singapour a été réalisée pour comprendre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leurs attitudes envers à l'art • Leur fréquentation d'évènements artistiques et leur participation à des activités artistiques
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Le théâtre, la danse, les spectacles d'art de la rue, les manifestations musicales et les manifestations artistiques et culturelles communautaires faisaient partie des domaines culturels de l'enquête.</p> <p>Les informations ont été recueillies selon les points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participation <ul style="list-style-type: none"> - Niveau actuel - Fréquence - Profil - Changements dans la participation artistique au cours de la dernière année <ul style="list-style-type: none"> • Attitudes - Intérêts pour les arts - Implication future - Bénéfices des arts <ul style="list-style-type: none"> • Segmentation du public - Âge - Profil professionnel - Revenu - Niveau d'éducation atteint
Notes	L'enquête a été effectuée en 2002, 2005 et en 2009
URL	http://www.nac.gov.sg/static/doc/population_survey_of_the_arts_2009.pdf

Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo Cultural e Imaginarios 2009 (Uruguay, 2002-2009)	
Année	2009
Commandée par	Ministerio de Educación y Cultura
Auteurs/s	Dominzain, Susana; Rapetti, Sandra e Radakovich, Rosario – Observatorio Universitario de Políticas Culturales
Méthodologie	Entretiens individuels auprès d'adultes âgés de 16 ans et plus vivant dans un ménage privé et résidant dans des villes de 5 000 habitants et plus. 1 482 personnes ont été interrogées à Montevideo et 1 939 dans d'autres villes.
Objectifs	Fournir des informations précises sur la participation culturelle nationale et sur les perceptions par rapport à l'identité nationale.
Domaines culturels/Autres sujets	<p>L'enquête était axée sur les domaines suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préférences musicales et participation à des concerts et des représentations musicales • Lecture (livres, journaux, magazines) et utilisation des bibliothèques publiques • Radio • Télévision • Cinéma • Spectacles et autres événements (Carnaval, Théâtre, Danse et Opéra) • Musées et expositions • Education artistique et participation active • Acquisition et possession d'œuvres d'art • Internet et utilisation des TIC • Autres activités de loisir et de temps libre <p>Les données recueillies ont été réorganisées autour de 4 indicateurs socio-économiques : Le sexe, l'âge, le revenu et le niveau d'éducation atteint. Des questions ont été posées quant à la façon dont étaient perçues les politiques culturelles spécifiques mises en œuvre par le gouvernement (telles que le plan Ceibal sur l'éducation aux nouvelles technologies à travers les nouveaux médias) et sur les domaines des médias et de l'audiovisuel. L'accent était également mis sur la perception de l'identité et les valeurs nationales (il a été demandé aux personnes interrogées s'ils percevaient les Uruguayens comme étant déprimés, racistes, généreux etc.)</p>
Notes	L'enquête a été effectuée en 2002 et en 2009.
URL	http://www.portaluruguaycultural.gub.uy/wp-content/uploads/2009/08/Imaginarios-y-Consumo-Cultural-2009.pdf

Latinobarómetro (Latin America, 1995-2009)	
Année	1995-2009
Commandée par	Corporación Lationobarómetro
Auteurs/s	
Méthodologie	19 000 entretiens ont été effectués dans 18 pays d'Amérique latine représentant plus de 400 millions d'habitants.
Objectifs	Sonder l'opinion publique sur différents domaines dans les pays d'Amérique latine.
Domaines culturels/Autres sujets	L'enquête comprenait des questions sur les activités de loisir telles que regarder la télévision, faire du sport, du bénévolat, lire des livres ou des journaux, passer du temps en famille ou avec des amis, écouter de la musique, aller au cinéma, au service religieux ou autre type d'activités communautaires. L'usage d'Internet comme moyen d'accès à l'information ou à des fins professionnelles ou de communication a également été examiné. Variables sociodémographiques : sexe, âge, nombre de personnes vivant dans le ménage, revenu, état civil, niveau d'éducation, langues parlées, religion, appartenance ethnique. Autres domaines : attitudes envers la démocratie, participation civique et engagement politique, mode de vie et valeurs, valeurs sociales, perception concernant la situation du pays, divers sujets tels que l'importance de la famille, l'avortement, l'homosexualité, la discrimination à l'égard des populations autochtones et des étrangers.
Notes	L'enquête est menée tous les ans.
URL	http://www.latinobarometro.org/latino/latinobarometro.jsp

Uganda National Household Survey 2009/2010 (Uganda, 2009-2010)	
Année	2010
Commandée par	Uganda Bureau of Statistics
Auteurs/s	
Méthodologie	L'enquête s'est déroulée de mai 2009 à avril 2010 et couvrait environ 6 800 ménages sélectionnés à l'échelle nationale. Les questions ont été posées aux membres des ménages âgés de 18 ans et plus.
Objectifs	L'objectif principal de l'enquête était de recueillir des données de haute qualité sur la population et les caractéristiques socio-économiques des ménages afin d'avoir un suivi de la performance sur le plan du développement. L'enquête a recueilli des informations sur la participation à des événements de nature culturelle.
Domaines culturels/Autres sujets	Des données ont été recueillies sur la religion, la musique écoutée et les vidéos musicales regardées ainsi que sur l'implication des membres du ménage dans diverses activités sociales. L'enquête a rassemblé des informations sur les caractéristiques personnelles des membres du ménage interrogés, entre autres sur l'âge, le sexe, leur relation avec le chef du ménage et la migration.
Notes	Uganda National Household Survey (UNHS) 2009/10 est la dernière enquête d'une série qui a commencé en 1989. L'enquête a recueilli des informations portant sur les caractéristiques socio-économiques à la fois des ménages et des communautés ainsi que sur le secteur informel. Elle comprend 6 modules : le module socio-économique, la population active, le secteur informel, la communauté, ainsi qu'un module prix et un module qualitatif. Un des chapitres du module socio-économique est axé sur la culture.
URL	http://www.ubos.org/UNHS0910/Appendix%20III-%20Questionnaire.pdf

Taking Part in the Arts (United Kingdom, 2009-2010)	
Année	2009/2010
Commandée par	Department for Culture, Media and Sport (DCMS) en coopération avec quatre Organismes Publics Non Ministériels (Arts Council England, English Heritage, Sport England, and the Museums, Libraries and Archives Council).
Auteurs/s	Les données ont été recueillies par TNS-BMRB (http://www.tns-bmrb.co.uk/), une agence de recherche en sciences sociales
Méthodologie	Entretiens individuels auprès d'adultes âgés de 16 ans et plus vivant dans un ménage privé en Angleterre.
Objectifs	<p>Les principaux objectifs de l'enquête sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournir une source d'informations fiables pouvant servir à l'analyse de l'engagement au niveau culturel et sportif donnant une idée claire des raisons pour lesquelles la population participe ou non • répondre aux besoins et aux intérêts de toute personne utilisant les données de Taking Part, y compris les organismes publics concernés et la communauté • soutenir des recherches sur la stimulation de l'engagement dans ces domaines ainsi que sur les valeurs et bénéfices pouvant en être tirées <p>Les données de l'enquête concernant les adultes sont annuelles et trimestrielles et celles relatives aux enfants sont annuelles.</p>
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Les domaines culturels principaux pour lesquels les données de l'enquête ont été recueillies sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • musées, galeries et archives • arts (avec plus de spécifications) • bibliothèques • patrimoine • sport <p>Les données recueillies pour chaque domaine fournissent des informations sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la fréquence de participation • des facteurs propres aux zones géographiques (influence du lieu de vie sur le degré de participation etc.) • des facteurs sociodémographiques : âge, sexe, groupe socio-économique <p>La portée géographique des activités culturelles n'est pas prise en compte (par exemple, pas de distinction faite si une visite de musée a lieu dans le pays de résidence ou à l'étranger).</p>
Notes	<p>L'enquête a été effectuée à partir de la mi-juillet 2005 (il s'agit ici de la 5^{ème} édition, de 2009/2010). A partir de janvier, l'enquête comprend également des enfants âgés entre 11 et 15 ans et depuis 2008/09, elle a été étendue aux enfants âgés de 5 à 10 ans.</p> <p>L'enquête de 2009/10 dispose d'un plus petit échantillon et d'un questionnaire plus court que les enquêtes précédentes. L'enquête mesurait la participation aux secteurs sportifs et culturels de DCMS et ne couvrait pas les domaines du capital social, de la cohésion ou du bénévolat.</p>
URL	<p>http://www.takingpartinthearts.com/listing.php?listing=facts_and_figures&sub=who_takes_part_in_the_arts</p> <p>http://www.culture.gov.uk/images/research/TakingPart_AdultChild2009-10_StatisticalRelease.pdf</p> <p>http://www.culture.gov.uk/what_we_do/research_and_statistics/7387.aspx</p>

O hábito de lazer cultural do brasileiro (Brasil, 2010)	
Année	2010
Commandée par	Fecomércio - RJ
Auteurs/s	Fecomércio/Ipsos
Méthodologie	Entretiens individuels dans 1 000 foyers situés dans 70 villes différentes sur l'ensemble du territoire national.
Objectifs	Analyser les loisirs des Brésiliens en rapport à la culture tels que lire un livre, aller au cinéma ou voir un spectacle de danse. Comprendre les attitudes et opinions, les principales motivations et inhibitions de l'ensemble de la population concernant les activités culturelles et de loisir. Recevoir un retour d'information des personnes fréquemment impliquées dans une activité culturelle portant sur l'environnement culturel brésilien.
Domaines culturels/Autres sujets	L'enquête était axée sur les domaines suivants : <ul style="list-style-type: none"> • Préférences musicales et participation à des concerts et des représentations musicales • Lecture • Radio • Télévision • Cinéma • Spectacles et autres évènements • Musées et expositions d'art Les données recueillies ont été examinées selon 4 indicateurs socio-économiques : Le sexe, l'âge, le revenu et le niveau d'éducation atteint.
Notes	Les résultats sont comparés aux données précédentes mais il n'est pas clairement indiqué si cette étude spécifique a déjà été effectuée auparavant.
URL	http://www.fecomercio-rj.org.br/publique/media/Pesquisa%20Cultura.pdf

Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales (Mexico, 2010)	
Année	2010
Commandée par	CONACULTA – Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Auteurs/s	
Méthodologie	Enquête effectuée en tête à tête avec des adultes de 15 ans et plus vivant dans des ménages privés dans 27 états du pays en décembre 2009. Taille de l'échantillon : 32 000.
Objectifs	<p>Les objectifs principaux de l'enquête sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournir des informations fiables et actualisées sur des sujets tels que les visites de lieux culturels, la lecture, l'exposition aux médias et contenus audiovisuels, les infrastructures culturelles et l'utilisation du temps • se faire une meilleure idée de l'opinion des citoyens mexicains sur CONACULTA, sur les infrastructures et autres institutions culturelles du pays. • établir des distinctions entre les différentes régions du Mexique en termes de participation, de consommation et de perception culturelle
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Les domaines culturels principaux pour lesquels les données de l'enquête ont été recueillies sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sites culturels : musées, galeries et archives, bibliothèques, librairies, théâtre, musique, danse, cinéma, arts plastiques, arts visuels, patrimoine immatériel, gastronomie. • Lecture : livres, journaux, magazines et bandes dessinées • Pratique de l'art • Tourisme culturel • Possession d'équipements culturels • Médias et contenus audiovisuels : radio, télévision, musique enregistrée, ordinateurs, Internet <p>Les données recueillies dans chaque domaine permettent de fournir des informations sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la fréquence de participation • des facteurs sociodémographiques : âge, sexe, groupe socio-économique, niveau d'éducation atteint, équipement culturel à domicile, lieu de résidence • la disponibilité et l'usage du temps libre • les perceptions et valeurs liées aux activités culturelles • le nombre de personnes impliquées dans l'étude de la discipline concernée
Notes	L'enquête a été menée pendant deux semaines à compter du 24 juillet 2010. Elle met l'accent sur le rapport entre participation et éducation culturelle.
URL	http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones_sic.php

CEI2010: Philadelphia Cultural engagement Index (United States, 2010)	
Année	2011
Comandée par	Greater Philadelphia Cultural Alliance
Auteur/s	Wolfbrown
Méthodologie	L'étude s'est concentrée sur un rayon géographique de 20 miles autour du centre-ville de Philadelphie, comportant une partie ou la totalité des comtés de Pennsylvanie et du New Jersey. Elle a utilisé une approche d'échantillonnage hybride. Tout d'abord, les données ont été recueillies à partir de deux panels de consommateurs en ligne, Market Tools and Survey Sampling Inc. L'échantillon a ensuite été analysé pour assurer une représentation à la fois géographique et démographique. Des chercheurs ont été envoyés dans des régions ayant obtenu peu de réponses en ligne – surtout dans des zones à faible revenu mais aussi dans des zones à revenu élevé. Le nombre total de réponses concernant l'échantillon principal de 2010 s'élevait à 3 036.
Objectifs	<p>Les objectifs de l'indicateur CEI sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournir à la communauté culturelle une nouvelle façon, plus large, de se voir elle-même • construire une mesure apte à détecter dans le temps les changements dans les modèles d'engagement • dévoiler les occasions d'intensifier l'engagement culturel • stimuler l'innovation parmi les organismes culturels et artistiques • attirer l'attention de la population sur l'importance de la culture comme indicateur de la qualité de vie
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Pour chacune des 54 activités y figurant, l'indicateur CEI s'appuie sur deux types de mesure, l'une comportementale (fréquence de participation etc..) et l'autre d'attitude (l'importance accordée à l'activité par exemple).</p> <p>Les 54 activités s'organisent autour de 12 groupes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oralité/mouvement (10 activités - inventer ses propres pas de danse, danser en société, répéter ou faire du théâtre) • Narration (6 activités – principalement l'écriture) • Pratique numérique (4 activités- partager quelque chose créé en ligne, télécharger de la musique pour sa propre collection, remixer du matériel trouvé en ligne) • Arts visuels et artisanat (6 activités – peinture, dessin, faire de l'artisanat, faire des vidéos, prendre des photos à des fins artistiques) • Musique (3 activités - composer de la musique, jouer un instrument de musique, prendre des cours de musique) • Art/film (3 activités – visiter un musée d'art ou une galerie d'art, assister à un festival du film, assister à une foire d'art ou d'artisanat) • Arts de la scène (4 activités – assister à des représentations de compagnies de danse, assister à des pièces de théâtre ou des comédies musicales données par des acteurs professionnels, fréquenter des <i>comedy clubs</i>, des concours de poésie ou des scènes libres) • Histoire et nature (3 activités – visiter des sites historiques ou des musées d'histoire, des zoos ou des aquariums, des jardins publics ou des arboretums) • Histoire, science et patrimoine (activités basées sur la participation ou les médias) (5 activités – le jardinage ou l'aménagement paysager pour se divertir, préparer des mets ethniques appartenant à la tradition familiale) • Lecture (3 activités – la lecture de livres pour le plaisir, la lecture de magazines ou de journaux, la fréquentation de bibliothèques publiques) • Activités spirituelles ou associées au culte (basées sur la participation ou l'observation) (3 activités – chanter, regarder des danses liturgiques, écouter de la musique de culte dans le cadre de services religieux)

	<ul style="list-style-type: none"> • Activités médiatiques populaires – consommation médiatique (3 activités – écouter de la musique sur des stations de radio locales, regarder des spectacles de danse ou des compétition en danse à la télévision, écouter de la radio sur Internet) <p>Une gamme d'activités a été examinée pour chaque discipline afin de saisir l'éventail complet des participations, y compris les modes de participation suivants : la participation par l'invention, par l'interprétation, par repérage et collection, par observation.</p> <p>Plusieurs questions d'ordre général sur les valeurs et les croyances culturelles des personnes interrogées ainsi que 5 indicateurs d'engagement civique (tel que le comportement électoral) ont été intégrés dans l'enquête afin d'examiner les corrélations entre engagement civique et culturel.</p> <p>Afin de faciliter la comparaison et la pondération, les personnes interrogées devaient indiquer leur âge, sexe, état civil, niveau d'éducation atteint, le statut professionnel et la appartenance ethnique.</p>
Notes	L'enquête a été menée en 2008 et en 2010.
URL	https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=explorer&chrome=true&srcid=0B3DgXA23IwvtMDFkOTZiMzYtN2EzYi00Y2M4LWFIMTctNzM5MTZkMTI5M2Fi&hl=en

Consumo Cultural 2010 (Venezuela, 2010)	
Année	2010
Comandée par	Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello
Auteur/s	
Méthodologie	Les questionnaires ont été soumis à 1 203 individus âgés de 18 ans et plus sur l'ensemble du territoire national.
Objectifs	L'objectif de cette enquête était de fournir des données utiles sur les habitudes culturelles et l'exposition aux mass media des personnes interrogées sur l'ensemble du pays.
Domaines culturels/Autres sujets	<p>L'enquête était axée sur les domaines suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'influence de l'humeur sur la fréquentation culturelle et l'exposition aux mass médias • Télévision et radio • Presse • Cinéma • Utilisation de l'Internet • Utilisation du téléphone portable • Mode de vie et activités de loisirs (y compris assister à des évènements communautaires, lire des livres et écouter de la musique)
Notes	Ce rapport correspond au chapitre sur la consommation culturelle provenant du rapport Project Investigations on Poverty in Venezuela, mené par Institute of Economic and Social Research of Universidad Católica Andrés Bello. Les données étaient recueillies au cours de 2007 et 2008.
URL	http://www.gumilla.org/?p=article&id=12693773127658&entid=article

Cultural Statistics Eurostat 2011 (Europe, 2011)	
Année	2011
Comandée par	Eurostat – Commission européenne
Auteur/s	
Méthodologie	<p>Les données utilisées dans le chapitre Perception de la Culture proviennent du Rapport Eurobaromètre spécial (67.1) portant sur les valeurs culturelles européennes (European Cultural Values), un sondage d'opinion mené en 2007 dans les 27 Etats membres de l'UE.</p> <p>La section sur la participation culturelle comprend des données en provenance des sources suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • EU-SILC — European Union Statistics on Income and Living Conditions (Enquête sur les revenus et les conditions de vie), ad hoc module 2006. La population de référence comprend tous les ménages privés et les membres de ménages âgés de 16 ans et plus résidant dans le pays au moment de la collecte de données. • AES — Adult Education Survey (Enquête sur l'éducation des adultes EEA), 2007 (données pas disponibles pour les 27 pays de l'UE). Les enquêtes ont été réalisées par les pays de l'UE, de l'AELE et des pays candidats entre 2005 et 2008, proposant un cadre communautaire commun portant sur la collecte d'informations sur la participation aux programmes d'apprentissage tout au long de la vie et s'appliquant à toutes les personnes âgées de 25 à 64 ans. • ICT — Community Survey on Information and Communication Technologies (ICT) usage in households and by individuals (Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC par les ménages et les particuliers), enquête annuelle suivant les tendances d'utilisation des TIC et du commerce électronique. Cette publication présente les résultats de l'enquête annuelle sur l'utilisation des TIC par les ménages et les particuliers ainsi que ceux du module spécial de 2008 sur l'utilisation des services avancés. • Flash Eurobaromètre 281 Survey on the attitudes of Europeans towards tourism (Enquête sur les Comportements des citoyens européens vis-à-vis du tourisme). <p>L'enquête a été menée en septembre 2009 afin de recueillir des données sur les attitudes des Européens par rapport aux voyages, d'obtenir des informations détaillées sur les voyages et vacances (projetés) en 2009 dans le but de révéler aussi leurs attentes dans ce domaine pour l'année 2010. L'accent a été plus particulièrement mis sur l'aspect financier de prendre des vacances.</p> <p>Plus de 24 000 citoyens européens âgés de 15 ans et plus, sélectionnés aléatoirement, ont été interrogés en septembre 2009 dans les 27 pays membres de l'UE.</p>
Objectifs	Renforcer les connaissances statistiques sur la culture et la comparabilité des données culturelles à travers l'Union Européenne afin de soutenir l'intérêt croissant des décideurs politiques dans le domaine de la culture et son rôle pour la société, l'économie et la cohésion de l'Europe.
Domaines culturels/Autres sujets	<p>Les données fournies portent sur un éventail de pratiques culturelles (y compris aller au cinéma, assister à des spectacles et visiter des sites culturels), et leur participation à des activités artistiques et culturelles.</p> <p>Ces données sont suivies d'indicateurs sur l'accès à Internet et son rôle croissant dans l'obtention et le partage de contenu culturel et sur l'achat de biens culturels en ligne.</p> <p>Le rapport comprend des données sociales et économiques sur : la population ; le PIB par habitant et les risques de pauvreté ; le pourcentage de la population entre 0 et 24 ans ; la répartition de la population par degré d'urbanisation ; le pourcentage de non-nationaux sur l'ensemble de la population ; le niveau d'éducation atteint par groupe d'âge ; le pourcentage de la population diplômé de l'enseignement supérieur par sexe et par groupe d'âge ; les taux d'activité et d'emploi par sexe ; le taux de chômage par sexe et niveau d'éducation ; le chômage de longue durée.</p>
Notes	Il existe deux éditions (2007 et 2011) de Cultural Statistics pocketbook. Cette publication repose sur le Cadre européen des statistiques culturelles rédigé en 2000.
URL	http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-32-10-374/EN/KS-32-10-374-EN.PDF

Cultural Participation Survey (Malta, 2011)	
Année	2011
Comandée par	
Auteur/s	National Statistics Office Malta
Méthodologie	Le recensement de 2005 a fourni une base d'échantillonnage à l'enquête. La taille de la population ciblée était de 349 694 personnes. 1 441 personnes ont été interrogées en avril 2011.
Objectifs	Fournir un aperçu des caractéristiques principales relatives à la participation culturelle à Malte
Domaines culturels/Autres sujets	Les questionnaires employés comprennent des questions sur : l'utilisation des médias (y compris le type de programme), la langue employée (le maltais, l'anglais), l'utilisation d'Internet, les habitudes de lecture, la fréquentation des salles de cinéma, spectacles et sites culturels. L'enquête a recueilli des données sur la fréquence d'utilisation/de visite. Variables sociodémographiques : Sexe, âge, nombre de personnes dans le ménage, revenu, état civil, niveau d'éducation, nombre d'enfants, situation professionnelle, langues parlées, religion, appartenance ethnique.
Notes	
URL	www.nso.gov.mt/statdoc/document_file.aspx?id=3231

The frequency and determinants of participation in selected cultural forms (Szczecin, Poland)	
Année	
Comandée par	
Auteur/s	Burlita Augustina, Witek Jolanda
Méthodologie	L'enquête s'est effectuée au moyen de questionnaires en direct. Les deux groupes interrogés ont utilisés deux questionnaires différents. Le premier s'adressait à 300 citoyens sélectionnés aléatoirement et le deuxième à 300 spectateurs.
Objectifs	L'objectif principal de l'enquête était de déterminer la fréquence de participation des citoyens à un éventail d'activités culturelles et les facteurs affectant la dite participation, les préférences relatives aux types de répertoire et d'événements culturels et les sources d'informations sur les programmes des institutions culturelles.
Domaines culturels/Autres sujets	Les formes de culture sélectionnées étaient les suivantes : <ul style="list-style-type: none"> • Représentations théâtrales • Opéra et opérette • Concerts de musique classique • Expositions d'art, vernissages, galeries, etc. • Autres événements culturels Une partie des variables utilisées pour recueillir des informations étaient : la fréquence et l'importance de la participation, les raisons de non-participation, la perception et l'évaluation de l'événement culturel et autres données démographiques.
Notes	
URL	http://mikroekonomia.net/system/publication_files/451/original/3.pdf?1314968792

Annexe II

Sélection d'ouvrages de référence

Dernier accès aux liens: 5 septembre 2011

Australie: Australian Bureau of Statistics (2010). *Vital Signs. Cultural Indicators for Australia*. Canberra, ACT: Cultural Ministers Council.

Lien: <http://www.cmc.gov.au/sites/www.cmc.gov.au/files/vitalsigns.pdf>

Vital Signs vise à créer un outil permettant de mesurer les arts et la culture en Australie. Ce rapport propose un cadre définissant des indicateurs culturels mesurant la contribution des arts et de la culture au service de l'intérêt public. Il affirme que cette valeur peut être saisie à travers trois vastes domaines :

1. Développement économique
2. Valeur culturelle
3. Engagement et impact social

Le rapport se divise en trois sections principales conformément aux domaines ci-dessus :

Thème 1 : Développement économique : cette section décrit sept indicateurs utilisés pour mesurer la contribution des arts et de la culture au développement urbain en tant que catalyseurs de croissance économique. Les indicateurs sont les suivants : emploi dans le secteur culturel, dépenses des ménages en biens et services culturels, dépenses des visiteurs en biens et services culturels, soutien gouvernemental à la culture, soutien du secteur privé à la culture, actions bénévoles dans les arts et culture et contribution économique des industries de la culture.

Thème 2 : Valeur culturelle: cette section commence par décrire les approches de plusieurs chercheurs et agences actifs dans le domaine artistique et culturel visant à définir la valeur culturelle. Cinq indicateurs ont été identifiés afin de permettre une meilleure mesure d'un ensemble de valeurs liées à l'art et à la culture et en relation à d'autres valeurs sociales et économiques. Les indicateurs sont les suivants : le patrimoine culturel, le talent (capital humain), l'identité culturelle, l'innovation (nouvelles œuvres/industries) et la portée mondiale.

Thème 3 : Engagement et impact social : cette section s'efforce d'évaluer l'impact de la participation aux activités culturelles et artistiques sur la société. Les activités artistiques telles que pratiquer une discipline ou constituer une collection pour son compte personnel peuvent être des activités non seulement gratifiantes pour soi mais qui contribuent également à la qualité de vie et au bien-être de la collectivité, promouvant ainsi participation et cohésion sociales.

Sachant qu'une offre éducative plus large, un soutien aux pratiques artistiques émergentes, l'identification des obstacles à la participation et une offre de programmes destinés aux zones régionales sont des facteurs permettant d'augmenter la participation, les indicateurs ici choisis sont : la fréquentation culturelle ; la participation culturelle ; l'accès et l'éducation artistique et culturelle.

Notes

Tout en se fondant sur un vaste éventail d'initiatives internationales, ce rapport utilise les indicateurs culturels pour la Nouvelle Zélande comme des éléments de référence essentiels. Le concept d'« industries créatrices » y est employé (comme au Royaume-Uni) plutôt que d'« industries culturelles » pour décrire une série d'entreprises ciblant les technologies de conception, tels que la mode, l'architecture, l'industrie des médias et de la publicité.

Australia: Australia Council for the Arts, *Connecting:// arts audiences online*. Sydney, Australia 2010.

Lien : http://connectarts.australiacouncil.gov.au/wp-content/uploads/2011/06/Connecting_arts-audiences-online1.pdf

Cette étude se penche sur la façon dont les organisations artistiques peuvent se servir d'Internet pour favoriser la participation du public et augmenter le taux de fréquentation. Elle s'efforce également d'expliquer le rôle des différents canaux en ligne appartenant au vaste environnement médiatique et d'identifier les différentes priorités.

En se basant sur les résultats de plusieurs études menées entre septembre et décembre 2010 comprenant des analyses de données et de documents, ainsi que 12 forums de discussion de participants dans le domaine de l'art et une enquête effectuée en ligne auprès de 2 683 participants à des activités artistiques, ce rapport présente tout d'abord le parcours suivi par le public lorsqu'il assiste à un événement artistique. Pendant l'enquête, il a été demandé à chaque personne interrogée de réfléchir à un type d'évènement artistique auquel elle avait assisté au cours de la dernière année et d'indiquer la façon dont elle avait fait usage à la fois d'Internet et des canaux traditionnels hors ligne. Les étapes du parcours étaient au nombre de six : prise de conscience, recherche, réservation, préparation, pendant l'évènement, après l'évènement.

En tenant compte des résultats obtenus, le rapport indique les opportunités pour les organisations artistiques de développer leur présence en ligne :

- **Attirer l'attention du public** en utilisant à la fois anciens et nouveaux médias
- **Créer un bouche-à-oreille** au moyen des médias sociaux dans le but d'alimenter les conversations en ligne sur les événements artistiques
- **Dialoguer avec le public**, en évitant toute approche unilatérale d'une communication basée uniquement sur l'envoi de messages.
- **Enrichir l'expérience du public** grâce à des outils comme les contenus vidéo pour attirer le dit public ou revivre un événement.
- **Etablir des liens** : Des plateformes multiples permettent aux organisations artistiques d'accroître leurs possibilités de se lier avec leurs publics, mais une stratégie bien intégrée est essentielle pour retenir l'attention du public.
- **Permettre une utilisation facile d'Internet** pour effectuer des réservations ou trouver des informations pratiques avant l'évènement.
- **Connaître son public** pour adapter les messages et plateformes à leurs besoins

United States: Brown, Alan S. (2004). *The Values Study: Rediscovering the Meaning and Value of Arts Participation*. Hartford, CT: Connecticut Commission on Culture and Tourism.

Lien : <http://www.wolfbrown.com/images/articles/ValuesStudyReportComplete.pdf>

Cette étude découle d'une enquête menée par 20 organismes artistiques du Connecticut dont l'objectif principal était de cerner les raisons pour lesquelles les gens participent à des activités culturelles, de décrire les aspects multidimensionnels de la démarche créative et un ensemble complexe de valeurs liées à l'engagement artistique. Elle souligne la façon dont l'art inspire les citoyens, attire les visiteurs et stimule la vie communautaire.

Le rapport final se divise en trois grandes parties :

Partie 1 – Overview of the Values Study. Il s'agit d'une description générale de la méthodologie et des processus employés. Un nouveau cadre permettant de décrire les activités artistiques d'un individu y est présenté d'après cinq modes de participation artistique selon le degré de contrôle

créatif : la participation par l'invention, par l'interprétation, par repérage et collection, par observation, et l'appréciation par l'art ambiant. Une synthèse identifie les valeurs et significations suivantes environnant la participation artistique : cognitive, esthétique, physique, émotionnelle, socioculturelle, politique, spirituelle et autres valeurs associées à la formation de l'identité. Cette partie se termine par un résumé et des conseils sur l'utilisation d'un Cadre de Valeurs utiles aux organismes.

Partie 2 – Portraits in Arts Participation. Cette partie présente les profils de 40 personnes interrogées surnommées les "Connecticut Arts Citizens". Chacun de ces profils vise à saisir l'état d'esprit de la personne interrogée à travers le prisme de la participation artistique.

Partie 3 – The Values Study Participant's Handbook consiste en un manuel élaboré par l'auteur Alan Brown pour une réunion d'étude sur la façon de mener une étude similaire.

Delaney, Liam and Emily Keaney (2006). ***Cultural Participation, Social Capital and Civil Renewal in the United Kingdom: Statistical Evidence from National and International Survey Data.*** London: ippr.

Lien :

<http://www.ippr.org.uk/uploadedFiles/research/projects/Democracy/cultural%20participation%20social%20capital%20etc.pdf>

Cet article vise à explorer en profondeur la relation entre d'une part le capital social et civil, et d'autre part la participation culturelle, en analysant des données brutes provenant d'autres études statistiques. Il utilise des données provenant d'études antérieures pour déterminer s'il existe une relation de cause à effet entre la participation culturelle et le capital social qui pourrait nous permettre d'affirmer que l'augmentation de la participation culturelle peut avoir un effet positif sur le développement du capital social et la promotion du renouveau civil.

Le renouveau civil se définit à la fois une philosophie politique et une approche pratique permettant d'améliorer la qualité de vie. Les populations locales sont impliquées dans l'identification des problèmes affectant leur communauté et dans les solutions retenues, et comprend trois composants essentiels :

- Des citoyens actifs qui contribuent au bien commun ;
- Le renforcement des communautés dans lesquelles les gens travaillent ensemble pour trouver des solutions aux problèmes ;
- Le partenariat pour répondre aux besoins publics, le gouvernement et les organismes fournissant un support adapté et encourageant les gens à participer à la démocratie et à influencer les décisions concernant leurs communautés.

On fait valoir que le capital social est un élément clé dans la réalisation du renouveau civil et de ce fait, dans la création de communautés plus épanouies. Cet article tente de quantifier un aspect de la relation entre la participation culturelle et le capital social.

Après une introduction conceptuelle et méthodologique dans la première section, la section suivante décrit les mesures de qualité de la vie civile et l'ampleur du capital social en Grande-Bretagne en comparaison à d'autres pays de l'UE. La section 3 examine l'étendue de la participation culturelle en Grande-Bretagne. La section 4 se penche sur les corrélations entre les niveaux nationaux de participation citoyenne et ceux de capital social à travers l'Europe, ainsi que les corrélations entre les mesures individuelles de bien-être et le capital social et la participation culturelle en Grande-Bretagne. La section 5 examine en détail les facteurs individuels qui déterminent les niveaux de participation culturelle. Enfin, la section 6 tire des conclusions et

propose des pistes de recherche pour l'avenir. L'annexe 2 indique les principales sources de données utilisées dans l'article.

L'article adopte une vision globale des indicateurs de capital social pouvant être pris en considération, au moyen de mesures découlant de diverses perspectives théoriques. Ces mesures comprennent l'engagement civique, la confiance entre individus, la confiance dans les institutions civiles, l'esprit civique, la sociabilité informelle et les taux de bénévolat.

L'article comprend les activités culturelles suivantes :

- Lecture (livres et presse)
- Visite de musées, bibliothèques, archives, et patrimoine historique
- Spectacles (théâtre, musique, danse)
- Arts visuels (galeries, architecture, design et artisanat)
- ainsi que d'autres activités moins conventionnelles telles que « boire ou manger dans un café ou un pub », « excursions » ou « aller au marché aux puces, à un salon d'antiquités ou autres activités similaires ».

Hagg, Gerard (2006). **Arts, culture and food security in Southern Africa**. (commandée par South African Department of Arts and Culture). Pretoria: HSRC.

Lien : http://www.hsrc.ac.za/Research_Publication-19531.phtml

Le colloque des ministres de l'art et de la culture de la Communauté de développement de l'Afrique australe (CDAA) tenu à Windhoek (2005) a mis en lumière l'importance de la culture et de la diversité culturelle pour l'éradication de la pauvreté et a débouché sur un *Document cadre pour la mise en œuvre du projet et des plans établis par le forum des Ministres de l'Art et de la Culture (CDAA) (Framework for implementation of the project and plans of the Forum of SADC Ministers of Arts and Culture)* accordant la priorité à l'éradication de la pauvreté à travers les initiatives artistiques et culturelles. Cette étude constitue une première réponse du Département sud-africain des Arts et de la Culture à la demande du Colloque de 2005 pour formuler le cadre de référence de ce domaine d'action.

Le point de départ de ce rapport se base sur une affirmation : si les études internationales et régionales ont mis en évidence la relation étroite entre culture et développement durable, celle-ci peut s'étendre à la relation des arts et de la culture avec la sécurité alimentaire. Le concept de sécurité alimentaire porte sur l'accès durable à l'alimentation, l'utilisation des denrées alimentaires, la réduction de la pauvreté et l'usage de l'art et de l'artisanat comme sources de revenus.

Les arts et la culture ont été reconnus par les Pays en Développement d'Afrique australe comme une ressource stratégique pour réduire la pauvreté grâce :

- à l'apport massif de la culture à des moyens de subsistance durables tels que l'enrichissement personnel, l'émancipation économique et l'ascension sociale ;
- au rôle joué par l'art et la culture dans la construction nationale, dans la promotion de la cohésion sociale, de la formation de l'identité individuelle et collective et du développement personnel, et enfin dans l'examen de questions liées à l'égalité des sexes facilité par la pratique d'activités culturelles ;
- à l'importance économique de la culture à travers la création d'emplois et la génération de revenus, l'apport de devises étrangères grâce au rôle du marché et le tourisme culturel ;
- au développement de compétences créatives de la population.

D'autre part, l'art et la culture jouent un rôle notamment dans les questions de sécurité alimentaire suivantes :

- les aspects culturels de la prise d'aliments : essayer de changer les mentalités sur ce qui est acceptable au niveau nutritionnel, promouvoir un meilleur apport alimentaire
- les aspects culturels de la santé : utilisation de l'art et de la culture dans les campagnes de sensibilisation à la santé publique ;
- les aspects culturels de l'éducation en vue du développement de modes de subsistance durables : la possibilité de générer des revenus à partir de productions artistiques et artisanales ;
- les aspects culturels et artistiques du tourisme : valoriser le tourisme ethnique et culturel pouvant générer des revenus et renforcer l'identité culturelle, développer les monuments et infrastructures existants et les différents types d'art et de culture.

Après avoir analysé ces aspects associant l'art et la culture au développement et à la sécurité alimentaire, cette étude identifie un certain nombre d'obstacles entravant la mise en œuvre de stratégies et définit une approche régionale pour la promotion de liens positifs entre les arts, la culture et la sécurité alimentaire, tels que :

- Les enjeux conceptuels ayant trait aux arts
- La sécurité alimentaire et la culture
- L'absence de politiques et/ou faiblement mises en œuvre
- Les problèmes structurels entravant la coordination nationale et régionale
- Le manque de capacité
- L'absence d'informations adéquates
- La nature imbriquée et complexe de la situation prévalant dans les pays en voie de développement d'Afrique australe

Les éléments ci-dessus sont examinés dans un chapitre unique. En conclusion, l'étude propose une approche en vue d'une enquête plus approfondie. Afin de mieux appréhender la situation, elle propose la production de rapports et d'études menés au niveau national qui mettraient l'accent sur la création de liens et de cadres d'exécution intégrés.

Holden, John (2006). ***Cultural Value and the Crisis of Legitimacy. Why culture needs a democratic mandate.*** London: Demos.

Lien : <http://www.demos.co.uk/files/Culturalvaluweb.pdf?1240939425>

Face aux crises actuelles de légitimité et aux compressions budgétaires que subit le secteur culturel, la présente publication a pour objectif de permettre à la classe politique de comprendre l'importance de la culture, en fournissant aux institutions culturelles des arguments plus efficaces quand il s'agit de défendre l'importance de l'art et de la culture pour la société.

L'étude fournit un cadre conceptuel dans lequel la culture subventionnée par l'État génère trois types de valeurs: la valeur intrinsèque, la valeur instrumentale et la valeur institutionnelle. Il y est expliqué que ces valeurs évoluent au sein d'une relation triangulaire entre les professionnels de la culture, la classe politique, les décideurs politiques et le grand public. Cette analyse dévoile l'existence d'un problème : la classe politique et les décideurs semblent se soucier davantage des résultats instrumentaux, économiques et sociaux alors que les professionnels de la culture et le public ont des préoccupations tout à fait différentes. En conséquence, les relations entre le public, la classe politique et les professionnels de la culture sont devenues dysfonctionnelles, et le «système culturel» s'est muté en une conversation fermée et hargneuse entre les professionnels

de la culture et la classe politique, pendant que les pages d'actualités des médias jouent un rôle destructeur entre la politique et le public.

Le défi pour les opérateurs culturels est de créer une harmonisation entre la culture, la politique et le public en ouvrant de nouvelles voies à l'établissement d'une plus grande légitimité auprès des citoyens.

Tout d'abord, l'étude évoque les raisons pour lesquelles le gouvernement devrait financer la culture comme il le fait pour l'éducation ou la santé, puis s'efforce de produire un exposé clair sur la valeur culturelle et les valeurs publiques de la culture et d'expliquer les raisons pour lesquelles la culture est importante dans la vie politique et publique.

Après le résumé et l'introduction, le chapitre 3, consacré à la valeur culturelle, expose les trois types de valeurs engendrées par la culture subventionnée par l'État : la valeur intrinsèque, instrumentale et institutionnelle.

Les valeurs intrinsèques sont l'ensemble des valeurs relatives à l'expérience subjective intellectuelle, émotionnelle et spirituelle de la culture.

Les valeurs instrumentales sont liées aux effets secondaires de la culture, lorsque celle-ci vise à atteindre un objectif social ou économique.

Les valeurs institutionnelles portent sur les processus et les techniques adoptés par les organisations lors de la création de valeur destinée au public.

Le chapitre 4 définit la relation entre les trois parties concernées par la transaction culturelle - le public, la classe politique et les décideurs politiques et les professionnels - par rapport aux trois différents types de valeurs. En ce qui concerne le triangle des valeurs, la valeur intrinsèque importe plus au public que la valeur instrumentale. Le professionnel de la culture quant à lui se préoccupe de la valeur intrinsèque et parfois de la valeur instrumentale. Pour ce qui est de la classe politique, il est dit qu'il y a un énorme décalage entre l'idée que le public se fait de la culture et de son utilisation, et la façon dont elle est envisagée par la classe politique car elle a tendance à se concentrer sur les valeurs instrumentales.

Le chapitre cinq s'efforce d'expliquer en détail le décalage entre le public, les professionnels et la classe politique en ce qui concerne les préoccupations liées aux valeurs tandis que **le chapitre 6** examine le rôle des médias qui reflète et établit une relation entre le public, la classe politique et les professionnels. Le discours médiatique sur la culture portant sur un certain nombre de thèmes créé un paradoxe dans le fait que l'art et les artistes y sont à la fois soutenus et remis en question.

Le chapitre sept est consacré aux relations entre la recherche de données, les éléments factuels et les campagnes de sensibilisation. La recherche permet de fournir des informations utiles aux décideurs politiques et de la matière première pour alimenter les campagnes de sensibilisation. Le document analyse ici quelques-uns des problèmes que rencontre la recherche tels que la tendance à mesurer ce qui est facilement mesurable et pas forcément ce qui est utile. L'activité des professionnels de la culture se mesure beaucoup plus que les réactions du public à celle-ci. La collecte des données ne parvient souvent pas à saisir la valeur ou le fait que la plupart des professionnels ne savent souvent pas pourquoi il leur est demandé de produire des informations alors que très peu de renseignements leur sont donnés en retour. Le chapitre se termine sur l'élaboration d'un nouveau régime en matière de recherche avec une série de principes utiles à suivre.

Le chapitre 8 et la conclusion du **chapitre 9** formulent plusieurs priorités et propositions de changement, telles que l'importance de comprendre les différents types de valeurs créées par la culture, ou la nécessité de nouer un dialogue avec le public.

Le cadre de la « valeur culturelle » présenté ci-dessus aide les individus et les organisations à se faire comprendre, à exprimer leurs besoins et à prendre des décisions en leur fournissant :

- un langage leur permettant d'expliquer pourquoi la culture est appréciée du public

- une approche plus démocratique, offrant la possibilité de renforcer la légitimité pour un financement public
- la possibilité d'une transition facilitée vers un modèle de culture plus participatif
- une réaffirmation du rôle du praticien professionnel
- une justification permettant d'expliquer pourquoi le système de financement devrait être moins directif
- un moyen pour permettre aux hommes politiques et aux professionnels de la culture de comprendre les positions des uns et des autres, ce qui conduirait à de meilleures relations et échanges avec le public.

Jackson, Maria Rosario; Kabwasa-Green, Florence; Herranz, Joaquín (2006). ***Cultural vitality in communities: interpretation and indicators***. Washington D.C.: The Urban Institute.

Lien : http://www.urban.org/uploadedpdf/311392_Cultural_Vitality.pdf

Cette monographie présente une définition de la vitalité culturelle qui comprend toute la gamme de biens et activités culturels jugés significatifs par la population à travers le pays. La vitalité culturelle est définie comme une preuve que la création, la diffusion, la validation et le soutien aux arts et à la culture font partie de la vie quotidienne des collectivités. L'étude fournit un ensemble de ressources disponibles au niveau national et une boîte à outils pour leur interprétation. Celles-ci permettent aux décideurs politiques de contrôler et d'évaluer de façon systématique le rôle du renforcement des capacités de la culture au niveau local et encouragent l'inclusion des indicateurs artistiques et culturels aux systèmes de mesure de la qualité de vie et aux tentatives d'explication de la dynamique animant les communautés locales et de leur condition particulière.

Cette étude expose des recommandations spécifiques et concrètes pour le développement de ces indicateurs. Cela comprend :

- un schéma pour donner un sens aux différents types de données aidant à représenter les arts et la culture dans les communautés
- les priorités relatives aux mesures
- un nouvel ensemble de mesures ou d'indicateurs comparables à l'échelle nationale permettant d'évaluer des aspects importants de l'offre culturelle d'une communauté.

Un classement de zones statistiques métropolitaines des États-Unis est présenté au moyen de ces mesures, illustrant la façon dont la solidité de l'offre et des activités culturelles peut différer selon les lieux en fonction des mesures utilisées. La vitalité culturelle se définit comme le concept fondamental qui détermine le développement de mesures spécifiques.

Le chapitre 1 présente le concept de la vitalité culturelle en associant les arts et la culture aux notions de qualité de vie, de communautés où il fait bon vivre et de grandes villes. En créant ce concept de vitalité culturelle, l'étude prend en compte trois dimensions adaptées à la mesure au moyen d'indicateurs et qui sont la clé du suivi des aspects importants de la vitalité culturelle : les opportunités offertes pour la participation culturelle, la participation culturelle en elle-même, et le soutien apporté aux activités artistiques et culturelles. Les principaux aspects se rapportant à une compréhension approfondie de ces trois dimensions sont abordés dans cette section.

Le chapitre 2, « Assessing the State of the Community Indicator Field with the Cultural Vitality Concept » établit l'importance d'initiatives en matière d'indicateurs mises en œuvre tant aux États-Unis qu'au niveau international. L'objectif de cette section est d'identifier les progrès relatifs à la façon dont les systèmes d'indicateurs actuels définissent les arts et la culture et mesurent les différents aspects de la vitalité culturelle.

Le chapitre 3, « Signs of Progress in Indicator-like Initiatives: City Rankings and Arts Sector and Creative Economy Reports » aborde brièvement trois types d'initiatives fortement apparentées au développement du système d'indicateurs. La première consiste en un classement des villes qui évalue les caractéristiques du lieu de manière comparative et inclus également de façon croissante aux mesures artistiques et culturelles. Les deux initiatives suivantes sont des rapports portant sur « le secteur artistique » et « l'économie créative ».

Le chapitre 4 « **Data Relevant for Indicators of Cultural Vitality** » présente un schéma permettant de distinguer les données relatives aux arts et à la culture par degré d'accessibilité (niveaux) et d'autres caractéristiques reflétant la fonctionnalité :

Le niveau 1 « données accessibles au public, récurrentes et comparables sur le plan national » et **le niveau 2** « données accessibles au public, récurrentes et produites localement » permettant le développement immédiat d'indicateurs pertinents. **Le niveau 3** « données quantitatives, sporadiques et épisodiques » fournit des exemples sur la façon dont les données peuvent être recueillies et **le niveau 4** « documentation qualitative (souvent anthropologique ou ethnographique) » fournit des informations contextuelles riches sur la vitalité culturelle et vise à mettre en lumière le processus de conception associé à la collecte de données quantitatives.

Le chapitre 5 « **Cultural Vitality Measurement Recommendations** » résume certains aspects prioritaires de l'étude concernant la mesure quantitative de la vitalité culturelle. Sur la base des priorités ainsi définies et de la connaissance de données annuelles récurrentes et comparables sur le plan national, ce chapitre présente également les recommandations initiales relatives aux indicateurs du niveau 1 de la vitalité culturelle ainsi que des exemples de mesures de niveau 2 utiles pour broser un tableau complet de la vitalité culturelle.

Le chapitre 6 « Rankings from New Tier One Measurements » analyse les indicateurs annuels comparables sur le plan national de la vitalité culturelle, construits à partir d'un éventail de sources de données de niveau 1. Il démontre comment ces mesures permettent la comparaison de certaines dimensions de la vitalité culturelle des zones métropolitaines des États-Unis de plus de 1 million d'habitants. Ces comparaisons sont importantes car elles représentent la première approche comparative des zones métropolitaines des États-Unis établie à partir d'un ensemble de mesures de la vitalité culturelle. L'analyse fait apparaître à la fois un mécanisme de comparaison des zones urbaines autour des différentes dimensions culturelles, et un profil de la vitalité culturelle de chaque région, indiquant l'intensité relative des différents éléments de la vitalité culturelle.

Le chapitre 7 « Using Data from Multiple Tiers to Describe a Community » est une analyse sommaire des types de données utilisées par les collaborateurs de cette étude à Seattle, Boston et Philadelphie pour rendre compte des arts et de la culture.

Laaksonen, Annamari (2010). ***Making Culture Accessible: Access, Participation in Cultural Life and Cultural Provision in the Context of Cultural Rights in Europe.*** Strasbourg: Éditions du Conseil de l'Europe.

Cette étude offre un aperçu général des cadres juridiques et politiques existant en Europe, portant sur l'accès et la participation à la vie culturelle, à l'offre en matière culturelle et aux droits culturels et examine les actions réalisées et les intentions futures des pays européens. Ce document vise à faciliter la création d'un environnement favorable au développement de l'accès et de la participation en matière culturelle.

Après une introduction aux concepts du chapitre 1, le chapitre 2 « Building access, promoting and securing provision » est divisé en 4 sections principales : l'accès et la participation à la vie culturelle ; la participation dans le contexte du droit de l'homme à la culture ; la participation à la vie culturelle dans le cadre juridique, institutionnel et international ; et enfin, l'environnement local et régional.

Le chapitre 3 « **Participation in culture in the administration and legislation** » porte sur l'importance d'avoir une législation forte et des instruments juridiques soutenant la participation culturelle. Les questions traitées dans chaque section sont les suivantes : assurer l'accès : l'approche juridique ; des lois à l'action : favoriser la participation à la vie culturelle dans l'administration publique ; enquêter sur l'accès, la participation, l'offre et les droits culturels ; et la citoyenneté et la participation culturelles.

Le chapitre 4 « **Diverse cultural participation - Fostering participation of groups with special needs** » examine la façon de briser les barrières entravant notamment la participation culturelle des personnes handicapées, des minorités ethniques, nationales et linguistiques, des personnes âgées et des jeunes.

Les chapitres 5 et 6 sont consacrés à l'exploration des expériences européennes dans la participation à la vie culturelle et la façon de mesurer l'accès, l'offre et la participation à la vie culturelle. Les chapitres 8 et 9 passent en revue les tendances futures et les moyens d'améliorer les politiques actuelles.

L'étude se termine par le constat suivant : « L'accès et la participation à la culture sont des éléments fondamentaux de la démocratie et de l'élaboration de politiques efficaces, permettant avant tout de jouir d'une vie digne et féconde ».

National Endowment for the Arts (2011). **Audience 2.0: How Technology Influences Arts Participation**. Washington DC: National Endowment for the Arts.

Lien : <http://www.nea.gov/research/new-media-report/New-Media-Report.pdf>

La présente recherche analyse l'influence de la technologie et des médias sur la participation culturelle et la façon dont les Américains participent à l'art par le biais des médias électroniques et numériques.

Le sondage permet aux chercheurs de comprendre :

- Qui participe à l'art par l'intermédiaire des médias électroniques ;
- Quels facteurs influent sur la participation artistique à travers les médias électroniques ; et
- Comment la participation artistique est liée par le biais des médias électroniques à des activités telles que la fréquentation de spectacles mais aussi à l'exercice artistique personnel et la création artistique.

Ce rapport est basé sur l'enquête de 2008 réalisée par le NEA sur la participation du public aux arts, qui interrogeait plus de 18 000 adultes sur leur participation à des activités artistiques diverses pendant une période d'un an. Les conclusions de ce rapport mettent l'accent principalement sur l'utilisation des médias électroniques dans le but de prendre part à certaines activités artistiques de référence. Le NEA fait le suivi de la participation aux activités de référence comme indicateur de la participation des adultes américains dans l'ensemble du domaine artistique.

Le rapport examine également la participation à d'autres types d'activités artistiques par l'intermédiaire des médias, y compris notamment des concerts de musique latine, des rencontres littéraires et de l'exercice artistique personnel et création artistique. Les questions spécifiques sur l'utilisation d'Internet ont également permis de rendre compte d'activités artistiques non incluses dans les activités artistiques de référence.

Après le chapitre 2 « Background, Goals, and Methods », le chapitre 3 « Electronic and Digital Media Participation in the Arts » se penche sur les données de l'enquête de 2008 afin de déterminer dans quelle mesure les adultes américains utilisent les médias électroniques pour participer aux arts, ainsi que les caractéristiques démographiques des adultes les plus susceptibles de le faire.

Le chapitre 4 « Comparing Media-Based Arts Participation with Participation by Other Means » analyse la relation entre la participation aux arts par le biais des médias électroniques et celle effectuée par d'autres moyens en s'interrogeant sur la relation entre la participation aux arts par le biais des médias électroniques et celle effectuée à travers les spectacles, l'exercice artistique personnel et la création artistique.

Le chapitre 5 « Recommendations for Future Research » propose des pistes possibles pour de futures recherches sur la participation aux arts par le biais des médias électroniques et offre des idées sur la façon dont l'enquête de 2012 peut répondre à de nouvelles questions liées à ce type de participation aux arts. Le chapitre 5 traite également d'autres méthodes de collecte de données qui appuieraient des analyses futures.

Notes : Le fait que les participants à des activités artistiques par le biais des technologies multimédias semblent assister à des spectacles ou des expositions artistiques deux ou trois fois plus que les personnes ne participant pas à l'art via les médias a constitué une des surprises de ce rapport.

Les technologies multimédias permettent à des Américains d'origines diverses d'être en contact avec des œuvres d'art qui, autrement, ne leur seraient pas accessibles. Par exemple, il est démontré que les Américains âgés, les communautés rurales et les personnes appartenant à des minorités raciales ou ethniques sont plus susceptibles de pratiquer certaines formes d'art à travers les médias que par une présence effective.

O'Toole Fintan (2006). *Dismantling the Barriers to Participation in Cultural Life*. National Disability Authority. 5th National Research Conference. Dublin 16 novembre 2006.

Lien :

[http://www.nda.ie/CntMgmtNew.nsf/dcc524b4546adb3080256c700071b049/5A19C972AF5A7B93802571E60052A06B/\\$File/3_fintan_otoole.htm](http://www.nda.ie/CntMgmtNew.nsf/dcc524b4546adb3080256c700071b049/5A19C972AF5A7B93802571E60052A06B/$File/3_fintan_otoole.htm)

Ce document constitue un plaidoyer en faveur d'une vision élargie de la participation culturelle, dépassant la simple fréquentation de spectacles. La définition de l'être humain inclut aussi une dimension culturelle. Ainsi, l'exclusion de la culture se traduit par une exclusion de la participation à la vie humaine, sociale et civique. Comme le dit l'auteur : « Si vous n'avez pas la capacité de participer à la vie culturelle, vous êtes ipso facto défini socialement comme étant en dehors de la communauté sociale ».

La deuxième partie de cet article examine la question des obstacles à la participation culturelle et met l'accent sur l'importance d'essayer de les briser afin de garantir les droits culturels, et par conséquent, civiques d'une importante proportion de la population.

En premier lieu, l'étude tente de définir la culture afin d'expliquer ce qui peut être considéré comme la participation culturelle. Étant donné que le terme de « culture » renvoie à tout ce qui n'est pas naturel, on peut dire que la culture renvoie de façon fondamentale et déterminante à la manière dont nous interagissons avec tout ce qui ne nous est pas propre. Ce terme comprend donc ce que l'on peut qualifier de productions humaines.

La seconde hypothèse de base de cette étude est que la culture est un domaine dans lequel il existe une continuité entre d'une part, ce que nous pensons être la définition de la culture au sens étroit du terme, et d'autre part, de nombreuses créations essentielles de l'homme, y compris la politique, la notion de droits de l'homme ainsi que notre l'histoire et évolution en tant qu'espèce. La participation culturelle est donc considérée comme étant fortement liée à notre humanité et à nos droits en tant qu'êtres humains.

Pour l'auteur, si la culture comprend l'ensemble des œuvres de l'humanité et si l'on y inclut cette notion de continuité du processus d'exploration et de développement humains, l'exclusion de la culture est synonyme d'exclusion de la pleine participation inhérente à l'expérience humaine.

L'auteur se réfère au rapport du National Endowment for the Arts aux Etats-Unis portant sur la relation entre la participation de la population aux arts d'une part, et la participation à la vie publique d'autre part, faisant état d'une forte corrélation existant entre la participation à des activités artistiques et la participation à la vie sociale et politique de la collectivité. Donc, si la participation culturelle est liée à la participation civique, cela signifie qu'être dans l'incapacité de participer à la vie culturelle revient à être implicitement défini comme un non-citoyen.

Dans ce contexte, l'auteur essaie de répondre à la question des obstacles à la participation culturelle. Les obstacles à la participation culturelle se répartissent en trois catégories principales : l'exclusion physique, l'exclusion culturelle en termes d'images culturellement créées (notre culture actuelle continue de produire des images extrêmement hostiles aux personnes handicapées) et la question plus vaste de l'exclusion sociale qui comprend les personnes handicapées, mais ne s'y limite pas.

Selon l'auteur, il serait intéressant d'ouvrir un dialogue avec le mouvement des personnes handicapées d'une part, et les personnes plus largement concernées par la participation culturelle d'autre part, car il existe un lien très fort entre l'exclusion des personnes handicapées à la participation culturelle et l'exclusion sociale et culturelle dans un sens plus large.

Le dernier sujet de cet article porte sur la participation culturelle en tant que participation active à travers la création artistique. L'auteur donne l'exemple d'écrivains irlandais atteints de paralysie cérébrale pour défendre l'importante contribution que peut apporter à la création artistique une personne considérée exclue. Les personnes handicapées sont non seulement exclues de la participation passive, mais rencontrent également des obstacles majeurs à leur participation active en tant que créateurs.

Novak-Leonard, Jennifer L. and Alan S. Brown (2011). ***Beyond Attendance: A Multi-Modal Understanding of Arts Participation***. Washington DC: National Endowment for the Arts.

Lien : <http://www.nea.gov/research/2008-SPPA-BeyondAttendance.pdf>

Basé sur l'enquête de 2008 sur la participation du public aux arts (Survey of Public Participation in the Arts, une enquête affirmant que les Américains participaient de moins en moins à l'art, avec un recul de 5 % sur la participation artistique), les auteurs proposent un cadre "multimodal" pour une meilleure compréhension de la participation aux arts, remettant en question la conformité des taux de participation totale représentés uniquement en fonction de la fréquentation des arts visuels et du spectacle. Ils suggèrent qu'un système d'analyse comparative plus large - représentant la participation à travers trois modes (la création ou la performance artistique ; la participation artistique par médias interposés et la participation à un éventail plus large d'activités) - produirait des résultats plus pertinents pour les organismes de financement des arts, les gestionnaires des arts et le public en général.

Le chapitre 1 **Context** examine les perspectives actuelles de la participation aux arts, les recherches récentes et les discussions autour du domaine des arts et de la politique culturelle portant sur la nécessité d'adopter une vision élargie pour mieux comprendre la participation artistique. Dans leur recherche de clarification du terme « participation artistique », les auteurs analysent les études existantes qui identifient quatre facteurs (au-delà des facteurs démographiques) motivant et valorisant la participation individuelle.

Le chapitre 2 **A look within the modes of participation** examine les relations entre les différentes tendances de participation à l'intérieur des différents modes de participation (la fréquentation, la création artistique et les modes de participation aux arts par l'intermédiaire des médias électroniques). Il rend également compte des taux de participation en fonction des variables démographiques et examine des facteurs sous-jacents, autres que démographiques, pouvant expliquer les différences observées dans l'enquête sur la participation aux arts.

Le chapitre 3 **A look between modes: attendance and arts creation** et le chapitre 4 **The relationship of electronic media-based participation to attendance and arts creation** étudient les rapports entre la fréquentation et la création artistique, et comparent la participation par le biais des médias électroniques à la fréquentation et à la création artistique.

Le chapitre 5 **How the three modes intersect** se penche sur l'interdépendance des trois modes de participation aux arts, fréquentation, création artistique et participation par le biais des médias électroniques tandis que le chapitre 6 **Where do we go from here?** envisage sur la base de la totalité des données de l'enquête et des publications pertinentes, les implications futures des principales constatations de l'étude sur les politiques, les pratiques et la recherche.

Rabkin, Nick and E.C. Hedberg (2011). ***Arts Education in America: What the Declines Mean for Arts Participation***. Washington DC: National Endowment for the Arts.

Lien : <http://www.nea.gov/research/2008-SPPA-ArtsLearning.pdf>

Dans leur analyse, les chercheurs Nick Rabkin et Eric Hedberg évaluent puis confirment la validité d'une hypothèse retenue à partir de données antérieures à l'enquête de 2008 sur la participation du public aux arts (*Survey of Public Participation in the Arts*), selon laquelle l'éducation artistique constitue l'indicateur le plus significatif de la participation artistique dans la vie adulte, même lorsque des variables supplémentaires ont été prises en compte. Ils montrent également que le

déclin à long terme des taux d'éducation artistique des Américains correspond à une période où l'éducation artistique a été largement dévalorisée dans le système scolaire public.

Après avoir comparé les données de quatre enquêtes sur la participation du public aux arts (1982, 1992, 2002 et 2008), l'étude commence par l'affirmation selon laquelle l'éducation artistique et la participation aux arts sont fortement corrélées. En effet, selon les résultats de ces enquêtes, plus de 50 pour cent des adultes qui ont indiqué avoir eu une éducation artistique pendant l'enfance ont assisté à un événement artistique de référence dans l'année précédant chaque enquête, alors que moins de 30 pour cent de ceux qui n'avaient pas reçu d'éducation artistique étant jeunes ont assisté à un événement de référence.

Après avoir examiné brièvement les principaux résultats dans la note de synthèse, l'étude fait état de ce qui a été pris en compte dans l'enquête, comme la participation et l'éducation artistiques. La participation aux arts revêt plusieurs formes : de la fréquentation traditionnelle de musées, de galeries, et de théâtres à la participation artistique par le biais des médias électroniques. Les activités en amateur y sont également incluses puisqu'un grand nombre d'Américains pratiquent l'art eux-mêmes, qu'ils exécutent ou créent des œuvres en professionnels ou amateurs, seuls ou en groupe, pour leur propre plaisir ou pour leurs amis ou la collectivité. Il existe aussi une multitude de voies vers l'éducation artistique : les Américains suivent des cours dans les écoles, les collèges et les conservatoires, dans un large éventail de lieux communautaires, et prennent des cours particuliers tout au long de leur vie.

En dépit du fait qu'il existe des preuves solides que l'éducation artistique est un indicateur d'une future participation artistique, les auteurs expliquent également dans ce chapitre que l'impact de l'éducation artistique peut dépendre aussi de la nature, de la qualité, de l'intensité et de la durée de cette même éducation.

Le chapitre 1 « Arts Education and Arts Participation » fait une analyse approfondie de la relation complexe mais solide entre l'éducation artistique et la participation des adultes aux arts. Les principales conclusions de ce chapitre selon les données recueillies sont les suivantes :

- L'éducation artistique a un effet à la fois puissant et positif sur la fréquentation des arts pour les adultes servant de référence.
- L'éducation artistique est associée à une fréquentation artistique plus élevée.
- L'éducation artistique a des effets similaires sur d'autres formes de participation artistique telles que : la création individuelle d'œuvres d'art, la participation artistique par l'intermédiaire des médias et la formation artistique supplémentaire.
- L'éducation artistique a un effet plus marqué sur la fréquentation des arts que tout autre facteur mesurable.
- Les enfants de parents qui ont eu une éducation artistique ou qui assistent à des événements artistiques de référence sont plus enclins à suivre des cours privés relatifs aux arts et à assister à des événements artistiques eux-mêmes.

Le chapitre 2 « Trends in Arts Education » porte sur les tendances des huit dernières décennies dans l'éducation artistique, illustrant les enjeux et les opportunités qu'offre l'éducation artistique en tant que stratégie visant à accroître la participation aux arts. Les principales conclusions de ce chapitre sont les suivantes :

- On constate un déclin important dans l'éducation artistique des enfants entre 1982 et 2008.
- Ce déclin est considérable dans les domaines de la musique, des arts visuels et de la création littéraire, tandis que la danse et le théâtre ont légèrement augmenté.

- Il est probable que la baisse constatée au niveau de la musique, des arts visuels et de la création littéraire soit en grande partie associée aux réductions opérées dans les programmes scolaires d'éducation artistique.
 - Il y a eu une augmentation constante du niveau d'éducation artistique des enfants pendant presque tout le XXe siècle avant de décliner dans les dernières décennies.
 - L'éducation artistique des enfants a été inégalement répartie entre les divers groupes ethniques ou socioéconomiques. Les diminutions les plus notables se sont concentrées chez les enfants issus de familles modestes ainsi que chez les enfants afro-américains et hispaniques.
 - Les taux d'éducation artistique chez les jeunes adultes ont été extrêmement instables durant la même période.
 - Dans leur conclusion, les auteurs constatent que l'avenir des arts ne réside pas forcément dans un retour à des niveaux plus élevés de participation à des activités de référence traditionnelles telles qu'aller aux spectacles ou visiter des expositions, mais plutôt dans de nouvelles participations et expériences artistiques qui, pour certains, ont plus de valeur qu'être simplement assis dans le public.
-

Annexe III

Définitions de la participation culturelle

Extraits d'enquêtes analysées dans le manuel sur *Measuring Cultural Participation*

Dernier accès aux liens : 5 septembre 2011

Hong Kong Arts Development Council (2000) ***Public Attitude on Art (Arts Poll 2000)***. Hong Kong: Arts Development Council.

Lien :

<http://www.hkadc.org.hk/en/content/web.do?id=ff80818123dbba560123dbfd53e9001b>

Le rapport est très court et nous n'avons pas pu trouver de définition de la participation culturelle. Toutefois, il stipule implicitement que les attitudes par rapport à la participation culturelle et artistique ont évolué. Les activités artistiques et culturelles auparavant considérées comme élitistes et synonymes de perfectionnement personnel sont désormais reconnues pour leur contribution à la créativité, à l'embellissement des villes et pour le rôle qu'elles jouent dans une l'économie fondée sur la connaissance.

Ogrodnik, Lucie (2000). ***Tendances en matière de consommation et de participation dans le secteur culturel***. Ottawa, Ontario: Statistique Canada.

Lien :

http://www.canadacouncil.ca/NR/rdonlyres/74E41055-65E2-4338-990D-A0462CF3583C/0/cult_consumpe.pdf

Cette enquête est basée sur le Cadre canadien pour les statistiques culturelles, élaboré par Statistique Canada. La définition canadienne de la participation culturelle se caractérise essentiellement par l'équilibre, la souplesse et le compromis. Le cadre canadien ne comprend pas le sport, ni la catégorie générale « nature et environnement » (à l'exception des parcs naturels ayant un centre d'interprétation). D'autres domaines tels que la publicité et les nouveaux médias sont inclus comme catégories d'activités culturelles. L'inclusion du matériel culturel (vidéocassettes vierges, lecteurs de disques compacts, téléviseurs, instruments de musique, fournitures d'artistes, etc.) fait l'objet de nombreuses discussions.

Le cadre pour les statistiques culturelles comporte sept grands éléments fonctionnels, soit la création, la production, la préservation, la fabrication, la distribution, les services de soutien et la consommation. Un des éléments jugés essentiels est la consommation, qui comprend à la fois la participation active et la participation passive. Les renseignements de base requis en ce qui concerne la consommation incluent le nombre de personnes qui assistent à des événements culturels, qui regardent, achètent, écoutent, lisent ou utilisent des biens culturels, ou encore qui font du bénévolat dans le milieu de la culture, ainsi que leurs caractéristiques personnelles.

Statistics New Zealand (2002). **Cultural experiences survey 2002 (questionnaire)**.

Lien :

[http://www2.stats.govt.nz/domino/external/quest/sddquest.nsf/12df43879eb9b25e4c256809001ee0fe/278425242eaceebacc256b61000d11a6/\\$FILE/Final.PDF](http://www2.stats.govt.nz/domino/external/quest/sddquest.nsf/12df43879eb9b25e4c256809001ee0fe/278425242eaceebacc256b61000d11a6/$FILE/Final.PDF)

L'enquête « *Cultural Experience Survey* » est fondée sur le cadre de Nouvelle-Zélande pour les statistiques culturelles (« New Zealand Framework for Cultural Statistics »,) qui définit la culture comme la façon dont les gens affirment leur identité, acquièrent un sentiment d'appartenance et partagent des objectifs, des comportements et de la connaissance qu'ils ont en commun. Dans ce cadre, les statistiques culturelles constituent une tentative de mesure de l'ensemble des activités à travers lesquelles la culture se transmet d'individu à individu et de génération en génération. Onze domaines culturels ont été sélectionnés : Taonga Tuku Iho, le patrimoine, les bibliothèques, la littérature, les arts de la scène, les arts visuels, le cinéma/vidéo, la radiodiffusion, les activités communautaires et gouvernementales, les sports et loisirs, et la nature et l'environnement.

Miringoff, Marque-Luisa and Opdycke, Sandra (2005). **Arts, Culture and the Social Health of the Nation 2005**. New York: Institute for Innovation in Social Policy.

Lien : <http://iisp.vassar.edu/artsculture.pdf>

L'enquête examine la participation artistique et culturelle comme une composante essentielle de la santé sociale de la nation qui pourrait être systématiquement mesurée et suivie. L'idée générale est que la participation artistique et culturelle ne se limite pas à assister à une pièce de théâtre, un spectacle de danse, un concert ou une exposition, mais se manifeste aussi à travers le travail de création que nous faisons au quotidien.

Ostrower, Francie (2005). **The diversity of Cultural Participation: Findings of a National Survey**. Washington, DC: The Urban Institute.

Lien : http://www.urban.org/UploadedPDF/311251_cultural_participation.pdf

Cette enquête a adopté une approche à la fois large et complète de la culture, en présentant les différents endroits où les gens assistent à des événements culturels (par exemple, une église en tant que lieu culturel), et en se concentrant sur les liens entre la participation culturelle et civique. Outre la question de la fréquentation, l'enquête a également pris en compte d'autres formes de participation, y compris la production (telle que jouer d'un instrument) et le don de temps et d'argent.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2007) **Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005**. Valparaiso, Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Lien : http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/ENCUESTA_CULTURA_CHILE.pdf

La consommation et la participation culturelles sont considérées comme une pratique culturelle, un espace de communication qui comprend des activités telles que participer à des manifestations culturelles, écouter et regarder des productions musicales et les médias de masse, lire mais aussi l'éducation, la formation artistique et la production artistique amateur.

Dans tous les cas, il s'agit ici de la façon dont les individus utilisent leurs répertoires et leurs ressources culturelles, organisent leurs réalités et sont capables de les communiquer et d'y donner un sens.

Hill Strategies Research Inc. (2007). **Profil des activités culturelles et des visites du patrimoine des Canadiens en 2005** Canada: Canada Council for the Arts.

Lien :

http://www.canadacouncil.ca/publications_e/research/aud_access/lr128352041672320553.htm

L'enquête envisage uniquement la participation culturelle à travers les dimensions suivantes : assister à un spectacle, visiter des galeries d'art et des musées, visiter des sites historiques et autres organismes du patrimoine, lire des livres, journaux, magazines, regarder des films ou des vidéos et écouter de la musique enregistrée.

Michigan Department of History, Art and Libraries (2007). **Great Lakes Arts, Culture, and Heritage Participation Survey Report**. Canada: Recreation Industries Research Center, Michigan State University.

Lien : http://www.michigan.gov/documents/hal/GLACHPSurveyReport091307_211765_7.pdf

La culture est définie au sens large du terme comme une ressource à exploiter pour le développement économique. Cette enquête associe la participation culturelle aux domaines suivants : la fréquentation de concerts, de spectacle de danse et de représentations théâtrales, la participation à diverses formes d'arts, l'acquisition d'œuvres d'art, l'emploi des artistes et des professionnels du design, les adhésions, les dons et le bénévolat au service d'organismes artistiques et culturels, l'utilisation de bibliothèques, la participation des enfants et des adultes à l'éducation artistique, l'exposition des enfants aux arts, le tourisme culturel, les artistes professionnels et les données démographiques.

Istat (2008). **Spettacoli, musica e altre attività del tempo libero. Indagine multiscopo sulle famiglie "I cittadini e il tempo libero" - Anno 2006**. Roma: Istat.

Lien :

http://www3.istat.it/dati/catalogo/20081031_00/inf_08_06_spettacoli_musica_tempo_libero_2006.pdf

Aucune définition de la participation culturelle n'est donnée, mais les activités culturelles considérées pour l'enquête comprenaient des aspects à la fois traditionnels et plus modernes, le questionnaire portant sur des activités comme regarder la télévision, lire des œuvres littéraires, utiliser de nouvelles technologies ou consacrer du temps à des activités d'apprentissage.

Ministère de la Culture et de la Communication – Département des études, de la prospective et des statistiques (2008). **Les pratiques culturelles des français. Questionnaire 2008**. Paris.

Lien : <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08questionnaire.pdf>

L'enquête examine la participation culturelle comme les différentes façons de participer à la vie culturelle (lecture, écoute de musique, participation à des événements culturels, pratiques en amateur etc.) en se concentrant sur l'utilisation à des fins culturelles des médias traditionnels et des technologies axées sur les nouveaux médias.

DANE – Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2009). **Encuesta de Consumo Cultural 2008**. Informe de Resultados. República de Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

Lien :

http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=107&Itemid=78

La consommation culturelle est associée aux dynamiques impliquant la circulation et l'achat des messages et des contenus. Elle implique non seulement la production de ces messages et contenus mais leur réception active et le processus leur donnant une nouvelle signification. Les biens et services culturels comprennent : les spectacles et activités culturels (danse, théâtre, concerts de musique, foires et expositions d'artisanat), les infrastructures culturelles (bibliothèques, centres culturels, musées, galeries d'art, sites historiques et archéologiques), les activités de lecture et d'édition, de l'audiovisuel (cinéma, vidéo, jeux vidéo, musique enregistrée), la formation et l'éducation artistique.

National Endowment for the Arts (2009). **2008 Survey of Public Participation in the Arts**. National Endowment for the Arts, Washington, DC: National Endowment for the Arts.

Lien : <http://www.nea.gov/research/2008-SPPA.pdf>

L'enquête de 2008 s'intéresse aux formes traditionnelles de participation aux arts vivants (visite de galeries ou fréquentation de spectacles, par exemple) – ainsi qu'à des formes de participation devenues populaires ces dernières années. La participation artistique comprend :

- Fréquentation d'événements artistiques
- Présence à des spectacles enregistrés ou diffusés
- Exploration artistique sur Internet
- Exercice ou création artistique personnelle
- Fréquentation de cours d'art.

Fecomércio-RJ (2010). **O hábito de lazer cultural do brasileiro**. São Paulo: Fecomércio RJ.

Lien : <http://www.fecomercio-rj.org.br/publique/media/Pesquisa%20Cultura.pdf>

Bien qu'aucune définition claire ne soit fournie dans l'enquête, la participation culturelle est considérée comme l'un des piliers de l'inclusion sociale et du développement économique au Brésil avec une portée qui va au-delà des pratiques élitistes.

Uganda Bureau of Statistics (2010). **Uganda National Household Survey 2009/2010. Questionnaire**. Kampala: Uganda Bureau of Statistics.

Lien : <http://www.ubos.org/UNHS0910/Appendix%20III-%20Questionnaire.pdf>

Sur la base du Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles, l'enquête souligne que la participation culturelle comprend tous les éléments de participation dans des activités ou des pratiques culturelles, qu'ils se manifestent via un emploi formel ou la participation à un événement culturel formel (un spectacle dans un théâtre ou un spectacle payant) ou informel (événements communautaires ou familiaux) qui ne sont pas sujets à des transactions monétaires, ou encore via des activités culturelles domestiques.

Pour cette étude, des données sur la religion, l'écoute de la musique, la lecture ainsi que sur l'implication des membres du ménage à différentes activités sociales ont été recueillies.

Great Britain. Department for Culture, Media and Sport (2010). ***Taking Part: The National Survey of Culture, Leisure and Sport. Jan-Dec 2010 Statistical Release.*** London: Department for Culture, Media and Sports.

Lien : http://www.culture.gov.uk/images/research/Taking_Part_Y6_Q3_Jan-Dec10.pdf

L'annexe B de l'enquête Taking Part, qui nous fournit les définitions des domaines examinés dans le questionnaire, considère la participation artistique comme la participation aux activités suivantes :

- Danse – représentation ou répétition/pratique (ballet, autres types de danse exceptés les exercices de forme physique)
- Chant – représentation ou répétition/pratique (excepté le karaoké)
- Instrument de musique – concert, répétition/pratique ou exécution pour son propre plaisir
- Composition musicale
- Théâtre – représentation ou répétition/pratique
- Opéra/théâtre musical – représentation ou répétition/pratique
- Carnaval
- Arts de la rue (art dans l'environnement quotidien, dans les parcs, les rues, les centres commerciaux)
- Cirque (sans animaux)
- Art visuel – (peinture, dessin, gravure ou sculpture)
- Photographie – (en tant qu'activité artistique, donc excluant les photos de vacances ou de famille)
- Création de film ou vidéo en tant qu'activité artistique (excluant les vacances et les vidéos familiales)
- Art numérique – production d'œuvres numériques originales ou d'animation
- Artisanat – toute activité artisanale (textiles, bois, métal, poterie, calligraphie etc.)
- Création littéraire (théâtre, prose ou poésie)
- Adhésion à un club de lecture

Le terme utilisé pour les activités culturelles est celui de « participation artistique » tandis que le terme de « fréquentation artistique » est employé pour les manifestations culturelles telles que :

- Exposition d'art visuel (la peinture, la photographie ou la sculpture)
- Exposition artisanale (pas le marché artisanal)
- Manifestation comprenant l'art numérique
- Festival culturel spécifique (par exemple Mela, Baisakhi, Navratri)
- Théâtre (par exemple le jeu, le théâtre, la pantomime)
- Opéra/théâtre musical
- Arts de la rue (art dans l'environnement quotidien, dans les parcs, les rues, les centres commerciaux)
- Cirque (sans animaux)
- Carnaval
- Performance musicale en public (par exemple, classique, jazz ou autre événement musical en direct, mais pas de karaoké)
- Spectacle de danse (par exemple le ballet, les danses africaines, sud-asiatiques, chinoises, la danse contemporaine ou tout autre spectacle en public)
- Manifestation associée aux livres ou aux écrits

Statistical Research and Training Institute (2010). *Japan Statistical Yearbook 2011*. First Editorial Section, Statistical Library, Statistical Research and Training Institute, Ministry of Internal Affairs and Communications.

Lien : <http://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/index.htm>

Dans cette enquête, les activités culturelles sont classées parmi les activités tertiaires ou les activités de loisir. Ce groupe comprend aussi d'autres activités comme « études et recherches », « loisirs et divertissements », « sport » et « bénévolat et activités sociales ».

Greater Philadelphia Cultural Alliance (2011). *CEI2010: Philadelphia Cultural Engagement Index*. San Francisco: Wolfbrown.

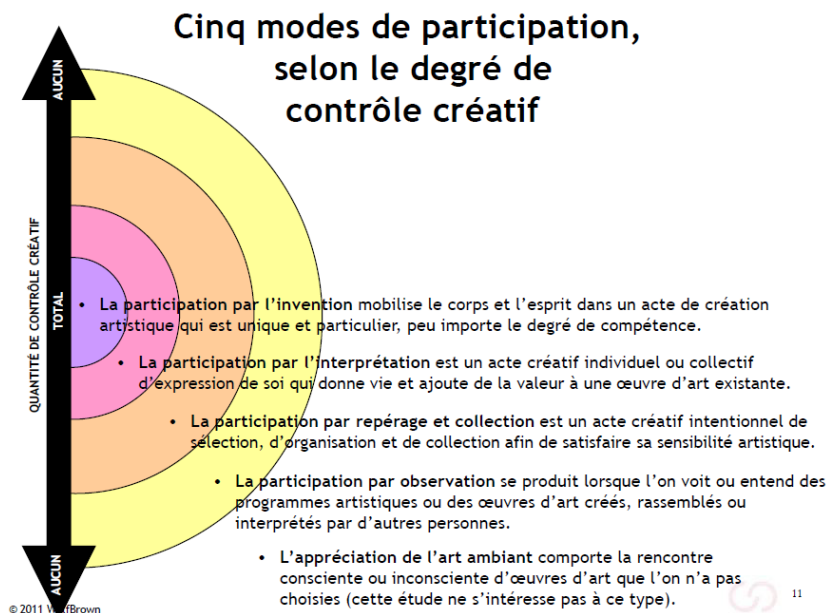
Lien :

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=explorer&chrome=true&srcid=0B3DgXA23lwvtMDFkOTZiMzYtN2EzYi00Y2M4LWFIMTctNzY5MTZkMTI5M2Fi&hl=en>

La CEI s'appuie sur un corpus croissant de recherches relatives à la participation culturelle qui englobe une définition plus étendue de la « participation culturelle » et situe la participation culturelle dans un cadre plus large de la vitalité créative de la communauté. L'enquête identifie 12 groupes d'activités selon trois modes de la participation d'art : par la fréquentation et par les médias et par la production ou la création artistique. Les 12 groupes d'activité sont les suivants : oralité/mouvement, narration, pratique numérique, arts visuels et artisanat, musique, art/film, arts de la scène, histoire et nature, histoire, science et patrimoine, lecture, activités spirituelles ou associées au culte, activités médiatiques populaires.

Novak-Leonard, Jennifer L. and Alan S. Brown (2011). *Beyond Attendance: A Multi-Modal Understanding of Arts Participation*. Washington DC: National Endowment for the Arts.

Lien : <http://www.nea.gov/research/2008-SPPA-BeyondAttendance.pdf>



Eurostat (2011). **Cultural statistics**. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Lien : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-32-10-374/EN/KS-32-10-374-EN.PDF

Le chapitre sur la participation culturelle dans l'Union européenne analyse un éventail de pratiques culturelles (y compris aller au cinéma, assister à des spectacles et visiter des sites culturels), la participation aux activités artistiques et culturelles, ainsi que les tendances concernant la lecture de livres et de journaux. La note méthodologique sur la participation culturelle décrit les statistiques de l'UE sur le Revenu et les Conditions de Vie (EU-SILC) comme principale source de données du chapitre. Il est mentionné que cette enquête recueille des données sur la fréquence à laquelle les individus se rendent au cinéma, assistent à des spectacles ou visitent des sites culturels.

Burlita Augustina, Witek Jolanda (n.d.). **The frequency and determinants of participation in selected cultural forms. The results of research**. Department of Marketing, University of Szczecin, Poland.

Lien : <http://mikro.univ.szczecin.pl/bp/pdf/44/3.pdf>

L'enquête n'examine que des formes tout à fait spécifiques de participation culturelle telles que les représentations théâtrales, les opéra et opérettes, les concerts de musique classique, les expositions et galeries d'art etc.

Afin d'évaluer correctement les impacts des expressions culturelles toujours vivantes et en constante évolution, les modèles statistiques qui cherchent à les mesurer doivent donc évoluer. Dans ce cas, comment mesurer les pratiques culturelles, telles que prendre part à une cérémonie traditionnelle, jouer d'un instrument de musique ou visiter un musée virtuellement ? Dans le monde actuel à la pointe des technologies, comment Internet affecte-t-il les pratiques culturelles ? L'âge et le genre ont-ils une influence sur les degrés de participation culturelle ? S'éloignant de la vision traditionaliste des pratiques culturelles, l'Institut de statistique de l'UNESCO en s'appuyant sur des définitions exhaustives développe de nouvelles directives afin qu'elles puissent être appliquées à l'échelle internationale pour mesurer la participation culturelle dans tous les pays.

A cette fin, l'ISU produit une série de manuels afin d'approfondir les concepts basés sur le *cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles de 2009*. Ce document présente les perspectives actuelles sur la mesure de la participation culturelle. En se basant essentiellement sur une approche quantitative, il propose un panorama des instruments de collecte de données existant à travers le monde. Ce rapport identifie quelles sont les pratiques exemplaires à suivre ainsi qu'une liste de sujets clés à prendre en compte lors de l'élaboration des enquêtes. Ce manuel est une source d'information importante pour les organisations intéressées à mesurer la participation culturelle.



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

INSTITUT
de
STATISTIQUE
de l'UNESCO

L'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU) est le bureau de statistique de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) et le dépositaire de l'ONU de statistiques mondiales et comparables au niveau international sur l'éducation, la science, la technologie, la culture et la communication.