



*Hill Strategies*

Research Inc. | Recherche Inc.

<http://www.hillstrategies.com>

[info@hillstrategies.com](mailto:info@hillstrategies.com)

## *Arts Research Monitor / Recherches sur les arts*

*Volume 2, No. 9*

ISSN 1708-170X

*Volume 2, no 9*

Free public distribution is made possible by the Canada Council for the Arts and the Department of Canadian Heritage. Please forward the Arts Research Monitor to your colleagues, friends and others who may wish to subscribe to this free service. If you would like to be added to or deleted from the subscriber list, please contact Hill Strategies Research at [subscribe@hillstrategies.com](mailto:subscribe@hillstrategies.com).

La diffusion gratuite de ce bulletin est possible grâce au soutien du Conseil des Arts du Canada et du ministère du Patrimoine canadien. N'hésitez pas à transmettre *Recherches sur les arts* à vos collègues, à vos amis et aux autres personnes désireuses de s'abonner à ce service gratuit. Veuillez communiquer avec Hill Stratégies Recherche à [abonnement@hillstrategies.com](mailto:abonnement@hillstrategies.com) si vous désirez que votre nom figure sur notre liste d'abonnés ou qu'il en soit supprimé.



Canada Council  
for the Arts

Conseil des Arts  
du Canada



Canadian  
Heritage

Patrimoine  
canadien

*In Volume 2, Number 9: A report on the status of women in theatre, two articles on dance programs and participation, and a document outlining a framework for increasing arts participation.*

*Dans le volume 2, numéro 9 : un rapport sur la condition des femmes dans le théâtre, deux articles sur les programmes et la participation en danse et un document décrivant un modèle permettant d'accroître la participation aux arts. La version française du bulletin suit la version anglaise.*

### ***Theatre / Status of Women***

#### **The Status of Women in Theatre – The Ontario Experience**

Ontario Arts Council, *ArtFacts*, Volume 8, No. 1, January 2004

[http://www.arts.on.ca/userfiles/HTML/nts\\_1\\_314\\_1.html](http://www.arts.on.ca/userfiles/HTML/nts_1_314_1.html)

This fact sheet “examines data on the participation rates of women as primary creators in professional Ontario theatre companies”, based on Ontario Arts Council Theatre Office records and previous reports on the topic. The fact sheet finds that the status of women has improved – there are higher proportions of women playwrights, directors and artistic directors than in the past – but parity with men has not been reached.

Historical Canadian data from 1978 to 1981 of 1,156 productions by 104 Canadian theatres is compared to Ontario data from 1998/99 to 2002/03 of 812 productions by 45 anglophone theatre companies funded on an operating basis by the Ontario Arts Council. This comparison shows that the percentage of female-written plays produced by theatre companies increased from 10% to 33% during the 20-year period, while female-directed plays increased from 13% to 28%. Women accounted for 11% of artistic directors in the earlier period and 31% in the more recent period. Women also comprised two-thirds of all general

managers (or equivalent administrative positions) in the more recent period, but no comparable data is available for the earlier timeframe.

There is still much work to be done to achieve parity, as the fact sheet also notes that “the larger the theatre..., the less likely it is that women lead the organization artistically, see their work produced on the stages, and direct that work.”

Interestingly, data provided in the fact sheet shows that theatre companies led by women are much more likely to engage female playwrights and directors than male-led companies. Creation-based theatres and those programming specifically for children, youth and families are also more female-friendly.

The fact sheet also shows that the proportion of female jurors in grants allocated to individuals has increased from 24% of jurors in a Canada Council sample between 1978 and 1981 to 52% in an Ontario Arts Council sample between 1999/2000 and 2002/03. During the recent period, nearly one-half of applications to two OAC granting programs for theatre artists came from women or female-led teams, and about the same percentage of *successful* applications were from women or female-led teams.

## ***Dance / Arts Participation***

### **Successful dance policies and programs**

International Federation of Arts Councils and Cultural Agencies, September 2003  
[http://www.ifacca.org/ifacca2/en/organisation/page09\\_BrowseDart.asp](http://www.ifacca.org/ifacca2/en/organisation/page09_BrowseDart.asp) (D’Art #11)

This report provides a brief summary of dance programs, policies and challenges in various countries. Some challenges that a number of countries are grappling with in the development of dance include: professional development beyond pre-entry training; support for proven choreographers and performers; affordable and accessible space for rehearsal and development; building and sustaining touring networks; low remuneration for dance practitioners; and career insecurity.

The report provides information and references about initiatives such as the Canada Council’s pilot program to encourage creation-based partnerships between presenters and artists. (See <http://www.canadacouncil.ca/grants/dance/fc127223595592343750.htm> for more information.)

Different types of supports are available for dance in specific countries. In Germany, some of the leading dance companies are tied to the corporate structure and finances of opera houses. In France, in order to make dance better available outside of Paris, the government selected and supported “dynamic young choreographers” to relocate and establish companies in regional centres.

A 1989 British report (*Stepping Forward*) was seen to be instrumental in improving the situation of dance in that country, helping to move it from a “deeply demoralised and nervous profession” that believed that “there is a creative crisis in British dance” to a “stronger, healthier and, in audience terms, more popular” sector. A broad-ranging approach was taken to ensure the development of the sector, “from education and training, through support for new work, to touring and other distribution”. Particular emphasis was placed on “an audience rather than artist-centred approach to resource allocation”. All is not perfect in British dance, however: Problems that remain include salaries, salary progression, working conditions, professional development, and a shortage of male dancers.

The report points to the British experience as a success story: “Despite dance’s small audiences, and despite its reliance on public funding, with the right level of political will and administrative cooperation, it is possible to effect very significant change for the better. That is the challenge.”

## **Twelve Top Tips for Bigger Audiences for your Dance Company**

Scottish Arts Council, December 2002

<http://www.scottisharts.org.uk> (Information/Publications/Research)

This short fact sheet provides tips to maximize dance audiences, based on research underpinning the Scottish Arts Council's 2002 *Dance Strategy*.

Many of the tips provide information about what audiences are looking for:

- an aspect that seems familiar or links with their previous experience;
- a clear association with ideas, issues and emotional content;
- information about what each piece is about and what it will be like to watch, provided in a clear and straightforward way. Avoid words that audiences don't believe, such as "stupefying, electric, dramatic and never to be forgotten";
- distinctive and character-conveying images in brochures and other publicity materials; and
- value for money (rather than low ticket prices *per se*).

Other tips include building long-term relationships with venues, recognizing that "the venue's audience is your audience", and focusing "on the people who attend a wide range of events at each venue". The fact sheet argues that dance companies should "have much more success in persuading attenders of adventurous theatre, music and the contemporary visual arts to cross over to smaller scale contemporary dance". This is consistent with their contention that "the number of people who say they are dance enthusiasts is relatively small – however, many more people are interested in attending dance events on an occasional basis".

## ***Arts Participation***

### **Engage Now! An Arts Worker's Guide to Deepening Experience and Strengthening Participation in the Arts**

Prepared for the Arts Experience Initiative in Pittsburgh by Gerald Yoshitomi, February 2002

<http://www.artsmarketing.org/marketingresources/files/JYNotes-Apr022003.pdf>

This report aims to provide a guide to increasing arts participation, with a particular eye to the meaning and values involved in arts participation. Participants' perceptions, benefits, barriers and experiences are the key factors in the report's behavioural framework of arts participation.

The author argues that background characteristics, such as socio-demographic characteristics, personality, past experience and social or cultural identity, play only a partial role in arts participation. "Such attributes describe participants, but they do not determine participation." This line of reasoning is consistent with other statistical and arts education research that shows that socio-demographic characteristics explain only a portion of arts participation. Demographic determinism is not appropriate when it comes to the arts.

This being said, personal attributes do play a role, by helping to "shape an individual's personal beliefs and his or her perceptions of social norms. These, in turn, determine a person's attitudes (or predisposition) toward arts participation." Arts organizations are encouraged to recognize that "each person benefits differently from the same arts event". Since the benefits of participation are many and varied, attempts to increase participation should also be many and varied. Organizations "must provide a specific benefit sought by a particular participant at a particular moment." The report argues that "mass customization strategies" can be used to achieve this goal. Clearly, significant amounts of research would be required to identify participants' experiences and beliefs as well as individualized techniques to reach them.

After a decision is made to participate, the experience (which is not limited to the “art” itself) must live up to expectations. “The deeper, richer and more positive the experience, the higher the inclination to increase participation in the future (through attendance, contributions, volunteerism, etc.) and to encourage others to attend.” Organizations should allocate resources to enhancing participants’ experiences as well as to selling more tickets. In addition, participant surveys should attempt to capture what participants felt was meaningful or transformative about an arts event (and why).

## ***Théâtre / Condition féminine***

### **Le statut des femmes dans le théâtre : l’expérience ontarienne**

Conseil des arts de l’Ontario, *Artifacts*, volume 8, n° 1, janvier 2004

[http://www.arts.on.ca/userfiles/HTML/nts\\_1\\_315\\_2.html](http://www.arts.on.ca/userfiles/HTML/nts_1_315_2.html)

Cette feuille d’information « examine les données sur les taux des femmes qui occupent des fonctions de création principales dans les compagnies de théâtre professionnelles de l’Ontario », à partir des données du Secteur du théâtre du Conseil des arts de l’Ontario et de diverses études antérieures sur la question. On constate que la condition des femmes s’est améliorée – la proportion de femmes dramaturges, de metteuses en scène et de directrices artistiques est plus élevée que dans le passé – bien qu’il n’y ait pas encore la parité avec les hommes.

Cette étude compare des données historiques canadiennes de 1978 à 1981 provenant de 1 156 productions par 104 théâtres canadiens aux données ontariennes de 812 productions de 45 compagnies de théâtre anglophones recevant des subventions de fonctionnement du Conseil des arts de l’Ontario pendant la période 1998-1999 à 2002-2003. Cette comparaison démontre que le pourcentage de pièces écrites par des femmes et produites par ces compagnies est passé de 10 % à 33 % au cours de cette période de 20 ans, tandis que les pièces mises en scène par des femmes sont passées de 13 % à 28 %. Les femmes représentent 11 % des directeurs artistiques au cours de la première période et 31 % de la période plus récente. Les femmes constituent également deux tiers de la direction générale au cours de la période plus récente, bien qu’il n’y ait pas de données comparables pour la première période.

Il reste beaucoup de chemin à faire avant d’atteindre la parité, la feuille d’information observant également que « plus [les compagnies] sont grandes moins elles sont susceptibles d’avoir des femmes au poste de direction artistique, de produire des œuvres de femmes dramaturges ou de faire appel à des femmes pour la mise en scène. »

Fait intéressant à noter, les données proposées par la feuille d’information indiquent que les compagnies de théâtre dirigées par les femmes ont beaucoup plus tendance à employer des femmes dramaturges et des metteuses en scène que les compagnies dirigées par les hommes. Les compagnies à base de créations collectives et celles qui visent les enfants, les jeunes et les familles sont également beaucoup plus ouvertes aux femmes.

Selon cette feuille information, la proportion de femmes membres des jurys attribuant des subventions à des individus est passé de 24 % de l’ensemble des jurés dans un échantillon du Conseil des Arts du Canada pendant les années 1978 à 1981 à 52 % dans l’échantillon du Conseil des arts de l’Ontario entre 1999-2000 et 2002-2003. Au cours de la période récente, environ la moitié des demandes adressées à deux programmes de subvention du CAO pour les artistes de théâtre est venue de femmes ou d’équipes dirigées par des femmes. Le pourcentage de demandes *acceptées* de cette provenance était environ le même.

## **Danse / Participation aux arts**

### **Les soutiens gouvernementaux aux secteurs de la danse qui ont réussi**

La Fédération internationale de conseils des arts et d'agences culturelles, septembre 2003  
[http://www.ifacca.org/ifacca2/en/organisation/page09\\_BrowseDart.asp](http://www.ifacca.org/ifacca2/en/organisation/page09_BrowseDart.asp) (D'art question 11)

Ce rapport donne un bref aperçu des programmes, des politiques et des enjeux affectant le secteur de la danse dans divers pays. En ce qui concerne le développement de ce secteur, plusieurs pays sont aux prises avec les défis suivants : le développement professionnel après la formation préparatoire; le soutien pour les chorégraphes et les artistes chevronnés; des locaux abordables et accessibles pour les répétitions et le développement; la création et l'entretien de réseaux de tournées; la faible rémunération des danseurs; et l'insécurité professionnelle.

Ce rapport contient des informations sur des initiatives comme le programme pilote du Conseil des Arts du Canada pour encourager des partenariats à base de création entre les diffuseurs et les artistes. (Voir <http://www.canadacouncil.ca/subventions/danse/fc127223595592343750.htm> pour plus d'information.)

La nature du soutien accordé à la danse varie selon les pays. En Allemagne par exemple, certaines des plus grandes compagnies de danse sont incorporées aux structures organisationnelles et financières des opéras. En France, afin d'améliorer le secteur de la danse à l'extérieur de Paris, le gouvernement a choisi de « jeunes chorégraphes dynamiques » et les soutient afin qu'ils puissent s'établir dans des centres régionaux pour fonder des compagnies de danse.

En Grande-Bretagne, on estime qu'un rapport de 1989, *Stepping Forward*, a joué un rôle crucial dans l'amélioration de la situation de la danse, aidant à faire passer le secteur d'une « profession nerveuse profondément démoralisée » croyant « qu'il y avait une crise de créativité dans les milieux anglais de la danse » à un secteur « plus fort, en meilleure santé et, du point de vue du public, plus populaire ». Le problème a été attaqué sur plusieurs fronts afin d'assurer le développement du secteur, « de l'éducation et de la formation, en passant par un soutien pour la création de nouvelles œuvres, les tournées et d'autres mesures de diffusion ». Une attention particulière a été accordée à « une approche basée sur le public plutôt que sur l'artiste dans l'affectation des ressources ». Le secteur de la danse en Angleterre continue néanmoins à avoir des problèmes au niveau des salaires, de la progression des salaires, des conditions de travail, du développement professionnel et d'une pénurie d'hommes danseurs.

Le rapport fait l'éloge du succès remporté par l'expérience britannique : « Malgré le public limité de la danse et de la dépendance sur le financement public, lorsqu'il y a une volonté politique et une coopération au plan administratif, il est possible d'apporter des changements qui améliorent considérablement la situation. C'est là le défi qu'il faut relever. »

### **Twelve Top Tips for Bigger Audiences for your Dance Company**

Scottish Arts Council, décembre 2002

<http://www.scottisharts.org.uk> (information/publications/recherche)

Cette feuille d'information propose des conseils pour accroître le public de la danse à partir de recherches ayant mené à l'énoncé de la stratégie de la danse de 2002 du Conseil des arts de l'Écosse.

Bon nombre de ces conseils proposent des renseignements sur les désirs du public :

- un aspect d'apparence connue ou des liens aux expériences antérieures du public;
- une association claire avec des idées et des enjeux ainsi qu'un contenu émotionnel;
- des informations sur l'objet de chaque œuvre et l'expérience que l'on en aura, présentées de façon claire et directe – il faut éviter les mots que le public ne croit pas, comme « étonnant, électrisant, dramatique ou inoubliable » ;
- des images distinctives dans les dépliants et le matériel publicitaire; et
- un bon rapport qualité/prix (et non pas des billets à bas prix en tant que tels).

Les autres conseils comprennent la création de relations à long terme avec des salles, reconnaissant que « le public de la salle est votre public », afin de miser « sur les personnes qui assistent à un grand nombre d'événements à chaque salle ». Ce document maintient que les compagnies de danse doivent « avoir beaucoup plus de succès à convaincre les gens qui assistent aux aventures de théâtre et aux concerts ainsi que les amateurs d'arts visuels contemporains d'aller faire un tour du côté de la danse contemporaine. » C'est là conforme à l'affirmation des auteurs selon laquelle « le nombre de personnes se disant amateurs de danse est relativement faible – toutefois, beaucoup plus de gens sont intéressés à assister à des spectacles de danse de temps en temps ».

## ***Participation aux arts***

### **Engage Now! An Arts Worker's Guide to Deepening Experience and Strengthening Participation in the Arts**

Préparé pour Arts Experience Initiative in Pittsburgh par Gerald Yoshitomi, février 2002

<http://www.artsmarketing.org/marketingresources/files/JYNotes-Apr022003.pdf>

Ce rapport se veut un guide pour accroître la participation aux arts, tout en gardant à l'esprit les valeurs et le sens de la participation aux arts. Les perceptions des participants, les avantages, les obstacles et les expériences sont les facteurs clés dans la grille de comportements que le rapport s'est donnée pour analyser la participation.

L'auteur avance que les caractéristiques de fond, comme les dimensions sociodémographiques, la personnalité, les expériences antérieures et l'identité sociale ou culturelle, ne jouent qu'un rôle secondaire dans la participation aux arts. « De tels attributs décrivent les participants, mais ils ne déterminent pas la participation. » Ce raisonnement est conforme à d'autres études statistiques et en matière d'éducation aux arts démontrant que les caractéristiques sociodémographiques n'expliquent qu'en partie la participation aux arts. Il n'y a pas de déterminisme démographique dans les arts.

Cela étant dit, les attributs personnels y sont pour quelque chose, puisqu'ils aident à « mouler les croyances personnelles de l'individu ainsi que ses perceptions des normes sociales. Celles-ci déterminent à leur tour ses attitudes (ou prédispositions) en matière de participation aux arts. » On encourage les organismes du secteur artistique de reconnaître que « chaque personne bénéficie à sa façon d'un événement artistique ». Comme les bienfaits de la participation sont nombreux et variés, les tentatives d'accroître la participation doivent également être nombreuses et variées. Les organisations « doivent fournir un bienfait spécifique recherché par un participant en particulier à un moment en particulier. » Le rapport maintient que les « stratégies de personnalisation de masse » peuvent permettre d'atteindre cet objectif. Manifestement, il faudra faire beaucoup de recherche pour identifier les expériences et les croyances des membres du public et mettre au point des techniques individualisées pour les atteindre.

Une fois la décision de participer prise, l'expérience (qui ne se limite pas exclusivement à l'« art ») doit être à la hauteur des attentes. « Plus l'expérience est profonde, riche et positive, plus on a tendance à vouloir accroître sa participation future (en assistant, en faisant des dons ou du bénévolat, etc.) et à encourager les autres à participer. » Les organismes doivent affecter leurs ressources à améliorer les expériences des participants ainsi qu'à vendre plus de billets. De plus, les sondages sur les participants devraient tenter de saisir ce que les participants estimaient significatif ou transformatif au sujet de l'événement d'art (ainsi que pourquoi).