

Arts Research Monitor

<http://www.ArtsResearchMonitor.com>

Diversity, Immigration and the Arts

This month: a focus on research into diversity, immigration and the arts, including a major British report on cultural diversity and the arts, a Canadian survey of arts participation and attitudes towards the arts of diverse groups, a Canadian study of immigrants' literacy skills, and a report on the social and civic participation of immigrants to Canada.

Please forward the Arts Research Monitor to your colleagues, friends and others with an interest in learning more about the arts and culture. Add your name to our mailing list at [the Hill Strategies Research website](http://www.hillstrategies.com).

[ArtsResearchMonitor.com](http://www.ArtsResearchMonitor.com) provides categories, quick links and easy search access to all individual Arts Research Monitor articles.

Free public distribution is made possible by the Canada Council for the Arts and the Department of Canadian Heritage.

Recherches sur les arts

<http://www.SurLesArts.com>

La diversité, l'immigration et les arts

Dans ce numéro : des études sur la diversité, l'immigration et les arts, dont un rapport britannique important sur la diversité culturelle dans les arts, une enquête canadienne sur la fréquentation des arts par les communautés culturelles et leurs attitudes envers les arts, une étude canadienne sur les compétences en littératie des immigrants et un rapport sur l'engagement civique et social des immigrants au Canada.

[La version française du bulletin suit l'anglais.](#) N'hésitez pas à transmettre Recherches sur les arts à vos collègues, à vos amis et à toute autre personne désireuse d'approfondir ses connaissances sur les arts et la culture. Ajoutez votre nom à notre liste d'envoi sur [le site de Hill Stratégies Recherche](http://www.hillstrategies.com).

Pour un accès rapide et un outil de recherche aux différents articles des numéros actuels et antérieurs de Recherches sur les arts, visitez [SurLesArts.com](http://www.SurLesArts.com).

La diffusion gratuite de ce bulletin est possible grâce au soutien du Conseil des Arts du Canada et du ministère du Patrimoine canadien.



Navigating Difference: Cultural Diversity and Audience Development

Arts Council England, 2006

http://www.artscouncil.org.uk/publications/publication_detail.php?browse=title&id=497&page=12

This British report, with contributions from 40 different people, highlights the case for greater diversity, the complexities of diversity, the current diversity of the U.K.'s cultural organizations, examples of how other sectors engage with diversity, and tips on how to achieve diversity. The report also provides sources of information about audiences and participants (demographic data, publications, websites and other sources) as well as sources of information about artists and companies.

The report begins with the definition of cultural diversity from the *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*: “the uniqueness and plurality of the identities of the groups and societies making up humankind”.

Five prevalent themes from the discussions are:

- how an imbalance of power is at the root of inequality in the cultural sector and beyond;
- the complexities of representation;
- the importance of language;
- the impact that the internal dynamics of an organization can have on its audience development; and
- how diversity can lead to creativity and innovation.

The report highlights five key ideas in the case for greater diversity. First, diversity can spark creative innovation. Second, “we still don’t have enough art that reflects the society we live in because we focus on over-specific, sectional interests when we create, fund and market the arts.” Third, cultural organizations need to stay relevant to avoid redundancy. Fourth, culturally diverse customers represent important untapped markets. In the end, diversity can have an impact on the “bottom line”. Finally, the law prohibits discrimination on the grounds of race, colour, nationality or ethnic or national origin in the provision of goods, facilities and services.

The main points regarding the complexities of diversity are:

- Outdated philosophies of multiculturalism are at the root of many of the ways in which the cultural sector works.
- We should abandon conventions and stereotypes in favour of an intercultural space that both reflects and transcends minority and majority cultural identities.
- We should ensure that cultural policies respond not to multiculturalism but to local diversity and changing needs. Policies should be created in the context of broad local development priorities.
- “Arts managers need to question the ‘common sense’ thinking behind their working practice and check the accuracy of their assumptions.”
- “Achieving diversity requires change in organisational culture and managers with the skills to bring about that change and respond to the challenges of complexity.”

Regarding the diversity of the U.K.'s cultural organizations, the report indicates that the cultural sector has made progress but true equality is a long way off. Inequalities are linked to lack of access to resources. In addition, many diverse artists are nurtured through social or community arts projects run by mainstream organisations. This work is often devalued and under-resourced. Finally, many artists are successfully using new media to challenge standard narratives on race.

In terms of what cultural organizations can learn from other sectors, the report notes that "some cultural organisations already use many of the approaches seen in other sectors: a commitment to fundamental change; a combination of education, outreach and marketing; an in-depth knowledge of the lifestyles and needs of customers; endorsements, whether they are from cultural heroes or community leaders; using specialised communication channels and relevant images and copy in publicity material." The report also highlights the fact that "effective communications are two-way and involve listening as well as talking."

The report's tips on how to achieve diversity include:

- "Internal change is an essential precursor to developing more diverse audiences." Internal changes include board, management, staff recruitment and retention, working models, as well as the ethos and atmosphere of the organization.
- The individuality of artists and artworks should take precedence over their ethnic origin.
- "Know your communities and develop an ongoing relationship with them through dialogue about programming and marketing."
- There is no single minority ethnic arts market or identities.
- "There is no single blueprint that will be effective in every organisation. Different artists, organisations, communities and contexts will always need different solutions.... Cultural diversity can only come from a commitment to changing values throughout an organisation."

Diversity in Canada

Department of Canadian Heritage, March 2006

http://www.culturescope.ca/ev_en.php?ID=11881_201&ID2=DO_TOPIC

This 2006 survey conducted for the Department of Canadian Heritage examines the arts attendance, involvement in the arts, and attitudes towards the arts of six target population groups in Toronto, Montreal and Vancouver. The six target groups are Chinese, South Asian, West Asian/Arab, Black, Hispanic and Italian. The survey was designed to achieve a representative sample of the general population 15 and older (i.e., not just the target groups) as well as a representative sample of each target group (also 15 and older). In addition to English and French, interviews were conducted in Punjabi, Urdu, Hindi, Cantonese, Mandarin, Spanish and Italian.

The report finds that there is much diversity within the target groups regarding arts attendance. For Chinese, black and West Asian/Arab respondents, overall attendance rates at "a live performance or other arts event from your own cultural or ethnic tradition" are similar to the attendance rates for the general population (62%). The other three target groups have lower attendance rates than the general population.

Attendance at “a live performance or arts event from ‘mainstream’ culture or traditions” is higher for the general population (64%) than for any of the six target groups. However, there is a wide range of attendance rates: 59% for black respondents, 56% for Italian respondents, 56% for West Asian/Arab respondents, 55% for Chinese respondents, 37% for Hispanic respondents, and 33% for South Asian respondents.

With the exception of the Italian respondents, all target groups were “strongly oriented to performances featuring their own cultural traditions at the expense of mainstream or ‘other’ cultural events”. That is, attendance at performances or events from their “own cultural or ethnic tradition” is higher than attendance at “mainstream” performances or events for all target groups, with the exception of Italian respondents.

In terms of personal involvement in the arts, 52% of black respondents reported that they had personally participated in a cultural activity (visual arts, crafts, photography, music, other performing arts or creative writing). This is very similar to the overall rate of personal involvement in the arts among the general population (55%). For all other target groups, the rate of personal involvement in the arts is lower than the rate in the general population.

Agreement with specific statements about culture in general and government cultural responsibilities was stronger for all target groups (except, in many cases, Italian respondents) than for the general population. These statements include:

- “It is important to you that a dynamic arts and culture identity from your own tradition is passed on to the next generation.”
- “Arts experiences are a valuable way of bringing together people from different languages and cultural traditions.”
- “Seeing artists and artistic achievements from different cultural traditions in Canada helps me understand Canada better.”
- “You are more interested in art/live performances/literature from your own cultural background than from others.”
- “Governments in Canada should do more to promote the sharing of cultures among ethnic groups in Canada.”
- “Governments have a responsibility to provide special funding for arts activities involving culturally diverse communities.”
- “Governments in Canada should do more to promote the retention of cultural heritages of ethnic groups in Canada.”

Literacy Skills among Canada's Immigrant Population

Statistics Canada, 2005

<http://www.statcan.ca/english/freepub/81-004-XIE/2005005/impop.htm>

This report, based on findings from the 2001 Census and the 2003 International Adult Literacy and Skills Survey, highlights how Canada is becoming increasingly diverse, with significant immigration from non-European countries. "Between 1991 and 2000 alone, 2.2 million immigrants were admitted to Canada, the highest number for any decade in the past century". Recent immigrants are also much less likely than previous immigrants to have English or French as their mother tongue or home language. "In 2001, 61% of the immigrants who came in the 1990s used a non-official language as their primary home language".

Most recent immigrants are of working age and contribute significantly to labour force growth in Canada. "Immigrants who arrived during the 1990s accounted for about 70 percent of net labour force growth between 1991 and 2001". Immigration is expected to account for *all* of Canada's net labour force growth in the near future.

Recent immigrants have high levels of education: they are "twice as likely as the Canadian-born population to have a university education". Despite this fact, "the economic performance of immigrants relative to the Canadian-born population has deteriorated".

Relatively low English or French literacy levels may be a factor in these disappointing labour force results. The 2003 International Adult Literacy and Skills Survey measured the prose, document, numeracy and problem-solving skills of adults in Canada. The tests were conducted in either English or French. The survey found that "immigrants aged 16 to 65 performed significantly below the average for the Canadian-born population in all four domains". Immigrants in all age groups fared relatively poorly on the tests. In addition, longer-established immigrants did not perform significantly better on the tests than did recent immigrants. Language was a clear factor: "immigrants whose mother tongue was different than the test language had lower average scores in all four domains than did immigrants whose mother tongue was the same as the test language".

Making Connections: Social and Civic Engagement among Canadian Immigrants

Canadian Council on Social Development, April 2006

<http://www.ccsd.ca/pubs/2006/makingconnections/>

This report identifies six measures to gauge immigrants' social and civic participation: volunteer rates; donation rates; membership in non-profit community groups; voting rates; the "consumption" of current affairs; and informal giving.

The report finds that immigrants "tend to be very involved in social and civic life, and to make significant contributions to Canada. They give generously of their time and money to the voluntary sector. They are interested and active citizens, engaged in current affairs and in helping others in their community.... Established immigrants tend to have much higher participation rates on all measures."

~~~~~  
*Note: A portion of this issue of the Arts Research Monitor was initially commissioned by the Ontario Arts Council as background research for their 2007 strategic planning process. Hill Strategies Research thanks OAC for allowing us to publish some of the research findings here.*

## ***La diversité, l'immigration et les arts***

### **Navigating Difference: Cultural Diversity and Audience Development**

Arts Council England, 2006

[http://www.artscouncil.org.uk/publications/publication\\_detail.php?browse=title&id=497&page=12](http://www.artscouncil.org.uk/publications/publication_detail.php?browse=title&id=497&page=12)

Ce rapport britannique, qui réunit des contributions de 40 personnes, traite de nombreuses questions entourant la diversité, dont l'importance d'accroître la diversité, sa complexité et la diversité actuelle des organismes culturels du Royaume-Uni. Il propose des exemples de diversité dans d'autres secteurs ainsi que des conseils sur la façon d'y arriver. Ce rapport contient également des sources d'information au sujet des publics et des participants (données démographiques, publications, sites Internet, etc.) ainsi que des sources d'information au sujet des artistes et des compagnies.

Le rapport commence par reprendre la définition de la diversité culturelle extraite de la *Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle*, « l'originalité et la pluralité des identités qui caractérisent les groupes et les sociétés composant l'humanité ».

Cinq grands thèmes se détachent des collaborations :

- le déséquilibre de pouvoir à l'origine des inégalités dans le secteur culturel et ailleurs;
- les complexités des représentations;
- l'importance de la langue;
- l'impact de la dynamique interne d'un organisme sur le développement de son public; et
- les façons dont la diversité peut mener à la créativité et à l'innovation.

Le rapport met l'accent sur cinq idées clés pour favoriser la diversité. Dans un premier temps, la diversité peut susciter des innovations créatrices. Deuxièmement, « nous n'avons toujours pas assez d'art qui reflète la société dans laquelle nous vivons parce que nous concentrons sur des intérêts sectoriels trop spécifiques lorsque nous créons, finançons et commercialisons les arts ». Troisièmement, les organismes culturels doivent demeurer pertinents pour éviter d'être redondants. Quatrièmement, les clients culturellement diversifiés représentent des marchés importants non exploités. En fin de compte, la diversité peut avoir un impact sur les résultats financiers. Enfin, la loi interdit la discrimination fondée sur la race, la couleur, la nationalité et l'origine ethnique ou nationale dans la prestation de biens, d'installations et de services.

Quant à la complexité de la diversité, le rapport fait les observations suivantes :

- Des philosophies démodées de multiculturalisme sont à l'origine de bon nombre des façons de fonctionner du secteur culturel.
- Il faut abandonner les conventions et les stéréotypes au profit d'un espace interculturel qui reflète et transcende les identités culturelles minoritaires et majoritaires.
- Il faut assurer que les politiques culturelles répondent non pas au multiculturalisme mais à la diversité locale et à l'évolution des besoins. Les politiques doivent être créées dans le contexte des grandes priorités de développement local.

- « Les gestionnaires des arts doivent contester le raisonnement de « sens commun » qui sous-tend leurs pratiques quotidiennes et vérifier le bien-fondé de leurs suppositions. »
- « La mise en place de la diversité nécessite un changement dans la culture organisationnelle ainsi que des gestionnaires qui ont la capacité d'apporter ces changements et qui sont en mesure de relever les défis de la complexité. »

Au chapitre de la diversité des organismes culturels du Royaume-Uni, le rapport indique que des progrès ont été réalisés dans le secteur culturel, mais qu'on est encore bien loin d'une véritable égalité. Les inégalités sont associées au manque d'accès aux ressources. De plus, beaucoup d'artistes diversifiés sont nourris par des projets d'arts sociaux ou communautaires dirigés par des organismes traditionnels. Ce travail est souvent dévalorisé et a peu de ressources. Enfin, beaucoup d'artistes utilisent avec succès les nouveaux médias pour contester les récits habituels sur la race.

Quant aux leçons que les organismes culturels peuvent tirer des autres secteurs, le rapport observe que « certains organismes culturels utilisent déjà bon nombre des approches présentes dans les autres secteurs : un engagement en faveur d'un changement fondamental; un mélange de sensibilisation, d'extension des services et de marketing; une connaissance approfondie des habitudes et des besoins de leur clientèle; des appuis de héros culturels ou de chefs communautaires; le recours à des canaux de communication spécialisés ainsi qu'à des images et des textes pertinents dans le matériel publicitaire ». Le rapport signale également le fait que « les communications efficaces vont toujours dans les deux sens et comportent l'écoute autant que la parole ».

Parmi ses conseils pour réaliser la diversité, le rapport mentionne :

- « Un changement interne est un précurseur essentiel au développement de publics plus diversifiés. » Le conseil d'administration, la direction, le recrutement et la rétention du personnel, les modèles fonctionnels ainsi que l'éthos et l'atmosphère de l'organisme sont tous appelés à évoluer.
- L'individualité des artistes et des œuvres artistiques doit avoir préséance sur l'origine ethnique.
- « Il faut connaître ses communautés et développer une relation permanente avec ces gens en entamant un dialogue sur la programmation et le marketing. »
- Il n'y a pas de marché ni d'identité artistique ethnique minoritaire unique.
- « Il n'y a pas de modèle unique qui s'avérera efficace dans chaque organisme. Des artistes, des organismes, des communautés et des contextes différents nécessiteront toujours des solutions différentes... La diversité culturelle ne peut venir que d'un engagement en faveur de l'évolution des valeurs à tous les niveaux de l'organisme. »

## Diversity in Canada

(disponible en anglais seulement)

Ministère du Patrimoine canadien, mars 2006

[http://www.culturescope.ca/ev\\_fr.php?ID=11881\\_201&ID2=DO\\_TOPIC](http://www.culturescope.ca/ev_fr.php?ID=11881_201&ID2=DO_TOPIC)

Cette enquête de 2006 réalisée pour le ministère du Patrimoine canadien examine la fréquentation des arts, la participation aux arts et les attitudes envers les arts de six populations cibles de Toronto, Montréal et Vancouver. Les six groupes cibles sont les Chinois, les Asiatiques du Sud, les Asiatiques occidentaux/Arabes, les Noirs, les Hispanophones et les Italiens. Cette enquête avait été conçue de façon à réunir un échantillon représentatif de la population générale de 15 ans et plus (et non pas seulement des groupes cibles) en plus d'avoir un échantillon représentatif de chaque groupe cible (également âgé de 15 ans et plus). Les entrevues ont été réalisées en panjabi, en urdu, en hindi, en cantonais, en mandarin, en espagnol et en italien, en plus de l'anglais et du français.

Le rapport constate qu'il y a beaucoup de diversité dans les groupes cibles en ce qui a trait à la fréquentation des arts. Pour les répondants chinois, noirs et d'Asie occidentale/arabes, le taux général de fréquentation « d'un spectacle ou d'une autre activité artistique de votre propre tradition culturelle ou ethnique » est semblable à celui de la population générale (62 %). Les trois autres groupes cibles ont des taux de fréquentation inférieurs à celui de la population générale.

La fréquentation d'un « spectacle ou d'une activité artistique de culture ou de tradition 'dominante' » est plus élevée chez la population générale (64 %) que chez les six groupes cibles. Toutefois, il y a beaucoup de variation dans les taux de fréquentation : 59 % pour les répondants noirs, 56 % pour les répondants italiens, 56 % pour les répondants d'Asie occidentale/arabes, 55 % pour les répondants chinois, 37 % pour les répondants hispanophones et 33 % pour les répondants d'Asie du Sud.

À l'exception des répondants italiens, tous les groupes cibles sont « fortement orientés vers des spectacles de leurs propres traditions culturelles aux dépens des activités culturelles dominantes ou 'autres' ». Autrement dit, la fréquentation de spectacles ou d'activités de leur « propre tradition culturelle ou ethnique » est plus élevée que la fréquentation de spectacles ou d'activités « de culture dominante » chez tous les groupes cibles, à l'exception des répondants italiens.

Quant à la participation personnelle aux arts, 52 % des répondants noirs affirment avoir participé personnellement à une activité culturelle (arts visuels, métiers d'artisanat, photographie, musique, autres arts de la scène ou création littéraire). Ce taux de participation est très semblable à celui de l'ensemble de la population (55 %). Pour tous les autres groupes cibles, le taux de participation personnelle est inférieur à celui de la population générale.

Tous les groupes cibles (à l'exception, dans de nombreux cas, des répondants italiens) sont plus d'accord avec des énoncés spécifiques sur la culture en général et les responsabilités culturelles du gouvernement que l'ensemble de la population. Ces énoncés comprennent notamment les suivants :

- « Il est important pour moi qu'une identité artistique et culturelle dynamique de ma tradition soit transmise à la prochaine génération. »



- « Les expériences artistiques sont un moyen précieux de rapprocher les gens de langues et de traditions culturelles différentes. »
- « Voir des artistes et des réalisations artistiques de différentes traditions culturelles au Canada m'aide à mieux comprendre le Canada. »
- « Je suis plus intéressé par des œuvres artistiques ou littéraires et par des spectacles de mes antécédents culturels que d'autres cultures. »
- « Les gouvernements au Canada devraient en faire plus pour promouvoir le partage des cultures entre les groupes ethniques au Canada. »
- « Les gouvernements ont la responsabilité de fournir un financement particulier pour les activités artistiques à l'intention des communautés culturelles. »
- « Les gouvernements au Canada devraient en faire plus pour promouvoir la conservation du patrimoine culturel des groupes ethniques au Canada. »

### **Les compétences en littératie des immigrants au Canada**

Statistique Canada, 2005

[http://www.statcan.ca/francais/freepub/81-004-XIF/2005005/impop\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/freepub/81-004-XIF/2005005/impop_f.htm)

Ce rapport, basé sur les résultats du recensement de 2001 et de l'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences adultes de 2003, décrit comment le Canada est en train d'acquiescer une population de plus en plus diversifiée grâce à l'arrivée d'un grand nombre d'immigrants de pays non européens. « Entre 1991 et 2000 seulement, 2,2 millions d'immigrants ont été admis au Canada, soit le plus grand nombre de toutes les décennies durant le siècle dernier. » Les nouveaux immigrants ont beaucoup moins tendance que les immigrants précédents à avoir l'anglais ou le français comme langue maternelle ou langue parlée à la maison. « En 2001, 61 % des immigrants arrivés au cours des années 1990 parlaient principalement une langue autre qu'une des langues officielles à la maison. »

La majorité des immigrants récents sont en âge de travailler et contribuent considérablement à la croissance de la population active au Canada. « Les immigrants arrivés au pays durant les années 1990 constituaient environ 70 % de cette croissance de 1991 à 2001 ». On prévoit que l'immigration pourrait être à l'origine de toute la croissance de la population active du Canada dans un avenir rapproché.

Les nouveaux immigrants sont fortement scolarisés, étant « deux fois plus susceptibles que les personnes nées au Canada d'avoir fait des études universitaires ». Malgré ce fait, « les immigrants affichent des résultats économiques qui se sont dégradés par rapport à ceux des personnes nées au pays. »

Des compétences relativement faibles en anglais ou en français pourraient être un facteur à l'origine de ces résultats décevants. L'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes de 2003 a mesuré la compréhension de textes suivis et de textes schématiques, la numératie et la résolution de problèmes des adultes au Canada. Les tests ont été réalisés en français et en anglais. L'enquête a constaté que « dans les quatre domaines évalués, les immigrants de 16 à 65 ans présentent des résultats significativement inférieurs à la moyenne des personnes nées au Canada. » Les immigrants de tous les groupes d'âge ont eu des résultats assez médiocres. De plus, les immigrants de longue date n'ont pas obtenu des résultats significativement meilleurs que les immigrants récents. Il est évident que la langue y

est pour beaucoup : « les immigrants dont la langue maternelle était différente de celle de l'évaluation ont obtenu, dans les quatre domaines, des résultats moyens inférieurs à ceux des immigrants dont la langue maternelle était la même que celle de l'évaluation ».

### **Créer des liens : engagement social et civique chez les immigrants canadiens**

Conseil canadien de développement social, avril 2006

<http://www.ccsd.ca/francais/pubs/2006/creerliens/>

Ce rapport propose six mesures pour évaluer l'engagement social et civique chez les immigrants : le taux de bénévolat; le pourcentage de donateurs; l'adhésion à des groupes communautaires sans but lucratif; le taux de participation électorale; l'intérêt aux affaires courantes; et les dons et soins informels.

Le rapport constate que les immigrants « ont tendance à beaucoup s'impliquer dans la vie sociale et civique et à faire d'importantes contributions au Canada. Ils donnent généreusement de leur temps et de leur argent au secteur bénévole et communautaire. Ce sont des citoyens actifs et intéressés à la vie de la collectivité, prenant part aux affaires courantes et qui aident les autres dans leur communauté... Les immigrants de longue date ont tendance à avoir un taux de participation beaucoup plus élevé dans toutes les mesures. »

~~~~~

Remarque : Certains passages de ce numéro de Recherches sur les arts sont extraits d'une recherche préliminaire effectuée pour le compte du Conseil des arts de l'Ontario dans le cadre de son processus de planification stratégique de 2007. Hill Stratégies Recherche remercie le CAO d'avoir aimablement autorisé leur publication.