
Arts Research Monitor

Recherches sur les arts

Volume 13, no 5 November / Novembre 2014 © Hill Strategies Research Inc., 2014. ISSN 1708-170X

Arts participation and engagement

In this issue: A summary of quantitative and qualitative research into arts participation and engagement, including statistics on performing arts attendance in Quebec, a literature review of the value of cultural experiences, a discussion paper on the quality of experience in the arts, and a research article on measuring the quality of arts engagement.

HillStrategies.com provides categories, quick links and easy search access to all Arts Research Monitor articles.

The Arts Research Monitor is funded by the Canada Council for the Arts and the Ontario Arts Council.

Participation aux arts et engagement

Dans ce numéro : Un sommaire d'études quantitatives et qualitatives sur la participation aux arts et l'engagement, y compris des données sur la fréquentation des arts de la scène au Québec, une revue de la littérature sur la valeur des expériences culturelles, un document de discussion sur la qualité de l'expérience des arts et un article de recherche sur la façon de mesurer la qualité de l'engagement envers les arts.

[*La version française du bulletin suit l'anglais.*](#)

Pour un accès rapide et un outil de recherche aux différents articles des numéros actuels et antérieurs de Recherches sur les arts, visitez HillStrategies.com.

Le financement de Recherches sur les arts provient du Conseil des arts du Canada et du Conseil des arts de l'Ontario.



Canada Council
for the Arts

Conseil des arts
du Canada



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

an Ontario government agency
un organisme du gouvernement de l'Ontario

Ten years of statistics on performing arts attendance in Quebec

(Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène)

Observatoire de la culture et des communications du Québec, Optique culture no 34, September 2014

Author: Claude Fortier

http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/arts-scene/frequentation-spectacles/index_an.html

This report examines performing arts attendance in Quebec over a ten-year period (2004-2013), including performances of theatre, dance, music, comedy, circus, and magic. In 2013, the most recent year of the study, there were 17,100 performances with an admission fee in Quebec, attracting 6.7 million spectators and generating \$229 million in box office revenues.

Over the long term, performing arts attendance in Quebec has not grown. There has been significant year-to-year variation in attendance between 2004 and 2013, with overall attendance fluctuating between 6.6 million and 7.4 million during this period. The 2013 result (attendance of 6.7 million) is close to the low end of this range (4% below the level in 2004), while the 2012 estimate (7.3 million) was close to the high end.

Box office revenues grew from \$182 million in 2004 to \$229 million in 2013, a 26% increase. However, the 2013 level is substantially below the peak of \$275 million in 2009.

Between 2004 and 2013, the number of performances increased by 6%, reaching 17,100 in 2013.

The combination of lack of attendance growth and increasing box office revenues between 2004 and 2013 led to a 29% increase in revenues per paying attendee (an approximation of the average ticket price). In addition, there are fewer complimentary tickets available for Quebec performances in recent years: in 2013, 11.4% of attendees received a complimentary ticket, the lowest percentage during the ten-year history of the survey.

The report provides data by discipline only for a five-year period (2009 to 2013). During this timeframe, compared with an overall 15% decrease in attendance and a 13% decrease in box office revenues:

- Variety performances (including comedy, circus, magic, music theatre, and music hall) had attendance of 2.0 million in 2013 (32% of total performing arts attendance), a decrease of 12% from 2009. Variety shows received \$73 million in box office revenues, a substantial decrease from 2009 (34%).
- Attendance at performances by singers was 1.8 million in 2013 (27% of total performing arts attendance), a 15% decrease from 2009. These vocal performances generated \$78 million in box office revenues, a decrease of 13% from 2009.
- Theatre had attendance of 1.5 million in 2013 (23% of total performing arts attendance), a decrease of 5% from 2009. Theatrical performances received \$35 million in box office revenues, a 5% increase from 2009.

- Attendance at music performances (excluding singers) was 954,000 in 2013 (14% of total performing arts attendance), a 2% decrease from 2009. Music performances generated \$31 million in box office revenues, an increase of 4% from 2009.
- Dance performances had attendance of 264,000 in 2013 (4% of total performing arts attendance), a decrease of 3% from 2009. Among the disciplines, dance registered the largest increase in box office revenues between 2009 and 2013 (29%, reaching \$11 million in 2013).

Understanding the Value and Impacts of Cultural Experiences: A Literature Review

Arts Council England, 2014

Authors: John D. Carnwath and Alan S. Brown

<http://www.artscouncil.org.uk/news/arts-council-news/today-we-publish-understanding-value-and-impacts-c/>

This English review of “academically-robust research and influential policy papers from the past twenty years” examines two streams of research about the value and impact of cultural experiences: “1) how individuals benefit from attending and participating in cultural programmes and activities; and 2) the creative capacities of arts and cultural organisations to bring forth impactful programmes”.

The report organizes its review of individual benefits by research methodology:

- Post-event surveying has provided insights into aspects of individual impacts including engagement, connection, emotion, learning, thinking, aesthetic growth, creative stimulation, social connectedness, and sense of belonging. Limits to post-event surveys include “limited comparability across events and locations” as well as failing to capture longer-term effects.
- Qualitative post-event research “allows interviewees to express themselves in their own terms” and may allow them to speak more freely about mixed or negative reactions. However, “the results of qualitative studies are not replicable, independently verifiable, or refutable”.
- Longitudinal studies and retrospective identification of impactful events have attempted to identify “the role that cultural participation plays within the larger scope of people’s lives”, including self-awareness, expanded worldviews, well-being, and self-expression.
- Regarding physiological and psychometric responses, the authors indicate that knowledge of the relationship between biological functions and aesthetic experiences “will be of considerable value in advancing our conceptual understanding of individual impacts”.

The report identifies a host of questions for future research concerning individual impacts, including: How much culture is enough to generate individual impacts?; Are there impact

indicators that “are universal to all kinds of cultural experiences”?; and How do impacts change as an individual’s “knowledge and experience with an artform or domain increases”?

The report defines the creative capacities of cultural organizations as their “ability to conceptualise and present excellent programmes that engage participants in culturally valuable, impactful experiences”. Core elements of organizations’ creative capacities include “clarity of intent”, “risk-taking”, “community relevance”, “excellence in curating”, “capacity to innovate”, “technical proficiency, skill and artistry”, “capacity to engage audiences”, as well as “critical feedback and commitment to continuous improvement”. Secondary elements of creative capacity include “supportive networks” and “sufficient risk capital”.

The report concludes that “while individual experiences are the building blocks of the value system, the literature agrees that cumulative impacts – the effects of a lifetime of involvement in arts and culture – are the fuel for larger societal outcomes”. In this context, “the dearth of research on cumulative impacts of cultural experiences on individuals (and their families) is particularly disconcerting”.

Quality of Experience in the Arts: A Discussion Paper

Annabel Jackson Associates Ltd., January 2012

<http://www.cvan.org.uk/news/2012/9/4/measuring-quality-of-experience-in-the-visual-arts.html>

This English report attempts to provide a conceptualization of the quality of arts experiences that is flexible (i.e., relevant to various contexts, art forms, and levels of audience familiarity with the arts) and “meaningful in the context of Arts Council England’s role and philosophy”. The authors argue that, alongside an emphasis on accountability, a structure for learning could be an important component of an arts council’s activities. In addition to quality of experience, a learning evaluation system could include value for money, organizational strength and resilience, as well as artist development.

The authors found that “there is a rich literature on the value of the arts, but very little directly concerned with conceptualising quality of experience in the arts”. They therefore looked to work done in fields such as museum studies, tourism, and business and found some common themes regarding possible determinants of quality of experience: “relevance, newness, welcoming environment, appeal to the senses, active involvement, social interaction, openness to interpretation, and critical dialogue”. The authors recognize that some of these determinants “pull in different directions”.

For arts participants, some characteristics of high-quality experiences include “high attention, altered emotional state, personal meaning, intellectual stimulation, sharing of experience, feeling of connection to those delivering or sharing the experience, memorability and desire to repeat or extend the experience”. Coherence and authenticity are not among these elements, as the authors argue that they may be “too limiting to apply to the arts”.

The paper concludes that “quality of experience is affected by the psychology of the individual and includes reflection after contact with the art work”. The authors’ draft model of the arts experience involves the arts experience itself (which is affected by the environment, people, information, content, artistic quality, and context), the timeframe before the arts encounter (including expectations, motivations, knowledge, interests, awareness, and needs), and post-encounter elements such as recall, conversation, inspiration, use, and further contact.

Empowering Audiences to Measure Quality

Participations: Journal of Audience and Reception Studies, Volume 7, Issue 2, November 2010
Authors: Jennifer Radbourne, Katya Johanson, and Hilary Glow (Deakin University, Australia)
<http://www.participations.org/Volume%207/Issue%202/radbourn.htm>

Based on in-depth interviews with marketing managers from four Australian performing arts organizations, this article proposes four key indicators of the quality of audience experience in the performing arts: knowledge transfer or learning, risk management, authenticity, and collective engagement.

The four indicators, which the authors group into their “Arts Audience Experience Index”, include the following elements:

- Knowledge transfer or learning involves “contextual programming, visual enhancements, program information, pre-show or conductor talks or meet the director after-the-show talks”.
- Risk management encompasses a “commitment to managing risk, through program knowledge, previews, comfort and accessibility, personalised communication, quality guarantee expectation, value for money”.
- Authenticity involves elements such as the “capacity to achieve believability, meaning and representation”, “sincerity”, a match between promotional information and the performance, and the performers’ relationship with the audience.
- Collective engagement includes meeting expectations of “social contact and inclusion”, such as appropriate “interaction or understanding between performers and audience”, “discussion after the performance”, and more.

The article argues that “deep feedback” (such as a facilitated, in-depth dialogue that allows for thoughtful, heartfelt input from audience members) can empower audiences to measure the quality of their experiences: “measurement of the audience’s sense of authentic experience, collective engagement, risk and knowledge requires feedback that is qualitative and thorough, and that encourages sustained reflection”. However, the paper also notes that “methods for soliciting deep feedback should vary from one company to another, depending on the target audience, company mission, and the status of each of the four quality indicators in relation to this mission”.

Participation aux arts et engagement

Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène

Observatoire de la culture et des communications du Québec, Optique culture n° 34, septembre 2014

Auteur : Claude Fortier

<http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/arts-scene/frequentation-spectacles/index.html>

Ce rapport examine la fréquentation des arts de la scène au Québec au cours d'une période de dix ans (2004-2013), y compris les spectacles de théâtre, de danse, de musique, d'humour, de cirque et de magie. En 2013, la dernière année de l'étude, il y a eu 17 100 représentations payantes au Québec qui ont attiré 6,7 millions de spectateurs et généré des revenus de billetterie de 229 millions de dollars (M\$).

Si l'on examine la période complète, la fréquentation des arts de la scène au Québec n'a guère progressé. Il y a eu d'importantes variations annuelles entre 2004 et 2013, la fréquentation totale fluctuant entre 6,6 millions et 7,4 millions. En 2013, la fréquentation (6,7 millions) se situe près du bas de cette plage (4 % sous le niveau de 2004) tandis que celle de 2012 (7,3 millions) s'approche du haut.

Les revenus de billetterie ont progressé, passant de 182 M\$ en 2004 à 229 M\$ en 2013, une augmentation de 26 %. Toutefois, le montant de 2013 est sensiblement inférieur aux 275 M\$ enregistrés en 2009.

Entre 2004 et 2013, le nombre de représentations a progressé de 6 %, atteignant 17 100 en 2013.

L'absence de croissance de la fréquentation survenant alors que les revenus de billetterie ont progressé entre 2004 et 2013 correspond à une augmentation de 29 % des revenus par entrée payante (une approximation du prix moyen d'un billet). De plus, il y a eu moins de billets de faveur pour les spectacles au Québec au cours des dernières années. En 2013, 11,4 % des spectateurs ont bénéficié d'un billet de faveur, le plus faible pourcentage au cours des dix années du sondage.

Le rapport propose des données par discipline uniquement pour une période de cinq ans (de 2009 à 2013). Au cours de cette période, comparativement à une diminution de 15 % de la fréquentation et de 13 % des revenus de billetterie pour l'ensemble des organismes :

- Les représentations de variété (incluant les spectacles d'humour, de cirque, de magie, de comédie musicale et de music-hall) ont attiré 2,0 millions de spectateurs en 2013 (32 %

de la fréquentation totale des arts de la scène), en recul de 12 % par rapport à 2009. Les revenus de billetterie ont atteint 73 M\$, une diminution considérable par rapport à 2009 (34 %).

- La fréquentation des spectacles de chansons a atteint 1,8 million en 2013 (27 % de la fréquentation totale), une diminution de 15 % par rapport à 2009. Ces représentations vocales ont généré 78 M\$ en revenus de billetterie, une diminution de 13 % par rapport à 2009.
- Les représentations théâtrales ont attiré 1,5 million de spectateurs en 2013 (23 % de la fréquentation totale), une diminution de 5 % par rapport à 2009. Les revenus de billetterie ont atteint 35 M\$, une augmentation de 5 % par rapport à 2009.
- La fréquentation des spectacles de musique (sauf ceux de chanteurs) a atteint 954 000 en 2013 (14 % de la fréquentation totale), une diminution de 2 % par rapport à 2009. Ces représentations ont généré 31 M\$, une augmentation de 4 % par rapport à 2009.
- Les spectacles de danse ont attiré 264 000 spectateurs en 2013 (4 % de la fréquentation totale), une diminution de 3 % par rapport à 2009. Parmi les disciplines, la danse a connu la plus forte augmentation de ses revenus de billetterie entre 2009 et 2013 (29 %, atteignant 11 M\$ en 2013).

Comprendre la valeur et les effets des expériences culturelles : une revue de la littérature

(Understanding the Value and Impacts of Cultural Experiences: A Literature Review)

Arts Council England, 2014

Auteurs : John D. Carnwath et Alan S. Brown

<http://www.artscouncil.org.uk/news/arts-council-news/today-we-publish-understanding-value-and-impacts-c/>

Cette analyse anglaise « d'études rigoureusement scientifiques et de documents de politique influents au cours des vingt dernières années » examine deux courants de recherche au sujet de la valeur et des effets des expériences culturelles : « 1) les avantages que les individus retirent de la fréquentation des activités et programmes culturels et de leur participation à ceux-ci; et 2) les capacités créatrices des organismes artistiques et culturels de présenter des programmes saisissants ».

Le rapport organise son analyse des avantages pour les individus par méthodologie de recherche :

- Les sondages à la sortie des événements ont permis de comprendre certains aspects des effets sur les individus y compris l'engagement, la connexion, l'émotion, l'apprentissage, la réflexion, la croissance esthétique, la stimulation créative, les liens sociaux et le sentiment d'appartenance. Les limites de ces sondages comprennent « la difficulté de comparer les événements et les lieux » et leur incapacité de capturer des effets à long terme.

- Les études qualitatives à la sortie « permettent aux personnes interrogées de s'exprimer à leur façon » et peuvent leur permettre de parler plus librement au sujet des réactions mixtes ou négatives qu'elles ont pu avoir. Toutefois, « les résultats des études qualitatives ne sont pas reproductibles, vérifiables de façon indépendante ni réfutables ».
- Les études longitudinales et l'identification rétrospective des événements saisissants ont tenté d'établir « le rôle que la participation culturelle joue dans l'ensemble de la vie des gens », y compris la conscience de soi, une vision élargie du monde, le bien-être et l'expression de soi.
- Quant aux réactions physiologiques et psychométriques, les auteurs indiquent qu'une connaissance de la relation entre les fonctions biologiques et les expériences esthétiques « sera très précieuse pour avancer notre compréhension conceptuelle des effets sur les individus ».

Le rapport énumère une série de questions au sujet des effets individuels que pourraient examiner de nouvelles études : combien de culture faut-il pour qu'il y ait des effets sur les individus ? Y a-t-il des indicateurs de l'impact qui « sont universels à tous les types d'expériences culturelles » ? Comment les effets changent-ils à mesure que « s'approfondissent les connaissances et les expériences [individuelles] d'une forme ou d'une discipline artistique ? »

Selon le rapport, les capacités créatrices des organismes culturels seraient leur « capacité de conceptualiser et de présenter d'excellents programmes qui mobilisent les participants dans de précieuses expériences culturelles saisissantes ». Les éléments de base des capacités créatrices des organismes comprennent « la clarté des intentions », « la prise de risque », « la pertinence communautaire », « l'excellence des commissariats d'art », « la capacité d'innover », « la compétence technique et artistique et le savoir-faire », « la capacité d'intéresser des publics », « une rétroaction critique et un engagement en faveur d'une amélioration continue ». Des « réseaux de soutien » et « un capital de risque suffisant » constituent des éléments secondaires de la capacité créatrice.

Le rapport conclut que « bien que les expériences individuelles soient les éléments de base d'un système de valeurs, les études conviennent que l'impact cumulatif – les effets d'une vie complète de participation aux arts et à la culture – est le vecteur de résultats sociaux plus vastes ». Dans ce contexte, « la pénurie d'études sur les effets cumulatifs des expériences culturelles sur les particuliers (et leurs familles) est particulièrement déconcertante ».

La qualité de l'expérience dans les arts : document de discussion

(Quality of Experience in the Arts: A Discussion Paper)

Annabel Jackson Associates Ltd., janvier 2012

<http://www.cvan.org.uk/news/2012/9/4/measuring-quality-of-experience-in-the-visual-arts.html>

Ce rapport anglais tente de proposer une conceptualisation de la qualité des expériences artistiques qui est à la fois souple (c'est-à-dire, qui convient à divers contextes, formes artistiques et degrés de familiarité du public avec les arts) et « significative dans le contexte du rôle et de la philosophie du Conseil des arts de l'Angleterre ». Les auteurs maintiennent que parallèlement à une attention accrue à l'imputabilité, une structure d'apprentissage pourrait être une composante importante des activités d'un conseil des arts. En plus de la qualité de l'expérience, un système d'évaluation de l'apprentissage pourrait tenir compte du rapport qualité/prix, de la force et de la résilience de l'organisme, et du développement des artistes.

Les auteures constatent qu'« il y a une riche littérature sur la valeur des arts, mais très peu d'études cherchent directement à conceptualiser la qualité de l'expérience des arts ». Elles se sont donc intéressées aux travaux dans des domaines comme les recherches sur les musées, le tourisme et les affaires et ont découvert des thèmes récurrents entourant les déterminants possibles de la qualité des expériences : « la pertinence, la nouveauté, un milieu accueillant, la stimulation des sens, une participation active, l'interaction sociale, une ouverture à l'interprétation et un dialogue critique ». Les auteures reconnaissent que certains de ces déterminants « vont dans des directions contraires ».

Pour les participants aux activités artistiques, certaines caractéristiques des expériences de qualité élevée comprennent « une attention élevée, un état affectif altéré, une signification personnelle, une stimulation intellectuelle, le partage d'expériences, le sentiment d'être connecté aux personnes qui livrent ou partagent l'expérience, le caractère mémorable et le désir de répéter ou de prolonger l'expérience ». La cohérence et l'authenticité ne figurent pas parmi ces éléments, puisque les auteures maintiennent qu'elles peuvent être « trop contraignantes pour s'appliquer aux arts ».

Le document conclut que « la qualité de l'expérience dépend de la psychologie de l'individu et comprend la réflexion après le contact avec une œuvre d'art ». Les auteurs ont ébauché un modèle des expériences artistiques qui comprend l'expérience artistique elle-même (qui dépend de l'environnement, des gens, de l'information, du contenu, de la qualité artistique et du contexte), la période de temps avant la prise de contact avec l'événement artistique (ce qui comprend les attentes, les motivations, les connaissances, les intérêts, la prise de conscience et les besoins) et les éléments après la rencontre comme le rappel, les conversations, l'inspiration, l'utilisation et les contacts subséquents.

Responsabiliser le public pour mesurer la qualité

(Empowering Audiences to Measure Quality)

Participations: Journal of Audience and Reception Studies, volume 7, n° 2, novembre 2010

Auteurs : Jennifer Radbourne, Katya Johanson et Hilary Glow (Deakin University, Australie)

<http://www.participations.org/Volume%207/Issue%202/radboune.htm>

Fondé sur des entrevues en profondeur avec des gestionnaires de marketing de quatre compagnies australiennes d'arts de la scène, cet article propose quatre indicateurs clés de la qualité de l'expérience qu'a le public des arts de la scène : le transfert de connaissances ou l'apprentissage, la gestion des risques, l'authenticité et l'engagement collectif.

Ces quatre indicateurs, que les auteures regroupent dans un « indice des expériences des arts du public », se composent des éléments suivants :

- Le transfert des connaissances ou l'apprentissage comporte « une programmation contextuelle, des enrichissements visuels, des renseignements sur les spectacles, des conférences avant la représentation ou du chef d'orchestre ou des rencontres avec le metteur en scène après la représentation ».
- La gestion des risques comprend un « engagement en faveur de la gestion des risques par la connaissance du spectacle, les avant-premières, le confort et l'accessibilité, les communications personnalisées, l'attente d'une qualité garantie et le rapport qualité/prix ».
- L'authenticité comprend des éléments tels que « la capacité d'atteindre la vraisemblance, la signification et la représentation », « la sincérité », la correspondance entre les renseignements promotionnels et le spectacle, et la relation entre les interprètes et le public.
- L'engagement collectif comprend la capacité de donner suite aux attentes de « contact social et d'inclusion sociale », comme une « interaction ou compréhension [appropriée] entre les interprètes et le public », « des discussions après le spectacle », etc.

L'article maintient qu'une « rétroaction approfondie » (comme un dialogue dirigé en profondeur qui permet aux membres d'un auditoire de faire part de ses commentaires réfléchis) peut responsabiliser les membres du public pour mesurer la qualité de leurs expériences : « la mesure du sentiment qu'a le public d'une expérience authentique, d'un engagement collectif, du risque et des connaissances exige une rétroaction qualitative et approfondie qui encourage une réflexion soutenue ». Toutefois, le document observe également que « les méthodes pour solliciter une rétroaction approfondie doivent varier entre les compagnies artistiques selon le public cible, la mission de la compagnie et l'état de chacun des quatre indicateurs de qualité par rapport à cette mission ».