

Comprendre la consommation de produits et services de la culture au Canada 2005

Dans le présent document de recherche, nous utilisons les données issues du supplément culturel de l'Enquête sociale générale de 2005 de Statistique Canada pour examiner, d'une perspective multivariée, la participation aux activités culturelles en fonction des caractéristiques socioéconomiques et démographiques. Nous nous distinguons des études quantitatives canadiennes antérieures à deux égards. D'abord, notre analyse porte sur un plus large éventail d'activités culturelles, auxquelles s'adonnent souvent les Canadiens de tous les âges et de tous les groupes de revenu. Ensuite, au lieu de tenter de déterminer si une personne participe ou non à une activité (comme c'était souvent le cas dans les recherches antérieures), nous appuyons notre étude sur le nombre de fois qu'un répondant a participé à l'activité culturelle en question. Grâce à cet indicateur de participation clé, nous ne sous-estimons jamais l'importance d'un groupe démographique dans le cadre d'une activité culturelle donnée si ce groupe participe à une fréquence anormalement élevée, et ne surestimons pas l'effet d'un groupe démographique lorsque la fréquence absolue est anormalement faible.

<http://www.statcan.gc.ca/pub/81-595-m/81-595-m2008066-fra.htm>

Les caractéristiques socioéconomiques des consommateurs de biens et services culturels au Canada

Représentations théâtrales
Concerts de musique populaire
Sites historiques
Zones protégées et parcs naturels
Galeries publiques et musées d'art
Écoute de musique
Cinémas et cinéparcs
Vidéos
Lecture de livres
Fréquentation des bibliothèques
Lecture de revues

<http://www.statcan.gc.ca/pub/81-595-m/2008066/s4-fra.htm>