

1. Record Nr.	UNINA9910131360203321
Autore	Maresca Bruno
Titolo	Dépenses culture-médias des ménages en France au milieu des années 2000 : une transformation structurelle // Bruno Maresca, Romain Picard, Thomas Pilorin
Pubbl/distr/stampa	Paris, : Département des études, de la prospective et des statistiques, 2014
ISBN	2-11-139897-7
Descrizione fisica	1 online resource (12 p.)
Altri autori (Persone)	PicardRomain PilorinThomas
Soggetti	Business Cultural studies consommation culturelle économie de la culture et de la communication équipement culturel consommation des ménages France cultural expenditure cultural institution households expenditure economics of culture and Communication
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	L'analyse des dépenses que les ménages français consacrent aux biens et aux services culturels et de communication permet de prendre la mesure des évolutions au cours des années 2000. Si elles ont diminué en 2006 par rapport à 2001 et ne représentent plus que 4 % du budget disponible contre 4,5 % cinq ans plus tôt, la structure des dépenses culture-médias s'est considérablement transformée. La numérisation des biens culturels a amplifié la transition vers une industrie de services. L'analyse confirme l'influence de l'âge, du niveau d'études, de

la catégorie socioprofessionnelle et de la taille de la commune de résidence dans la part des dépenses qu'un ménage français consacre aux dépenses culturelles. Une approche typologique des dépenses identifie trois univers de consommation culturelle : la culture « traditionnelle », la culture de l'écran et la culture « jeune ». Analysis of the expenditure that French households devote to cultural goods and cultural and communication services permits assessment of changes in the 2000s. Although they have fallen in 2006 compared to 2001 and no longer represent more than 4 % of the available budget against 4.5 % five years earlier, the structure of cultural and media expenditure has changed considerably. The digitisation of cultural goods has amplified the transition to a service industry. The analysis confirms the influence of age, level of education, social and professional category and size of the commune of residence in the share of expenditure that a French household devotes to cultural expenditure. A classification approach to expenses identifies three cultural consumption worlds : "traditional" culture, screen culture and "youth" culture.
