

Lors de la Journée de l'Observatoire québécois du loisir à l'UQTR le 29 octobre 2015, Mme Sylvie Octobre, conférencière, a présenté un regard sociologique sur la culture dans le cadre du thème *Quels scénarios pour l'avenir du loisir ?* Elle nous offre ici un complément à sa conférence.

Faisant référence à trois grandes vagues technologiques successives depuis les années 1980, ainsi qu'à la mondialisation croissante des produits, des références et des représentations culturelles, Mme Octobre parle de nouveaux modes d'approche de la culture. Influencés par la jeunesse et l'usage du numérique, ces modes sont-ils synonymes de péril ou de miracle? Les transformations observables dans la consommation de la culture sont-elles essentiellement liées aux techniques numériques et à ses vagues successives d'évolution? Le numérique change-t-il tout?

Sans contredit, les pratiques culturelles des jeunes expriment une transformation des rapports aux valeurs culturelles. Cette mutation n'est ni un cataclysme ni un nouveau paradis, elle est simplement le reflet d'une réalité observable. Mme Octobre en conclut notamment que « le numérique fonde une disjonction entre culture et savoir ». Dans ce contexte cosmopolite, quel pourrait être le rôle éducatif de nos institutions de savoir? Mme Octobre invite nos systèmes éducatifs à prendre en compte la nouvelle « éducation buissonnière » et à élaborer sur une nouvelle base des modes d'accès communs à des formes culturelles partagées.

Génération après génération, au gré des mutations technologiques (le walkman, le cinéma maison, la numérisation des contenus culturels et leur circulation sur les réseaux, etc.) et dans un contexte largement nourri aux industries culturelles mondialisées, des discours contrastés naissent à propos des jeunes et de leurs cultures : perte de valeurs ou règne de la créativité, schismes générationnels culturels ou nouvelles transversalités socioculturelles, paniques morales ou émerveillements enchantés, etc. Les mutations sont-elles uniquement technologiques? Chaque changement de technologie est-il synonyme de mutation culturelle? Le texte ci-après, tiré d'une réexploitation des données de l'enquête *Pratiques culturelles des Français*, réexploitation spécifiquement centrée sur les 15-29 ans de trois générations successives, soit les jeunes de 1988, de 1998 et de 2008,² tente de fournir quelques éléments de réflexion sur ces questions.

Les invariants : technologie, expressivité, sociabilité

On dit d'eux qu'ils lisent de moins en moins, et pourtant on en voit plongés dans les pavés successifs de *Harry Potter* ou de *Twilight*, de *Eragorn* ou de *Games of Throne*. On dit d'eux qu'ils sont de plus en plus les proies du marché, et dans le même temps on célèbre leur créativité via les blogues, les pages personnelles, les *tutoi*, les *mèmes*ⁱⁱ. On dit d'eux qu'ils évoluent dans un monde radicalement transformé, fait de réseaux virtuels où triomphe l'individualisme, et pourtant on les voit encore occuper les stades, les places de concerts et les collectifs d'amateurs, parfois passionnés. On dit d'eux qu'ils

ⁱ Abréviation de tutoriel.

ⁱⁱ Un même est un élément culturel reconnaissable répliqué et transmis par l'imitation du comportement d'un individu par d'autres individus. (Wikipedia)

substituent aux relations sociales des liens virtuels depuis les quatre murs de leurs chambres, et pourtant les lieux d'éducation et de diffusion culturels les voient venir en nombre. On dit du numérique qu'il a tout changé. Est-ce le cas ?

Il faut distinguer ce qui relève du numérique et ce qui relève de la technophilie des jeunes, trait qui s'exprime dans chaque génération. Les jeunes ont toujours figuré parmi les moteurs de diffusion des technologies, puisqu'ils sont toujours les mieux équipés et les plus utilisateurs des nouveautés successives : la révolution de la hi-fi puis de l'enregistrement (avec les supports vidéo et audio imprimables), l'explosion de l'offre radiophonique puis télévisuelle, le développement de matériel ambulateur et individualisé (walkman, discman, MP3 puis MP4, smartphone, tablette, etc.), le succès des appareils de jeu vidéo puis de l'ordinateur se sont opérés grâce aux jeunes. Et cette technophilie s'accélère : il aura fallu 40 ans à la télévision, à la téléphonie fixe et à la chaîne hi-fi pour parvenir à équiper les trois quarts de la population française; avec le téléphone mobile, il n'aura fallu que 15 ans; et avec l'internet, seulement 10 ans. Ainsi, environ 70 % des 15-29 ans n'étaient pas équipés d'ordinateur domestique en 1998 (contre près de 80 % des plus de 30 ans); 10 ans plus tard, en 2008, seuls 9 % des 15-29 ans et 5 % des plus de 30 ans n'en disposent pas.

Cette technophilie des jeunes tient à leur appétence pour la nouveauté, mais doit également aux stratégies éducatives des familles, qui attribuent aux outils technologiques deux significations : distractive (télévision personnelle ou matériel électroacoustique façonnent une culture de la chambre) et éducative, certains équipements étant considérés comme des outils d'entrée dans la modernité. Mais c'est une technophilie d'usage, peu technicienne : en 2008, seuls 13 % des jeunes ont un usage technique de l'ordinateur et font de la programmation.

La jeunesse est également en matière culturelle le temps de la construction de soi, de

l'expression, et ce trait est pérenne d'une génération à l'autre. Certaines pratiques et activités servent particulièrement ce désir d'expression et d'expérimentation : l'écoute de musique et les pratiques en amateur (notamment musicales), mais également, dans les générations les plus récentes, certains usages de l'ordinateur.

La musique, parce qu'elle engage le corps (le sien et celui de l'autre) et tout un système de dispositifs (codes vestimentaires, groupes affinitaires, langages spécifiques, etc.), est depuis les années 1960 un vecteur d'identification et d'expression fort chez les jeunes. La musicalisation de la vie quotidienne, qui va croissant, accentue ce trait : en 1988, 44 % des 15-29 ans écoutaient de la musique tous les jours, ils sont le double en 2008.

Le processus de construction identitaire qui caractérise la jeunesse s'appuie en outre de façon privilégiée sur leur appétence pour les pratiques amateurs, qui a cru au fil des générations au fur à mesure que l'offre se démultipliait, d'abord par l'offre institutionnelle puis par les outils numériques. Leurs goûts les portent principalement vers la musique et la danse, particulièrement les filles, ou vers les arts plastiques, notamment le dessin, moins contraignant sur le plan du matériel que la peinture.

Enfin, l'ordinateur et internet sont des pourvoyeurs d'accès aux contenus culturels et à des modes de consommation individualisés, mais aussi des outils de créativité et d'expression : tutoriels, modsⁱⁱⁱ, mêmes, autoproduction musicale et vidéaste, etc. Internet fonctionne également auprès des jeunes comme un dispositif sociotechnique de sociabilité – communiquer et rencontrer –, mais aussi comme un vecteur de collaboration, de contribution ou de partage.

ⁱⁱⁱ Mod (abréviation de modification) : jeu vidéo créé à partir d'un autre ou modification du jeu original. (Wikipedia)

Ce dernier outil, l'internet, renforce le goût des jeunes pour la sociabilité en ajoutant à la sociabilité réelle de nombreuses formes virtuelles. Ainsi, les jeunes affichent une constante prédilection pour les loisirs qui les amènent à sortir de chez eux, prédilection qui n'est pas incompatible avec une forte consommation culturelle domestique : de 1988 à 2008, environ 8 sur 10 déclarent qu'ils préfèrent les loisirs hors domicile (soit environ 1,4 fois plus que leurs aînés). Au total, plus des trois quarts d'entre eux privilégient les activités hors du domicile, autour de trois dimensions – la sociabilité alimentaire, les sorties et les voyages –, qui témoignent de leurs arbitrages temporels de temps courts (la semaine) et de temps long (les vacances) et qui favorisent l'entre soi juvénile.

Les basculements numériques : réorganisation des agendas et des contenus culturels, tournant du divertissement et cosmopolitisme culturel

L'analyse de ces invariants permet de mieux mettre en évidence les basculements propres au numérique, qui sont à la fois de grande ampleur et rapides : entre 1988 et 2008, la part des jeunes utilisateurs quotidiens de l'ordinateur est passée de 5 % à 55 %, et dès 2008, la quasi-totalité des 15-29 ans utilisait internet, dont 57% quotidiennement.

Ce basculement d'une rapidité sans précédent a entraîné une réorganisation des agendas culturels et une redistribution des « valeurs » culturelles : les temps culturels des jeunes se sont comprimés et les frontières entre disciplines culturelles se sont fortement estompées. Ainsi, la lecture de la presse et l'audience de la radio sont délaissées : les 15-29 ans sont en moyenne deux à trois fois moins nombreux que les plus de 30 ans à lire un quotidien, et l'audience de la radio, jusqu'à récemment média jeune avec l'explosion des radios libres des années 1980, a chuté chez les jeunes de 16 à 9 heures hebdomadaires au profit des contenus musicaux sur internet. Les plateformes d'écoute se multiplient, les espaces

de discussion et d'échanges numériques, forums et chats se substituent aux libres antennes radiophoniques.

Au-delà des agendas, les technologies abolissent la linéarité des temps culturels et la dépendance à l'égard des grilles des diffuseurs. Elles favorisent une individualisation, une démultiplication et une déprogrammation des temps culturels qui ne sont pas sans effet sur les modes de réception et la construction des goûts. Par ailleurs, avec le numérique, le nombre des produits culturels accessibles a considérablement augmenté tandis que les produits culturels s'hybridaient, avec des effets de chaînage culturel et de métissage des genres, favorisant l'éclectisme et la porosité des catégories culturelles. À la fois personnage de roman, de série cinématographique, de jeu vidéo et de produits dérivés, *Harry Potter* incarne parfaitement ce phénomène.

Les jeunes sont par ailleurs des acteurs majeurs du basculement progressif de la culture vers le pôle du divertissement. Le goût du divertissement réinterprète le goût du ludique lié à l'enfance qui trouve un prolongement dans les jeux vidéo. En 1988, 28 % des 15-29 ans étaient joueurs (contre 9 % des 30 ans et plus), en 2008 ils sont 77 % (contre 24 %). Ce goût pour le divertissement facilite pour eux l'hybridation des productions culturelles et l'acceptation de propositions mêlant registre sérieux et registre ludique, aux frontières de *l'entertainment* et de la culture. C'est dans ce contexte que l'on observe une mutation des modes de production et de labellisation culturelle : le fonctionnement en réseau favorise l'apparition de nouveaux acteurs et systèmes de labellisation (webmestres...), en marge des institutions traditionnelles que sont principalement les équipements culturels et l'école.

Enfin, les cultures juvéniles sont marquées par un cosmopolitisme croissant³ qui reconfigure les références et les imaginaires culturels générationnels. Ce cosmopolitisme culturel ou esthétique prend évidemment source dans les industries culturelles mondialisées, et la

part des produits culturels d'origine étrangère ou en langue étrangère croît dans les agendas culturels des jeunes et dans la construction de leurs univers de goûts. Depuis les années 1960, la musique anglo-saxonne occupe une place prépondérante, depuis les années 1990, les *blockbusters* américains ont établi leur domination sur le cinéma, et depuis les années 2000, la sériephilie⁴ s'internationalise. La mondialisation des industries culturelles et la circulation croissante des produits permise par le numérique sont des causes majeures de cette cosmopolitisation des cultures jeunes. Ainsi, la part des jeunes qui regardent la télévision dans une autre langue que le français augmente au fil des générations : en 1998, 18 % des jeunes regardaient la télévision dans une autre langue, ils sont 26 % en 2008.

Cette cosmopolitisation s'opère sur fond de « mise en genre esthétique » à dimension ethnonationale. Ainsi un tournant s'est opéré dans le champ de la lecture avec le manga qui a modifié radicalement le rapport des jeunes à la bande dessinée, pratique liée à l'enfance et fortement répandue en France de par la tradition de la bédé franco-belge et l'existence d'une école française riche. Non seulement le manga fait-il revenir à la bédé des jeunes qui s'en étaient détournés au fil des générations et des âges, mais, surtout, il modifie les codes esthétiques de réception (sens de lecture, graphisme, rapport texte/image), les codes culturels (stéréotypes de genre accentués, valeurs d'héroïsme, etc.), ainsi que les codes industriels de production (segmentation marketing extrêmement poussée par type de public ciblé, notamment par sexe). Cette vague asiatique se prolonge avec le succès de la K-pop^{iv} et du cinéma coréen, sans que cela soit d'une quelconque manière liée à la présence d'une communauté coréenne en France.

Une distance croissante à la culture scolaire : le règne de l'éducation buissonnière?

^{iv} Terme désignant un genre musical originaire de Corée du Sud, caractérisé par une large variété d'éléments audiovisuels. (Wikipedia)

Influencées par les mutations des relations sociales avec la montée en puissance des réseaux et des valeurs collaboratives, les pratiques culturelles des jeunes expriment aussi les transformations des rapports aux valeurs culturelles. Augmentation des durées de consommation, inscription dans les pratiques amateurs, goût des sorties : la culturalisation des rapports au monde des jeunes affecte de manière croissante les modes de constructions identitaires : les objets et contenus culturels servent de plus en plus à « se fabriquer » soi-même et devant les autres, de l'expérimentation sentimentale et relationnelle des séries télé aux identités virtuelles des réseaux sociaux. Cette culturalisation se fait sur fond d'adossement croissant des cultures juvéniles sur des cultures industrielles devenues « populaires » par leur diffusion et leur notoriété, pourvoyeuses de temporalités, de normes, de codes, de références, de compétences, d'affiliations et de reconnaissance.

Ces « media cultures⁵ » construisent une « éducation buissonnière⁶ » qui échappe aux institutions de transmission traditionnelles et transforment le rapport aux savoirs et à leur transmission. De fait, le numérique fonde une disjonction entre culture et savoir, augmente de façon accélérée la distance avec la culture scolaire dont le livre est l'emblème. Par exemple, de 1988 à 2008, la part des 15-29 ans possédant plus de 200 livres est-elle passée de 20 à 17 % – restant stable à 23 % chez les 30 ans et plus – et la part des non-lecteurs de 18 à 23 %. La lecture pâtit sans doute de son lien très étroit avec le monde scolaire, qui durant des années incite à lire, souvent par contrainte et pour des bénéfices extrinsèques à la lecture elle-même (depuis le fait d'avoir de bonnes notes jusqu'à la capacité de débattre), ainsi que de la confusion livre/manuel/outil pédagogique (tous les objets-livres n'ont pas des contenus littéraires et bien des contenus littéraires font l'objet d'une appropriation non littéraire via les exercices de grammaire ou d'orthographe, par exemple). Ainsi, l'école semble ne pas parvenir à construire un rapport personnel au livre, qui soit basé sur

des bénéfiques intrinsèques, certes toujours moins faciles à définir : le plaisir? l'imagination?

Cette distanciation entre culture et monde scolaire remet en question les présupposés des programmes éducation/culture, mais tout autant les programmes de développement culturel, et incite à refonder certains éléments de l'action culturelle. Si l'école est bien le principal levier éducatif proprement démocratique (presque tous les enfants étant scolarisés jusqu'à 16 ans), peut-être est-il temps de ré-arrimer le champ culturel au champ éducatif. Mais alors, comment faire pour que l'école prenne en compte cette « éducation buissonnière » et construise sur cette nouvelle base des modes d'accès communs à des formes culturelles partagées?

¹ Sylvie Octobre, sociologue, chargée d'études, Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS), ministère de la Culture et de la Communication, France.

² Sylvie Octobre, *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Paris, MCC, 2014

³ Vincenzo Cicchelli et Sylvie Octobre, « Sur le cosmopolitisme esthétique chez les jeunes », *Le Débat*, n° 183, Janvier-février 2015, p 101-109.

⁴ Engouement pour les séries télévisées. Hervé Glevarec, *La sériophilie, Sociologie d'un attachement culturel*, Paris, Ellipses, 2012

⁵ Eric Maigret et Eric Macé, *Penser les médiacultures*, Paris, Armand Colin, 2005

⁶ Anne Barrère, *l'Éducation buissonnière. Quand les adolescents se forment eux mêmes*, Paris, Armand Colin, 2011