POPULATION & EMPLOI

# Livres et multimédia. La culture chez les jeunes

Julia BARDES - CEPS/INSTEAD

LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

*Dans le prolongement de l'enquête de 1999 sur les pratiques culturelles adultes, le Ministère de la Culture a engagé, en 2004, une étude similaire auprès des jeunes de 6-19 ans, offrant par là une occasion privilégiée de s'intéresser aux clivages intergénérationnels dans le rapport à l'art et à la culture.*

*Dans quelle mesure les transformations de la société, au premier rang desquelles l'allongement de la scolarité et la montée en puissance des médias audiovisuels, ont-elles modifié la relation aux œuvres et l'accès à la culture ? Ces conditions de socialisation ont-elles favorisé la réduction des clivages culturels au sein des nouvelles générations ? La culture du livre et de l'écrit a-t-elle bénéficié de l'élargissement de son public scolaire ou bien est-elle vouée à s'affaiblir dans un environnement dominé par la culture de l'écran et la fascination pour l'image ?*

*Cette publication traitant du rapport des jeunes aux médias, à la musique et à la lecture clôture une série de numéros de Population et Emploi consacrés successivement aux pratiques en amateur d'activités sportives et artistiques et aux sorties culturelles juvéniles.*

## *Introduction*

Après la première enquête sur les pratiques culturelles réalisée en 1999[1], le Ministère de la Culture a souhaité élargir l'état des connaissances en ouvrant le champ de cette étude aux jeunes âgés entre 6 et 19 ans. Ce fut donc le thème de l'enquête commanditée au CEPS/INSTEAD et réalisée en 2004 auprès d'un échantillon représentatif des jeunes vivant au Luxembourg[2].

Premières enquêtes du genre à l'échelle de la population luxembourgeoise, ces données successives recueillies sur les pratiques culturelles adultes puis juvéniles présentent une occasion privilégiée de s'interroger sur les différences intergénérationnelles dans le rapport à l'art et à la culture, au regard des transformations profondes du paysage social et culturel de ces dernières décennies. Les conditions de socialisation au moment de l'enfance et de l'adolescence se sont profondément transformées sous l'effet de l'accès généralisé à l'enseignement secondaire mais aussi de la montée en puissance des médias audiovisuels. Par-delà les nouveaux modes d'accès à l'art et à la culture facilités par le développement des médias domestiques, il faut également voir, dans ce dispositif médiatico-publicitaire (constitué notamment autour de la télévision), un véritable système référentiel, produisant ses propres normes, modèles d'excellence, et mécanismes de consécration. Génération de la massification scolaire mais aussi du numérique, des vidéothèques familiales et de la téléréalité, les jeunes de 6-19 ans apparaissent dès lors comme une population cible pour comprendre les effets de ces mutations sur la relation à l'art et à la culture. Population cible d'autant plus privilégiée pour appréhender les pratiques culturelles de demain que l'on se situe dans un domaine où les habitudes prises dans l'enfance jouent bien souvent un rôle déterminant sur les comportements adultes[3].

Dans les deux précédentes publications consacrées aux sorties culturelles et aux activités extrascolaires juvéniles[4], on a ainsi pu se rendre

1 *Aubrun A., Borsenberger M., Hausman P., Ménard G., Les pratiques culturelles au Luxembourg, Ministère de la Culture, CEPS/INSTEAD, 2001.*
2 *Borsenberger M., Hauret L., Lorentz N., Les pratiques culturelles des jeunes de 6 à 19 ans, Rapport pour le Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, CEPS/INSTEAD, 2008.*
3 *Tavan C., « Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance », INSEE PREMIERE, n°883, Février 2003.*
4 *Bardes J., « Les Pratiques artistiques et sportives des jeunes de 6 à 19 ans », Population et Emploi, n°36, 2008 ; « Les sorties culturelles des jeunes de 6 à 19 ans », Population et Emploi, n°37, 2009.*

compte du rôle clé joué par l'école en matière d'initiation et d'incitation à certaines pratiques culturelles telles que la découverte des théâtres et des musées, la fréquentation des bibliothèques ou encore l'apprentissage musical. Par-delà la socialisation scolaire, ce sont aussi certaines propriétés traditionnelles de cet âge de la vie (abondance du temps libre, importance de la sociabilité amicale) qui expliquent la forte implication juvénile dans les activités sportives ou les sorties au cinéma.

Qu'en est-il des loisirs culturels domestiques des jeunes générations ? Cette tendance de la jeunesse à s'emparer des différentes formes de participation à la vie sociale et culturelle se retrouve-t-elle au niveau des usages médiatiques et audiovisuels ? Dans quelle mesure cette culture de l'écran dans laquelle a grandi la nouvelle génération a-t-elle modifié la relation aux œuvres, aux films, à la musique voire plus récemment aux textes ? La culture de l'imprimé est-elle vouée à s'affaiblir dans cet environnement dominé par la fascination de l'image ? Génération du multimédia mais aussi de la massification scolaire, la question reste à savoir comment se jouent les influences respectives de ces deux environnements de plus en plus présents dans la socialisation juvénile. La diffusion des pratiques culturelles traditionnellement valorisées par la culture scolaire, comme la lecture, se voit-elle contrée par l'attractivité toujours plus forte des loisirs audiovisuels ? Le relatif rapprochement des conditions de socialisation juvéniles œuvrerait-il en faveur d'une atténuation des clivages culturels au sein des jeunes générations ?

Dans une perspective intergénérationnelle, on s'efforcera alors d'apprécier les effets de ces changements structurels et culturels de la société sur les loisirs culturels domestiques des jeunes générations. Si la comparaison avec les pratiques culturelles adultes recueillies par l'enquête de 1999 offre un premier horizon générationnel, elle ne suffit pas, pour autant, à prendre l'exacte mesure des mutations en cours, en ne permettant pas de dissocier les effets d'âge tenant à la position dans le cycle de vie des effets de génération liés à l'époque dans laquelle a grandi cette génération d'individus. Les données recueillies sur les pratiques culturelles françaises depuis trois décennies, en permettant de comparer les attitudes de chaque génération prise à un même âge de la vie, apporteront dès lors un point de vue éclairant sur les grandes tendances à l'œuvre dans le domaine des pratiques culturelles[5]. Une telle approche sera possible, à l'échelle de la population luxembourgeoise, une fois collectées les données de l'enquête culture prévue en 2009.

Dans une perspective intragénérationnelle, on s'interrogera alors sur la réduction éventuelle des clivages culturels générée par les nouvelles conditions de socialisation des populations juvéniles. L'allongement de la scolarité a-t-il œuvré en faveur de la diffusion des pratiques culturelles, traditionnellement associées au registre de la culture légitime, consacrée ou cultivée ? Les appareils électroniques, en permettant d'accéder à l'art et à la culture depuis les foyers, ont-ils favorisé de nouveaux modes de consommation et d'appropriation des œuvres, pour lesquels les obstacles symboliques sont moins importants que dans le cas de la fréquentation des équipements culturels ? Dans quelle mesure le poids de la transmission culturelle et familiale reste-t-il tangible dans les loisirs culturels juvéniles et participe-t-il de fait à la reproduction des inégalités sociales mais aussi des modèles de genre, féminins ou masculins ?

## *I. Regard intergénérationnel sur les pratiques culturelles domestiques*

### 1. L'ascension irrésistible de l'audiovisuel

La progression continue qu'ont connue les consommations audiovisuelles depuis le début des années 1970, sous l'effet du développement extraordinaire de l'équipement des ménages, semble poursuivre sa route. Les jeunes d'aujourd'hui se montrent à cet égard relativement bien équipés – surtout quand on pense qu'il s'agit là de biens individuels, possédés personnellement –, disposant pour près d'un tiers d'entre eux de leurs propres ordinateur, télévision, console de jeux, magnétoscope ou DVD, et pour 60% d'entre eux d'une chaîne hi-fi et d'un téléphone portable. L'équipement des jeunes augmente fortement avec l'âge, notamment au moment de l'entrée au lycée. La culture de la chambre, propre au monde de l'adolescence, en quête, dans ce moment de construction identitaire, d'un espace privé, éloigné du regard parental, peut ainsi se développer autour de toute une série de nouvelles activités multimédiatiques : télévision, ordinateur, jeux vidéo, films DVD… Les consommations audiovisuelles des jeunes générations se révèlent à la hauteur de l'univers multimédia qui les entoure, prolongeant ainsi le mouvement d'une emprise toujours plus forte de l'audiovisuel sur les activités domestiques. Des effets de concurrence commencent toutefois à se faire sentir et on peut d'ores et déjà supposer un début de substitution des loisirs audiovisuels plus traditionnels par les nouveaux loisirs rendus possibles grâce aux dernières innovations technologiques. La télévision s'en trouve pour le moment largement épargnée.

[5] *Donnat O., Lévy F., « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », Ministère de la Culture et de la Communication, 2007.*

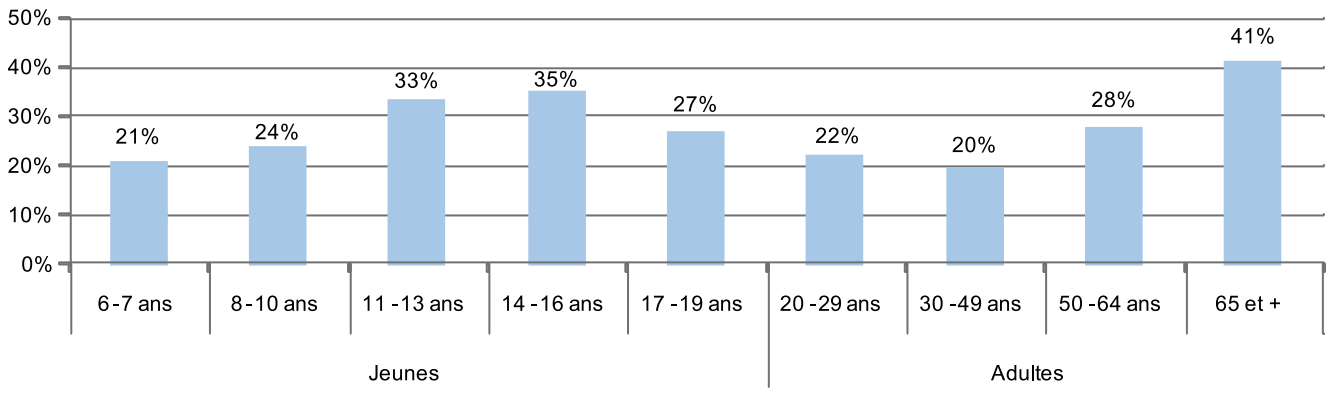
*1.1 L'attractivité de la télévision et de la vidéo*

Emblématique de l'émergence de la culture audiovisuelle, l'écoute de la télévision constitue une activité quasi incontournable de la jeunesse et ne compte ici que 4% de réfractaires. Elle occupe une place prépondérante dans le temps de loisirs des jeunes de 6-19 ans, avec près d'une majorité d'entre eux qui y consacre en moyenne plus de deux heures par jour (42% pour ce qui est de la semaine et 63% en ce qui concerne le week-end). Dès le plus jeune âge, un enfant de 6-7 ans passe en moyenne un peu plus d'une heure et demie par jour devant le poste de télévision. La pratique télévisuelle s'intensifie avec l'âge, notamment au moment de l'entrée dans le secondaire. Les enfants âgés entre 11 et 16 ans forment ici le noyau dur des téléspectateurs les plus assidus. Un tiers d'entre eux développe, en effet, un usage relativement intensif de la télévision, avec un temps d'écoute quotidien supérieur à trois heures. Si l'on regarde les consommations télévisuelles à l'échelle globale de la population luxembourgeoise – jeunes et adultes confondus –, seule la catégorie des plus de 65 ans – majoritairement retraitée – dépasse cette proportion d'usagers intensifs de la télévision (41% des plus de 65 ans ont une consommation supérieure à trois heures par jour en moyenne). L'abondance du temps libre qui caractérise les personnes âgées, détachées pour la plupart des obligations professionnelles et familiales, explique pourquoi cette catégorie de la population est toujours apparue comme la plus consommatrice de ce média. À l'inverse, l'emploi du temps scolaire de la population juvénile interroge les possibilités de concilier une pratique aussi intensive de la télévision avec les contraintes scolaires, mais aussi avec d'autres sources de loisir, telles que la lecture, le sport et autres activités juvéniles (*cf. graphique 1*).

L'introduction du poste de télévision dans l'espace privé du jeune adolescent n'est peut-être pas étrangère à l'intensité des consommations télévisuelles que l'on observe dans les jeunes générations. En effet, le temps d'écoute augmente très significativement avec le fait de posséder son propre téléviseur et, en 2004, plus d'un tiers des 6-19 ans (37%) est équipé en la matière et près de la moitié des jeunes de plus de 11 ans. D'une pratique familiale qui caractérisait la culture télévisuelle au moment de l'introduction des premiers postes de télévision dans les foyers, on est ainsi passé à une pratique plus individualisée, la télévision étant venue se greffer à la culture de la chambre que développe le jeune adolescent.

Quels sont alors les émissions et les programmes qui rendent ce média si attrayant aux yeux des jeunes générations ? Jusqu'à l'âge de 10 ans, ce sont surtout les programmes pour enfants et les dessins animés qui recueillent l'attention des jeunes téléspectateurs, suivis ensuite des reportages et des documentaires. À partir de 11 ans, les jeunes se tournent massivement vers les films et les séries, qui arrivent ici en tête des programmes les plus visionnés. Les émissions musicales et sportives vont également connaître un certain succès auprès des adolescents de plus de 14 ans. Comparativement aux émissions regardées par les adultes, les informations intéressent peu le jeune public (suivies par 35% des 6-19 ans, contre 94% des téléspectateurs adultes), tout comme la politique et les événements culturels (moins de 8% de téléspectateurs chez les jeunes générations, près de 45% chez les adultes). Le pôle information (d'autres indicateurs le confirmeront par la suite) constitue le principal fossé séparant les usages médiatiques et les centres d'intérêt des jeunes par rapport à ceux de leurs aînés. Le goût pour l'information s'affirme chez le jeune adolescent à mesure de son avancée en âge et que se développe une « conscience citoyenne » (à partir de 14 ans, près de la moitié des lycéens regarde les informations). De même

**G1 Ecoute quotidienne de la télévision supérieure à 3 heures**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

que ce n'est qu'à partir de 17 ans que commence un léger intérêt pour la politique et les événements culturels.

Les consommations juvéniles de films et de dessins animés ne se limitent pas aux programmes proposés par la télévision. Une très large majorité (84%) recourt également aux cassettes vidéo et aux DVD, et ce avec une grande régularité. Plus des deux tiers des 6-10 ans regardent ainsi au moins un dessin animé par semaine à partir de ce type de support et une proportion quasi équivalente des 11-19 ans en fait de même pour visionner des films. Si les conditions d'écoute de la télévision se sont individualisées, le choix des contenus audiovisuels s'est donc aussi largement personnalisé. La comparaison avec les données adultes recueillies en 1999 montre combien il s'agit là d'une pratique typiquement juvénile, rapidement intégrée par les nouvelles générations ayant grandi dans un contexte de développement et de diffusion massive de ces nouveaux supports audiovisuels. L'usage de cassettes vidéo ou de DVD ne concernait, en effet, qu'une moitié de la population adulte en 1999 et était quasi ignoré des plus de 65 ans. À l'inverse, les plus jeunes adultes se montraient déjà les plus nombreux à avoir intégré ces nouveaux supports audiovisuels dans leurs habitudes cinématographiques (*cf. graphique 2*).

Cette concurrence accrue en matière de diffusion cinématographique exercée par ces nouvelles possibilités toujours plus souples et performantes pour regarder des films (DVD, mais aussi téléchargement sur Internet, vidéo à la demande…) ne semble pas à l'heure actuelle pénaliser la fréquentation des salles de cinéma. Cette même enquête souligne, en effet, l'importance des sorties au cinéma au moment de l'adolescence : avec un rythme de fréquentation hebdomadaire pour près d'un cinquième d'entre eux, les 14-19 ans se révèlent comme un public remarquablement cinéphile[6].

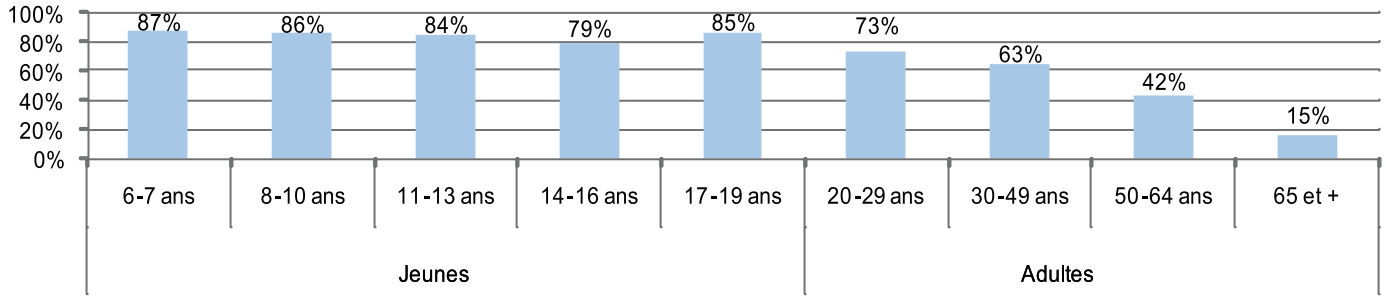
*1.2 La radio* : un média en perte d'auditeurs ?

La radio constitue un média moins populaire auprès de cette tranche d'âge de la population, écouté seulement par 64,5% des 6-19 ans contre 90% des adultes. Les jeunes de 6-7 ans sont particulièrement peu réceptifs à ce média. Son usage tout comme son temps d'écoute journalier augmentent avec l'avancée en âge : à partir de 14 ans, trois jeunes sur quatre écoutent la radio et plus d'un tiers des 17-19 ans l'écoute plus de deux heures par jour (*cf. graphique 3*).

La musique forme le pôle d'attraction principal exercé par ce média auprès de la jeunesse, loin devant les informations et autres programmes offerts par la radio : 80% des jeunes auditeurs écoutent tous les jours ou presque de la musique diffusée à la radio, avec un taux qui atteint 90% chez les 17-19 ans. Pour un jeune auditeur sur quatre, la radio permet également d'écouter les informations quotidiennement. Cet intérêt pour l'information croît, bien entendu, avec l'avancée en âge du jeune adolescent (75% des auditeurs âgés entre 17 et 19 ans écoutent les informations à la radio), mais, comparativement aux pratiques adultes, marque encore une fois la principale différence entre les deux générations. Tandis que les informations constituent le programme le plus écouté par les adultes (91% d'auditeurs), 44% des jeunes auditeurs n'écoutent jamais les informations à la radio. On remarquera, cependant, que la radio, malgré sa moindre attractivité auprès des jeunes générations, forme un canal de l'information tout aussi privilégié que celui de la télévision, en comptant, à l'échelle globale de la population juvénile, 35% d'auditeurs, soit une part équivalente à celle enregistrée par la diffusion de l'information à la télévision.

Avec 80% d'auditeurs, les 17-19 ans présentent toutefois, en 2004, un public plus restreint que les plus jeunes adultes de 1999 (93% d'auditeurs chez les 20-30 ans selon l'enquête de 1999), malgré le rôle important que l'on reconnaît à la

**G2** **Usage de cassette vidéo ou de DVD**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

[6] *Bardes J., « Les sorties culturelles des jeunes de 6 à 19 ans », op. cit.*

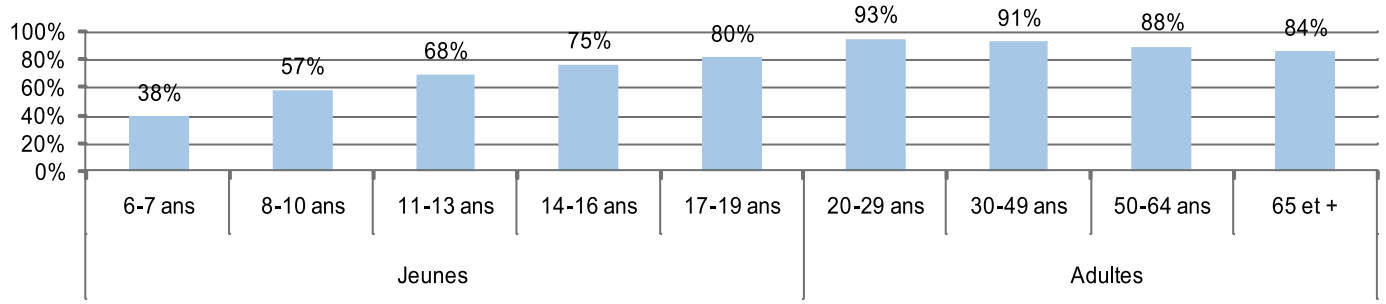
radio dans le processus de construction identitaire de l'adolescent, en tant que lieu privilégié d'expression et d'échanges entre les auditeurs et en tant que marqueur identitaire des goûts musicaux. Les nouvelles possibilités d'écoute et de découverte musicales mais aussi de communication offertes par Internet auraient-elles alors détourné une partie de la jeunesse de l'écoute radiophonique ?

*1.3 La culture musicale : un invariant générationnel*

L'univers musical joue un rôle de tout premier ordre dans la culture juvénile, notamment au moment de l'adolescence, une période de construction identitaire où la musique occupe alors une place toute particulière : 86% des 14-19 ans écoutent quotidiennement de la musique (37% des 6-7 ans, 49% des 8-10 ans, 70% des 11-13 ans et 61% des adultes selon l'enquête de 1999). Comparativement aux consommations adultes, l'écoute musicale peut alors apparaître comme une pratique typiquement juvénile, et à juste titre : les 14-19 ans sont en effet plus nombreux à écouter quotidiennement de la musique que leurs aînés, et cela même si l'on considère leurs aînés les plus proches en âge (81% des 20-29 ans écoutent quotidiennement de la musique selon l'enquête de 1999) (*cf. graphique 4*).

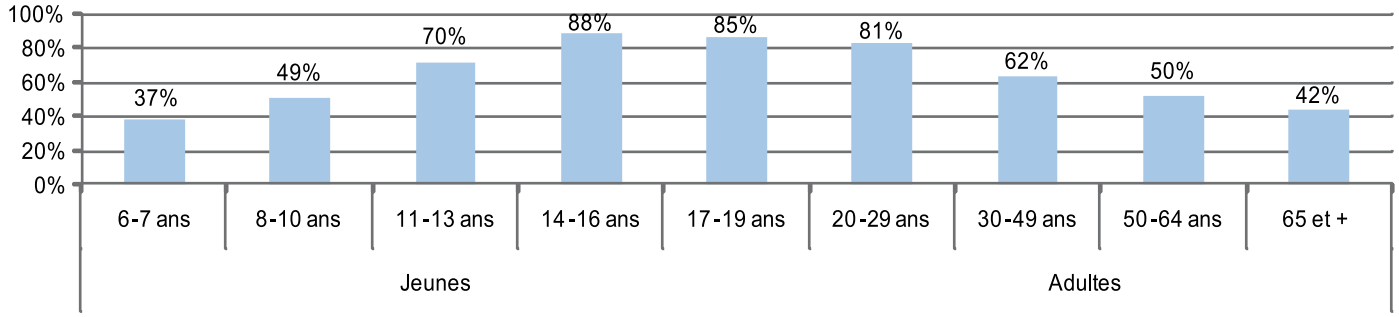
Souvent associée à la culture juvénile, l'importance de l'écoute musicale répond en fait à un phénomène fondamentalement générationnel. Le suivi des pratiques culturelles françaises sur plus de trois décennies montre, en effet, qu'en matière d'écoute musicale, les attitudes adoptées dans la jeunesse (autour de 20 ans) varient peu au fil de l'avancée en âge. En revanche, l'arrivée de chaque nouvelle génération s'est caractérisée par un taux d'écoute musicale supérieur à celui de la génération précédente, expliquant par là le mouvement explosif qu'a connu l'écoute musicale en trente ans, sous le simple jeu du renouvellement des générations[7]. Cette progression continue de l'écoute musicale a été portée par toute une série d'innovations technologiques (du disque vinyle à l'apparition des cassettes puis des CD) qui sont venues régulièrement bouleverser les conditions d'écoute de la musique et ont apporté un nouveau souffle à la pratique au fur et à mesure qu'elles étaient intégrées par les jeunes. Au vu des dernières innovations technologiques, de fortes raisons incitent à croire que ce mouvement d'expansion va se poursuivre dans les années à venir, que l'on songe aux nouvelles possibilités d'écoute permises par les baladeurs MP3 ou le téléphone portable, rendant l'écoute musicale plus générale, dans l'espace et dans le temps, ou encore aux bouleversements des conditions d'accès à la musique générés par Internet, mettant à disposition de l'internaute, instantanément et dans certains cas gratuitement, un éventail incroyable de choix musicaux. Avec un taux d'écoute quotidienne de plus de 85% chez les 17-19 ans, on n'est plus très loin d'une population devenue entièrement mélomane.

**G3** **Ecoute de la radio**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

**G4** **Ecoute quotidienne de musique enregistrée**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

[7] *Donnat O., Lévy F., « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », op. cit.*

Si chaque génération adhère un peu plus à ce pan culturel, chacune d'elles apporte aussi ses nouveaux styles musicaux. Le découpage des préférences musicales par catégories d'âge illustre bien les grandes tendances musicales intervenues au cours de ces cinq dernières décennies : du phénomène rock des générations d'après guerre, se substituant à la musique classique et à la musique folk, traditionnelle de leurs aînés, au mouvement actuel en faveur de la musique rap, hip-hop, techno et funk gagnant les jeunes générations (style de musique le plus écouté par 34% des 6-19 ans et par plus de 41% des 11-19 ans; contre 6% des adultes en 1999). Le rock et la pop continuent d'avoir leurs adeptes au sein des jeunes générations, et ensemble, avec la techno-funk-rap-hip-hop, forment l'essentiel des goûts musicaux des 6-19 ans, en recueillant plus de 70% des préférences musicales déclarées. La comparaison avec les préférences adultes renforce l'idée d'une forte concentration des goûts musicaux de la jeunesse, phénomène en soi typiquement juvénile, lié à l'importance de la sociabilité amicale à cet âge de la vie et, comme l'ont relevé un certain nombre d'études à ce propos, la pression à un certain alignement culturel qui en découle. Si l'on s'intéresse aux musiques que les jeunes ont entendu en concert, on remarquera alors le caractère bien plus éclectique des styles musicaux écoutés, renvoyant, comme nous avons pu le mettre en évidence dans un précédent *Population et Emploi*[8], aux diverses sources d'influences ou d'incitations à l'origine de ces sorties musicales (les amis et l'adolescent lui-même, certes, mais aussi les parents et l'école dans certains cas), là où les phénomènes de transmission familiale et scolaire sont quasi nuls en matière d'écoute musicale[9]. Autre genre musical typiquement juvénile, ou plus exactement adolescent, est le hard rock-punk-trash-heavy metal, musique préférée des 14-19 ans pour un dixième d'entre eux (contre 2% des adultes et 2,5% des 20-29 ans) et écoutée en concert par plus de 20% de ces jeunes adolescents ayant eu l'occasion d'effectuer une telle sortie. À l'inverse, la musique classique, surtout, mais aussi la variété, le folk traditionnel ou encore la musique du monde sont très largement délaissés des jeunes générations, comparativement à leurs aînés.

1.4 *La culture numérique en devenir*

Première génération à avoir grandi dans un contexte de généralisation de l'équipement informatique (en 2004, 83% des jeunes de 6-19 ans disposent d'un ordinateur à la maison), les jeunes de 6-19 ans ont largement incorporé la culture numérique au champ de leurs activités scolaires : au sein des foyers équipés, deux jeunes sur trois utilisent l'ordinateur pour apprendre (y compris sous forme de jeux éducatifs) et pas loin de 60% d'entre eux écrivent leurs devoirs sur l'ordinateur.

Cet usage scolaire de l'ordinateur est surtout le fait des jeunes lycéens, et plus encore des 14-19 ans dont un quart travaille quotidiennement sur un support informatique. Le fait que l'on retrouve un peu plus d'ordinateurs – familiaux et personnels – dans les foyers des enfants âgés de plus de 11 ans[10] laisse à penser que l'entrée dans le secondaire peut, en elle-même, être une source d'incitation à l'achat parental d'un tel équipement.

Si l'ordinateur sert à apprendre et à travailler, c'est toutefois l'usage ludique qui domine largement l'activité informatique juvénile. Plus de 80% des jeunes disposant d'un ordinateur à la maison l'utilisent pour jouer, et à un rythme journalier pour un cinquième d'entre eux. Cette fascination de la jeunesse pour les jeux vidéo n'est pas allée sans alimenter un certain nombre de débats de société. Faut-il craindre, en effet, un phénomène d'isolement et de solitude chez le jeune généré par ces nouveaux loisirs, voire, comme s'en inquiètent certains, une déconnexion de la réalité sous l'effet de l'emprise de ce monde virtuel sur les activités juvéniles ? En ce qui concerne les questions de sociabilité juvénile, il s'avère, d'après les données de l'enquête, qu'un jeune sur trois, que celui-ci dispose ou non d'un ordinateur à la maison, l'utilise collectivement, avec et/ou chez des amis. C'est alors l'usage ludique qui domine largement cette pratique collective de l'ordinateur développée au sein de la sphère de la sociabilité amicale : dans 90% des cas, les jeunes se retrouvent autour de l'ordinateur pour jouer, et ce à un rythme quotidien pour 20% d'entre eux (là où l'usage collectif à des fins scolaires n'intervient que dans 50% des cas et se fait plus épisodique). Cet usage collectif est surtout le fait des jeunes disposant déjà de leur propre ordinateur (44,5% d'entre eux s'en servent avec des amis, contre un quart des autres enfants, équipés ou non d'un ordinateur à la maison), témoignant ici de l'existence d'un véritable hobby informatique qui se développe au sein d'une fraction de la jeunesse, comme partie prenante de la sociabilité amicale juvénile.

La familiarisation avec l'outil informatique dépend bien évidemment de l'équipement des foyers en la matière. La pratique informatique à des fins scolaires ou ludiques s'intensifie à mesure que l'ordinateur est présent dans le foyer et plus encore qu'il est la propriété personnelle de l'enfant. Un quart des enfants disposant de leur propre ordinateur l'utilise quotidiennement aussi bien pour jouer que pour travailler. À l'inverse, pour les 17% de jeunes ne bénéficiant pas d'ordinateur dans leur foyer, et dont un quart seulement a l'occasion de s'en servir chez des amis, l'usage de l'ordinateur, ne serait-ce qu'occasionnel, reste en conséquence relativement rare et concerne moins d'un cinquième de ces jeunes (ne sont toutefois pas ici prises en compte les utilisations pouvant se faire au sein même de

[8] *Bardes J., « Les sorties culturelles des jeunes de 6 à 19 ans », op. cit.*
[9] *Octobre S., Jauneau Y., « Tels parents, tels enfants ? Une approche de la transmission culturelle », Revue française de sociologie, n° 49-4, 2008.*
[10] *85% des 11-19 ans disposent d'un ordinateur à la maison contre 78% des 6-10 ans et plus d'un tiers des 11-19 ans possède son propre ordinateur contre moins de 13% des 6-10 ans.*

l'établissement scolaire ou dans d'autres réseaux sociaux).

La pratique des jeux vidéo ne se limite pas aux usages qui viennent d'être décrits, puisqu'elle trouve également pour support les consoles de jeux. 28% des 6-19 ans possèdent leur propre console. Consommation typique des jeunes générations et plus encore de la jeune adolescence masculine (près de la moitié des garçons de 11-16 ans dispose d'une console), les jeux électroniques sur mini-console marquaient déjà en 1999 un fort clivage générationnel : 44% des moins de 30 ans avaient eu l'occasion d'y jouer au cours des douze derniers mois, contre un quart des 30-49 ans et moins de 5% chez les plus de 50 ans.

Avec 75% de jeunes jouant sur l'ordinateur, 17% de joueurs quotidiens et 28% de détenteurs de console de jeux, la pratique du jeu vidéo fait figure de véritable phénomène de société, occupant une part très significative du budget-temps des jeunes générations. La question reste à savoir si cet attachement des jeunes générations aux jeux vidéo constitue une pratique éphémère qui passera en vieillissant ou si la proportion de joueurs va croître au fur et à mesure que cette génération joueuse prendra de l'âge. Il paraît très probable qu'une diversification de l'offre de jeux vienne accompagner la montée en âge des joueurs et renforce dans le même temps les pratiques des générations à venir et donc que l'ascension générationnelle de la pratique des jeux vidéo se poursuive dans le futur.

Autre phénomène de société participant de la révolution numérique est l'arrivée (et le développement) d'Internet. Les consommations de ce nouveau média n'ont été ici interrogées que sous l'angle quantitatif (utilisation ou non d'Internet, fréquences d'utilisation) et non d'un point de vue qualitatif (les usages qui en sont faits). Les études réalisées à ce sujet nous permettent toutefois d'apprécier l'originalité des comportements en ligne des jeunes internautes (15-24 ans). L'Internet juvénile se caractérise notamment par l'importance des activités ayant trait au jeu, à la communication interpersonnelle relevant de la sphère amicale, aux films et à la musique et inversement par leur faible investissement dans les activités pratiques tournées vers la gestion de la vie courante (administration, banque, préparation des vacances, achat de biens et de services…), tendances qui nous renvoient finalement aux caractéristiques traditionnelles de cette période de la vie (importance des activités ludiques et de la sociabilité amicale, faible prise en charge de l'organisation de la vie matérielle) et de la génération à laquelle ils appartiennent (prépondérance de l'univers musical et de la culture de l'écran)[11].

Par-delà les usages, le taux de pratique lui-même fait apparaître de forts clivages générationnels, de manière similaire à cette « fracture numérique » observée dans le cas des jeux vidéo. Toutes les études réalisées à ce sujet montrent en effet des écarts considérables entre les jeunes, très impliqués dans l'Internet, et les personnes âgées, restées à l'écart du processus d'équipement et d'utilisation de ce nouveau média. Comme toute pratique reposant sur la maîtrise d'une technologie nouvelle, il apparaît naturel que l'affinité avec Internet dépende grandement de l'âge auquel la personne y a été confrontée la première fois, les jeunes étant « par nature » plus enclins à s'emparer de toute innovation technologique.

Si certaines caractéristiques de l'Internet juvénile ont ainsi pu être mises en évidence, on sait peu de choses, en revanche, sur les pratiques des jeunes enfants de moins de 15 ans. À quel âge, finalement, commence le processus d'appropriation de ce nouveau média ? L'enquête de 2004 montre à cet égard le saut quantitatif qui s'opère au moment de l'entrée au lycée : d'un taux de pratique de l'ordre de 6% chez les 6-7 ans et de 28% chez les 8-10 ans, on passe à une proportion d'internautes de 63% chez les 11-13 ans. Après 11 ans, l'usage d'Internet continue à se répandre au sein des jeunes générations pour atteindre un taux de 78% d'utilisateurs chez les 14-16 ans et de 87% chez les 17-19 ans. C'est également la fréquence d'utilisation qui s'accroît avec l'âge. Si jusqu'à l'âge de 10 ans les utilisateurs sont rares et les usages peu fréquents, à partir de 11 ans une large majorité d'internautes navigue sur la Toile au moins une fois par semaine. Chez les jeunes lycéens, 12% des 11-13 ans, 19% des 14-16 ans et 32% des 17-19 ans vont tous les jours sur le Web.

Par-delà des effets d'âge, l'utilisation d'Internet est par ailleurs très fortement tributaire de l'équipement informatique des ménages : 22% des jeunes ne possédant pas d'ordinateur à la maison ont eu l'occasion d'utiliser Internet, contre 57% des enfants dont le foyer est équipé (75% pour ceux qui disposent d'un ordinateur personnel). La possession d'un ordinateur personnel étant elle-même fortement corrélée à l'âge, il s'avère que ce n'est pas tant l'équipement personnel mais avant tout, et de loin, l'équipement du ménage qui forme l'aspect le plus discriminant en matière d'utilisation ou non d'Internet.

Un certain nombre de jeunes disposent également de leur propre accès Internet. Si celui-ci se fait plutôt rare chez les enfants de moins de 11 ans (moins de 3%), il concerne ensuite 11% des 11-13 ans, 18% des 14-16 ans puis 27% des 17-19 ans. Face aux récentes alertes lancées à propos de l'Internet juvénile cherchant à prévenir l'exposition des jeunes à certaines violences, perversions et manipulations ayant cours sur la Toile, on s'inquiètera alors peut-être de cette proportion non négligeable de jeunes adolescents ayant un accès personnel à Internet.

[11] *Donnat O., « Pratiques culturelles et usages d'Internet », Ministère de la Culture et de la Communication, Culture études, nov. 2007.*

**2. Une culture audiovisuelle au détriment de la culture imprimée ?**

L'emprise des activités audiovisuelles sur l'emploi du temps juvénile laisse-t-elle alors encore place à la pratique de la lecture au sein des jeunes générations ? Par-delà la question des contraintes temporelles, c'est aussi et surtout la question du goût pour des pratiques à temps long qui se pose ici avec acuité au regard de la vitesse de diffusion des messages orchestrée par le monde de l'image. Les jeunes de 6-19 ans, élevés dans cet environnement dominé par la culture de l'écran, lisent-ils encore ?

*2.1 La lecture de la presse écrite* : déclin ou renouvellement ?

Avec 30% de lecteurs de journaux et 46% de lecteurs de magazines, les jeunes de 6-19 ans forment un lectorat bien moins important que leurs aînés (81% de lecteurs de journaux et 76% de lecteurs de magazines chez les adultes selon l'enquête de 1999). Ce résultat n'a rien de surprenant si l'on tient compte des capacités encore réduites de lecture des plus jeunes enfants, et du fait que l'intérêt pour l'information ne constitue pas en soi une préoccupation juvénile, ou tout au moins enfantine. Aussi faut-il attendre l'âge de 14 ans pour qu'une part significative de jeunes se mette à lire la presse quotidienne (42% des 14-16 ans lisent les journaux, 64% des 17-19 ans), et l'âge de 17 ans pour que s'affirme ou s'aiguise l'envie de s'informer (la proportion de lecteurs de presse s'intéressant aux informations locales passe alors de 35% chez les 14-16 ans à 58% chez les 17-19 ans et de 15% à 29% pour ce qui est de l'actualité politique et économique).

Les magazines, en revanche, avec leur presse spécialisée mais aussi peut-être plus personnalisée et dont l'offre s'est par ailleurs incroyablement diversifiée, attirent davantage le jeune public et à un âge plus précoce : près d'un tiers des enfants de 8-10 ans et plus de la moitié des 11-13 (55%) lisent les magazines, là où ils ne sont que 11% et 22% à lire les quotidiens. Les articles sur la nature et les animaux, les histoires drôles et les BD, les jeux, les mots croisés et les divertissements nourrissent alors l'essentiel de la lecture magazine des plus jeunes enfants. À partir de 14 ans, six jeunes sur dix lisent les magazines. Les centres d'intérêt du jeune adolescent se diversifient, avec un ordre de préférences qui fait la part belle à la presse sportive, féminine, people, ainsi qu'aux magazines culturels relatifs à la musique.

De ces attitudes affichées par la jeunesse en matière de presse écrite, est-il possible d'en dégager certaines tendances pour le futur ? La crise que connaît la presse écrite, principalement quotidienne, est-elle vouée à se poursuivre dans les prochaines années ou bien est-elle en voie de s'atténuer avec l'arrivée de ces futures générations adultes ?

En effet, la presse quotidienne, et non magazine, a subi depuis plusieurs décennies une perte importante de son lectorat. Dans l'enquête de 1999, on pouvait voir une érosion continue de la pratique de lecture de la presse quotidienne à mesure que les générations se faisaient plus jeunes. D'un taux de lecteurs quotidiens de journaux atteignant 88% chez les plus de 65 ans et 80% chez les 50-64 ans, on passe alors à un taux de l'ordre de 55% chez les 30-49 ans et de 29% chez les moins de 30 ans. Une interprétation optimiste de ces résultats serait alors de dire que la pratique de lecture de la presse s'intensifie avec l'âge et donc que les jeunes d'aujourd'hui sont destinés à se mettre à lire en vieillissant. Or les analyses conduites sur les données françaises depuis plus de trente ans soulignent l'absence de tout effet d'âge positif en matière de lecture de la presse quotidienne : chaque génération prise individuellement tend à conserver tout au long de sa vie les mêmes attitudes que celles adoptées à l'âge de 20 ans. En revanche, l'arrivée de chaque nouvelle génération s'est traduite, depuis le début des années 1970, par une baisse significative du nombre de lecteurs de journaux. Signe que l'âge d'or de la culture « papier » est bel et bien révolu, la presse écrite recrute de moins en moins d'amateurs à chaque nouvelle génération et serait alors vouée à « disparaître » par le simple jeu du renouvellement des générations : chaque génération qui s'éteint est remplacée par une nouvelle qui se caractérise par une proportion de forts lecteurs trois à six fois plus faible.

Avec plus de 60% de lecteurs chez les 17-19 ans, cette tendance à la désaffection envers la presse écrite se poursuit-elle au sein des nouvelles générations ? La comparaison des pratiques de lecture de ces futurs adultes avec celles des 20-29 ans comptabilisées cinq ans plus tôt montre alors un recul significatif du nombre de lecteurs de magazines (qui accusent ici une perte d'influence importante auprès de son jeune lectorat à la fois occasionnel et régulier) mais une relative stabilisation des comportements en matière de lecture des journaux (*cf. graphique 5 et 6*).
Le développement de la presse écrite sur Internet aurait-il favorisé un certain retour à la lecture chez les jeunes générations ?
Pour ce qui est de la nouvelle presse numérique, on remarquera que l'usage d'Internet est, en effet, plus fréquent dans le cas des journaux que dans le cas des magazines : 30% des jeunes lecteurs de journaux consultent la presse Internet, contre 19% seulement des lecteurs de magazines. La pratique numérique ne s'est pas pour autant substituée à la culture imprimée. Aucun des jeunes lecteurs de presse ne s'est pour le moment détourné de la presse papier. Plus qu'à des effets de substitution, il faut penser ici à des effets de complémentarité et de renforcement. Les plus grands consommateurs de la presse sur Internet sont aussi les lecteurs les plus réguliers de la presse papier.

Cette nouvelle pratique de lecture sur Internet est surtout le fait des jeunes adolescents âgés de plus de 14 ans (âge où le taux d'internautes se généralise dans la population juvénile) : 14% des 14-16 ans et 19% des 17-19 ans lisent les jour-

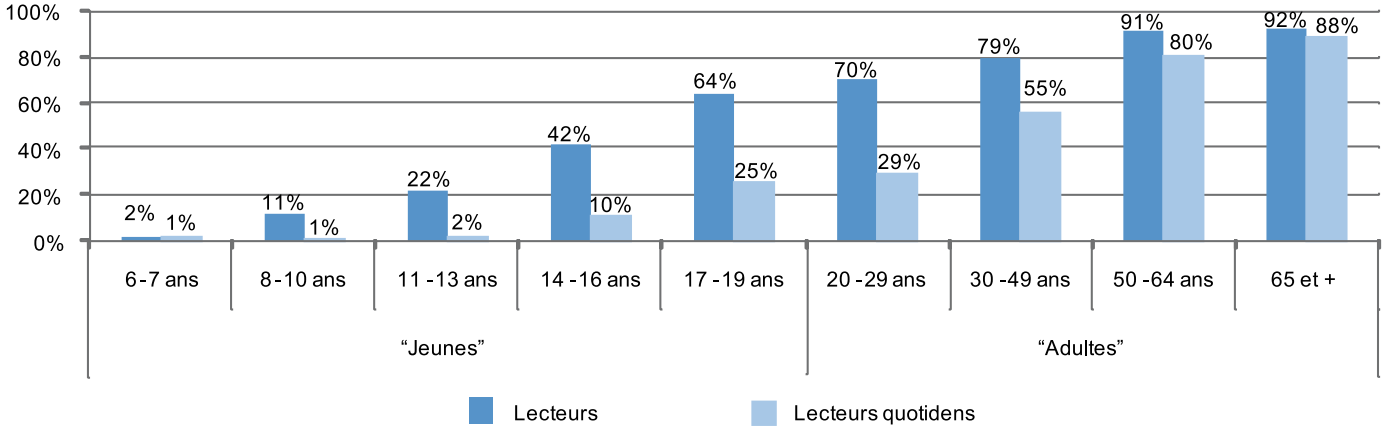
naux sur Internet. C'est également à cet âge que l'on voit se pointer un usage plus systématique de la presse numérique : parmi les lecteurs de journaux, 5% des 14-19 ans consultent tous les jours cette presse écrite sur Internet.

*2.2 La lecture de livres : une pratique juvénile, générationnellement déclinante*

Contrairement à la presse écrite, la lecture de livres est une pratique typiquement juvénile, favorisée par l'environnement scolaire et l'importance du temps libre qui caractérise cette période de la vie. La comparaison avec les pratiques adultes de lecture est éloquente : au cours des douze derniers mois précédant l'enquête, 75% des jeunes de 6 à 19 ans ont lu un livre (les manuels scolaires sont ici exclus), contre 56% des adultes selon l'enquête de 1999, et 41% des jeunes ont lu au moins six livres contre 32% des adultes. C'est entre 8 et 13 ans que la pratique de lecture est à la fois la plus répandue (83% des 8-13 ans ont lu un livre) et la plus développée (plus de la moitié a lu au moins six livres au cours des douze derniers mois). Dès 14 ans, la culture du livre commence donc à s'affaiblir et, au vu des pratiques adultes, ne peut que se perdre au fil du temps (l'éloignement au livre étant proportionnel à l'avancée en âge des générations adultes). La lecture de bandes dessinées vient également alimenter les temps de loisir juvénile consacrés à la lecture : près de la moitié des jeunes lisent des BD et 28% en lisent au moins six par an. Encore une fois, les 8-13 ans forment le noyau dur du lectorat, en comptant les plus grands amateurs de BD. Signe d'une forte implication de la population juvénile dans la pratique de lecture, un quart des 6-19 ans lit quotidiennement des livres ou des BD et le temps moyen consacré à la lecture pourrait ici s'établir aux alentours d'une à deux heures par semaine (*cf. graphique 7*).

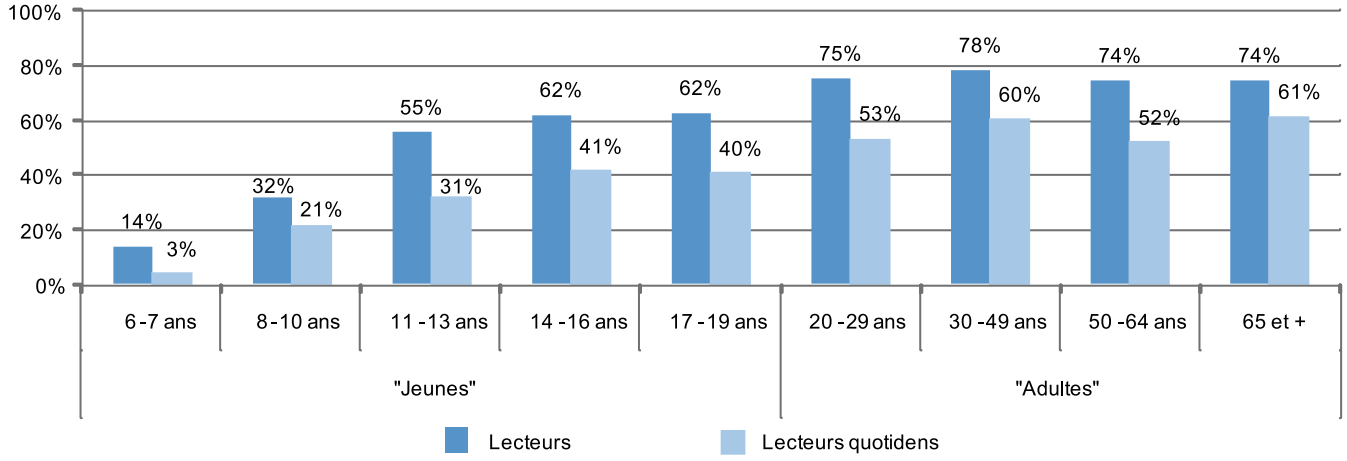
Si les jeunes lisent plus que leurs aînés, cela ne signifie pas pour autant que l'on assiste à un retour à la lecture au sein des jeunes générations. La proximité de la jeunesse au monde du livre tient avant tout à des effets d'âge liés à la position dans le cycle de vie, la socialisation scolaire et l'abondance du temps libre formant un environnement hautement incitatif à la pratique de lecture. Le suivi dans le temps des pratiques culturelles françaises montre alors un mouvement de désaffection puis de stabilisation des comportements en matière de lecture de livres une

**G5 Lecture de journaux**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

**G6 Lecture de magazines**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

fois entré dans la vie active, période au cours de laquelle les temps de loisirs se font plus rares. Le fait que la part de gros lecteurs ne réaugmente pas avec l'arrivée de l'âge de la retraite s'explique par le fort succès que rencontrent les loisirs audiovisuels (notamment la télévision) auprès des retraités. Si chaque génération présente, au cours de son cycle de vie, un comportement similaire à la précédente, chaque génération dénombre à l'origine une part plus restreinte de gros lecteurs. Autrement dit, la relative homogénéité des pratiques de lecture à travers les âges qui s'observe à une date donnée dissimule la combinaison d'un effet d'âge et de génération négatif : chacun ayant tendance à lire de moins en moins en vieillissant, chaque nouvelle génération ayant tendance à lire moins que la précédente. Comme dans le cas de la presse écrite, la pratique de lecture des livres se voit donc affectée d'un phénomène générationnel négatif : une désaffection des jeunes générations pour la culture « papier » doublée, dans le cas présent, d'un effet d'âge négatif qui en accélère le déclin[12].

Une tendance similaire s'observe-t-elle à l'échelle de la population luxembourgeoise ? Avec 33% de lecteurs conséquents (au moins six livres par an) chez les 14-19 ans, soit une proportion équivalente à celle rencontrée chez les adultes de moins de 50 ans en 1999, il paraît fort probable que la culture du livre subisse ici un même phénomène générationnel négatif, au vu du recul important que risque de connaître la pratique de lecture de livres de ces futurs adultes au moment de leur entrée dans la vie active.

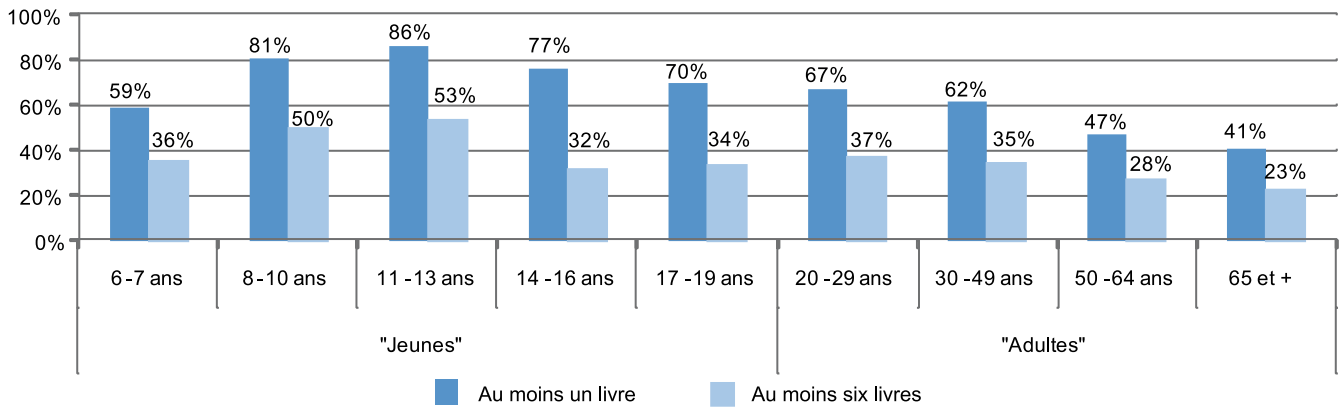
### *II. Les clivages intra-générationnels*

L'univers culturel juvénile présente par certains aspects des configurations relativement homogènes, tenant à des effets d'âge liés à cette période de la vie (comme pour la lecture) ou encore à des effets de contexte, liés à la génération à laquelle ils appartiennent (comme les jeux vidéo). Ne s'efface pas pour autant le poids des transmissions culturelles et familiales dans l'orientation des activités de loisirs des jeunes générations. Il se manifeste notamment dans l'appropriation inégale des divers modes d'accès à la culture selon le milieu social d'appartenance de l'enfant, mais aussi dans les modèles de genre – féminins ou masculins – véhiculés en la matière.

#### 1. Le poids de l'origine sociale

Certaines consommations médiatiques produisent en effet une forme d'homogénéisation des comportements culturels à l'intérieur de cette classe d'âge au point de faire disparaître les différenciations liées à l'origine sociale. Cela est vrai de l'écoute musicale, pratique typiquement juvénile qui ne fait intervenir aucune différence sociale dans le rapport à la consommation aussi bien en termes d'accès que d'intensité. La « mise en genre » des goûts musicaux juvéniles révèle toutefois des distinctions plus subtiles et peut-être tout aussi puissantes. Celles-ci se manifestent notamment entre ces deux grandes catégories musicales concentrant l'essentiel de l'attention juvénile : la pop-rock et la techno-funk-rap-hip-hop-soul se voient en effet différemment appréciées selon les milieux sociaux d'appartenance, la première formant davantage le goût des classes plus favorisées, là où la seconde remporte une très forte adhésion auprès des jeunes venant de milieux plus populaires. Sans entrer dans le détail de l'analyse – les catégories proposées ici étant bien trop larges et insuffisamment précises, rassemblant en leur sein des courants musicaux très hétérogènes –, on ne s'étonnera tou-

**G7 Lecture de livres au cours des douze derniers mois**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

[12] *Donnat O., Lévy F., « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », op. cit.*

tefois peut-être pas de trouver cette affinité qui lie la jeunesse populaire à ces mouvements musicaux issus de la culture urbaine défavorisée tels que le rap ou le hip-hop.

La pratique des jeux électroniques sur console forme également une activité juvénile dont l'accès ne se voit pas entravé par le niveau de ressources familiales (la pratique des jeux vidéo sur ordinateur, dépendant elle-même de l'équipement des foyers en la matière, reste de fait très fortement tributaire du niveau de vie familial). La possession d'une console de jeux se répartit, en effet, de manière indifférenciée sur l'ensemble des strates sociales de la population.

L'absence d'effets sociaux, et par là de transmission familiale, en matière de jeux vidéo ou d'écoute musicale tient au caractère générationnel de ces activités : l'exemple parental ne joue pas pour ces consommations juvéniles, qui ont pour principal support la sociabilité amicale. Contrairement à d'autres pratiques (comme la télévision), ces activités sont très rarement partagées avec les parents.

Exception faite de l'écoute musicale et des jeux sur console, le poids de l'origine sociale reste important, notamment pour les pratiques les plus emblématiques de la culture « consacrée » ou « légitime » (la lecture) ou celles pour lesquelles les coûts d'équipement restent élevés (l'ordinateur).

La lecture, considérée comme la voie d'accession à la citoyenneté et fondant tout le discours éducatif depuis les Lumières, reste une pratique élitaire, étroitement liée au milieu social d'origine, malgré le rôle important joué par l'école en matière d'initiation et d'incitation à la lecture. 89% des enfants issus des ménages les plus aisés ont lu au moins un livre au cours des douze derniers mois précédant l'enquête, contre 62% des jeunes venant des milieux les plus pauvres. Les écarts se creusent considérablement lorsque l'on s'intéresse à l'intensité et à la régularité de cette pratique. La proportion de jeunes ayant lu au moins six livres double lorsque l'on passe du quintile des revenus parentaux le plus bas au quintile le plus haut (de 28% à 56%), tandis que l'ancrage quotidien de cette pratique concerne trois ou quatre fois plus d'enfants en provenance des foyers les plus aisés : 41% d'entre eux lisent quotidiennement des livres, contre 12% des enfants issus des milieux les moins favorisés. Comme pour les livres, la lecture de la presse écrite reste très fortement tributaire du milieu social d'origine. La proportion du lectorat, de journaux comme de magazines, passe du simple au double selon que l'on se situe en bas ou en haut de la fourchette des revenus parentaux : dans les milieux les plus aisés, on compte ainsi 41% de lecteurs de journaux et 57% de lecteurs de magazines, contre respectivement 21% et 41% dans les foyers les plus pauvres.

Le développement de la pratique informatique dans les jeunes générations subit, quant à lui, avant tout les effets discriminants de l'équipement des foyers en la matière. Les coûts financiers qu'il implique semblent ici surtout pénaliser les strates les plus pauvres de la population juvénile, celles dont les revenus parentaux se situent dans le quintile le plus bas : le taux d'équipement en ordinateur de ces foyers est alors de 57,5% (90% dans les autres catégories sociales de la population) et de 15% pour ce qui est de l'ordinateur personnel (30% dans le reste de la population juvénile). Consécutivement à ces taux d'équipement différenciés, l'usage informatique tout comme l'utilisation d'Internet se font plus rares dans ces catégories de la jeunesse issues des milieux les moins pourvus financièrement : un tiers de ces jeunes travaille ou apprend sur l'ordinateur (contre plus de la moitié du reste de la population juvénile), la moitié joue sur l'ordinateur (plus de 80% dans les autres catégories) et 38% utilisent Internet (contre 60% des autres jeunes). Par-delà la question de l'équipement, le poids de l'origine sociale se fait également sentir dans la valorisation de la culture scolaire. À niveaux d'équipement informatique équivalents, les jeunes enfants issus des foyers aux plus bas revenus sont en effet moins enclins à développer un usage de l'ordinateur tourné vers l'apprentissage ou le travail scolaire.

Si la culture du livre et de l'écrit forme un trait spécifique des classes supérieures, la télévision vient, quant à elle, caractériser la culture des jeunes enfants défavorisés. Il s'agit bien ici du seul équipement audiovisuel qui n'obéit pas à la logique financière des niveaux de ressources familiaux. Ce sont en effet dans les foyers aux revenus parentaux moyens et inférieurs que l'on trouve le plus d'enfants pourvus de leur propre téléviseur : plus de 40% d'entre eux – 47% pour les enfants dont les revenus parentaux se situent dans la fourchette moyenne – possèdent une télévision personnelle, contre un quart des enfants issus des foyers plus aisés (4e et 5e **quintile).** Le temps d'écoute de la télévision augmente par ailleurs fortement à mesure que l'on descend dans l'échelle des revenus parentaux : les enfants issus des ménages aux plus bas revenus sont plus d'un tiers à y consacrer plus de trois heures par jour en moyenne, contre 14% des enfants appartenant aux milieux les plus favorisés.

Comparativement à la télévision ou à la presse écrite, la radio forme un média dont les usages sont bien moins marqués socialement, même si elle s'apparente un peu plus à la culture juvénile des milieux populaires. Les enfants en provenance des foyers les plus riches sont, en effet, un peu plus nombreux à se détourner de la radio. Inversement, les jeunes issus des milieux les plus pauvres ont la consommation la plus intense de ce média (un quart l'écoute plus de deux heures par jour, contre 14% des enfants venant des foyers aisés). S'affiche là, à l'échelle de la population juvénile, une tendance sociale inverse à celle observée dans la population adulte. En effet, les données de l'enquête de 1999 montrent que ce sont les catégories adultes les plus favorisées (en l'occurrence ici les plus éduquées) qui fournissent

l'auditorat le plus régulier de l'écoute radiophonique. D'un point de vue plus historique, on peut voir, à l'échelle de la population française, que si la radio s'affiliait autrefois à la culture des milieux populaires, elle avait gagné, au cours des deux dernières décennies, l'attention des catégories sociales diplômées, au point de faire disparaître les systèmes de différenciation sociale en matière d'écoute radiophonique. Doit-on ici en conclure, au vu des consommations juvéniles, que l'on assiste à un retournement de tendance, la radio ayant retrouvé les bases traditionnelles de son auditorat régulier auprès des catégories sociales plus populaires ?

Par-delà une appropriation inégale de ces médias selon les catégories sociales d'appartenance – la presse écrite dans les milieux plus aisés, la télévision et la radio dans les milieux plus populaires –, c'est également dans le choix des contenus que s'exercent les différences liées à l'origine sociale. La plus importante d'entre elles concerne l'information : 47% des enfants issus des foyers aux plus forts revenus regardent les informations à la télévision, contre 28% des enfants venant des ménages les plus pauvres, et 46% des jeunes auditeurs appartenant aux classes les plus aisées écoutent quotidiennement les informations à la radio, contre 15% des jeunes issus des classes défavorisées. En matière de presse écrite, on remarquera que si l'information locale attire davantage l'attention du jeune lectorat issu des milieux populaires, l'actualité politique et économique suscite, en revanche, un peu plus la curiosité des catégories sociales les plus aisées. Le poids de l'origine sociale se manifeste également dans l'intérêt affiché pour les articles scientifiques (davantage lus par les jeunes appartenant aux classes privilégiées), là où la presse people et la mode recueillent davantage l'attention des milieux moins favorisés. Enfin, on remarquera que si les films et les dessins animés sont des programmes télévisés partagés avec autant d'intérêt par toutes les catégories sociales de la population juvénile, la possibilité de choisir son film ou son dessin animé, permise par les cassettes vidéo ou les DVD, reste un peu moins ouverte aux milieux les plus défavorisés : 73% des enfants issus des foyers les plus pauvres utilisent ce type de support, contre près de 90% des autres catégories sociales de la population, tandis que la consommation hebdomadaire de films vidéo concerne un tiers de ces jeunes plus défavorisés, contre près de 67% des autres jeunes. Comparativement à la fréquentation des salles de cinéma, ces nouveaux supports audiovisuels ne réduisent pas les inégalités sociales dans l'accès à la culture cinématographique, mais semblent plutôt les renforcer.

Au final, les registres traditionnels de la culture populaire et de la culture consacrée ou « cultivée » demeurent inchangés à l'échelle de la population juvénile, signe le moins ambigu de la force des effets de la transmission familiale dans le domaine des pratiques culturelles : la télévision, loisir emblématique de la culture populaire, se voit ainsi deux fois plus intensément consommée par les jeunes enfants appartenant aux classes défavorisées, tandis que la lecture continue d'occuper le rang de pratiques élitaires, étroitement associées à la culture des classes privilégiées. Les pratiques plus récentes, liées au développement des nouvelles technologies (ordinateur, films vidéo, jeux vidéo), se révèlent à cet égard bien moins discriminantes, en connaissant une diffusion bien plus large et indifférenciée au sein des populations juvéniles, exception faite des milieux sociaux les plus défavorisés, pour lesquels les coûts d'équipement se montrent encore dissuasifs (*cf. graphique 8*).

**2. Les modèles de genre**

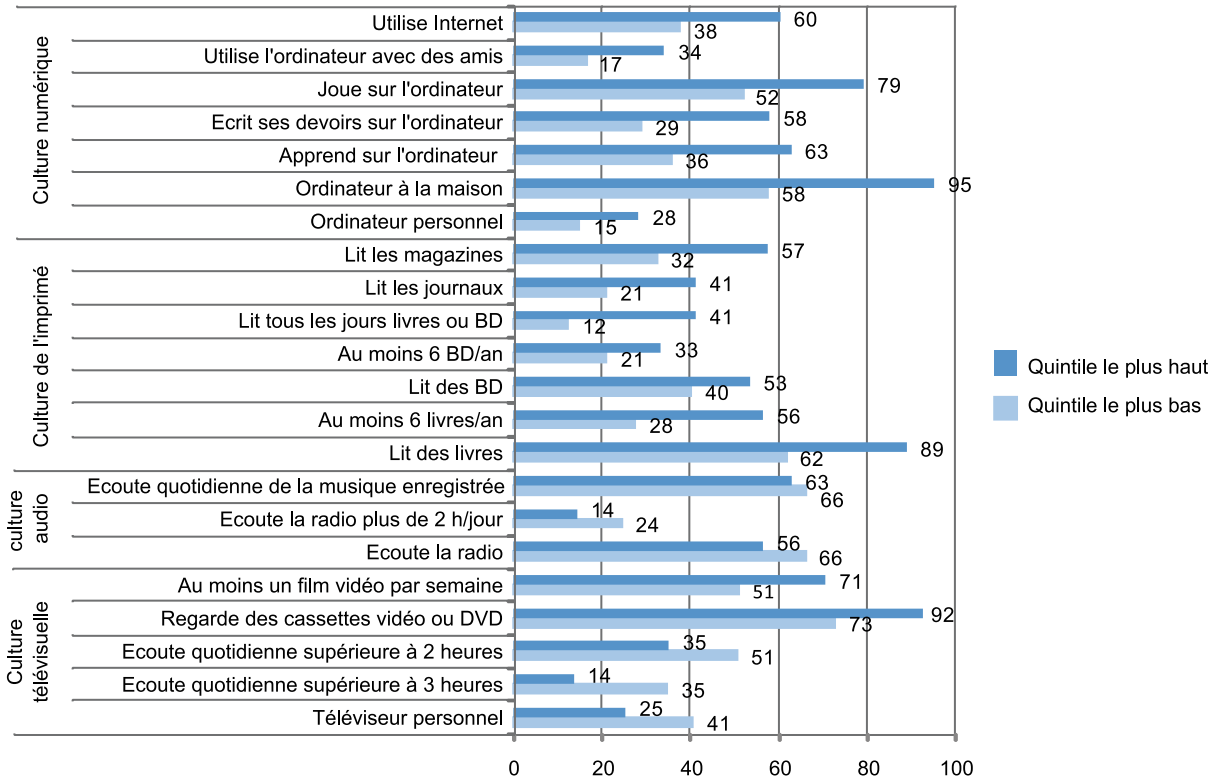
Par-delà le poids de la stratification sociale, ce sont également des modèles de genre – féminins ou masculins – qui sont véhiculés en matière de loisirs culturels juvéniles.

Si l'on s'intéresse à l'univers médiatique des jeunes générations, force est de constater la proximité étroite qui relie les sphères masculines au monde informatique et inversement l'affinité des jeunes filles pour les loisirs audio.

Que ce soit en termes d'équipement, d'usage ou de centres d'intérêt exprimés, la pratique informatique révèle, en effet, des différences sexuées importantes, allant dans le sens d'une plus forte adhésion masculine à la culture numérique. Les garçons sont proportionnellement plus nombreux à disposer d'un ordinateur, personnellement (30% des garçons et 24% des filles) ou au sein du foyer (85% contre 80% des filles). Malgré ces taux d'équipement différenciés, les usages de l'ordinateur orientés vers l'apprentissage ou les devoirs scolaires se font aussi fréquents chez les jeunes filles que chez leurs homologues masculins. C'est bien dans la pratique ludique de l'ordinateur que se manifestent avant tout les différences entre les deux sexes. Sur l'ensemble de la population juvénile, 80% des garçons jouent sur l'ordinateur (contre deux tiers des jeunes filles) et à un rythme quotidien pour un quart des garçons (10% des filles). Cet attrait pour le jeu vidéo explique très certainement le caractère plus masculin de cette sociabilité amicale juvénile qui se développe autour de l'objet informatique : un tiers des garçons utilise l'ordinateur avec des amis, contre un quart des jeunes filles. L'attrait des garçons pour les jeux vidéo se voit par ailleurs confirmé par le fait qu'ils sont aussi les plus nombreux à posséder une console de jeux (35% des garçons contre 21,5% des filles). La console de jeux figure alors comme une consommation typique de la jeune adolescence masculine, avec près de la moitié des garçons de 11-16 ans qui sont dotés d'un tel équipement. Le caractère technologique de l'objet, la nature narrative et graphique des jeux eux-mêmes, la relative « masculinité » de leurs univers peuvent expliquer que les filles souhaitent moins être équipées ou que les parents affectent moins de ressources à leur équipement qu'à celui des garçons.

L'attirance des garçons pour le monde informatique ne se limite pas toutefois à ses usages ludiques. L'intérêt que suscitent les articles de

**G8** **Les loisirs culturels domestiques juvéniles selon le niveau de revenu familial**




*Sources* : Psell-2/1999, Psell-3/2004, CEPS/INSTEAD

presse traitant de l'informatique et du multimédia (lus par 42% du lectorat masculin contre 18% seulement du lectorat féminin) montre à cet égard une curiosité bien plus générale de la part des garçons pour la culture numérique. Enfin, si l'utilisation d'Internet ne fait pas intervenir de différence entre les deux sexes, aussi bien en termes d'accès que d'intensité d'usage, on remarquera cependant que la consultation de la presse écrite sur Internet (seul usage numérique ici questionné) reste bien plus le fait des jeunes garçons que des jeunes filles : 41% des lecteurs de journaux et 28% des lecteurs de magazines se tournent vers Internet, contre respectivement 18% et 12% des lectrices.

Si l'univers informatique possède un caractère masculin, la culture audio révèle, quant à elle, une sensibilité plus féminine. La radio comme la musique trouvent, en effet, une aura plus importante dans la population juvénile féminine. Les jeunes filles sont plus nombreuses à écouter la radio (71% contre 56% des garçons). Et lorsqu'elles écoutent la radio, elles le font plus longtemps : 31% des auditrices l'écoutent plus de deux heures par jour contre 24% des garçons. Comment interpréter ce caractère sexué de l'écoute radiophonique (un même constat était effectué dans l'enquête française sur les loisirs culturels juvéniles[13]) ? Faut-il y voir l'adoption plus précoce d'un comportement adulte par rapport à ce média ? L'attraction exercée par les antennes libres où s'exprime l'intersubjectivité des auditeurs ? Ou bien tout simplement, le goût des jeunes filles pour la musique? En effet, 85% des auditrices écoutent quotidiennement la musique diffusée à la radio (75% des auditeurs). Les jeunes filles sont aussi les plus nombreuses à écouter de la musique enregistrée (97%, contre 93% des garçons) et à une fréquence journalière pour 75% d'entre elles (66% des garçons). Enfin, signe de cette sensibilité féminine pour la culture audio, les chaînes hi-fi sont plus présentes dans les chambres des jeunes filles (67% des filles possèdent leur propre chaîne hi-fi contre 58% des garçons).

La culture de l'imprimé révèle, quant à elle, des pratiques différenciées selon le type de lecture, avec d'un côté, une plus grande attirance des garçons pour les journaux et les bandes dessinées et, de l'autre, un net penchant féminin en faveur des magazines et des livres.

Les journaux comptent, en effet, un peu plus de lecteurs que de lectrices (32% de lecteurs et 11% de lecteurs quotidiens contre respectivement 26% et 6% de lectrices). Les magazines trouvent, à l'inverse, un lectorat bien plus important dans les catégories féminines de la population juvénile, avec 54% de lectrices

[13] *Octobre S., Les Loisirs culturels des 6-14 ans, La Documentation française, Paris, 2004.*

et 33% de lectrices régulières (au moins une fois par semaine), contre respectivement 39% et 24% de lecteurs.

La lecture de livres forme également une pratique plus féminine : 80% des jeunes filles ont lu un livre au cours des douze derniers mois précédant l'enquête (70% des garçons), et 46% en ont lu au moins six (37% des garçons). Si les filles lisent plus, elles lisent aussi plus fréquemment. Il s'agit là en effet d'une pratique quotidienne pour 28% des jeunes filles contre 19% des garçons. Ce constat va dans le sens de cette féminisation du lectorat que l'on observe à l'échelle de la population adulte. Les garçons, de leur côté, figurent comme les plus grands amateurs de bandes dessinées : ils sont 54% à lire des BD (39% chez les filles), et un tiers à en avoir lu au moins six au cours des douze derniers mois (22% chez les filles). Livres et bandes dessinées confondus, la pratique de lecture reste néanmoins plus importante chez les filles : 31% des filles lisent tous les jours contre un quart des garçons.

Enfin, si l'on déplace l'analyse des pratiques médiatiques vers le choix des contenus, la catégorie genre apparaît plus décisive encore, révélant par là des centres d'intérêt très différents entre filles et garçons. La différence la plus marquante concerne le phénomène sportif, programmes télévisuels suivis par 62% des garçons (contre 26% chez les filles) et presse écrite intéressant 72% du lectorat masculin (38% du lectorat féminin). Dans la même veine, les articles traitant de l'automobile et de la moto concentrent un lectorat très masculin (60% des garçons et 13% des filles lisent ce type d'articles). À l'inverse, la presse people et la mode conservent leur caractère très féminin, en recueillant une proportion trois ou quatre fois supérieure de leur lectorat dans les sphères féminines (articles intéressant respectivement 60% et 65% du lectorat féminin, contre 21% et 12% du lectorat masculin).
De manière plus subtile, c'est également dans l'intérêt exprimé pour l'actualité que se reportent des différences de genre : les garçons sont, en effet, proportionnellement plus nombreux à suivre les informations à la télévision (40% contre 30% des filles), voire l'actualité politique (9% contre 6% des filles). De même que l'information diffusée à la radio concentre davantage l'attention des jeunes auditeurs du sexe masculin que féminin (64% des jeunes auditeurs contre 50% des jeunes auditrices écoutent les informations à la radio). Enfin, 43% du lectorat masculin s'intéressent aux informations locales (31% du lectorat féminin) et 22% aux articles traitant de la politique et de l'économie (12% des filles).

Inversement, la culture, au sens traditionnel du terme (la musique, la littérature), nous renvoie à des sphères plus féminines : les jeunes filles sont, en effet, plus nombreuses à suivre les émissions musicales à la télévision (55% contre 44% des garçons) ainsi qu'à la radio. Elles sont aussi plus nombreuses à s'intéresser à la presse écrite traitant de l'actualité culturelle, littéraire ou musicale (52% de lectrices contre 38% de lecteurs).

En matière de presse écrite, le type d'articles lus nous fait voir encore certains clivages traditionnels hommes/femmes : la science et l'informatique pour les garçons, la nature et les animaux ou encore le tricot, les recettes et la couture pour les filles. Enfin, pour ce qui est des programmes télévisuels, un audimat plus féminin se fait sentir pour les films, les séries, les talk-shows et les débats ou encore les émissions de divertissement.

***Conclusion***

À la lecture de ces résultats, force est de constater l'emprise toujours plus forte des consommations audiovisuelles sur les loisirs culturels domestiques ; la musique et la culture de l'écran constituée autour de la télévision, des films vidéo, de l'ordinateur et des jeux vidéo venant fortement structurer l'univers culturel juvénile. Face à certaines inquiétudes soulevées en la matière, peu de raisons incitent à craindre des phénomènes de sédentarisation, d'isolement ni encore de substitution à des loisirs plus collectifs, au regard de la forte implication juvénile dans les activités sportives, de l'importance des sorties au cinéma au moment de l'adolescence ou encore des nouvelles formes de sociabilité amicale créées autour des jeux vidéo. La culture du livre et de l'écrit semble, en revanche, accuser les effets de la concurrence des loisirs audiovisuels, en subissant cette même tendance à la désaffection des jeunes générations observée ailleurs dans d'autres pays, malgré l'environnement hautement incitatif à la lecture que forme l'école. Si les jeunes – et tout particulièrement les jeunes de 8-13 ans – lisent plus que leurs aînés, ils lisent, selon toute vraisemblance, moins que les jeunes d'hier. En matière de presse écrite, des perspectives plus nuancées pourraient s'ouvrir avec le développement d'une nouvelle offre écrite, sur Internet et plus récemment par les quotidiens d'information gratuits, plus adaptée aux exigences des nouvelles générations.

Les nouveaux objets culturels, créés autour des jeux vidéo ou de l'écoute musicale, produisent dans certains cas une forme d'homogénéisation des comportements culturels au sein de cette classe d'âge, l'appartenance générationnelle agissant alors comme un contrevenant aux lois de la stratification sociale des pratiques culturelles. Toutefois, la diversification de l'offre culturelle et de ses conditions d'accès permise par le développement des médias domestiques ne profite pas également à toutes les franges sociales de la population. Ce sont ainsi les mêmes catégories de la population juvénile – socialement favorisées – qui apprennent sur l'ordinateur ou font des recherches sur Internet et se rendent à la bibliothèque, qui regardent des films vidéo et vont le plus souvent au cinéma, qui suivent les informations à la télévision et lisent la presse écrite… C'est bien souvent, encore, une logique de cumul qui l'emporte dans le domaine de la culture. Les jeunes enfants issus des milieux les plus aisés conjuguent ainsi, durant leur temps de loisir, pratiques de lecture et activités sportives et artistiques, consommations audiovisuelles et sorties culturelles, un cumul permis notamment par la réduction en parallèle du temps libre consacré à la télévision. Seule la télévision échappe à ce principe cumulatif des classes privilégiées pour trouver ses plus grands fervents consommateurs au sein des franges plus populaires de la population juvénile. Au final, le rapport symbolique à la culture n'apparaît donc pas bouleversé par la multiplication des supports culturels.

Mis à part les obstacles financiers pesant sur certaines pratiques culturelles, l'intérêt pour l'art et la culture reste fortement conditionné par des logiques de médiation parentale assurant la transmission culturelle et les clés d'accès à l'art et à la culture.

Par delà les distinctions sociales, ce sont également des modèles de genre qui s'opèrent en matière de loisirs culturels. Si les filles s'exercent davantage dans les registres traditionnels de la Culture, les garçons sont les premiers à s'emparer des nouvelles technologies, et au monde des lettres et de la musique des jeunes filles s'opposerait la valorisation du monde de l'image chez les garçons. Dans ces modèles de genre, se concentrent certaines polarisations traditionnelles de la société : avec, d'un côté, la culture sportive, technique et peut-être déjà de la politique (au regard de cet intérêt plus marqué pour l'information et la politique) chez les garçons et, de l'autre, l'implication plus forte des filles dans la Culture, au sens traditionnel du terme (musique, littérature, art, esthétique), tendances féminines qui se retrouvent également dans les pratiques culturelles exercées (danse, lecture, apprentissage artistique) et dans la proximité aux équipements culturels qui leur sont liés.

La source de données : Le PSELL-3 (*Panel Socio-Economique Liewen zu Lëtzebuerg*) est une enquête qui a été lancée en 2003 auprès d'un échantillon représentatif de la population résidant au Luxembourg. Grâce à la méthodologie mise en oeuvre pour sa réalisation, les résultats issus de cette enquête effectuée auprès d'un échantillon initial de quelque 3500 ménages (9500 individus) constituent des estimations précises des chiffres concernant l'ensemble de la population. Le PSELL-3 sera réalisé chaque année par le CEPS/INSTEAD, en collaboration avec le STATEC. Il s'inscrit dans le programme statistique *EU-SILC* de l'Union Européenne (*European Union - Statistics on Income and Living Conditions*) destiné à connaître les revenus et conditions de vie des personnes et des ménages dans les différents Etats membres.

## *Liste des Population & Emploi 2008-2009*

FLEURY Charles. Les transferts financiers intergénérationnels : à qui profite la solidarité ? CEPS/INSTEAD, 2009, ***Population & Emploi*** n°38, 12 p.

BARDES Julia, avec la participation de LORENTZ Nathalie. Les sorties culturelles des jeunes de 6 à 19 ans. CEPS/INSTEAD, 2009, ***Population & Emploi*** n°37, 8 p.

BARDES Julia, avec la participation de LORENTZ Nathalie. Les pratiques sportives et artistiques des jeunes de 6 à 19 ans. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°36, 8 p.

LEJEALLE Blandine, MAAS Roland, PELS Monique, SCHEHR Sébastien, FRIOB Nadine. L'insertion professionnelle des jeunes non qualifiés à Esch-sur-Alzette en 2005 - une analyse qualitative auprès de 27 jeunes. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°35, 12 p.

LEJEALLE Blandine. Fécondité, activité professionnelle et mesures de conciliation à Esch-sur-Alzette. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°34, 4 p.

LEJEALLE Blandine. Impact des enfants sur la carrière professionnelle des parents à Esch-sur-Alzette. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°33, 8 p.

GENEVOIS Anne-Sophie. Partage des tâches domestiques et familiales au sein des couples. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°32, 4 p.

BOUSSELIN Audrey. La garde au quotidien des jeunes enfants à Esch-sur-Alzette. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°31, 8 p.

LEJEALLE Blandine. Evolution et place des femmes sur le marché du travail. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°30, 12 p.

REINSTADLER Anne. Le mode de garde des jeunes enfants à Esch/Alzette : utilisation, satisfaction. CEPS/INSTEAD, 2008, ***Population & Emploi*** n°29, 8 p.

# POPULATION & EMPLOI

***CEPS/INSTEAD***
B.P. 48
L-4501 Differdange
Tél. : 58 58 55-801
e-mail : isabelle.bouvy@ceps.lu
http://www.ceps.lu

**ISSN 1813-5064**

Sources Mixtes
Groupe de produits issu de forêts bien gérées et d'autres sources contrôlées.
www.fsc.org Cert no. EUR-COC-051203
© 1996 Forest Stewardship Council
FSC

**Editeur : CEPS/INSTEAD ID : 01-09-0468-E**