

Cogit'OPC

WORKING PAPER N°6



Pratiques culturelles et loisirs :
mise en questionnement
de la typologie des profils
des habitants de la Fédération
Wallonie-Bruxelles construite
en 2007 à partir de l'enquête
de 2017

Maud Van Campenhoudt



Dépôt légal: D/2020/14.336/7

Éditeur responsable: Isabelle Paindavoine, 44, boulevard Léopold II à 1080 Bruxelles.
Observatoire des politiques culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique)
Téléphone: 00 32 2 413 22 22 – adresse du site: www.opc.cfwb.be – mél.: opc@cfwb.be

Graphisme et mise en page: Kaos Films

Photos de couverture:

- ligne 1, photo 1: ©WavebreakMediaMicro - stock.adobe.com, photo 2: ©Jacob Lund - stock.adobe.com, photo 3: ©wavebreak3 - stock.adobe.com,
- ligne 2, photo 1: ©wavebreak3 - stock.adobe.com,
- ligne 3, photo 1: ©Wirestock - stock.adobe.com,
- ligne 4, photo 1: ©wavebreak3 - stock.adobe.com, photo 2: ©wavebreak3 - stock.adobe.com, photo 3: © Eugenio Marongiu,
- ligne 5, photo 1: © Mladen Zivkovic | Dreamstime.com, photo 2: ©WavebreakMediaMicro - stock.adobe.com, photo 3: Radub85 | Dreamstime.com

Tous droits de reproduction réservés pour tous pays et par tous les moyens que la technologie permet – Les interprétations et les analyses que cette publication contient n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs respectifs; elles ne représentent pas nécessairement l'opinion de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

PRATIQUES CULTURELLES ET LOISIRS :
MISE EN QUESTIONNEMENT DE LA TYPOLOGIE
DES PROFILS DES HABITANTS DE LA FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES CONSTRUITE EN 2007
À PARTIR DE L'ENQUÊTE DE 2017

Maud Van Campenhoudt

PLAN

Introduction	5
Méthodologie	6
Processus d'échantillonnage	6
Méthode d'analyse utilisée	6
Présentation de la typologie de 2007	7
Présentation de la typologie de 2017	9
Les 3 axes dégagés	9
Une typologie à 5 profils	11
Obstacles à la fréquentation des institutions culturelles selon le groupe d'appartenance	19
Discussion	24
Et ensuite ?	26
Bibliographie	27

INTRODUCTION

En 2007, l'Observatoire des politiques culturelles (OPC) a réalisé une enquête sur les pratiques culturelles, les loisirs, les consommations culturelles des habitants de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FW-B). À partir de cette enquête, l'OPC a construit, en 2012, une typologie des habitants de la FW-B sur base de leurs pratiques et goûts culturels. Cette typologie dégagait 7 types de profil de "pratiquants" culturels : les "désengagés culturels", les "nostalgiques", les "festifs", les "connectés", les "amateurs culturels à tendance classique", les "amateurs modernes" et, enfin, les "voraces culturels". En 2017 – soit 10 ans après la première récolte des données – nous avons relancé cette enquête et procédé au même type d'analyses.

Les objectifs de cet article sont doubles. D'une part, nous souhaitons voir si des choses ont bougé, changé en 10 ans. Par exemple, les pratiques numériques ont beaucoup évolué durant cette dernière décennie et ces évolutions pourraient avoir des répercussions sur les profils dégagés par une nouvelle analyse. Il a donc fallu tenir compte de ces évolutions et adapter notre questionnaire de 2007, tout en conservant de nombreuses questions afin d'être à même de comparer la situation de 2007 à celle de 2017. D'autre part, certaines catégories comme celle des "désengagés culturels" nous posait question. Comme nous le verrons dans la suite de l'article, cette classe (qui concernait, en 2007, 28 % de la population) se compose de personnes qui n'ont ni activité extérieure, ni activité intérieure, à l'exception du fait de regarder la télévision. L'existence de ce groupe et le fait qu'il concerne près d'un tiers de la population a suscité beaucoup de questionnements et de débats dans les mondes scientifique et politique à la suite des publications de l'OPC. Il nous a semblé important de nous assurer que nous n'arrivions pas à ce résultat parce que notre questionnaire n'était pas adapté à ces personnes et ne leur "parlait" pas. C'est pourquoi, en 2017, nous avons décidé d'élargir certains volets du questionnaire, comme les habitudes sociales (le fait de voir ses voisins, sa famille, etc.), les activités domestiques, etc. afin d'être à même de "capter" des activités qui manquaient peut-être au questionnaire 2007. En outre, les termes "désengagés culturels" nous paraissent inadéquats car s'il s'agit de personnes, par exemple, qui ne fréquentent pas les institutions culturelles ou n'ont pas des activités culturelles "légitimes", il n'en reste pas moins pour autant qu'elles ont des pratiques comme des loisirs liés à la télévision. Ne pourrait-on pas, dès lors, parler d'"engagement", ne fut-ce qu'au niveau des activités télévisuelles ? En tout cas, il nous semble important de creuser les pratiques des personnes qui ont un profil qui ressemble aux "désengagés culturels", d'aller plus loin et de revoir la terminologie de ce groupe (si notre nouvelle analyse décèle toujours l'existence d'un tel groupe).

Après quelques explications d'ordre méthodologique relatives à l'enquête 2017, nous nous attarderons quelque peu sur la typologie construite sur les données 2007. Ensuite, nous présenterons les résultats de la typologie issue de l'enquête de 2017. Pour terminer, nous discuterons de nos résultats, sur base de la comparaison entre les deux typologies réalisées à dix ans d'écart.

MÉTHODOLOGIE

Processus d'échantillonnage

L'univers de référence a été défini comme l'ensemble de la population francophone belge de 16 ans et plus, habitant dans la Région de Bruxelles-Capitale et en Région wallonne.

L'enquête s'est déroulée de deux manières. La majorité des répondants (2333 personnes) a participé à l'enquête sur système CAPI (*Computer Assisted Personal Interviewing*), méthode de recueil de données sur micro-ordinateur, en face à face, au domicile des personnes interrogées. Dans un second temps, l'enquête a été réalisée par téléphone avec 681 personnes. Ainsi, 3014 questionnaires complets et valides ont été récoltés.

Le temps de réponse au questionnaire était en moyenne de 50 minutes.

L'échantillon constitué est un échantillon à plusieurs degrés :

- Il s'agit d'un échantillon stratifié non proportionnel selon la région. En effet, le cahier des charges impliquait de recueillir 3000 enquêtes complétées au total, soit 1000 à Bruxelles et 2000 en Wallonie. La répartition du nombre d'enquêtes à réaliser favorisait, en proportion, la région bruxelloise de manière à mieux saisir sa diversité tant dans sa population que dans son offre culturelle. Au total, 3014 enquêtes ont été validées soit, 1022 en région bruxelloise et 1992 en Wallonie.
- Pour la Région de Bruxelles-Capitale, nous avons constitué un échantillon stratifié proportionnel selon les communes, soit un nombre d'enquêtes proportionnel à la population de chaque commune. Pour la Région wallonne, il s'agit d'un échantillon aléatoire de communes selon un échantillon stratifié non proportionnel par province, d'après les "types" de communes (voir typologie des communes Eurostat : zone densément peuplée, zone intermédiaire, zone faiblement peuplée). Plus précisément, comme nous souhaitons un focus sur les populations résidant en zone urbaine, l'échantillon surreprésente les zones densément peuplées.
- À l'intérieur des communes, sont appliqués des quotas d'âge, de sexe et de niveau de diplôme pour la sélection des individus.
- Enfin, malgré l'aléatoire et les quotas, il a fallu faire un redressement de l'échantillon au niveau de la province de résidence, du niveau d'instruction, de la classe d'âge et du sexe dans chacune des deux régions, afin que notre population soit représentative de la population résidant en FW-B au niveau de ces 4 variables.

Méthode d'analyse utilisée

Pour construire la typologie des profils de 2017, nous avons utilisé la même méthode qu'en 2007, à savoir l'Analyse des Correspondances Multiples (ACM) suivie d'une analyse de classification.

L'ACM est une méthode qui permet d'étudier l'association entre plusieurs variables qualitatives. Plus précisément, l'avantage de l'ACM est de mettre en évidence, de façon descriptive, un ensemble d'associations entre un grand nombre de variables et de modalités simultanément en les représentant dans un espace à plusieurs axes. Alors que les simples tableaux croisés associant deux ou trois variables donnent toujours une description partielle des réalités sociologiques caractérisant une population quelconque, une ACM a l'avantage de donner un tableau "multivarié", synoptique d'un phénomène social. Dans notre étude, cette technique va nous permettre de mieux cerner comment des habitants de la FW-B, aux origines sociales et culturelles variées, à âge varié... présentent ou non des "régularités" du point de vue de leurs activités culturelles, leurs loisirs, et surtout de savoir à quelles autres caractéristiques ces régularités sont associées ou opposées. Cette méthode permet, par exemple, de voir si l'écoute de la musique classique est liée positivement à la fréquentation de concert de musique classique ou si quelqu'un qui lit beaucoup fréquente des lieux culturels, etc.

L'analyse de classification permet, quant à elle, de dégager des groupes de personnes relativement homogènes (les individus d'un même groupe partagent un profil relativement similaire sur l'ensemble des variables considérées dans l'analyse) et hétérogènes entre eux (les individus d'un groupe diffèrent des individus des autres groupes), amenant à la construction d'une typologie des profils. Cependant, cette typologie est bien évidemment "idéal-typique". Autrement dit, une personne peut s'identifier à un groupe, mais ne se reconnaîtra sans doute pas dans tous les éléments (activités, loisirs, goûts, niveau d'étude, âge, etc.) qui constituent ce groupe. Toutefois, ces résultats pourraient être vus comme un "bon résumé" de la façon dont les gens pratiquent la culture.

PRÉSENTATION DE LA TYPOLOGIE DE 2007

Nous n'allons pas reprendre ici toute l'analyse faite en 2007. Les lecteurs intéressés pourront trouver davantage de détails sur cette analyse dans l'"Études" n°1 de l'OPC (Callier et Hanquinet, 2012). Cependant, nous souhaitons donner assez d'informations sur cette typologie aux lecteurs afin de leur permettre de suivre la discussion qui suivra et qui fera, bien souvent, des ponts entre les deux typologies réalisées à 10 ans d'écart.

L'analyse réalisée sur base des données de 2007 avait dégagé 3 axes autour desquels les pratiques et goûts culturels de la population résidant en FW-B s'articulent :

- La première dimension opposait la participation à des activités culturelles (intérieures, extérieures, créatives) à la non-participation et était fortement liée au capital culturel des familles, la non-participation renvoyant par exemple à des niveaux éducatifs plus faibles, et la participation élevée à des personnes fortement diplômées ;
- La seconde dimension confrontait un certain "classicisme" en matière de goûts et de pratiques à une culture plus jeune, festive, numérique, etc. Cette dimension était, en toute logique, associée à l'âge des habitants de la FW-B ;

- Enfin, la dernière dimension opposait une culture “de proximité” (rencontrer les gens, etc.) à une culture digitale (rencontres virtuelles, etc.).

Ensuite, autour de ces trois dimensions, se dégagent 7 types de profils :

- Les **désengagés culturels** (concernant 28 % de la population) : les personnes appartenant à ce groupe n'ont pas de loisirs ou de pratiques culturelles, qu'ils soient intérieurs ou extérieurs, à l'exception du fait de regarder la télévision ; ce groupe rassemble des personnes âgées et en général d'un niveau d'instruction peu élevé.
- Les **nostalgiques** (concernant 13 % de la population) : les personnes appartenant à ce groupe n'ont pas beaucoup plus d'activités que les désengagés culturels, si ce n'est qu'ils pratiquent des loisirs chez eux comme l'écoute de la radio, le jardin, le tricot, les mots croisés, etc. Il s'agit également d'une classe rassemblant beaucoup de personnes âgées (moyenne d'âge du groupe plus élevée que celle des désengagés culturels), pensionnées et de niveau d'instruction peu élevé.
- Les **festifs** (concernant 6 % de la population) fréquentent beaucoup les lieux d'attraction et festifs (parcs d'attraction, zoos, concerts de musique pop-rock, bars, restaurants, etc.). Ils écoutent la radio, regardent la télévision, etc. Par contre, ils ne fréquentent pas beaucoup les lieux d'exposition et de spectacle vivant. Ce groupe est plus “jeune” et “masculin” que les deux premiers groupes.
- Les **connectés** (concernant 21 % de la population) sont, comme le nom l'indique, des personnes qui ont beaucoup d'activités sur écran. À l'inverse, ils regardent peu la télévision. Les hommes sont légèrement surreprésentés dans ce groupe.
- Les **amateurs culturels à tendance classique** (concernant 13 % de la population) lisent beaucoup de livres et de BD et fréquentent les expositions, les théâtres, les concerts de musique classique. Ils aiment les romans historiques, les livres d'histoire, la littérature classique, les livres d'art, les biographies, etc. et sont très sélectifs en matière de programme télévisé (documentaires, émissions culturelles et scientifiques, etc.). Ils utilisent Internet pour rechercher des informations. *“Cette classe fait partie des classes les moins jeunes [...]. Elle se caractérise également par un niveau d'éducation élevé”* (Callier et Hanquinet, 2012, p. 18).
- Les **amateurs modernes** (concernant 11 % de la population) ont des goûts éclectiques en matière d'activités extérieures (théâtres, musées, galeries, événements sportifs, zoos, foires, restaurants, parcs d'attraction, etc.). Ils fréquentent donc les institutions culturelles. Mais ils sont moins assidus que les personnes appartenant à la catégorie suivante (“les voraces culturels”). Ils ont des activités militantes ou bénévoles, aiment lire des BD, utilisent modérément la console et Internet, etc. Les personnes appartenant à cette catégorie ont tendance à avoir un niveau d'éducation élevé.
- Les **voraces culturels** (concernant 8 % de la population) rassemblent les personnes qui fréquentent le plus les institutions culturelles (expositions, musées, concerts, théâtres, etc.). *“Ces personnes disposent d'un large éventail de ressources cultu-*

relles et s'expriment sur des genres culturels tantôt communs, tantôt élitistes. Elles développent des goûts éclectiques mais, dans une certaine mesure uniquement. En effet, leur éclectisme est "structuré" (Bryson, 1996) : les voraces n'aiment pas tout et ne font pas tout sans distinction" (Callier et Hanquinet, 2012, p. 18). Il s'agit du groupe au niveau d'éducation le plus élevé ; en outre, les femmes sont légèrement surreprésentées dans cette classe.

PRESENTATION DE LA TYPOLOGIE DE 2017

Deux choix s'offraient à nous pour construire cette nouvelle typologie :

- Introduire exactement les mêmes variables que celles de l'enquête de 2007 dans notre nouvelle analyse. Etant donné que le questionnaire est resté relativement stable entre 2007 et 2017, cela aurait été possible à réaliser. Mais cette manière de procéder nous semblait peu heuristique et nous aurait sans doute amenée à construire les mêmes axes et les mêmes types de groupes. Toutefois, l'avantage de cette méthode aurait permis de voir si certains groupes prenaient plus de place 10 ans après la première analyse ou avait, au contraire, reculé. Par exemple, est-ce que la catégorie appelée les "désengagés culturels" est plus prégnante en 2017 ou a, au contraire, reculé ?
- Lancer une nouvelle analyse qui tient compte de certaines évolutions sociétales. Plus précisément, il s'agit alors de conserver la plupart des variables introduites dans l'analyse des données récoltées en 2007 (car cela a du sens de continuer à introduire les variables relatives à la fréquentation des institutions culturelles, aux loisirs créatifs, au sport, à la lecture, etc. pour construire notre nouvelle typologie), mais, d'une part, d'éliminer certaines pratiques qui, après des tests préliminaires, ne semblent pas indispensables dans la constitution de la typologie des profils et, d'autre part, d'ajouter des nouvelles pratiques, activités, etc. qui elles semblent importantes dans la constitution des profils.

Il nous a semblé plus pertinent de nous lancer dans cette deuxième approche. En effet, en 10 ans, le monde s'est transformé, notamment l'univers numérique. Et il nous paraissait important, tout en conservant la plupart des questions posées dans notre enquête de 2007, d'ajouter à notre analyse des variables plus précises portant sur les pratiques numériques. De la même manière, dans un souci de mieux comprendre certains types de profils, nous avons décidé d'élargir, par exemple, le volet portant sur les habitudes sociales (inviter des amis, de la famille, discussion avec les voisins, etc.) dans notre questionnaire et donc d'introduire ces activités dans notre nouvelle analyse.

Les 3 axes dégagés

L'analyse réalisée sur les données de 2017 permet de dégager 3 axes (car, au-delà de ces trois axes, nous n'arrivons plus à donner du sens aux axes, cfr infra) autour desquels les pratiques et goûts culturels de la population résidant en FW-B s'articulent :

- La première dimension oppose la participation à des activités culturelles (intérieures, extérieures, créatives, etc.) et les pratiques sur ordinateur/tablette et Internet à la non-participation à des activités culturelles et au fait de ne pas avoir de pratiques sur ordinateur/tablette et Internet. Autrement dit, par rapport à 2007, les pratiques numériques prennent plus de place qu'avant et participent à la construction du premier axe. En outre, le fait d'avoir ou non des pratiques télévisuelles participe aussi à la construction de cette première dimension. Plus précisément, la consommation (élevée) de télévision se trouve du côté de la non-participation à des activités culturelles extérieures, intérieures, créatives, etc. et s'oppose également aux pratiques numériques sur cet axe. Autrement dit, les personnes qui regardent (beaucoup) la télévision (attention, on ne parle donc pas ici de vidéos sur Internet) ont tendance à ne pas avoir beaucoup d'activités extérieures, intérieures et créatives, etc. ;
- La seconde dimension ressemble aussi à celle qui avait été mise en exergue à partir des données de 2007, qui opposait un certain "classicisme" en matière de goûts et de pratiques culturels à une culture plus "jeune", "festive", etc. et qui était liée à l'âge des individus (en opposant les jeunes aux plus âgés). En effet, notre deuxième axe oppose ceux qui ont des pratiques plus "classiques" et "légitimes" (vont à l'opéra, voient des concerts de musique classique, fréquentent les théâtres, les musées, les expositions d'art, les conférences, les sites et monuments historiques, lecteurs assidus, lecteurs de quotidiens, etc.) à ceux qui ont une culture plus "festive", plus "jeune" (vont en boîte de nuit, fréquentent les bars, le bowling, les parcs d'attraction, le paintball, lisent peu, lisent des romans de science-fiction, des mangas, etc.). En matière de goûts, c'est la même chose : l'axe oppose des goûts plus "classiques" (goûts pour les films historiques, le JT, les documentaires scientifiques, France3, Arte, La Une, Classic 21, La Première, Nostalgie, Musiq'3, la chanson française, la musique classique, etc.) à des goûts plus "jeunes" (NRJ, musiques du monde, variétés internationales, musiques urbaines, etc.). En outre, aux pratiques plus "classiques" ou "légitimes" sont associées, sur cet axe, des pratiques telles que les mots croisés, le sudoku, les activités militantes ou bénévoles, le jardinage, etc. Enfin, la nouveauté par rapport aux analyses faites sur les données de 2007, c'est que cet axe se construit aussi autour de l'opposition entre les pratiques qui sont plus tournées vers la famille (et qui sont associées aux pratiques "classiques", "légitimes", etc.) et les activités qui, à l'inverse, sont plus tournées vers les amis (et associées aux pratiques "jeunes", "festives", etc.) ;
- Enfin, la dernière dimension est plus difficile à définir. C'est tout à fait logique. Sans rentrer dans les détails de l'ACM, la première dimension est toujours celle qui permet d'expliquer la majorité des différences observées dans l'échantillon. Les autres axes apportent une part d'informations de plus en plus faible. Notre troisième axe semble opposer des personnes qui ont des pratiques numériques, mais pas de pratiques de lecture de livres, quotidiens, etc., à celles qui n'ont aucune pratique numérique, mais ont des pratiques de lecture. Nous avons décidé de conserver cet axe. Mais étant donné qu'il était déjà difficile de lui donner du sens, nous n'avons pas conservé d'autres axes pour réaliser l'analyse de classification (typologie des profils).

Une typologie à 5 profils

Dans une ACM, nous pouvons indiquer que certaines variables doivent être “actives” et ainsi participer à la construction des axes et des profils, et que d'autres doivent être “illustratives” c'est-à-dire qu'elles ne participent pas à la construction des axes et des profils, mais sont tout de même projetées dans le même plan. Il est courant de ne pas mettre les variables relatives au profil socio-démographique (âge, sexe, niveau d'éducation, etc.) des individus en variables actives. Nous avons donc procédé de cette manière dans notre analyse : l'âge, le sexe, les variables relatives au capital culturel, économique des individus, les variables relatives à leur logement, etc. sont, pour nous, des variables illustratives. Cela signifie que les profils ont été créés à partir des loisirs et pratiques culturelles des individus ; ce n'est qu'après avoir créé les groupes que nous avons cherché si certains profils étaient plutôt masculins ou féminins, plutôt âgés ou moins âgés, plutôt correspondant à des personnes disposant de plus de moyens financiers ou non, etc.

En outre, rappelons que l'ACM fonctionne par sous/sur- représentation. Donc, si un groupe a tendance à ne pas avoir telle ou telle pratique, cela ne signifie pas qu'aucun membre du groupe ne pratique cette activité ou que dans les autres groupes tout le monde pratique cette activité, mais bien qu'en général les personnes de ce groupe la pratiquent moins que les personnes d'un autre groupe.

La première classe, qui représente 8 % de la population, semble correspondre aux **“voraces culturels”** de l'enquête de 2007. En effet, elle est constituée de personnes qui ont beaucoup d'activités extérieures et intérieures. Par exemple, il s'agit de personnes qui fréquentent, plus que dans les autres groupes, les institutions culturelles (musées, concerts de musique pop, rock, folk, galeries d'art, sites/monuments historiques, etc.). Ce sont aussi des personnes qui ont de nombreuses pratiques sur Internet. Mais leurs pratiques sur Internet, par rapport à celles d'autres groupes, sont souvent liées aux institutions culturelles. Par exemple, il s'agit de visiter le site web d'un musée ou d'une autre institution culturelle ou de réserver des billets pour un spectacle ou pour le cinéma. Il s'agit aussi de personnes qui téléchargent ou écoutent de la musique sur Internet, qui regardent le journal télévisé en ligne, qui participent à des groupes de discussion sur Internet, vont sur les réseaux sociaux et qui utilisent Internet pour acheter des livres. Les personnes appartenant à cette classe sont aussi les plus nombreuses à déclarer que l'ordinateur/la tablette leur manquerait beaucoup s'il fallait s'en passer pendant deux mois (52 % d'entre elles le déclarent, contre 42 % du groupe 2, 35 % du groupe 3, 33 % du groupe 4 et 19 % du groupe 5). Les personnes appartenant à cette classe sortent souvent le soir pour aller dans un café/un bar. Dans ce groupe, il y a également une tendance à avoir eu une activité militante au cours des 12 derniers mois et à être allé dans des manifestations de type politique ou syndicale. Les personnes de cette classe (ainsi que, comme nous le verrons, celles de la classe 2) ont aussi plus tendance que les personnes d'autres groupes à pratiquer le sport et à aller/inviter des amis. Au niveau des variables illustratives, les universitaires ainsi que les personnes dont la mère et le père sont fortement diplômés (universitaire ou supérieur hors universitaire) sont surreprésentées dans ce groupe. Au niveau socio-professionnel, les étudiants (28 % dans cette classe, contre 17 % dans l'échantillon global) et les indépendants (12 % dans ce groupe, contre 7 % dans l'échantillon global)

sont surreprésentés dans cette classe. La moyenne d'âge des individus appartenant à cette classe est de 34 ans alors qu'elle est de 46 ans dans l'échantillon global. Il s'agit donc de personnes plutôt jeunes. Enfin, 61 % des personnes de ce groupe sont des hommes alors qu'ils représentent 48 % dans l'échantillon global. Les hommes sont donc surreprésentés dans ce groupe.

La seconde classe, qui représente 19 % de l'échantillon, semble correspondre aux **“festifs”** de l'enquête précédente, mais avec une dimension plus connectée. En effet, il s'agit de personnes qui fréquentent (plus que dans les groupes 3, 4 ou 5) les festivals, les bars/café, les discothèques, les parcs d'attraction, les cinémas, les fêtes foraines, qui participent à des activités telles que paintball, laser game, etc. Elles sont davantage que dans les autres groupes en permanence connectées sur Internet via leur Gsm et ont une fréquence d'utilisation élevée de l'ordinateur ou de la tablette. Mais leurs pratiques sur Internet ne sont pas tournées vers les institutions culturelles, comme le groupe précédent. Effectivement, sur Internet elles téléchargent ou écoutent de la musique, téléchargent des vidéos, achètent des jeux ou en téléchargent et participent à des groupes de discussion de manière quotidienne. Elles passent aussi parfois du temps sur les réseaux sociaux. Cela leur arrive également de jouer à des jeux en ligne ou de participer à des concours en ligne. Il leur arrive aussi plus que dans les autres groupes de jouer à des jeux de société ou de carte avec d'autres personnes. Les personnes de cette classe (ainsi que celles de la classe 1) ont aussi plus tendance que les personnes d'autres groupes à aller/inviter des amis. Enfin, avec le groupe 1, il s'agit de la classe qui comprend le plus de personnes ayant pratiqué un sport au cours des 12 derniers mois (82 %, contre 81 % dans la classe 1, 73 % dans la classe 3, 44 % dans la classe 4 et, enfin, 27 % dans la classe 5). Il s'agit du groupe le plus jeune (moyenne d'âge de 27 ans, contre 46 ans dans l'ensemble de l'échantillon). Les personnes encore aux études sont en toute logique surreprésentées dans cet échantillon (50 %, contre 17 % dans l'échantillon global) ; il en est de même pour celles qui vivent encore chez leurs parents ou qui vivent en colocation. Du coup, il est difficile de définir le profil de ce groupe au niveau du dernier diplôme obtenu puisque bon nombre des personnes qui en font partie sont encore aux études. Toutefois, les personnes dont la mère et le père sont fortement diplômés (universitaire ou supérieur hors universitaire) sont surreprésentées dans ce groupe (même si cette surreprésentation est moins forte que dans le cas de la première classe). Enfin, 58 % des personnes de ce groupe sont des hommes alors qu'ils représentent 48 % dans l'échantillon global. Les hommes sont donc, comme dans le groupe 1, surreprésentés dans ce groupe.

La troisième classe, qui représente 19 % de l'échantillon, ressemble très fort aux **“amateurs culturels à tendance classique”** de l'enquête de 2007. En effet, elle regroupe des personnes qui se tiennent au courant de l'agenda culturel de leur ville et fréquentent certaines institutions culturelles telles que les théâtres, les galeries d'art, etc. De ce point de vue, elles ressemblent au premier groupe. Mais leurs pratiques sur Internet diffèrent. En effet, elles sont moins fréquentes (moins de 3h par jour) et concernent presque exclusivement l'envoi de courriels (tous les jours) et la gestion des comptes bancaires. Il leur arrive de réserver un ticket de spectacle ou de cinéma en ligne ou de visiter le site web d'une institution culturelle, mais c'est moins fréquent que dans le premier groupe. En outre, dans ce groupe, sont forte-

ment surreprésentées les personnes qui écoutent la radio tous les jours ou presque (avec une préférence pour Classic 21). Au niveau des habitudes sociales, elles ont tendance (comme les “voraces culturels”) à aller chez des amis et à inviter des amis. Il s’agit aussi de personnes qui ont, comme les “voraces culturels”, plus tendance que dans les autres classes à avoir une activité militante, associative ou bénévole. Enfin, il s’agit de personnes qui regardent la télévision, mais en général à raison de moins de 3h par jour. Pour choisir leur programme TV, elles sont (tout comme dans le groupe 5) plus sélectives que les autres. En effet, 32 % d’entre elles sélectionnent à l’avance les émissions qu’elles vont suivre pendant la semaine en consultant les programmes (ce qui est le cas de 35 % du groupe 5, mais de 11 à 23 % des autres groupes). Par rapport aux “voraces culturels”, elles développent davantage toute une série de loisirs domestiques tels que le fait de faire des mots croisés, des sudokus, le fait de s’occuper d’un jardin d’agrément ou d’un jardin potager, le fait de s’occuper d’un animal, etc. Au niveau de la lecture, elles ressemblent à nouveau aux “voraces culturels” : ce sont ces deux groupes qui déclarent le moins ne pas avoir lu de livres au cours des 12 derniers mois. Au niveau des variables illustratives, il s’agit de personnes plus âgées (la moyenne d’âge du groupe est de 55 ans, alors qu’elle est de 46 ans dans l’échantillon global). En outre, il y a une surreprésentation dans ce groupe de personnes fortement dotées de capital culturel et de capital économique : diplômées de l’enseignement supérieur (49 %, contre 25 % dans l’échantillon global), propriétaires de leur logement (71 %, contre 44 % dans l’échantillon global), personnes ayant une maison avec jardin, personnes ayant un conjoint diplômé du supérieur, personnes disposant d’une aide-ménagère à domicile, personnes issues d’un ménage parvenant très facilement à joindre les deux bouts, personnes issues d’un ménage dont les revenus dépassent les 4000 euros, personnes ayant beaucoup de livres à la maison, etc. Enfin, les personnes appartenant à ce groupe sont moins nombreuses à déclarer avoir des grosses difficultés à “joindre les deux bouts” (5 %, contre 11 % dans l’échantillon global).

La quatrième classe, qui concerne 32 % de la population ressemble aux **“désengagés culturels”** de 2007. Mais, comme nous le verrons, la nouvelle analyse permet de mieux déceler les activités de ces personnes que nous appellerons désormais les **“téléspectateurs à tendance sociale”**. D’un côté, les modalités des variables qui sont surreprésentées dans ce groupe concernent souvent les modalités “ne pratiquent jamais”, en tout cas en ce qui concerne les sorties extérieures. Autrement dit, il ressort de cette analyse ce qu’elles ont tendance à ne pas faire, en comparaison aux trois premiers groupes : elles ont tendance à moins fréquenter que les autres les restaurants, les concerts, les théâtres, les festivals, les expositions d’art, de photographie, les musées, les conférences, les sites/monuments historiques, etc.¹. Elles ne jouent pas à des jeux de société ou jeux de carte avec d’autres personnes, ne lisent pas, etc. D’un autre côté, elles ont, plus que dans le groupe 1 et 2, tendance à regarder la télévision tous les jours et ce plus de 3 heures par jour. Les nouvelles questions introduites au niveau des habitudes sociales et des pratiques numériques dans notre questionnaire de 2017

¹ Néanmoins, rappelons bien qu’il s’agit là d’une tendance et que même si les personnes appartenant à ce groupe ont tendance à moins fréquenter les institutions culturelles que les autres (du moins les 3 premiers groupes), certaines d’entre elles y vont. Prenons, par exemple, le cinéma : 32 % d’entre elles déclarent avoir été quelques fois sur l’année au cinéma et 17 % au moins une fois par mois. Même si ces taux de fréquentation sont moins élevés que dans les trois premiers groupes, il n’en demeure pas moins que près de la moitié des membres de ce groupe disent avoir été au moins une fois au cinéma au cours des 12 derniers mois. Autre exemple : si la fréquentation des restaurants est moins élevée dans ce groupe, 33 % d’entre eux déclarent tout de même aller au restaurant quelques fois par an.

nous permettent également d'affiner cette classe et de mettre en exergue ce que font les personnes y appartenant. Plus précisément, les personnes qui invitent des membres de leur famille ou de celle de leur conjoint au moins une fois par semaine sont surreprésentées dans ce groupe ainsi que les personnes qui parlent à leurs voisins plusieurs fois par semaine. Au niveau des visites faites à la famille, les personnes appartenant à ce groupe sont tout à fait dans la moyenne de l'échantillon global. En effet, 42 % d'entre elles déclarent rendre visite au moins une fois par semaine à leur famille, ce qui est le cas de 40 % de l'échantillon global. Au niveau des pratiques numériques, les résultats obtenus sont également tout à fait intéressants : les personnes appartenant à ce groupe ont tendance à développer moins de pratiques que les personnes des groupes 1 ("voraces culturels") et 2 ("festifs"), mais plus d'activités que celles du groupe 5 (nous y reviendrons). Par exemple, 83 % d'entre elles déclarent avoir au moins un ordinateur à la maison (contre 93 à 98 % des trois premiers groupes), 62 % d'entre elles déclarent être connectées au moins plusieurs fois par jour sur Internet (contre 92 % dans le premier et deuxième groupe et 60 % dans le troisième groupe), etc. En fait, le groupe qui se détache fortement au niveau des pratiques numériques est, comme nous le verrons, le groupe 5 (car il ne développe presque aucune pratique de ce type). Dans ce groupe, ainsi que dans le groupe 5, les personnes disposant de moins de capital culturel et de capital économique sont surreprésentées, à savoir les personnes à faibles revenus, demandeurs/chercheurs d'emploi, peu diplômées, etc. Plus précisément, 17 % des personnes appartenant à ce groupe sont diplômées de l'enseignement supérieur (contre 25 % dans l'échantillon global). Les ouvriers qualifiés et non qualifiés sont également surreprésentés dans cette classe ainsi que dans le groupe 5 (35 % dans ce groupe et 34 % dans le groupe 5, contre 9 à 16 % dans les trois autres groupes). La moyenne d'âge du groupe est similaire à la moyenne d'âge de l'échantillon global, à savoir 46 ans.

Le dernier groupe, qui concerne 22 % de la population, ressemble fortement aux **"nostalgiques"** de l'ancienne typologie. En effet, cette classe rassemble, comme le groupe 4, des personnes qui n'ont pratiquement pas de pratiques extérieures. Par exemple, sont surreprésentées dans cette catégorie les personnes qui ne fréquentent pas les institutions culturelles², qui ne vont pas au restaurant ou dans des bars/café, qui ne se promènent pas, qui ne font pas de shopping, qui ne partent pas en vacances. Tout comme les membres du groupe 4, elles regardent également la télévision (83 % déclarent la regarder tous les jours, contre 75 % dans le groupe 4, 76 % dans le groupe 3, 52 % dans le groupe 2 et 42 % dans le groupe 1). Mais elles sont plus sélectives dans leur choix. En effet, 35 % d'entre elles sélectionnent à l'avance les émissions qu'elles vont suivre pendant la semaine en consultant les programmes (ce qui est le cas de 23 % des personnes appartenant au groupe 4). Il s'agit aussi du groupe de personnes qui déclarent le plus que la télévision leur manquerait beaucoup s'il fallait s'en passer pendant deux mois (42 %, contre 30 % du groupe 4, et 14-15 % des trois premiers groupes). En outre, les personnes appartenant à cette classe ont tendance à plus fréquenter que les autres les brocantes. Et, à l'inverse du groupe 4, elles ont davantage de pratiques à l'intérieur du foyer telles que jouer aux cartes seul, faire des mots croisés ou des sudokus, faire la sieste, faire du tricot ou du crochet, de la tapisserie, etc., faire des bons plats ou essayer de nouvelles recettes, faire des travaux de

² Au niveau de la fréquentation des institutions culturelles, leurs taux sont même bien souvent moins élevés que ceux du groupe 4.

bricolage, etc. Au niveau musical, leurs goûts portent plus que dans les autres groupes sur les chansons françaises plutôt “classiques” comme Brel, Piaf, Brassens, etc. et les chansons françaises de “variétés”. En matière de lecture, les personnes appartenant à ce groupe ont un goût plus prononcé pour les biographies que dans les autres classes. Enfin, il s’agit du groupe qui se détache vraiment des autres au niveau des pratiques numériques. En effet, 54 % des personnes appartenant à ce groupe n’utilisent jamais d’ordinateur (que ce soit un ordinateur propre ou l’ordinateur de quelqu’un d’autre) à des fins personnelles (contre 3 à 7 % dans les autres groupes) et 98 % d’entre elles ne vont jamais sur Internet (contre 0 à 1 % dans les autres groupes). Au niveau des variables illustratives, il s’agit de la classe d’âge la plus âgée. En effet, la moyenne d’âge de ce groupe est de 64 ans (en comparaison à 46 ans pour l’échantillon global). Il s’agit également du groupe dans lequel il y a le plus de personnes diplômées au maximum du primaire (36 % dans cette classe, contre 17 % dans l’échantillon global). Seul 17 % des personnes appartenant à ce groupe sont diplômées de l’enseignement supérieur (contre 25 % dans l’échantillon global). Les ouvriers qualifiés et non qualifiés sont aussi surreprésentés dans ce groupe. Il s’agit aussi du groupe qui comprend le moins de personnes travaillant à temps plein (12 %, contre 26 % dans l’échantillon). Cela n’est pas étonnant puisqu’il s’agit du groupe le plus âgé et comprenant le plus de personnes (pré-) pensionnées. Enfin, 59 % des personnes de ce groupe sont des femmes alors qu’elles représentent 52 % dans l’échantillon global. Les femmes sont donc légèrement surreprésentées dans ce groupe.

Dans un objectif de comparaison et afin d’aider le lecteur à mieux saisir encore le positionnement des différents groupes, nous avons repris, dans le Tableau ci-dessous, la participation des différents groupes — ainsi que le résultat obtenu pour l’échantillon global — à des loisirs intérieurs, à des pratiques numériques, à des pratiques extérieures (fréquentation des institutions culturelles, sport, etc.), à des habitudes sociales, etc. Sont également illustrées des variables relatives au profil sociodémographique des répondants.

Tableau 1. Récapitulatif des 5 profils

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Total échantillon
Activités créatives						
Jouer un instrument de musique: oui, au moins une fois par semaine	48%	31%	28%	21%	25%	30%
Faire de la photographie: au moins une fois par semaine	25%	8%	9%	6%	2%	8%
Faire de la peinture, du dessin: au moins une fois par semaine	16%	9%	8%	6%	2%	7%
Faire du tricot, de la broderie, du crochet ou de la tapisserie	8%	2%	8%	8%	11%	7%
Sport						
Pratique d'un sport au cours des 12 derniers mois: oui	81%	82%	73%	44%	27%	56%

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Total échantillon
Activités "domestiques"						
Faire des mots croisés, sudokus: au moins une fois par semaine	19%	11%	34%	18%	35%	23%
Faire des bons petits plats, essayer des nouvelles recettes: au moins une fois par semaine	62%	40%	46%	42%	50%	46%
Faire des travaux de bricolage: au moins une fois par semaine	32%	13%	20%	17%	21%	19%
S'occuper d'un jardin potager: au moins une fois par semaine	18%	5%	28%	14%	21%	16%
S'occuper d'un jardin d'agrément: au moins une fois par semaine	23%	4%	32%	16%	18%	18%
S'occuper d'un animal: au moins une fois par jour	38%	37%	50%	46%	32%	41%
Dormir en journée, faire une sieste: au moins une fois par jour	14%	12%	13%	15%	33%	17%
Ne rien faire, "flâner" seul: au moins une fois par jour	18%	13%	5%	14%	23%	15%
Lecture						
Lecture de livres au cours des 12 derniers mois: aucun	10%	24%	11%	48%	45%	32%
Lecture de BD au cours des 12 derniers mois: aucun	43%	55%	54%	83%	76%	67%
Habitudes sociales						
Rendre visite à sa famille: au moins une fois par semaine	47%	47%	42%	42%	27%	40%
Aller chez des amis: au moins une fois par semaine	59%	52%	21%	32%	16%	33%
Inviter des membres de sa famille (ou celle du conjoint): au moins une fois par semaine	39%	43%	33%	48%	44%	43%
Inviter des amis: au moins une fois par semaine	56%	45%	20%	34%	25%	33%
Parler avec un voisin: plusieurs fois par semaine	47%	35%	51%	57%	46%	45%
Pratiques numériques, Gsm, radio et télévisuelles						
Regarder la TV: tous les jours	42%	52%	76%	75%	83%	70%
Passer du temps (au moins une heure par jour) au Gsm: au moins une fois par jour	30%	48%	17%	24%	10%	25%
Écoute de la radio: tous les jours ou presque	48%	25%	71%	41%	48%	46%
Utilisation ordinateur/tablette à des fins non professionnelles: tous les jours	85%	68%	70%	66%	33%	69%
Connexion à Internet: plusieurs fois par jour (mais pas en permanence)	40%	30%	33%	28%	1%	25%
Connexion à Internet: en permanence (via le smartphone, par exemple)	52%	62%	28%	33%	0,5%	32%

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Total échantillon
“Fréquentation des institutions culturelles”						
Aller au cinéma : quelques fois par an (moins d’une fois par mois)	31%	55%	53%	32%	19%	37%
Aller au cinéma : au moins une fois par mois	57%	39%	20%	17%	10%	23%
Aller à un concert de musique pop, folk, rock ou jazz : quelques fois par an	43%	46%	43%	13%	9%	27%
Aller à un concert de musique pop, folk, rock ou jazz : au moins une fois par mois	28%	6%	4%	2%	1%	5%
Aller à un concert de musique classique : quelques fois par an	27%	10%	25%	5%	9%	13%
Aller à un concert de musique classique : au moins une fois par mois	13%	2%	4%	1%	1%	3%
Aller voir une pièce de théâtre : quelques fois par an	41%	31%	45%	10%	13%	24%
Aller voir une pièce de théâtre : au moins une fois par mois	20%	2%	11%	2%	2%	5%
Aller visiter un site, un monument historique : quelques fois par an	49%	4%	65%	14%	15%	33%
Aller visiter un site, un monument historique : au moins une fois par mois	25%	3%	6%	2%	2%	5%
Aller à la bibliothèque : quelques fois par an	19%	28%	19%	10%	7%	15%
Aller à la bibliothèque : au moins une fois par mois	45%	17%	25%	11%	8%	17%
Activités extérieures (autres que fréquentation des institutions culturelles)						
Sortir le soir au restaurant : quelques fois par an (moins d’une fois par mois)	20%	40%	41%	33%	34%	35%
Sortir le soir au restaurant : au moins une fois par mois	75%	52%	51%	35%	24%	42%
Sortir le soir pour aller dans un café, un bar : quelques fois par an	11%	21%	25%	16%	16%	18%
Sortir le soir pour aller dans un café, un bar : au moins une fois par mois	74%	59%	26%	25%	16%	34%
Faire un paintball, un laser game : au moins une fois par an	26%	36%	5%	6%	2%	13%
Suivre un cours, une formation, un atelier, un stage au cours des 12 derniers mois : oui	33%	19%	27%	8%	3%	15%
Avoir une activité militante, associative, bénévole au cours des 12 derniers mois : oui	45%	18%	41%	7%	10%	19%
Profil socio-démographique						
Dernier diplôme obtenu : primaire (maximum)	4%	10%	4%	20%	36%	17%
Dernier diplôme obtenu : enseignement supérieur	40%	19%	49%	17%	17%	25%
Personnes disposant d’un emploi à temps plein	26%	23%	45%	25%	12%	26%

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Total échantillon
Pourcentage d'ouvriers (qualifiés ou non)	14%	16%	9%	35%	34%	34%
Propriétaire de leur logement (définitif ou avec des traites à payer)	32%	34%	71%	36%	47%	44%
Grosses difficultés à "joindre les deux bouts"	12%	7%	5%	14%	14%	11%
Possède plus de 300 livres en version papier à la maison	23%	7%	29%	9%	5%	13%
Âge moyen	34	27	54	46	64	47
Pourcentage de femmes	39%	42%	54%	55%	59%	52%
Pourcentage d'hommes	61%	58%	46%	45%	41%	48%

En résumé, on pourrait dire que les groupes 1 ("voraces culturels") et 2 ("festifs") ont beaucoup de sorties extérieures, à l'inverse des groupes 4 ("téléspectateurs à tendance sociale") et 5 ("nostalgiques"), le groupe 3 ("amateurs culturels à tendance classique") étant en position intermédiaire par rapport à ce type d'activités. Il est d'ailleurs intéressant au niveau de la fréquentation des institutions culturelles de compléter nos propos par l'analyse d'une variable que nous avons créée et qui résume la fréquentation relative à 15 domaines culturels (opéras et opérettes, spectacles de cirque, spectacles de danse, concerts de musique classique, concerts de musiques rock, jazz, pop ou folk, spectacles d'humoriste, théâtres, festivals, expositions d'art, de peinture, de sculpture ou de photographie, visites de musées, visites d'un monument ou d'un site historique, fréquentations d'une bibliothèque, visites d'un parc d'aventures scientifiques, cinémas et ciné-clubs). Si on analyse cette variable, on en vient à constater que 99 % des "voraces culturels", des "festifs" et des "amateurs culturels à tendance classique" ont été au moins une fois au cours des 12 derniers mois dans un de ces 15 lieux culturels. Ensuite, ce pourcentage descend à 76 % pour les "téléspectateurs à tendance sociale" et à 57 % chez les "nostalgiques".

Au niveau des pratiques télévisuelles, la tendance s'inverse : ce sont les groupes 3 ("amateurs culturels à tendance classique"), 4 ("téléspectateurs à tendance sociale") et 5 ("nostalgiques") qui en ont le plus, au contraire des groupes 1 ("voraces culturels") et 2 ("festifs") qui en développent moins.

Au niveau des pratiques sur ordinateur, Internet, etc., le groupe 5 ("nostalgiques") est particulier car ses membres en développent très peu par rapport aux autres groupes, et surtout par rapport aux groupes 1 ("voraces culturels") et 2 ("festifs").

Ainsi, les groupes 4 ("téléspectateurs à tendance sociale") et 5 ("nostalgiques") se ressemblent par leur faible participation aux lieux culturels, le fait de regarder la télévision fréquemment et un milieu socioculturel moins favorisé que dans les autres groupes. En effet, dans les deux cas, la vie culturelle semble relativement satisfaite par la télévision et quelques sorties par an. Nous pouvons émettre l'hypothèse que pour beaucoup de personnes appartenant à ces groupes, les moyens financiers ne sont pas suffisants pour pouvoir sortir davantage. Cependant, nous constaterons dans les tableaux qui suivent que le frein "culturel" (le manque d'intérêt pour cette activité) ainsi que celui de l'âge

et des difficultés à marcher, etc. pour le groupe 5 (qui est le groupe le plus âgé) sont davantage relevés par ces personnes que le frein économique. En outre, n'oublions pas que ces deux groupes se différencient aussi de différentes façons : le groupe 4 (“télé-spectateurs à tendance sociale”) développe, par exemple, plus de pratiques numériques alors que le groupe 5 (“nostalgiques”) investit plus la sphère domestique (notamment par des activités de loisirs intérieurs).

Obstacles à la fréquentation des institutions culturelles selon le groupe d'appartenance

Dans notre enquête, nous avons interrogé les répondants qui ne fréquentaient pas ou qui fréquentaient peu les institutions culturelles (à savoir moins d'une fois par mois) sur les raisons de cette faible participation. Il nous semble intéressant de présenter ces résultats par institution et selon le groupe d'appartenance car, comme nous le verrons, les résultats ne sont pas les mêmes dans chaque groupe. Pour chaque institution culturelle, les répondants concernés pouvaient donner jusqu'à trois obstacles (non ordonnés) à la fréquentation ; le nombre de réponses dépasse donc les 100 %.

Tableau 2. Obstacles à la fréquentation des concerts

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Echantillon global
Je n'en ressens pas le besoin, cela ne m'intéresse pas	25%	39%	29%	49%	38%	39%
Les entrées sont trop chères	32%	34%	21%	18%	13%	22%
Je n'ai pas assez de temps	23%	23%	22%	12%	6%	16%
Je suis trop âgé(e), trop fatigué(e) pour sortir, j'ai des difficultés à marcher, j'ai des problèmes de santé	2%	1%	6%	8%	37%	12%

Au niveau des concerts (quels qu'ils soient – donc de musique classique, rock, pop, jazz, etc.), les “voraces culturels” qui fréquentent peu les concerts déclarent que c'est surtout en raison du prix élevé des tickets (ils sont 32 % parmi les “voraces culturels” qui fréquentent peu les concerts à le déclarer). Ensuite, ils sont 25 % parmi eux à déclarer que c'est parce qu'ils n'en ressentent pas le besoin, ne sont pas intéressés par cette activité, et 23 % à mentionner le critère du manque de temps. Les “festifs” mentionnent le plus le manque d'intérêt (39 % parmi les “festifs” qui fréquentent peu/pas les institutions culturelles), suivi du prix des entrées (mentionné par 34 % d'entre eux) et le manque de temps (23 %). Les “amateurs culturels à tendance classique” qui fréquentent peu/pas les concerts mentionnent également le plus le manque d'intérêt (29 % d'entre eux), suivi par le manque de temps (22 % d'entre eux) et le prix (21 % d'entre eux). Les “télé-spectateurs à tendance sociale” mentionnent surtout le manque d'intérêt (49 % d'entre eux). Et, enfin, les “nostalgiques” mentionnent le plus le manque d'intérêt (38 % d'entre eux), suivi de très près par le fait d'être trop âgé, trop fatigué pour sortir, d'avoir des difficultés à marcher, des problèmes de santé (cité par 37 % d'entre eux). Nous constatons donc que le fait d'être trop âgé, trop fatigué, d'avoir des problèmes de santé, etc. est surtout repris par les “nostalgiques”.

Tableau 3. Obstacles à la fréquentation du cinéma

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Echantillon global
Je n'en ressens pas le besoin, cela ne m'intéresse pas	13%	12%	23%	31%	29%	24%
Je peux voir la même chose chez moi en DVD ou à la télévision	16%	22%	17%	14%	9%	15%
Les entrées sont trop chères	43%	49%	23%	30%	15%	30%
Je n'ai pas assez de temps	28%	30%	32%	16%	9%	21%
Je suis trop âgé(e), trop fatigué(e) pour sortir, j'ai des difficultés à marcher, j'ai des problèmes de santé	1%	1%	3%	8%	38%	12%

Pour le cinéma, le prix des entrées suivi du manque de temps sont les deux critères le plus cités par les “voraces culturels” (43 % pour le prix, 27 % pour le manque de temps) et les “festifs” (49 % pour le prix et 30 % pour le manque de temps) qui y vont pas/peu. Pour les “amateurs culturels à tendance classique”, c’est le manque de temps qui est le plus retenu (cité par 32 % d’entre eux). Les “téléspectateurs à tendance sociale” mentionnent toujours le plus le manque d’intérêt (31 % d’entre eux), suivi par le prix trop élevé (30 % d’entre eux). Enfin, les “nostalgiques” mentionnent surtout le fait d’être trop âgé, trop fatigué, d’avoir des problèmes de santé, etc. (cité par 38 % d’entre eux), suivi par le manque d’intérêt (29 %).

Tableau 4. Obstacles à la fréquentation du théâtre

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Echantillon global
Je n'en ressens pas le besoin, cela ne m'intéresse pas	36%	66%	31%	59%	37%	48%
Les entrées sont trop chères	19%	10%	14%	9%	14%	12%
Je n'ai pas assez de temps	25%	13%	26%	10%	7%	14%
Je suis trop âgé(e), trop fatigué(e) pour sortir, j'ai des difficultés à marcher, j'ai des problèmes de santé	1%	0%	4%	8%	35%	11%

En ce qui concerne le théâtre, tous les groupes mentionnent le plus le manque d’intérêt. Mais ce critère est néanmoins beaucoup plus retenu par les “festifs” qui fréquentent peu/pas le théâtre (66 % d’entre eux) et les “téléspectateurs à tendance sociale” qui fréquentent peu/pas le théâtre (59 % d’entre eux), que dans les autres groupes (31 à 37 %). Les “nostalgiques” mentionnent également fortement le fait d’être trop âgé, trop fatigué, d’avoir des problèmes de santé, etc. (cité par 35 % d’entre eux).

Tableau 5. Obstacles à la fréquentation des expositions

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Echantillon global
Je n'en ressens pas le besoin, cela ne m'intéresse pas	31%	59%	30%	59%	39%	49%
Les entrées sont trop chères	8%	7%	8%	8%	13%	8%
Je n'ai pas assez de temps	34%	18%	34%	12%	8%	15%
Je suis trop âgé(e), trop fatigué(e) pour sortir, j'ai des difficultés à marcher, j'ai des problèmes de santé	2%	0%	5%	7%	35%	9%

Au niveau des expositions (d'art, de peinture, de sculpture, de photographie, etc.) et des galeries d'art, le manque de temps est le critère le plus cité par les "voraces culturels" et les "amateurs culturels à tendance classique" (34 % des répondants qui fréquentent peu/pas ce genre d'institutions culturelles dans les deux groupes), suivi dans les deux groupes par le manque d'intérêt (31 % des "voraces culturels" et 39 % des "amateurs culturels à tendance classique"). Dans les trois autres groupes, le manque d'intérêt est le plus cité (59 % parmi les "festifs" qui fréquentent peu/pas ces endroits, 59 % parmi les "téléspectateurs à tendance sociale" qui fréquentent peu/pas ces endroits et 39 % des "nostalgiques"). Comme pour les autres institutions culturelles, chez les "nostalgiques" le critère de la fatigue, des problèmes de santé, de la difficulté de marcher, etc. est également fortement cité (35 % d'entre eux). Les résultats sont identiques pour les musées avec des pourcentages qui diffèrent de quelques pourcents par rapport aux expositions.

Tableau 6. Obstacles à la fréquentation des sites/monuments historiques

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Echantillon global
Je n'en ressens pas le besoin, cela ne m'intéresse pas	31%	54%	29%	55%	37%	44%
Les entrées sont trop chères	8%	7%	5%	6%	9%	6%
Je n'ai pas assez de temps	27%	22%	31%	14%	7%	14%
Je suis trop âgé(e), trop fatigué(e) pour sortir, j'ai des difficultés à marcher, j'ai des problèmes de santé	2%	0%	5%	7%	34%	9%

Pour les sites/monuments historiques, il n'y a que pour les "amateurs culturels à tendance classique" qui fréquentent peu/pas ce type de lieux que le manque de temps arrive en premier (cité par 31 % d'entre eux), suivi par le manque d'intérêt (29 %). Tous les autres groupes citent le manque d'intérêt en premier (31 % chez les "voraces culturels", 24 % chez les "festifs", 55 % chez les "téléspectateurs à tendance sociale" et, enfin, 37 % chez les "nostalgiques"). À nouveau, ces derniers mentionnent également fortement le fait d'être trop âgé, trop fatigué, d'avoir des problèmes de santé, etc. (cité par 34 % d'entre eux).

Tableau 7. Obstacles à la fréquentation de la bibliothèque

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Echantillon global
Je n'en ressens pas le besoin, cela ne m'intéresse pas	31%	51%	23%	55%	37%	43%
Je préfère acheter mes livres que les emprunter	28%	18%	31%	11%	8%	17%
J'ai suffisamment de livres chez moi	13%	14%	22%	10%	13%	14%
Je suis trop âgé(e), trop fatigué(e) pour sortir, j'ai des difficultés à marcher, j'ai des problèmes de santé	0%	1%	3%	5%	31%	9%

Enfin, en ce qui concerne la fréquentation des bibliothèques, le manque d'intérêt, le fait de ne pas en ressentir le besoin est le critère le plus cité pour tous les groupes (55 % des "téléspectateurs à tendance sociale", 51 % des "festifs", 37 % des "nostalgiques" et, enfin, 31 % des "voraces culturels" qui ne fréquentent pas ou peu les bibliothèques), excepté celui des "amateurs culturels à tendance classique" qui citent en premier le fait de préférer acheter leurs livres que de les emprunter (cités par 31 % d'entre eux alors que le manque d'intérêt est cité par 23 % d'entre eux). Ce critère est également beaucoup cité par les "voraces culturels" (28 % d'entre eux). 22 % des "amateurs culturels à tendance classique" qui fréquentent peu/pas la bibliothèque déclarent ne pas y aller car ils possèdent suffisamment de livres à la maison. Enfin, comme pour toutes les autres institutions, le critère de la fatigue, des problèmes de santé, de la difficulté de marcher, etc. est fortement cité par les "nostalgiques" (31 % d'entre eux).

Tableau 8. Facilité/difficulté par rapport à la mobilité selon le groupe d'appartenance

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Echantillon global
Vous pouvez vous déplacer sans problème vers un spectacle, un théâtre, un musée, une bibliothèque, etc. au moyen de transport privé (soit vous conduisez, soit on vous conduit)	43%	45%	69%	53%	37%	50%
Vous pouvez vous déplacer sans problème vers un spectacle, un théâtre, un musée, une bibliothèque, etc. à l'aide des transports en commun	43%	45%	21%	34%	42%	36%
Vous avez des difficultés à vous déplacer vers un spectacle, un théâtre, un musée, une bibliothèque, etc. car vous ne pouvez pas disposer de moyen de transport privé et les transports en commun ne desservent pas bien votre région, votre quartier	12%	8%	7%	11%	17%	11%
Autre	2%	2%	3%	2%	4%	3%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Au-delà des obstacles à la fréquentation de certaines institutions culturelles, nous avons dans notre questionnaire une variable qui résumait les difficultés rencontrées en matière de déplacement pour aller voir un spectacle, une pièce de théâtre, un musée, etc. Le tableau 8 reprend les résultats de cette question croisés selon le groupe d'appartenance et en comparaison à l'échantillon global.

Sans surprise, c'est le groupe des "nostalgiques", à savoir le groupe le plus âgé, qui éprouve le plus de difficultés à se déplacer vers un spectacle, un théâtre, un musée, etc. Par contre, plus surprenant, le deuxième groupe à déclarer rencontrer des difficultés est le groupe des "voraces culturels".

DISCUSSION

Nous constatons que la typologie construite sur base des données récoltées en 2017 ressemble fortement à la typologie de 2007. Ce n'est pas étonnant car un bon nombre de variables introduites restent identiques. Toutefois, nous avons ajouté des variables relatives aux habitudes sociales, affiné les variables relatives aux pratiques numériques, etc. Ceci ne change donc pas fondamentalement les résultats, mais permet tout de même de les préciser.

Que retenons-nous de nos nouvelles analyses ?

Premièrement, les axes ainsi que les 5 classes mises en exergue en 2017 ressemblent très fortement à 5 classes sur 7 (“voraces culturels”, “festifs”, “amateurs culturels à tendance classique”, “désengagés culturels” et “nostalgiques”) qui avaient été mises en évidence en 2007. Nous pourrions dire que globalement les pratiques culturelles et loisirs des habitants de la FW-B s'articulent autour des mêmes dimensions que 10 ans auparavant : le fait de pratiquer/le fait de ne pas pratiquer et le fait d'avoir des pratiques plutôt “classiques” ou plutôt “jeunes”. Toutefois, en 2007, l'analyse avait mis en exergue l'existence d'un groupe les “connectés”, qui représentait 21 % de la population et qui rassemblait des personnes ayant particulièrement beaucoup d'activités sur écran, Internet, etc. En 2017, notre analyse ne retient pas une telle classe. Sans doute parce que les pratiques sur ordinateur, tablette, Gsm, etc. se sont généralisées en 10 ans et concernent tous les groupes (à l'exception de la plupart des “nostalgiques”). Ce qui ressort, par ailleurs, de nos nouvelles analyses c'est que ce n'est plus le fait d'avoir des pratiques numériques qui différencie un groupe d'un autre, mais qu'il faut aller plus loin et investiguer le type de pratiques numériques. Par exemple, les uns vont (plus que les autres) écouter de la musique ou télécharger des vidéos, s'investir sur les réseaux sociaux, jeux en ligne, etc. (les “festifs”) alors que d'autres vont essentiellement utiliser Internet pour la gestion de courriels et de comptes bancaires (les “amateurs culturels à tendance classique”). D'autres encore (comme les “voraces culturels”) vont développer de nombreuses pratiques numériques, notamment en lien avec les institutions culturelles : achat de tickets en ligne, visite de sites d'institutions culturelles, etc. L'analyse de 2007 avait également mis en exergue l'existence d'un groupe que les chercheurs avaient nommé les “amateurs modernes”. Cette catégorie était relativement proche des “voraces culturels” et des “amateurs culturels à tendance classique”. Mais les personnes y appartenant avaient un rapport plus “décontracté” à la culture (moins de lecture, moins de fréquentation des institutions culturelles, etc. que les “voraces culturels” et goûts plus éclectiques que les “amateurs culturels à tendance classique”). Cette catégorie n'apparaît plus dans notre nouvelle analyse, sans doute parce qu'elle ressemblait justement un peu trop à deux autres groupes et n'était pas assez spécifique.

Deuxièmement, l'analyse faite sur les données de 2007 avait mis en avant qu'une part importante de la population résidant en FW-B avait très peu d'activités extérieures. En effet, les “nostalgiques” ainsi que les “désengagés culturels” de la typologie de 2007 rassemblaient 41 % de la population et concernaient des personnes qui avaient peu d'activités extérieures et qui fréquentaient donc peu les institutions culturelles. En comparaison, en 2017, les “nostalgiques” ainsi que les “téléspectateurs à tendance

sociale” qui ressemblent aux “désengagés culturels” sont encore plus nombreux qu’en 2007. En effet, ils représentent ensemble 54 % de la population. Cela signifierait donc qu’une personne sur deux de plus de 16 ans résidant en FW-B aurait tendance à très peu fréquenter les institutions culturelles et à avoir, en général, peu d’activités extérieures. Ces résultats résonnent assez bien avec les analyses descriptives de la base de données 2017 sorties dans la revue “Études” n°8 de l’OPC (Van Campenhoudt, Guérin, 2020). En effet, ces premières analyses avaient relevé que *“de nombreuses activités extérieures ont reculé entre 2007 et 2017 et si plusieurs pratiques restent stables, très peu d’activités augmentent en termes de fréquentation. [...] Ce constat renvoie plus généralement aux fréquentations des institutions culturelles légitimes ou “cultivées” pour lesquelles peuvent notamment se poser les questions d’accessibilité soit en termes symboliques ou financiers, soit encore en termes de mobilité”* (pp. 51-52). Toutefois, il faut se montrer prudent face aux résultats produits par l’ACM car, en cherchant à définir ce qui rassemble les individus d’un même groupe, on a tendance à “grossir” les traits. Ainsi, si les personnes appartenant à la catégorie des “télé spectateurs à tendance sociale” et des “nostalgiques” fréquentent moins que les individus appartenant aux trois autres classes le cinéma, il n’en est pas moins vrai que 17 % des nostalgiques et 10 % des “télé spectateurs à tendance sociale” ont déclaré aller au cinéma au moins une fois par mois (contre 23 % dans l’échantillon global). Si l’on prend l’exemple des bibliothèques, ils sont 11 % parmi les “nostalgiques” et 8 % parmi les “télé spectateurs à tendance sociale” à aller à la bibliothèque au moins une fois par mois, contre 17 % dans l’ensemble de l’échantillon. Ainsi, s’il y a plus de personnes dans ces groupes qui ne vont jamais à la bibliothèque, cela ne signifie pas non plus que tous les individus appartenant à ces groupes ne la fréquentent jamais. Il nous paraît donc dangereux de trop vite déclarer que 54 % de la population résidant en FW-B ne fréquente pas les institutions culturelles. Cependant, il est clair que ces résultats doivent nous pousser à mieux comprendre les obstacles à la fréquentation et que dans la foulée de ces enquêtes quantitatives, devrait être menée une enquête qualitative (par entretiens) qui permettrait de rencontrer les personnes ayant un profil de type “nostalgique” ou “télé spectateurs à tendance sociale” afin de mieux comprendre leurs pratiques, leurs envies en matière de loisirs et les obstacles à la participation à certaines activités culturelles.

Troisièmement, comme déjà mentionné, l’analyse de 2007 avait soulevé l’existence d’une catégorie de personnes – les “désengagés culturels” – qui n’ont presque aucune activité extérieure. Le nom donné à cette classe ne nous paraît pas convenir. En effet, quand bien même des personnes ne développent pas ou peu d’activités extérieures et ne fréquentent pas les institutions culturelles, elles peuvent s’impliquer autrement dans la culture. Cette nomination nous paraît donc coller à une définition légitimiste de la culture qui donnerait plus de crédit aux activités jugées légitimes (comme aller au musée, fréquenter le théâtre, lire des livres, etc.). L’enquête de 2007 (et par extension celle de 2017) se basait pourtant sur une définition large de la culture qui devait englober toute activité de loisir. Or, comme l’ont montré les chercheurs de l’époque, les “désengagés culturels” avaient des activités puisque, par exemple, ils regardaient plus que les autres la télévision. Ces personnes montraient donc un certain “engagement” envers la culture, ne fut-ce qu’au niveau des pratiques télévisuelles. En outre, il ne faut pas oublier, comme nous l’avons explicité au paragraphe précédent, que l’ACM se base sur des sous représentations/surreprésentations. Autrement dit, cela

ne veut pas dire que les “désengagés culturels” n’avaient aucune autre activité, mais simplement qu’ils ne développaient pas plus que les autres groupes certaines activités, ce qui est très différent. Enfin, nos analyses de 2017 montrent qu’en intégrant de nouvelles questions dans notre analyse, notamment en ouvrant le champ sur les habitudes sociales ou sur les pratiques numériques, nous commençons à percevoir que le groupe qui ressemble en 2017 le plus aux “désengagés culturels” développe plus que les autres des activités comme le fait d’inviter sa famille, discuter avec ses voisins, etc. et a tendance à avoir des pratiques numériques (même si plus faibles que dans certains groupes). C’est pourquoi, au travers de cette nouvelle analyse, il nous apparaît que le terme “désengagé” ne correspond plus à cette catégorie de personnes qui présentent, au contraire, un profil ouvert à l’accueil de la famille, aux discussions avec le voisinage, etc.

ET ENSUITE ?

Nos nouvelles analyses portant sur les données de 2017 nous ont permis d’affiner la catégorisation réalisée à partir de l’enquête de 2007 (particulièrement au niveau du terme “désengagé” qui, selon nous, ne convenait pas), tout en tenant compte des évolutions, notamment en termes de pratiques numériques. Nous avons ainsi retenu 5 profils types de “pratiquants” de la culture. Comme nous l’avons vu, ces 5 profils sont fortement associés à des variables sociodémographiques telles que l’âge, le niveau de diplôme, la catégorisation socioprofessionnelle, les ressources économiques ou encore le sexe. Ce résultat est, depuis Bourdieu (1979), une constante dans la littérature sociologique : les pratiques culturelles, les loisirs, la fréquentation des institutions culturelles sont marqués par les conditions sociales de l’individu (son capital culturel, économique, etc.). Dans des analyses futures, nous aimerions creuser davantage les liens entre sexe, origine socioculturelle, niveau de diplôme, etc. et pratiques culturelles (notamment à l’aide d’analyses de régression logistique ou, autrement dit, des analyses “toutes choses étant égales par ailleurs”). Par exemple, est-ce que l’origine socioculturelle influence de la même manière les pratiques culturelles chez les femmes et chez les hommes ? Ou est-ce que certaines activités sont plus féminines ou masculines dans tel ou tel milieu socioculturel ?

En outre, nous remarquons que les pratiques numériques se sont largement généralisées en 10 ans. Excepté chez la majorité des “nostalgiques”, l’ordinateur, le Gsm, Internet, etc. font partie du quotidien des gens. Il nous semble qu’il serait donc très intéressant dans un prochain article de creuser davantage ces évolutions ainsi que les liens entre pratiques télévisuelles et pratiques numériques. Est-ce que, par exemple, les personnes qui regardent beaucoup la télévision développent moins de pratiques sur Gsm, ordinateur, tablette, etc. et inversement ? Est-ce que l’ordinateur, la tablette ou encore le Gsm sont en train progressivement de remplacer la télévision ? Etc.

BIBLIOGRAPHIE

Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris : Éditions de Minuit.

Bryson, B. (1996). "Anything But Heavy Metal", *American Sociological Review*, 61 (5). P. 884-899.

Callier, L. et Hanquinet, L. (2012). "Étude approfondie des pratiques et consommation culturelles de la population en Fédération Wallonie-Bruxelles", *Études*, 1, Observatoire des politiques culturelles.

Van Campenhoudt, M., Guérin, M. (2020). "Pratiques et consommations culturelles de la population en Fédération Wallonie-Bruxelles", *Études*, 8, Observatoire des politiques culturelles.



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

Cogit'OPC est téléchargeable sur le site de l'Observatoire des politiques culturelles
à l'adresse: <http://www.opc.cfwb.be>