

# **Les enquêtes sur les pratiques culturelles des adultes et l'enquête sur les pratiques culturelles des enfants et des adolescents : questions et réflexions**

## **NOTE DE TRAVAIL<sup>1</sup>**

### **1. Enquêtes quantitatives sur les pratiques culturelles des adultes**

#### **1.1. Enquête sur les pratiques culturelles des adultes de 2007**

##### **Objectifs de l'enquête**

Les objectifs étaient les suivants :

- D'une part, pour le service public, une enquête générale sur les pratiques culturelles cherche à vérifier si l'objectif de démocratisation de la culture, objectif situé au cœur même des politiques culturelles, se trouve sinon atteint, au moins conforté, au travers de l'offre publique et des pratiques des populations. Plus précisément, en relevant les grandes tendances de la participation culturelle, l'enquête vise à apporter un certain éclairage sur la démocratisation de la culture et à identifier les facteurs sociodémographiques qui la freinent.

- D'autre part, cette offre publique de culture ne constitue qu'une partie de l'offre générale existante et donc des comportements culturels : le champ des loisirs et de l'utilisation du temps libre est vaste et intègre une multitude d'activités qu'il importe également de repérer. En effet, à côté de la fréquentation des lieux culturels classiques soutenus par l'offre publique se sont développées des pratiques à domicile (home cinéma, usage d'Internet, écoute de musiques, etc.) et l'espace public peut devenir pour un temps un lieu culturel ou de loisirs spontanés pour des événements de plein air (festivals, sons et lumières, spectacles de rue, visites patrimoniales, etc.). Des pratiques amateurs se sont également étendues à de nombreuses disciplines (pratiques amateurs musicales, plastiques, de la scène, etc.).

Cette enquête va donc bien au-delà des pratiques culturelles en investiguant plus largement ce que font les gens pendant leur « temps libre », ce qu'ils ont comme loisirs.

---

<sup>1</sup> Cette note de travail a été rédigée par Maud Van Campenhoudt (OPC) et a été présentée lors du Séminaire Statistique organisé par l'AGC et l'OPC le mardi 18 avril 2017 autour de la mesure des pratiques culturelles et de la participation sociale à la culture. Il s'agit d'une note de travail présentant des réflexions et questionnements et non d'un travail finalisé.

## Univers de référence

L'univers de référence est l'ensemble de la population francophone âgée de 16 ans et plus, résidant en Communauté française soit en Région wallonne et en Région bruxelloise.

## Questionnaire

Le questionnaire comporte 88 questions relatives à l'usage du temps libre et 25 questions d'identification.

Le questionnaire est divisé en plusieurs parties :

- Le contexte (quelles activités sont préférées par les répondants ? Plutôt extérieures/intérieures, des activités qui se font seul/en couple/en famille/etc.)
- Les vacances
- Les activités de loisir en général (cinéma, théâtre, spectacle, cirque, exposition, musée, brocante, fête foraine, boîte de nuit, festival, aller au restaurant, aller chez des amis, activité sportive, cours du soir, etc.)
- Les habitudes sociales (recevoir des amis, des personnes de la famille, etc.)
- Les habitudes en matière de télévision
- L'équipement du ménage (télévision, ordinateur, etc.)
- Les habitudes par rapport à internet
- Les habitudes en matière de radio
- L'écoute de la musique
- La pratique d'un instrument de musique
- La lecture de journaux, magazines
- La lecture de romans et BD + achat + fréquentation de la bibliothèque
- Activités de loisir créatives (tricot, peinture, dessin, théâtre, danse, photographie, etc.)
- Collection
- Suivi d'une formation
- Engagement dans le monde associatif
- Activités sportives
- Jeux de hasard
- Equipements et aménagements dans le quartier
- Folklore de la région
- Questions d'identification (sexe, âge, niveau d'études, profession, niveau de revenus, etc.)

## Technique d'enquête

Les enquêtes ont été réalisées sur système CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing), méthode de recueil sur micro-ordinateur, en face-à-face au domicile des personnes interrogées.

La durée moyenne d'une enquête était de 50 minutes.

## 1.2. Enquête sur les pratiques culturelles des adultes de 2017

### Objectifs de l'enquête

Aux objectifs de la première enquête s'ajoutent deux nouveaux objectifs :

- Les pratiques culturelles sont en constante évolution. L'analyse portera sur l'observation des évolutions des taux de fréquentation. Certaines pratiques s'intensifient (par exemple, l'usage du numérique), tandis que d'autres régressent. Il faut donc parvenir, en renouvelant l'enquête, à prendre la mesure de ces changements.
- Suite à l'analyse des données de l'enquête de 2008, de nouvelles thématiques de recherche (par exemple, l'utilisation du temps libre des « désengagés culturels »<sup>2</sup>, lecture de livres numériques, etc.) suscitent de l'intérêt et doivent être investiguées.

### Univers de référence

Il est identique à la première enquête. Mais focus sur les habitants des villes (comprenant toutefois périphéries et ruralité).

### Questionnaire

Le questionnaire de l'enquête de 2008 a été revisité. Plus précisément, de nouvelles questions ont été créées. Elles interrogent un ensemble de pratiques qui n'étaient pas encore sondées dans l'enquête précédente. Elles concernent, par exemple, le temps consacré à jouer aux cartes, à la flânerie, le temps dédié à ranger et à nettoyer son domicile, le temps réservé à discuter avec les voisins, etc. Par ailleurs, certaines pratiques qui étaient déjà investiguées sont maintenant abordées sous des angles différents, en vue d'approfondir l'analyse. Il s'agit notamment de questions relatives à l'utilisation des supports numériques, à la vie associative, aux lieux et types d'institutions fréquentées, etc.

### Technique d'enquête

A la méthode de recueil sur micro-ordinateur, en face-à-face au domicile des personnes interrogées s'ajoutera éventuellement l'enquête téléphonique (pour max 30% des enquêtes).

---

<sup>2</sup> « Cette classe se définit par une absence d'engagement vis-à-vis de la culture. Les individus composant cette classe expriment peu de goûts et ne font pas d'activités de loisirs extérieurs ou intérieurs, en ce compris les usages d'internet » (Callier et Hanquinet, 2012, p. 16).

### 1.3. Réflexion/questionnements autour de ces deux enquêtes

- Est-il encore pertinent de réaliser une enquête de type « baromètre » à l'heure actuelle ? (// Donnat : on n'apprend plus grand-chose depuis des années avec ce genre d'enquêtes. Elles disent toutes +/- la même chose depuis une dizaine d'années). Au lieu d'investiguer une thématique très large (ce que font les gens pendant leur « temps libre ») avec un questionnaire très long et qui va finalement peu dans le détail des pratiques, ne vaut-il pas mieux mener des enquêtes sur des pratiques précises afin d'avoir plus d'informations à donner sur chaque pratique (par exemple, investiguer l'ensemble des modes de lecture actuels : lecture classique de livres, de livres numériques, mais aussi tous les modes de lecture sur le net (blogs, forums, facebook, etc.)), d'autant plus que les enquêtes de type « baromètre » coûtent très cher ?
- Est-il possible de mener une enquête de type « baromètre » sur les pratiques culturelles en ayant pour volonté de saisir ce que font les répondants pendant leur « temps libre » ? Il faut pour cela réussir à capter toutes les pratiques possibles et imaginables qui occupent le temps des répondants (questionnaire très long et défi d'identifier toutes les pratiques possibles).  
→ L'analyse des données de 2007 a permis de construire une typologie de consommateurs et « pratiquants » culturels. Cette typologie se décline en 7 classes allant des « voraces culturels » aux « désengagés culturels ». Mais elle pose question, notamment au niveau de la catégorie des « désengagés culturels » (qui, d'après les résultats de l'enquête, ne font presque rien pendant leur « temps libre », à l'exception de regarder la télévision). Cependant, a-t-on bien posé les questions qui parlaient à ces personnes ? A-t-on réussi à identifier ce qu'elles font réellement ? Est-ce possible de mener une enquête si large qui parle à tout le monde en captant réellement ce qui occupe le « temps libre » de chacun ?
- Est-il encore possible de mener à l'heure actuelle des grosses enquêtes comme celle que nous envisageons de mener sur ce que les personnes font pendant leur « temps libre » en utilisant la méthode du porte à porte (taux de participation qui diminue, personnes qui n'osent pas ouvrir leur porte, coût élevé, etc.) ? Est-ce encore souhaitable (introduit des biais d'enquête : qui sont les personnes qui n'osent pas ouvrir leur porte et qui ne participent jamais à ce type d'enquête ?) ? Est-ce que d'autres alternatives sont envisageables (enquêtes par téléphone, par internet, etc.) ? Mais ces autres types d'enquêtes introduisent des biais également (personnes présentes dans un annuaire téléphonique, personnes ayant internet, etc.).
- Ces enquêtes menées à l'OPC ne portent donc pas seulement sur la fréquentation des institutions et sur les pratiques "culturelles" financées par les politiques publiques. Les objectifs de ces études sont beaucoup plus larges (sociologiques). Il s'agit, en outre, d'enquêtes qui visent la représentativité au moins au niveau de l'âge, du sexe et du niveau d'instruction. Est-il du coup possible et pertinent de croiser les données récoltées via ces études et les données récoltées par l'AGC au niveau de la fréquentation des institutions culturelles ? Comment s'y prendre pour le faire ? Quelle méthodologie adopter ?

- Ces choix au niveau de la construction de l'objet d'étude (par exemple, enquête de type « baromètre » ou ciblant un objet plus précis) ou les choix méthodologiques ont bien sûr des conséquences sur les résultats obtenus et sur ce qu'on dit du « réel » (// Laurent Fleury (2011) : « *Parce que les choix de méthode influencent la formulation de problématiques, mais aussi la production même des résultats et leurs usages [...]* » (p. 23)).

→ Par exemple, si on ne passe pas par une enquête générale sur l'usage du temps libre, si l'enquête ne porte pas sur un champ large de pratiques, difficultés à produire des analyses autour du concept d'omnivorisme.

→ Autre exemple : ces enquêtes quantitatives qui relèvent plutôt d'une approche comptable véhiculent une « *conception consumériste des « pratiques culturelles », les comptabilisant comme des actes de consommation plutôt que d'en comprendre la signification* » (Fleury, 2011, p.23). En effet, on ne questionne pas (ou peu) le sens donné aux pratiques, les représentations au sein de ces enquêtes menées à l'OPC.

Toutefois, ces études ont été complétées par un volet qualitatif qui visait entre autres à investiguer le sens donné aux pratiques.

Mais ne peut-on pas également, dans une enquête quantitative, aller au-delà des pratiques en investiguant les représentations et le sens donné aux pratiques ?

- Notre enquête (comme de nombreuses enquêtes portant sur les pratiques culturelles menées en Belgique ou ailleurs) a notamment pour objectif de vérifier si entre deux vagues d'enquête certaines pratiques culturelles se sont démocratisées (ou inversement). Les études qui se penchent sur cette thématique (démocratisation des pratiques culturelles, inégalités sociales et culturelles d'accès, etc.) s'inscrivent en général dans la suite des travaux menés par Bourdieu (La Distinction, 1979, etc.) et sollicitent dans leurs analyses des concepts bourdieusiens tels que l'habitus, pratiques légitimes/illégitimes, etc. Or, comme Fleury (2011) le met en exergue, « *s'autoriser à convoquer d'autres épistémologies peut [...] s'avérer décisif* » (p. 34). Il suggère notamment de se tourner vers la sociologie compréhensive de Weber (surtout que, selon lui, 15% seulement des pratiques peuvent s'expliquer par des facteurs tels que la classe sociale d'appartenance).

→ Les choix épistémologiques (faits en amont) sont donc également directement liés aux résultats obtenus. Et si l'on veut produire des résultats « neufs » (sortir un peu des résultats les plus souvent mis en exergue dans ce type d'enquêtes, notamment en termes de liens entre pratiques et classes sociales d'appartenance), il faut y réfléchir en amont lors de la problématisation de l'objet d'étude (revue de la littérature, paradigmes, etc.) afin d'adapter le questionnaire.

## **2. Enquête quantitative sur les pratiques culturelles des enfants et adolescents de 2017**

### **2.1. Présentation de l'enquête**

#### **Objectifs de l'enquête**

En complément des travaux de renouvellement de l'enquête sur les pratiques culturelles de la population adulte, l'OPC va, en partenariat avec l'Observatoire de l'enfance, de la jeunesse et de l'aide à la jeunesse (OEJAJ), réaliser une enquête spécifiquement dédiée aux pratiques culturelles et numériques des jeunes en Fédération Wallonie-Bruxelles (FW-B). En effet, comme cela a déjà été démontré dans l'étude de l'OPC sur les pratiques et consommations culturelles en FW-B (2008), le développement des équipements multimédias influe sur les pratiques culturelles des jeunes : le rapport à la télévision diminue quand la pratique d'internet augmente. L'ordinateur, les consoles de jeux, les tablettes, les smartphones, l'accès internet fixe et mobile, les jeux en ligne, Facebook, Twitter, Flickr, Instagram, etc. constituent autant de facettes de cette ère numérique dans laquelle s'inscrivent désormais les pratiques culturelles d'une large proportion de jeunes aujourd'hui en FW-B. Analyser les processus de sociabilité et les modalités d'exercice de ces pratiques est primordial tant pour saisir ce qui donne sens à ces pratiques que pour orienter les politiques culturelles publiques. Il semble en effet plus que jamais indispensable de se pencher sur le rôle des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans l'émergence, la transmission et la poursuite des pratiques culturelles tant dans le chef du jeune lui-même qu'au sein de son environnement familial, scolaire et, plus largement, social. Par ailleurs, s'intéresser aux pratiques des jeunes est important car les apprentissages, les pratiques "précoces" peuvent préfigurer de nouvelles pratiques à l'âge adulte.

#### **Univers de référence**

**Enfants de 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> primaires (+/- 10-12 ans) et 3<sup>e</sup> et 4<sup>e</sup> secondaires (+/- 14-17 ans) scolarisés en FWB.**

#### **Questionnaire**

Seront investiguées en priorité, les activités qui correspondent à des pratiques non numériques et numériques dans les domaines de la lecture (lecture de livres, de livres numériques, lecture sur internet de blogs, de forums, etc.), des jeux (jeux de société et jeux vidéo) et de la musique (pratiques d'un instrument, écoute de la musique, écoute et partage de musiques en ligne, etc.).

Mais une question de type « baromètre » devrait également être intégrée pour avoir une vue d'ensemble sur différentes pratiques.

## Technique d'enquête

L'administration du questionnaire se fera en classe en présence d'un enquêteur.

### 2.2. Réflexion/questionnements autour de cette étude

- Comment mener une enquête pertinente sur les pratiques culturelles des enfants du primaire ? Est-il pertinent de s'adresser directement aux enfants ou vaut-il mieux s'adresser aux parents ?
- Est-ce qu'une enquête de type « baromètre » est envisageable auprès d'enfants si jeunes ? Comment les questionner sur tout ce qu'ils font pendant leur temps libre sans que le questionnaire ne soit trop long ?
- Comment interroger des jeunes, voire même des enfants du primaire, sur le capital culturel et économique de leurs parents/leur famille ? Est-il pertinent de le faire ? Ou faut-il nécessairement passer par des questionnaires parents ? Quelles sont les questions relatives au capital culturel et économique des parents/de la famille qui « fonctionnent » auprès de jeunes enfants ? Etc.

### **3. Enquête qualitative sur les pratiques culturelles des adultes**

#### **3.1. Présentation de l'enquête**

##### **Objectifs de l'enquête**

Cette recherche basée sur une démarche compréhensive (visant à saisir le sens que les individus confèrent à leurs pratiques, les ressorts de leur engagement dans telle ou telle activité de loisirs, les raisons de leur désaffection pour d'autres pratiques) vise notamment à rendre compte de :

- L'intérêt ou les motivations qui poussent à une pratique culturelle particulière (les influences, les déclencheurs, les bénéfices escomptés et retirés, etc.) ;
- Les liens entre différentes pratiques culturelles et la structure subjective de ces liens entre ces pratiques ;
- Le lien entre la consommation et la pratique culturelles ;
- Le lien entre ces pratiques culturelles et le « cadre de vie » plus général.

##### **Univers de référence**

L'univers de référence est l'ensemble de la population francophone âgée de 16 ans et plus, résidant en Communauté française soit en Région wallonne et en Région bruxelloise et fréquentant des lieux culturels (voir technique d'enquête).

##### **Technique d'enquête : entretiens semi-directifs et focus groupes**

100 entretiens semi-directifs ont été réalisés au sein de lieux culturels subventionnés par la FWB (répondants choisis de manière aléatoire) + 30 entretiens approfondis auprès d'enquêtés rencontrés lors de la première phase de la recherche + des focus groupes réunissant des professionnels du secteur de la culture.

#### **3.2. Réflexion/questionnements autour de cette étude**

- Cette enquête vient donc compléter l'étude quantitative sur les pratiques culturelles des adultes en analysant le sens que les individus donnent à leurs actions et les faisceaux d'influences qui participent au façonnement de leurs profils culturels (démarche compréhensive).

- Toutefois, le fait d'avoir réalisé les entretiens dans des lieux culturels (choix qui avait été pensé et raisonné) a évidemment eu pour conséquence de laisser de côté les personnes qui ne fréquentent pas de lieux culturels. Cette enquête n'a donc pas, par exemple, permis de mieux cerner la catégorie des « désengagés culturels ».