

USAGES ET PRATIQUES CULTURELLES

Cultures à domicile**Définition**

Le mouvement continu d'équipement des ménages en appareils audiovisuels depuis le début des années 1960 a profondément transformé le monde des loisirs, en faisant du domicile un lieu privilégié de distraction et d'accès à la culture.

Au fil des mutations technologiques qui ont marqué ces dernières décennies, les pratiques audiovisuelles domestiques ont absorbé une grande partie du temps libéré par la réduction du temps de travail et l'abaissement de l'âge des retraites, au point qu'aujourd'hui les Français consacrent à la consommation de programmes ou de contenus audiovisuels un temps supérieur à celui qu'ils passent au travail.

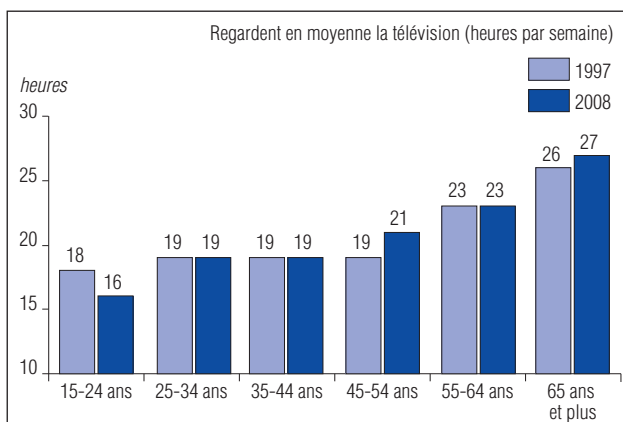
Sont présentés ici les usages des médias audiovisuels, l'écoute de musique et la lecture de presse écrite et de livres, toutes pratiques culturelles qui présentent la double propriété d'être souvent inscrites dans le quotidien et de se dérouler dans le cadre domestique, même si le caractère mobile de nombreux appareils apparus ces dernières années (MP3 à la suite des baladeurs, lecteur de DVD, ordinateur, téléphone...) contribue à diversifier les contextes de consommation.

■ **RÉTROSPECTIVE***Évolution par média ou domaine***La télévision en léger recul mais bénéficiant du développement constant d'une « culture de l'écran »**

La télévision continue à occuper une place centrale dans le quotidien des Français : près de huit individus sur dix la regardent tous les jours pendant plus de trois heures en moyenne. En 2008, ils sont dans l'ensemble plus nombreux qu'en 1997 à la regarder quotidiennement, mais la durée moyenne d'écoute stagne (autour de 21 heures par semaine).

Après une augmentation continue depuis les années 1960, elle a même diminué chez les jeunes générations, qui consacrent une plus grande part de leur temps à l'internet et aux nouveaux écrans. Ce changement de comportement constitue à l'évidence le fait marquant de la dernière décennie : les 15-24 ans d'aujourd'hui, tout en

Graphique 1 – Durée moyenne d'écoute de la télévision selon l'âge en 1997 et 2008



Source : Pratiques culturelles des Français 2008, MCC/DEPS.

ayant des contacts plus fréquents avec la télévision que leurs homologues de 1997, ont dans l'ensemble un volume hebdomadaire de consommation inférieur de deux heures.

Le vieillissement de la population compense cette baisse car les personnes de plus de 45 ans demeurent plus que jamais les plus gros consommateurs de télévision et ont même augmenté leur durée d'écoute.

Le fait que la majorité des usages de la télévision soient tournés vers la distraction ne doit pas masquer l'existence d'usages culturels, certes limités mais néanmoins significatifs et plutôt à la hausse. Des chaînes comme Arte ou la Cinq par exemple touchent un public plus important que ne le laisse croire leur audience mesurée en instantané : si peu de téléspectateurs les regardent tous les jours, 20 % des Français déclarent regarder les programmes d'Arte au moins une fois par semaine, 23 % ceux de la Cinq.

Toutefois, plutôt que de s'attacher à la durée d'écoute de la télévision, on retiendra le temps passé devant les écrans – qu'il s'agisse de programmes diffusés en direct ou enregistrés, ou de jeux vidéo – pour apprécier les rapports des Français à la « culture de l'écran ». En effet, les années récentes ont été marquées par la généralisation du magnétoscope puis du lecteur de DVD, et par le succès des consoles de jeux et des ordinateurs : les deux conjugués expliquent que les Français passent plus de temps devant les écrans, malgré la stagnation de leur consommation télévisuelle.

Il est ainsi possible d'évaluer le temps moyen consacré aux écrans (hors temps passé à regarder en direct des programmes) à dix heures par semaine, soit environ la moitié du temps consacré à la télévision (21 heures). Le volume global de temps consacré aux écrans est donc de 31 heures par semaine. La situation en 2008 est donc radicalement différente de celle des années 1980 ou 1990 où la culture de l'écran se limitait pour l'essentiel à la consommation de programmes télévisés.

L'écoute de musique toujours plus courante et accessible

S'intéresser à la consommation culturelle des Français a longtemps consisté à se focaliser hier sur la télévision, aujourd'hui sur l'internet. Ce qui a eu pour effet d'ignorer ou de sous-estimer les effets du *boom* musical et le rôle de plus en plus central de la musique dans les univers culturels.

L'explication tient peut-être au fait que l'écoute de musique est une pratique en partie invisible car elle a rarement le statut d'activité à part entière : elle sert d'accompagnement lors des phases de déplacement, de bruit de fond à domicile, etc. Elle est pourtant un domaine privilégié d'investissement pour les adolescents. La musique est devenue le centre de gravité de l'univers culturel des jeunes depuis les années 1970 : le *boom* musical amorcé s'est poursuivi et ses ondes de choc ont continué à se propager dans la société française avec l'avancée en âge des générations qui l'ont porté.

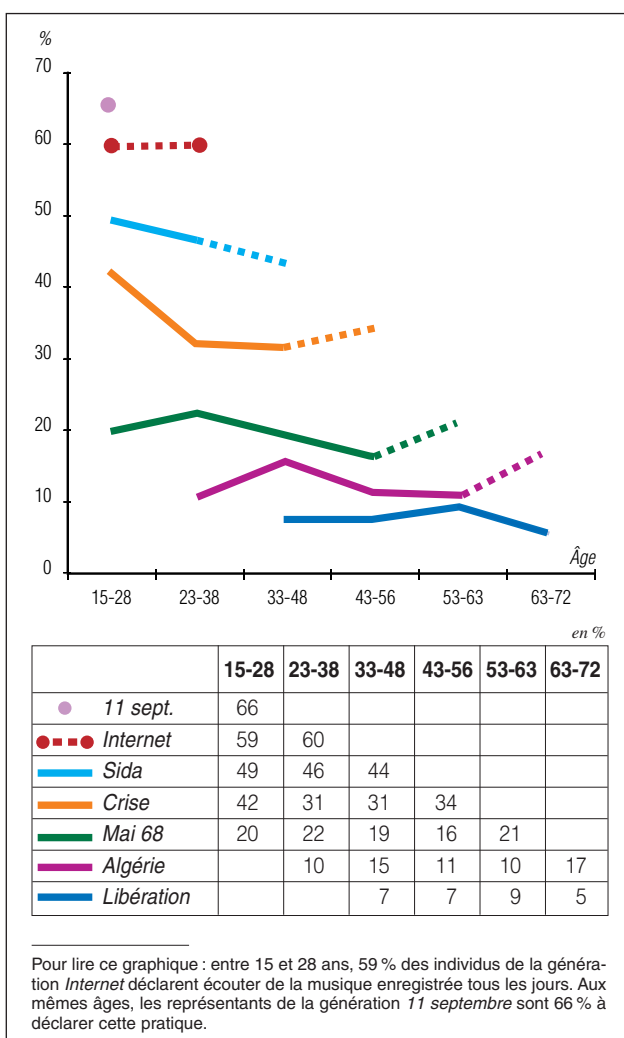
Ainsi, l'intérêt pour la musique a continué à progresser : en 1997, 27 % des Français en écoutaient tous les jours ou presque (hors radio) et 34 % onze ans plus tard. Si, bien entendu, ce sont les jeunes qui sont les plus concernés, bon nombre d'adultes ayant vécu leur adolescence après le *boom* musical des années 1970 continuent toutefois d'entretenir un rapport fréquent avec la musique. Écouter de la musique est désormais une activité banale pour les générations nées après la guerre, presque au même titre que l'écoute de télévision : depuis les années 1980, où la radio a évolué vers un contenu plus musical avec la libéralisation de la bande FM et où est apparu le baladeur, elle n'est plus attachée ni à un espace ni à un temps particuliers, et est totalement intégrée au quotidien.

En devenant numérique, la musique a même encore gagné en accessibilité : les nouvelles possibilités de stockage, d'échange ou de transfert d'un support à l'autre ainsi que la multiplication des supports d'écoute, du téléphone portable à l'ordinateur en passant par le lecteur MP3, ont favorisé son intégration toujours plus grande dans la vie quotidienne, au domicile mais aussi pendant les temps de transport et pour certains pendant les temps de travail.

Les facilités offertes par les équipements nomades et le caractère naturellement multitâche de l'ordinateur ont favorisé une certaine musicalisation de la vie quotidienne, permettant à une partie importante de la population jeune de vivre dans un bain musical plus ou moins permanent.

Ce *boom* musical s'est accompagné d'un profond renouvellement des genres musicaux en raison de l'émergence régulière de modes d'expression jeunes que les générations concernées n'abandonnent pas en vieillissant. Le rock, par exemple, a cessé depuis longtemps d'être la musique des jeunes en s'installant dans le paysage musical à mesure que les premiers *rockers* s'installaient dans la vie adulte : dès la fin des années 1980, plus de la moitié des personnes qui déclaraient écouter fréquemment ce genre de musique avaient plus de 25 ans et près d'un quart plus de 35 ans¹. Surtout, cette tendance des « anciens jeunes » à rester fidèles aux genres de leur jeunesse a eu pour effet de compromettre le renouvellement du public de certains genres musicaux, notamment de la musique classique. Ce mouvement, déjà à l'œuvre depuis les années 1980, est aujourd'hui en partie masqué à l'échelle de la population française par l'intérêt des *baby-boomers* pour cette musique, supérieur à celui des générations qui les précèdent. Autre expression de cette mutation qui se manifeste depuis plusieurs décennies : plus on est jeune, plus la préférence pour la musique anglo-saxonne est marquée.

Graphique 2 – Courbe générationnelle de l'écoute de musique enregistrée



Source : *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, MCC/DEPS, 2007.

La lecture d'imprimés en recul spectaculaire mais régulier

En matière de lecture d'imprimés, les deux principales tendances à l'œuvre depuis les années 1980 se sont poursuivies au cours de la dernière décennie. La lecture de journaux continue à subir une baisse à la fois spectaculaire et régulière de ses lecteurs quotidiens : moins d'un tiers des Français lisent tous les jours un quotidien contre 55 % en 1973. Ce recul profite en partie à la lecture de magazines qui, depuis 1989, s'est maintenue à un niveau élevé et a même progressé chez les jeunes, notamment pour les magazines ou revues scientifiques et de loisirs.

1. Olivier DONNAT, *les Pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEP/La Documentation française, 1997.

Ce phénomène, dont les origines sont antérieures à l'arrivée de l'internet ou de la presse gratuite, touche aussi bien la presse nationale que régionale : 11 % des Français lisent un quotidien national plus d'une fois par semaine contre 13 % en 1997 et 32 % lisent un quotidien régional contre 38 % onze ans plus tôt.

Dans le cas des livres, la baisse des forts et moyens lecteurs s'est poursuivie. Cette tendance, dont l'origine est elle aussi bien antérieure à l'arrivée de l'internet, a continué à peu près au même rythme que lors de la décennie précédente, entraînant une augmentation de la part des très faibles lecteurs mais aussi des non-lecteurs.

Ainsi, la proportion des Français déclarant ne pas avoir lu de livre au cours des douze mois précédant l'enquête a augmenté depuis 1997. Un quart de la population française de 15 ans et plus est dans ce cas, et cette proportion augmente sensiblement avec l'âge des individus : elle est, par exemple, deux fois plus importante chez les 55-64 ans que chez les 15-24 ans, ce qui – soulignons-le au passage – va à l'encontre des discours de déploration sur le thème « les jeunes ne lisent plus ».

La lecture de livres est orientée à la baisse, non pas tellement parce qu'une partie des Français aurait cessé d'en lire ou parce que les jeunes générations ignoraient plus que leurs aînées le monde du livre, mais parce que le fait de lire beaucoup de livres est devenu moins fréquent qu'au début des années 1970 : la proportion de Français ayant lu vingt-cinq livres et plus au cours des douze derniers mois a régulièrement chuté depuis 1973, passant de 22 % à 14 %, et ceux qui n'ont pas délaissé le monde du livre ont réduit leur rythme de lecture d'environ cinq livres par an.

L'activité de lecture de livres – librement choisie, hors de toute contrainte scolaire ou professionnelle – rencontre des difficultés croissantes à s'inscrire dans le temps et l'espace des loisirs et est plus fréquemment orientée à des fins utiles. C'est d'ailleurs confirmé par les données relatives aux genres de livres, puisque la majorité des lecteurs ne lisent pas ou peu de fiction : un quart de ceux-ci seulement déclarent préférer lire des romans et 12 % des romans policiers ou d'espionnage, les autres citant une grande diversité de genres, des livres d'histoire aux livres pratiques en passant par les bandes dessinées et les essais.

La proportion de non-lecteurs est en conséquence plus importante qu'elle ne l'était en 1997, sans toutefois qu'on puisse en déduire avec certitude que les Français lisent moins, compte tenu de l'arrivée au cours de la même période de la presse gratuite et surtout de la multiplication des actes de lecture sur écran.

La généralisation des écrans fait, en effet, que de plus en plus souvent on lit sur d'autres supports que le livre, si bien que le sort de celui-ci n'est plus indissociablement lié à celui de la lecture et que la question du roman se pose dans des termes spécifiques par rapport aux autres secteurs de l'édition.

Tableau 1 – Lecture de presse et livres en 1997 et 2008

Sur 100 Français de 15 ans et plus	1997	2008
Lisent un quotidien...	73	69
tous les jours ou presque	36	29
plusieurs fois par semaine	11	11
une fois par semaine	15	15
plus rarement	11	14
Ont lu au cours des douze derniers mois...	74	70
1 à 4 livres	23	27
5 à 9 livres	12	12
10 à 19 livres	18	14
20 livres et plus	19	17
NSP	3	1
Nombre moyen de livres lus*	21	16

* Sur 100 lecteurs de livres ayant répondu à la question (NSP exclus).

Source : Pratiques culturelles 2008, MCC/DEPS.

Il est donc nécessaire de distinguer le livre, la lecture et la littérature.

- Le livre, au fur et à mesure de sa diffusion, avec le succès des livres de poche et des ventes en grande distribution, s'est globalement banalisé en tant qu'objet : il a perdu de sa force de fascination pour ceux qui, en raison de leur origine, n'en étaient pas des familiers, ainsi qu'une partie de son pouvoir distinctif chez les jeunes. Parallèlement, l'essor des médias électroniques lui a fait perdre son hégémonie comme moyen d'accès au savoir et comme vecteur d'enrichissement personnel.
- La lecture pour sa part, en tant qu'activité de loisir librement choisie en dehors de toute contrainte scolaire ou professionnelle et de toute finalité purement informationnelle, subit, depuis longtemps déjà, la concurrence de nouvelles activités de loisirs – télévision, sport, musique, jeux vidéo, voyages... – et, plus récemment, de l'internet. Elle est, en raison notamment de l'allongement de la durée des études, associée plus que naguère au monde scolaire ou professionnel, et rencontre, de ce fait, des difficultés croissantes à s'inscrire dans le temps de loisirs qui est vécu majoritairement comme celui du délasserment, du plaisir et de la convivialité, notamment dans les jeunes générations.
- Enfin, la littérature : la place qu'elle occupe a tendance, dans ce contexte, à décliner en raison du succès déjà ancien des sciences humaines et d'une diversification des genres de livres, liée à la montée d'une approche plus utilitaire de la lecture : le cercle des personnes qui s'intéressent à la vie littéraire – à ne pas confondre avec celui des forts lecteurs – a tendance à se solidifier autour d'un noyau au profil sociologique de plus en plus homogène, comprenant une forte proportion de personnes ayant un rapport professionnel au livre telles que les enseignants, les professionnels du livre et de la culture en général.

De puissantes dynamiques générationnelles

Une société composée de quatre générations

La mise en perspective générationnelle des résultats des enquêtes sur les pratiques culturelles des Français² – qui permet de suivre l'évolution des comportements d'une cohorte d'individus nés dans les mêmes années au fil de leur avancée en âge – révèle l'ampleur des effets de génération à l'œuvre depuis le début des années 1970, tant dans le domaine des médias traditionnels que de l'écoute de musique et de la lecture de livres.

Au final, on est tenté d'aborder l'évolution des pratiques culturelles sous l'angle des générations en regardant la société française comme l'addition de quatre générations « produites » dans des conditions très différentes et touchées, à des degrés divers et à des moments différents de leur vie, par les innovations technologiques qui ont transformé les conditions d'accès à l'art et à la culture au cours des trente dernières années :

- la génération de l'avant-guerre a grandi dans un monde où rien ne venait contester la suprématie de l'imprimé, a découvert la télévision à un âge déjà avancé et est restée assez largement à l'écart du *boom* musical et *a fortiori* de la révolution numérique ;
- la génération des *baby-boomers* a été la première à profiter de l'ouverture du système scolaire et du développement des industries culturelles et a porté la contre-culture des années 1960 avant de contribuer à sa légitimation ;
- la génération des 30-45 ans d'aujourd'hui a bénéficié de l'amplification de ces mêmes phénomènes – massification de l'accès à l'enseignement supérieur, diversification de

2. L'enquête *Pratiques culturelles des Français* du ministère de la Culture et de la Communication a été réalisée à cinq reprises en 1973, 1981, 1988, 1997 et 2008. Sur l'approche générationnelle, voir Olivier DONNAT, Florence LÉVY, *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture prospective », 2007-3.

l'offre culturelle liée à la montée en puissance de l'audiovisuel et aux effets de la politique culturelle menée au tournant des années 1980 ;

- enfin, la « génération Internet » est celle des jeunes d'aujourd'hui qui ont intégré dès leur plus jeune âge les potentialités offertes par la toile et la révolution numérique.

L'analyse rétrospective des résultats d'enquête confirme par ailleurs le caractère durable de la plupart des évolutions initiées par les jeunes : en avançant en âge et en s'installant dans la vie adulte, les générations nées après-guerre sont restées en partie des « anciens jeunes », c'est-à-dire qu'ils ont conservé une grande partie des comportements et des goûts culturels acquis pendant leur jeunesse. L'évolution des préférences des *baby-boomers* et des générations suivantes par rapport aux préférences des générations précédentes au même âge montre en effet que bon nombre de changements qui avaient pu sembler, au moment de leur apparition, être une mode passagère ou une nouvelle manière de vivre sa jeunesse, étaient en réalité porteurs de ruptures dont la portée dépasse le cadre normal du renouvellement générationnel.

Exemples de pratiques culturelles générationnelles

Deux exemples illustreront la force de cette logique générationnelle

Consommation télévisuelle

L'augmentation de la durée d'écoute de la télévision constitue le phénomène le plus massif de ces dernières décennies en matière d'usages du temps libre. Si la progression du temps consacré au petit écran a bien concerné toutes les catégories de population, quelle que soit leur génération, elle a été plus nette chez les jeunes, dont les réticences à l'égard de ce média étaient bien réelles jusqu'au début des années 1980 (en 1981, seulement la moitié des 15-24 ans en avaient un usage quotidien).

Par la suite, avec la multiplication des chaînes et la diversification des programmes, chaque nouvelle génération d'adolescents est arrivée avec un niveau de consommation télévisuelle supérieur à la précédente – jusqu'à ces dernières années où l'arrivée de l'internet a modifié la donne –, puis a conservé cette habitude en devenant adulte, alimentant ainsi par vagues successives l'augmentation de l'audience globale.

Écoute musicale

La dimension générationnelle apparaît encore beaucoup plus nettement dans le cas de la progression de l'écoute musicale. En effet, celle-ci a été portée dès l'origine par les jeunes : en 1973, les 15-24 ans, loin d'être en retrait comme dans le cas de la télévision, étaient très nettement en pointe pour l'écoute fréquente de musique enregistrée ; puis au fil du temps, cette pratique a eu tendance non seulement à augmenter chez les jeunes mais aussi à se généraliser aux autres âges de la vie car une grande partie de ceux qui l'avaient acquise au moment de l'adolescence l'ont conservée une fois parvenus à l'âge adulte. Ainsi, ce qui était un comportement presque exclusivement adolescent au début des années 1970 est devenu progressivement banal pour une grande partie de la population française.

Ces mêmes générations qui ont porté le *boom* musical ont été aussi en grande partie à l'origine du recul de la culture imprimée observé ces dernières décennies à l'échelle de la population française, puisqu'elles comptent dans leurs rangs moins de lecteurs quotidiens de journaux et moins de forts lecteurs de livres que leurs aînées, et ceci depuis l'adolescence. La proportion de personnes ayant lu vingt livres ou plus au cours des douze derniers mois a baissé continûment chez les 15-24 ans tout au long des années 1970 et 1980, alors que les personnes nées avant-guerre résistaient beaucoup mieux. Ce recul enregistré au moment de l'adolescence n'a jamais été compensé par la suite car, aujourd'hui comme hier, il est plutôt rare de devenir un fort lecteur en prenant de l'âge.

Évolution de ces tendances générationnelles : vers une baisse de la demande culturelle ?

La période actuelle correspond à l'arrivée à l'âge de la retraite des *baby-boomers* : génération nombreuse, plus diplômée que la précédente, plus mobile, en meilleure santé physique, avec un pouvoir d'achat plus élevé... bref, présentant beaucoup d'atouts de nature à favoriser un engagement dans les pratiques culturelles supérieur à celui de la génération précédente au même âge. Aussi, paraît-il raisonnable dans le cas des retraités de considérer que les effets de génération (positifs) l'emporteront sur les effets (négatifs) liés à une réduction de leur mobilité du fait de leur vieillissement ; le renouvellement générationnel devrait donc dans ce cas se traduire par une orientation à la hausse de la demande culturelle, notamment en matière de lecture de livres et de fréquentation d'équipements culturels.

Il est, en revanche, plus difficile de faire preuve du même optimisme à plus long terme quand l'effet *baby-boomers* sera en voie d'extinction, dans la mesure où les générations suivantes sont celles qui ont vécu avec le plus d'intensité la montée en puissance de l'audiovisuel et qui sont directement responsables du déclin de certaines pratiques culturelles traditionnelles, comme la lecture régulière de quotidiens et de romans ou la fréquentation de certains lieux de spectacle vivant (théâtre et surtout concert de musique classique).

Ce sont donc ces générations qui risquent d'accélérer le mouvement de juvénilisation de la culture dans les années à venir, car leur univers culturel diffère sur bien des points de celui de leurs aînés au même âge : plus de musique, des usages plus fréquents et plus diversifiés de la culture de l'écran (programmes télévisés, DVD, jeux vidéo, internet...), moins de culture imprimée, plus de pratiques en amateur... soit en réalité les principaux traits caractéristiques de la culture jeune.

Il est difficile, en regardant les comportements et les préférences de la génération internet, de penser que le mouvement ne se poursuive pas. Comment imaginer en effet que les adolescents d'aujourd'hui, qui ont massivement investi la culture numérique, cessent en devenant adultes de jouer à des jeux vidéo ou à télécharger de la musique ou des films, quand bien même leurs engagements familiaux et professionnels les obligeraient certainement à le faire moins souvent ? Et comment ne pas penser que l'essor de cette culture numérique en devenir ne se fasse, au moins en partie, au détriment des pratiques culturelles et médiatiques antérieures, en raison de la concurrence qu'elle crée en termes de budget ou d'affectation du temps libre, mais aussi en raison de la nature même de l'offre qu'elle propose, tant au plan des contenus culturels écrits, audio ou vidéo que des possibilités de diffusion pour les anciens médias (presse, radio, télévision) ?

■ TENDANCES ET INCERTITUDES MAJEURES

Tendances majeures

■ Progression constante des « nouveaux médias » et recul de l'imprimé

On peut résumer de manière sommaire la tendance globale d'évolution de ces dernières décennies par la progression des consommations audiovisuelles – culture de l'écran + musique – et le recul de la lecture d'imprimés. En effet, si la consommation de télévision commence à stagner, le développement de l'ordinateur, des jeux vidéo et des lecteurs DVD a augmenté le temps passé devant des écrans et cette tendance tend à se confirmer avec l'apparition d'appareils nomades multifonctions qui permettent d'avoir toujours un écran sur soi.

De même, le perfectionnement des dispositifs mobiles d'écoute de musique (lecteurs MP3, téléphones et ordinateurs portables) ainsi que de nouvelles possibilités de stockage et d'échange de musique numérisée d'un support à l'autre, ont participé de la progression constante de l'écoute de musique. Cette dernière est désormais un élément de la vie quotidienne, elle est présente au domicile mais aussi pendant les temps de transport et, pour certains, pendant le temps de travail.

En parallèle, la tendance déjà observée depuis longtemps d'un recul des médias traditionnels, de l'imprimé (journaux et livres) et de la radio, se poursuit régulièrement, la lecture et la recherche d'information s'étant partiellement transférées sur les nouveaux médias : avec la généralisation des écrans, nous sommes de plus en plus souvent amenés à lire sur d'autres supports que le livre.

Ces trois tendances cumulées nous dirigent vers ce qu'on pourrait appeler un « bain audiovisuel », où les TIC seraient de plus en plus présents dans la vie de tous les jours et dans tous les lieux (domicile, lieux de travail, transports).

■ Renforcement des tendances générationnelles

Les habitudes de consommations culturelles étant fortement liées à des effets générationnels, qui ont par nature tendance à perdurer dans le temps – les habitudes acquises lorsqu'on est jeune se prolongent à l'âge adulte –, on peut facilement envisager une accélération du mouvement de juvénilisation de la culture dans les années à venir. La nature générationnelle de la plupart des évolutions culturelles en cours rend en effet probable leur renforcement au cours des années à venir.

Ainsi, par exemple, le double constat établi dans le domaine de la musique conduit à penser que les effets du *boom* musical, loin d'être épuisés, devraient au contraire continuer à se généraliser dans les années à venir à l'ensemble de la société, à mesure que les personnes nées avant la guerre, qui ont peu modifié leurs habitudes d'écoute, vont disparaître. À l'inverse, la force des effets de génération négatifs, constatés dans le domaine de la lecture de presse ou de livres, rend probable la poursuite de l'orientation à la baisse des pratiques liées à la culture imprimée.

Incertitudes majeures

L'évolution des pratiques culturelles à domicile est très fortement liée à des effets générationnels, cependant, deux types de facteurs pourraient infléchir les tendances lourdes dégagées.

■ Attitude des Français à l'égard de la culture d'écran et de l'internet

La tendance actuelle est plutôt à la progression des nouveaux médias et des produits technologiques qui permettent de les consulter, mais les valeurs de distinction sociale qu'on attribue aux pratiques culturelles et à la possession de biens culturels peuvent faire basculer cette tendance vers deux directions différentes. L'accélération des innovations technologiques et l'apparition de nouveaux dispositifs *high-tech* pourraient faire de ces outils numériques un facteur de reconnaissance sociale et de différenciation, dans une culture résolument tournée vers le progrès numérique, où les élites plébisciteraient l'audiovisuel contre l'imprimé. En réaction, l'apparition d'un écart entre ceux qui accèdent à ces outils et les autres pourrait entraîner le développement de valeurs traditionnelles et d'une culture qui valorise le *low tech* ou la technologie ouverte et « bricolable » : certains groupes sociaux pourraient choisir de s'abstraire, temporairement et parfois définitivement, de ce monde hyperconnecté, pour revenir à des pratiques culturelles classiques, la lecture en premier lieu.

En parallèle, les élites culturelles pourraient s'affirmer contre la tendance générale en prônant un retour à la culture « noble », plus emprunte de valeurs intellectuelles, esthétiques,

symboliques – « la grandeur de la France –, voire éthiques, et ainsi se tourner vers des biens culturels non numériques. Renouant avec le culte que les Français vouent à la langue française, signe distinctif de la culture nationale qui fait de notre culture littéraire un lieu privilégié de la pensée, les élites redonneraient à l'imprimé une place d'honneur, grâce aux valeurs dont il était porteur – sens critique, goût de l'analyse, vertus de la lecture longue...

■ Stratégies des acteurs

Face à la tendance au recul des médias traditionnels, le positionnement éditorial de la presse, de la radio et de la télévision pourrait soit appuyer ce déclin, soit tenter de l'enrayer, selon l'attitude que les médias traditionnels décident d'adopter face à la concurrence des nouveaux médias numériques. Si la tendance est actuellement à un alignement des lignes éditoriales sur celles pratiquées sur l'internet – des articles ou reportages de plus en plus courts, s'attachant plus aux actualités sensationnelles (*scoop*) qu'à un travail d'investigation au long terme, avec une durée d'actualité de plus en plus réduite, un sujet étant très vite remplacé par un autre... –, une réaction des médias traditionnels, décidant de renouer avec une ligne éditoriale de qualité, pourrait réussir à capter une partie de la population, demandeuse d'actualités pointues et d'un véritable travail journalistique. Dans cette hypothèse, les médias traditionnels, en choisissant le créneau de l'exigence et de l'éthique, pourraient contrecarrer la concurrence des nouveaux médias et réinvestir les élites culturelles.

■ PROSPECTIVE

À partir de ces tendances lourdes, on peut dégager un premier scénario qui serait la poursuite de la situation actuelle. Mais il est possible d'envisager des retournements de tendance ou des inflexions par rapport à ce tendancier en faisant des hypothèses sur le basculement de la culture de l'écran et de la musique opposée à une culture de l'imprimé, sans que ces deux hypothèses soient exclusives : en fonction des générations et des couches de la société, des éléments de chacun de ces deux scénarios pourraient coexister. La trajectoire peut être ainsi soit hypothèse 1 puis hypothèse 2 vers 2015, soit hypothèse 3 vers 2020-2025.

HYPOTHÈSE 1 (TENDANCIELLE) – *Déclin audiovisuel et de l'écrit (des médias traditionnels)*

La puissance des effets générationnels depuis les années 1980 rend probable la poursuite des tendances aujourd'hui à l'œuvre :

- déclin des médias traditionnels – presse papier payante, radio et télévision – qui peuvent migrer pour partie sur les nouveaux écrans : dans ce cas, simple transfert de support sans réel changement au plan des comportements) ; mais qui sont aussi concurrencés par d'autres modes d'accès à la musique et à l'information – blogs, moteurs de recherche, sites de partage... ;
- les ondes de choc du *boom* musical vont continuer à se diffuser dans la société car les générations nées avant-guerre n'ont pas été touchées. L'intérêt pour la musique va mécaniquement continuer à progresser mais certains genres musicaux vont souffrir : la musique classique mais aussi les chansons et variétés françaises dans la mesure où la préférence pour la musique anglo-saxonne est forte et que l'internet accélère la mondialisation et le métissage musical ;
- la lecture de livres va continuer à subir la concurrence des pratiques audiovisuelles domestiques – internet, jeux vidéo... – dans un contexte d'accentuation des tensions

au plan de l'affectation du temps libre, de fractionnement du temps et de la généralisation du multitâche : problème du temps long de la lecture de livres et du degré de mobilisation qu'elle exige.

HYPOTHÈSE 2 – *De l'audiovisuel au numérique*

L'accélération du développement des TIC entraîne l'immersion des Français dans un flot continu de musique et d'images, rendue possible par l'omniprésence, acquise depuis longtemps, des écrans à domicile, en situation de mobilité – téléphones et ordinateurs portables –, et sur les lieux de travail. Pour la majorité, les contraintes apparues en termes de temps et de déplacements confortent la préférence pour la culture à domicile et le bain numérique domestique – fût-ce au travers de terminaux mobiles – en phase avec l'intensification de l'usage des TIC de la part d'une majorité de la population.

Le livre participe de ce mouvement avec le développement du livre numérique et des livres audiovisuels, au travers d'une numérisation qui s'est rapidement développée avec une offre mêlant *best-sellers*, grandes œuvres, fonds numérisés et un début de production spécifique, le tout disponible à la fois sur tous types d'écrans mais aussi sur un standard unique de liseuse électronique qui s'impose rapidement dès 2016.

Les jeunes les plus favorisés, en particulier, basculent massivement sur l'internet alors que leur désaffection pour l'imprimé, qu'il s'agisse de livres ou de presse, s'accélère, même si cela ne vaut pas pour l'écrit dans sa généralité : il s'agit là de l'accélération d'une tendance perceptible de longue date au niveau des plus jeunes et qui se produit à l'occasion de l'arrivée à l'âge adulte des natifs du numérique. L'imaginaire ne fonctionne plus à partir des mots mais des images et de la musique.

HYPOTHÈSE 2BIS – *Sauna numérique*

Cette hypothèse connaît une version maximaliste dans un contexte de forte croissance des industries de la créativité.

HYPOTHÈSE 3 – *Écran ou imprimé*

Une polarisation accrue entre une majorité de plus en plus immergée dans un bain audiovisuel permanent et une minorité conservant la maîtrise de l'imprimé se fait jour. En réaction à cette situation, certaines pratiques légitimes en déclin collectif conquièrent, de nouveau mais dans un second temps, leur fonction de distinction : une partie de la population réinvestit symboliquement et en pratique les modes traditionnels d'accès à la culture (imprimé) en réaffirmant les valeurs dont ils étaient porteurs – sens critique, goût de l'analyse, vertu de la lecture « longue »... On assiste alors au retour d'une presse de qualité tournée vers l'analyse en profondeur et le temps long, à un réinvestissement dans la littérature et dans les textes fondateurs ou de référence. Le livre redevient un vecteur de différenciation et un objet de distinction chez les jeunes. Parallèlement, la préférence pour des chaînes de télévision ou de radio thématiques de qualité se renforce.

Cependant, globalement, à domicile, c'est la très ancienne règle du cumul des pratiques qui se confirme ou se renforce : ceux qui lisent – et ils sont désormais plus nombreux – le font sur tous supports, imprimés comme écran.

BIBLIOGRAPHIE

- Dominique BOULLIER, *La télévision telle qu'on la parle*, Paris, L'Harmattan, 2004.
- Olivier DONNAT, *les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture études », 2009-5. <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf>
- , *les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS/La Découverte, 2009.
- , *Pratiques culturelles et usages d'internet*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture études », 2007-3. <http://www2.culture.gouv.fr/deps/fr/pratiquesinternet.pdf>
- Olivier DONNAT, Florence LÉVY, *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture prospective », 2007-3. http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective07_3.pdf
- Thierry FABRE, Florence POURBAIX, *Étude sur les pratiques culturelles et médiatiques à l'horizon 2020*, Paris, Bipe, mars 2007.
- Hervé GLEVAREC, *la Culture de la chambre : préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Questions de culture », 2009.
- Paul PAILLAT, *les Pratiques culturelles des personnes âgées*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEP/La Documentation française, 1993.
- François ROUET, *le Livre : mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, coll. « Les études de la Documentation française », 2007 (1^{re} édition : Ministère de la Culture et de la Communication, DEP, 1992).

