

La culture vue par la population

Pourquoi interroger les pratiques culturelles des Luxembourgeois ?

Céline Schall

Les publics de la culture au Luxembourg sont pour le moment mal connus. Pourtant, la culture, ce n'est pas seulement un ensemble d'institutions avec une offre culturelle, si intéressante, innovante et diverse soit-elle. Que serait en effet une exposition sans visiteur pour y déambuler ? Un film, sans public pour en discuter ? Un concert, sans personne pour danser ou crier ? La culture est faite par, pour et avec des individus dont il faut tenir compte. Dans cette optique, le ministère de la Culture a récemment commandé une étude portant sur l'importance de la culture dans la vie des résidents¹. Mais, au fond, qu'est-ce que ce genre d'études apporte ?

Les tendances montrées par les enquêtes de publics

En France, en Belgique wallonne, en Suisse ou en Espagne, des enquêtes de publics nationales, quantitatives, par questionnaire, sont régulièrement réalisées. Au Luxembourg, les données sur les publics de la culture viennent essentiellement de quatre enquêtes nationales menées par le Ceps Instead (actuel LISER)^{2,3,4,5} et d'un sondage réalisé en 2016 par TNS⁶, tous commandés par le ministère de la Culture⁷.

Dans chaque pays, les études dépeignent un portrait des publics et permettent souvent de justifier le financement public de la culture. Mais au-delà de cela, si l'on analyse véritablement et si l'on confronte les résultats de ces études françaises, suisses, belges et luxembourgeoises, on peut établir des tendances gé-

nérales sur les publics de la culture, qui s'accroissent depuis les années 1960. En voici cinq.

Les publics reconnaissent l'importance de la culture. Premièrement, partout en Occident, l'importance du secteur culturel est de plus en plus reconnue par les États et les enquêtes montrent qu'elle est aussi reconnue par les publics eux-mêmes. Par exemple, au Luxembourg, deux tiers des résidents pensent que la culture est importante pour le futur et environ 59 % jugent l'offre bonne à excellente⁸. Ces bons résultats pourraient faire penser que la culture est plus « accessible », ce qui est confirmé partout, y compris au Luxembourg, par une hausse plus ou moins constante de la fréquentation des équipements culturels⁹.

Mais « augmentation des chiffres » ne signifie pas nécessairement « démocratisation ». Néanmoins, et c'est le deuxième grand enseignement de ces études, la culture n'est pas pour autant plus « accessible ». Les études européennes montrent que l'augmentation de la fréquentation résulte de quatre facteurs : 1) l'augmentation de la population ; 2) une hausse de l'offre (plus d'institutions) ; 3) une hausse du tourisme international, contribuant mécaniquement à une augmentation du nombre d'entrées, mais ; 4) on observe surtout une intensification des pratiques de ceux qui pratiquaient déjà¹⁰. En fait, les pratiques culturelles dépendent encore largement de notre milieu social – ce qui est en moyenne plus vrai pour la musique classique ou la danse que pour le cinéma par exemple. On ne peut donc pas parler de démocratisation¹¹. Au Luxembourg, la hausse de la participation à la vie culturelle serait moins concentrée sur les strates les plus favorisées¹². Néanmoins, les écarts entre les pratiques de l'élite et du reste de

La fréquentation des institutions culturelles risque de chuter dans les années à venir si le renouvellement des publics ne se fait pas.

Céline Schall est collaboratrice scientifique à l'Université du Luxembourg. Elle fait des recherches dans le domaine de la médiation culturelle.

Il reste encore à élaborer une véritable « culture de l'évaluation » pour comprendre le public présent au Luxembourg [...]

la population restent importants. Nos recherches auraient même tendance à montrer un écart plus massif qu'en Suisse, Belgique, Angleterre ou en France, notamment en ce qui concerne les visites de certains musées. D'ailleurs, en 2009, 24 % des Luxembourgeois ne fréquentaient aucun équipement culturel (musées ou spectacles)¹³ et en 2016, 43 % des résidents déclarent en profiter « peu ou pas »¹⁴. La culture, ici comme ailleurs, n'est donc pas (encore ?) pour tous et des publics restent à capter.

À chaque génération sa culture. Troisième grande tendance : chaque génération acquiert des pratiques culturelles qu'elle conserve plus ou moins tout au long de sa vie. Ces différences générationnelles se retrouvent au Luxembourg¹⁵ et dans certains secteurs, elles seraient même plus marquées qu'ailleurs [d'après mes recherches, à paraître]. Pour schématiser, les baby boomers auraient une culture plus musicale (notamment parce que la musique a été centrale dans leur jeunesse avec l'apparition du 45 tours dans les années 1950), les 30/40 ans auraient une culture diversifiée et numérique et les moins de 30 ans seraient la génération d'un « troisième âge médiatique » caractérisée notamment par une fréquentation assidue d'écrans¹⁶. Les pratiques culturelles actuelles des moins de 30 ans auront tendance à s'amplifier et à se généraliser à la population (d'où l'intérêt de les connaître mieux). Or, chez eux, on observe une moins forte adhésion à la culture dite « cultivée », institutionnelle. D'ailleurs, les plus jeunes déclarent moins profiter de l'offre culturelle luxembourgeoise¹⁷. Cela signifie que la fréquentation des institutions culturelles risque de chuter dans les années à venir si le renouvellement des publics ne se fait pas.

Une montée de la culture d'écran. Quatrième tendance : partout (et y compris au Luxembourg¹⁸), les pratiques culturelles changent. La montée en puis-

sance de la culture d'écran chez les plus jeunes renforce la concurrence avec les institutions classiques (musées, cinémas, mais aussi télévision, radio ou presse par exemple¹⁹). Cette culture d'écran s'accompagne partout d'une culture plus expressive. Il est alors surprenant de constater dans la dernière enquête TNS que la culture soit reliée spontanément à la tradition, la langue, le patrimoine, avec des pratiques numériques quasiment inexistantes. L'image de la culture au Luxembourg est-elle vraiment si « traditionnelle » ? Les populations les plus jeunes et leurs pratiques sont-elles oubliées ?

Un émiettement de la culture. Enfin, cinquième tendance : les études (notamment en France) montrent qu'on va vers un émiettement de la culture²⁰. Tout le monde se construit sa culture, son programme personnalisé ; la télévision n'a plus la fonction de réunir tout le monde autour de programmes. Les institutions culturelles créent (à juste titre d'ailleurs et dans l'objectif de satisfaire chacun) des programmes spécifiquement dédiés aux jeunes, aux personnes âgées, aux personnes porteuses d'une déficience visuelle, etc. Les publics communiquent entre eux, mais se confrontent peu à l'altérité, ce qui nous semble être pourtant, un des rôles fondamentaux de la culture.

Aller au-delà de la description de tendances

Les chiffres ne suffisent pas. Ainsi, la confrontation de ces études permettrait (dans une certaine mesure) d'anticiper la situation future de la culture – notamment au Luxembourg. Actuellement, une distance se creuse entre les institutions dites « classiques » et certaines catégories de publics : ils sont à chercher, à provoquer. Il existe des opportunités de diffuser la culture, notamment à travers une médiation plus inclusive et participante et à travers des pratiques numériques spécifiques. Les politiques culturelles européennes pourraient donc être guidées par ces enseignements, mais c'est malheureusement rarement le cas. Ces enquêtes nationales recèlent donc un enjeu stratégique dont il conviendrait de se saisir pour orienter les politiques culturelles futures.

Néanmoins, si alerter sur des problèmes actuels et prévenir certains problèmes futurs est nécessaire, ce n'est pas suffisant. D'abord, parce qu'il est possible de faire dire ce qu'on veut aux chiffres (que veut dire « profiter d'une offre culturelle » ? Que veut dire « lire un livre » ? Est-ce que les BD « comptent » ? Est-ce que « feuilleter » compte aussi ? etc.).

Deuxièmement, au Luxembourg, les études ne sont pas faites sur le lieu des pratiques culturelles et seuls les résidents sont interrogés. Il faudrait donc aussi

Qu'est-ce que la culture ? (CC 0 Alice Achterhof via Unsplash)



des enquêtes sur place (ce qui est beaucoup plus compliqué en termes de protocole d'étude).

Troisièmement, une évaluation uniquement quantitative du savoir relève d'une dérive du culte de la performance, dans lequel la culture serait uniquement motivée par une logique de rentabilité. Constaté qu'il y a de plus en plus de visiteurs (alors que, par ailleurs, il faudrait parler de « visites »), sans comprendre ce qui se passe vraiment pour eux en termes d'expérience, ne suffit pas. Ainsi, les enquêtes quantitatives (même in situ) éloignent parfois des pratiques réelles parce qu'elles simplifient des phénomènes complexes. Par exemple, dire qu'un certain type de population est absent des institutions culturelles sans expliquer pourquoi, ne sert à rien sauf à établir un constat d'échec ou à stigmatiser une population, alors qu'il conviendrait de nuancer, d'approfondir et surtout, de mettre en perspective ces données avec d'autres. D'ailleurs, il est de plus en plus difficile d'appréhender le public réel, qui est de plus en plus volatile, complexe et difficile à fidéliser. La plupart des enquêtes quantitatives expliquent les pratiques culturelles à partir de variables sociodémographiques (l'âge, le sexe, la catégorie socioprofessionnelle ou le niveau d'études, ...). Mais on sait aussi que d'autres variables comptent, comme l'importance des réseaux (les amis, les associations) ou des critères plus psychologiques. Les méthodes qualitatives (entretiens, observations, etc.) sont donc très complémentaires pour fouiller les grandes tendances, mais elles impliquent des travaux potentiellement bien plus chronophages.

Se servir de ces tendances pour élaborer un projet culturel. Il reste donc encore à élaborer une véritable « culture de l'évaluation » pour comprendre le public présent au Luxembourg, qui supposerait de 1) multiplier les types d'approches (quantitative ou qualitative) des publics, publics potentiels et non publics, à domicile et in situ, auprès des résidents, mais aussi des frontaliers et des touristes qui visitent effectivement les institutions. Ceci nous permettrait de savoir s'il y a ou non des spécificités dans les pratiques culturelles luxembourgeoises. 2) Cela supposerait de cumuler et de confronter le savoir issu des études, pour comprendre la complexité des pratiques culturelles de ce public au long terme, notamment par le biais d'un observatoire des publics de la culture. Pour cela, plusieurs acteurs devraient être mobilisés, dont les instituts de sondages ou les chercheurs en statistiques, mais aussi les chercheurs en sciences humaines, qui ont une connaissance approfondie de ces phénomènes et de la culture.

En somme, l'évaluation des publics est un outil indispensable, pas pour constater que tout va bien ou

pour faire ce que le public exige, dans une optique marketing (la culture n'est pas une marchandise à « adapter » à une « ménagère de moins de 50 ans »). Elle sert plutôt à questionner et à orienter la stratégie culturelle dans la durée et à la connecter aux évolutions réelles de la société. Une véritable connaissance des publics passe par la mise en place d'une culture de l'évaluation. Mais là encore, cette culture sera intéressante seulement dans la mesure où elle pourra accompagner la conception 1) d'outils de médiation et de communication (ils doivent être testés auprès des publics avant d'être achetés à prix fort à des entreprises qui ne connaissent pas forcément bien les pratiques culturelles ou le milieu culturel) et 2) une réflexion globale et politique. L'évaluation des publics doit conduire à s'interroger sur les objectifs d'une politique culturelle et sur les moyens d'y parvenir. Elle doit donc être intégrée à un projet culturel. Ainsi, veut-on que plus de gens aient une pratique culturelle ? Dans quels objectifs précis ? Justement, la culture doit-elle « servir » à quelque chose d'autre qu'elle-même ? La réflexion reste ici à élaborer et un ensemble de recherches coordonnées sur le long terme doit être mis en place. ♦

Cet article est la version écrite de l'intervention réalisée aux Assises de la Culture, organisées par le ministère de la Culture, les 1^{er} et 2 juillet 2016.

1 TNS Ilres, Sondage sur la culture dans la société luxembourgeoise – *de Stelleväert vun der Kultur am Alldag* pour le ministère de la Culture, 2016.

2 Ceps Instead (Borsenberger Monique), *La participation culturelle. Musées et spectacles en 2009*, 2011a.

3 Ceps Instead (Bardès Julia, Borsenberger Monique), *Les pratiques culturelles et médiatiques au Luxembourg*, 2011b.

4 Ceps Instead (Cassilde Stéphanie), *Pratiques culturelle et genre*, 2012.

5 Ceps Instead (Borsenberger Monique), *Les pratiques culturelles des digital natives au Luxembourg. Les pratiques culturelles et linguistiques*, 2014.

6 TNS Ilres 2016.

7 D'autres études existent, commandées par des institutions (un musée, un cinéma, ...). Celles citées ici se réfèrent à l'ensemble de la population luxembourgeoise.

8 TNS Ilres 2016.

9 Ceps Instead 2011a.

10 Donnat Olivier, *Les pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, Paris, La documentation Française, 1998.

11 Donnat Olivier, *Pratiques culturelles des Français, 1973-2008, Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales*, 2009.

12 Ceps Instead 2011a.

13 Ceps Instead 2011a.

14 TNS 2016.

15 Ceps Instead 2011b et 2014.

16 Donnat 2009.

17 TNS Ilres 2016.

18 Ceps Instead 2014.

19 Ceps Instead 2011b.

20 Donnat Olivier 2009.