

Université de Rouen Normandie

LES PRATIQUES CULTURELLES DES JEUNES DANS LA MÉTROPOLÉ ROUEN NORMANDIE

Éléments de synthèse

Direction de l'étude :
Pascal Roland et Magali Sizorn

Rapport remis en décembre 2019



métropole
ROUENORMANDIE



INTRODUCTION

Souhaitant mieux connaître les pratiques et le rapport à l'offre culturelle de ses habitants, la Métropole Rouen Normandie (MRN) a sollicité l'Université de Rouen pour élaborer et conduire une enquête à l'échelle de son territoire. Le travail réalisé s'inscrit dans une double filiation, celle des enquêtes « Pratiques culturelles des Français » du Ministère de la Culture, et celle des enquêtes territorialisées.

L'étude s'est appuyée sur une enquête quantitative et qualitative portant sur les pratiques culturelles des jeunes habitant la MRN. Le constat dressé par les opérateurs culturels d'un vieillissement de la population fréquentant les équipements culturels (théâtres, salles de concert, musées...), conforté par les enquêtes nationales, incite à analyser les pratiques de ceux qui déplacent, notamment depuis l'avènement du numérique, les modalités d'accès aux œuvres et contenus culturels, redéfinissant même les contours de la définition des « publics ». Il ne s'agissait néanmoins pas d'appréhender ces jeunes de manière homogène (« la génération numérique »), mais bien d'identifier et de distinguer des usages multiples, du fait de logiques sociales et culturelles, d'effets d'âge ou de génération potentiels, comme de rapports au territoire différents.

Le bornage choisi (16-29 ans) permet d'intégrer dans l'enquête les dispositifs d'éducation artistique et

culturelle et d'analyser les transformations à l'œuvre selon les situations des jeunes.

Une ville centre, 71 communes, dont certaines sont péri-urbaines ou rurales, près de 500 000 habitants, dont 1/5^e sont âgés de 16 à 29 ans : l'enquête s'est déployée sur un large territoire, lequel est aussi caractérisé par des pratiques et politiques culturelles municipales aux histoires et dynamiques différentes.

L'étude participe d'une réflexion relative aux transformations des mondes de l'art et de la culture : changements institutionnels, évolutions des pratiques, reconnaissance et prise en compte des Droits culturels.

S'intéresser aux pratiques des jeunes a donc consisté à observer la manière dont ils-elles investissent et goûtent le monde, en considérant un ensemble de pratiques, des plus ordinaires aux pratiques artistiques « rares » (pratiquer le théâtre, la danse, aller au musée, assister à des concerts, *etc.*).

Comment territoire, pratiques culturelles et acteurs interagissent-ils ?

3 outils complémentaires : cartographie, questionnaire et entretien semi-directif.

Le travail cartographique a consisté à situer les équipements culturels du territoire. La répartition de l'offre a été recensée sur la période 2017-2018 à partir des domaines culturels du code NAF 2008 : patrimoine, spectacle vivant, livre et presse, arts visuels, enseignement, audiovisuel/multimédia. Une modification au code NAF a été introduite pour l'enquête, en séparant l'activité des bibliothèques du domaine « patrimoine » pour créer un nouveau domaine intitulé « lieux de proximité » (bibliothèques et Maisons des Jeunes et de la Culture.

L'enquête par questionnaire a été conduite entre décembre 2018 et mai 2019, après une phase de test en décembre 2018. 1473 personnes âgées de 16 à 29 ans ont été interrogées. Le fichier final compte 1014 questionnaires constituant un échantillon représentatif prenant en compte, dans les proportions adéquates, la typologie des communes (6 profils territoriaux dits « clusters ») et les caractéristiques socio-démographiques des jeunes de la MRN. 56 communes ont été couvertes par les questionnaires et tous les clusters sont représentés dans l'échantillon.

Le questionnaire a été construit à partir de celui de l'enquête « Pratiques culturelles des Français 2019 » du DEPS-Ministère de la Culture, et ce à des fins de comparaison. Il a été adapté et complété par des questions spécifiques au territoire enquêté ainsi qu'aux dispositifs d'éducation artistique et culturelle. Il est composé de 79 questions. La durée de passation était de 30 à 50 minutes. Les questionnaires ont été administrés en présence d'enquêteurs, en face à face individuel ou en passation collective. Quelques questionnaires ont été administrés à distance avec des enquêtés pré-identifiés.

Enfin, **74 jeunes ont été rencontrés dans le cadre de 36 entretiens individuels et 12 entretiens collectifs.** Les enquêtés ont été choisis à partir de leurs pratiques culturelles (rares ou ordinaires) ou de dispositifs d'éducation artistique et culturelle. L'intérêt a ici été porté à la réalisation concrète des activités pratiquées. L'objectif de ce troisième volet méthodologique était d'identifier des pratiques, leurs modalités, les médiations et attachements, les circulations (sur le territoire, entre les pratiques...), des attentes et des obstacles. La durée moyenne des entretiens était de 60 minutes. Ils ont été menés pour moitié par les étudiants du Master Direction de projets ou d'établissements culturels et pour moitié par des chercheurs et chercheuses de l'équipe CultuR.

Des lieux de passation multiples

- structures et associations sanitaires et sociales, d'aide à l'insertion
- structures et associations socio-éducatives, culturelles et sportives
- espaces publics (parcs, centres commerciaux, *etc.*)
- entreprises, commerces, établissements hospitaliers
- Maison de l'Université, alors lieu d'accueil des journées défense et citoyenneté (JDC)
- établissements de formation secondaires et supérieures

Les jeunes dans la Métropole Rouen Normandie (source : INSEE)








- 100 406 jeunes de 16 à 29 ans dans la MRN en 2016, soit 20,5% de la population (4 points de plus qu'en France métropolitaine).
 - 1 jeune de la MRN sur 3 vit à Rouen
 - La proportion de jeunes à l'intérieur de chaque commune varie fortement d'une commune à l'autre.
 - La part de chômage chez les 16-29 ans est de 16,2 % dans la MRN (France Métropole : 13,5 %).
 - Les jeunes qui arrivent dans la MRN sont souvent étudiants tandis que ceux qui en partent sont souvent en emploi.
-

Une enquête représentative de l'ensemble des jeunes de 16 à 29 ans de la métropole Rouen Normandie

PROFILS COMMUNAUX

Typologie par analyse en composantes principales, combinant les indicateurs suivants :

densité, démographie, qualification, composition sociale et économique, chômage, logement, revenus

-  Commune
-  Cluster 1
-  Cluster 2
-  Cluster 3
-  Cluster 4
-  Cluster 5
-  Cluster 6

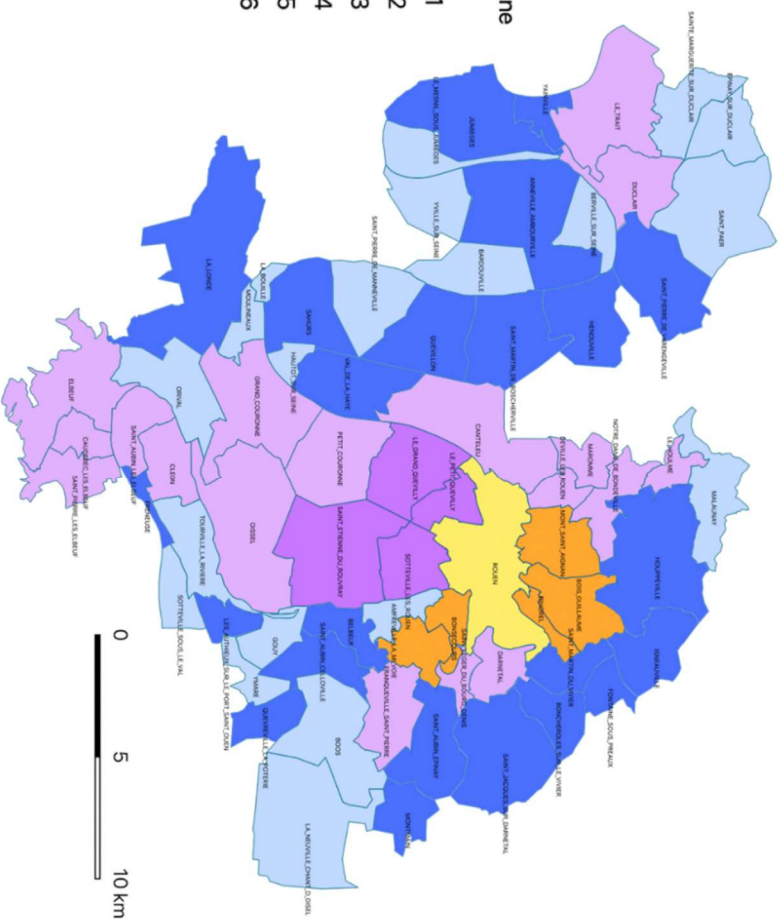


Figure 1.
Profil territorial de la métropole Rouen Normandie

LES JEUNES FACE À L'OFFRE CULTURELLE MÉTROPOLITAINE

Comme dans tout espace métropolitain, la MRN présente une diversité de situations socio-démographiques. Elle propose également un potentiel riche et varié de rencontres possibles avec les « mondes de la culture », avec l'ensemble des édifices et des équipements culturels, ainsi qu'avec les ressources patrimoniales et environnementales disponibles sur son territoire. Pour savoir de quelle manière les jeunes s'emparent de l'offre culturelle de la MRN, la question de la disponibilité et de la répartition de ces ressources culturelles en tout point du territoire a été interrogée en premier lieu.

En partant de l'hypothèse que cette offre se répartit de manière différente d'un point à l'autre de la métropole, se pose la question de l'accessibilité à ces ressources, et des mobilités induites pour les jeunes selon leur lieu de résidence.

Pour comprendre les choix effectués par les jeunes, il a ensuite été utile de préciser s'ils disposent d'une connaissance partielle ou plus complète de la présence de ces offres.

CARACTÉRISER LE TERRITOIRE ET L'OFFRE CULTURELLE POUR COMPRENDRE LES PRATIQUES CULTURELLES DES JEUNES

Dans l'objectif de conduire une enquête représentative, ont été interrogés des jeunes résidant dans plusieurs grands types de territoires composant la MRN. Ces types sont issus d'une typologie réalisée sur les informations caractérisant la diversité des communes de la MRN et de ceux qui y habitent : données de densité, de démographie, de qualification, de composition sociale, d'activités économiques, de chômage, de types de logement et de niveaux de revenus.

Six profils territoriaux de communes ressortent : des « **clusters** » (figure 1).

Les espaces éloignés du centre métropolitain, peu denses et pavillonnaires composent les deux premiers clusters – les communes du [cluster 2](#) accueillant une population plus jeune (avec beaucoup de 0-14 ans et de 30-44 ans) que celle du [cluster 1](#).

Les espaces urbains denses de la métropole, plus modestes économiquement et principalement composés d'employés, de professions intermédiaires et d'ouvriers, correspondent aux [clusters 3 et 5](#), avec des communes particulièrement denses et ouvrières pour le [cluster 5](#).

Les territoires les plus proches du centre métropolitain, présentant les plus hauts revenus de la métropole rouennaise et les propriétaires de logement les plus nombreux, mais correspondant aussi à la population la plus âgée du territoire, composent le [cluster 4](#).

Enfin, la commune de Rouen forme à elle seule le [cluster 6](#), en raison de sa situation vraiment différente du reste du territoire métropolitain, et supérieure dans tous les domaines, excepté pour le niveau de revenu et le vieillissement.

Pour identifier les ressources culturelles et patrimoniales de la MRN, nous avons travaillé à partir de sources institutionnelles, de 2017 à 2018 (figure 1.).

Les résultats de l'enquête montrent que le fait d'habiter dans différents endroits de la MRN peut influencer sur le choix des pratiques, notamment par des effets de proximité, mais également par des offres culturelles variables selon les endroits.

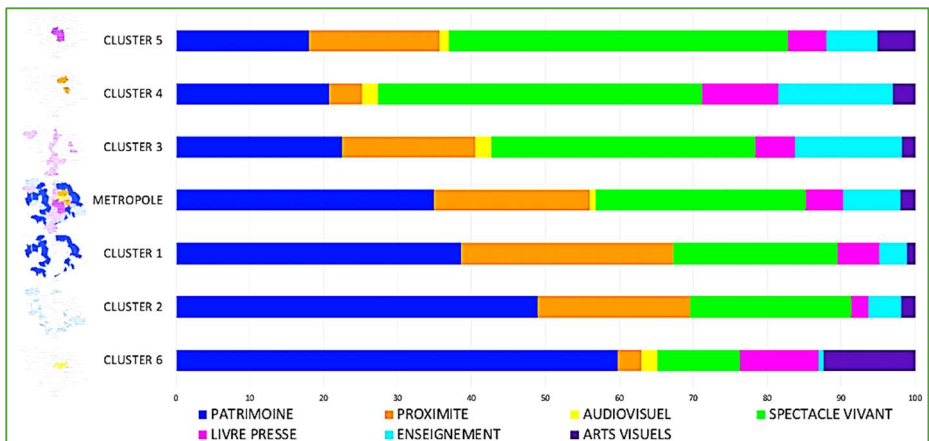
Sans prétendre couvrir l'exhaustivité de l'offre culturelle disponible, comme de celle proposée par certains secteurs comme les activités associatives ou les structures en émergence, ce recensement local représente un panel de 800 lieux culturels (cf tableau 1). Suivant le découpage ministériel en domaines culturels, et en rajoutant un domaine d'offre culturelle de proximité distinct du domaine du patrimoine, le paysage culturel global de la métropole rouennaise présente, en nombre, une majorité de lieux de patrimoine – de la statue aux églises – (48%), puis des activités de spectacle vivant (20%). Ce paysage culturel métropolitain est complété ensuite par une offre d'équipements de proximité (9%), ou dans les domaines du livre et de la presse (9%), des arts visuels (8%), de l'enseignement (4%) et de l'audiovisuel (2%).

Domaine	%	Effectif	Type	%	Effectif	Sources
PATRIMOINE	48	380	MONUMENT HISTORIQUE	41	324	Base Mérimée 2017
			MUSEE	3	20	Conseil départemental 76, MRN, 2018
			ARCHIVE	2	13	France.archives.fr 2017
			SITE NATUREL CLASSE OU INSCRIT	2	19	atlas.patrimoines.culture.fr 2017
			JARDIN CLASSE	0,4	3	Ministère de la Culture 2017
			PARC ANIMALIER	0,1	1	zoo.france.com 2017
SPECTACLE VIVANT	20	163	THEATRE SALLE DE SPECTACLE	6	44	Ministère de la Culture, ONIA 2017
			FESTIVAL	14	114	Ministère de la Culture, Agenda culturel 2017
			ORCHESTRE REGIONAL	1	5	Ministère de la Culture 2017
PROXIMITE	9	72	BIBLIOTHEQUE	8	61	Ministère de la Culture 2018
			MJC	1	11	Sites web municipaux, Pages jaunes 2019
LIVRE ET PRESSE	9	71	LIBRAIRIE	4	29	Ministère de la Culture 2017, Pages jaunes 2019
			MAISON D'EDITION	5	42	SNE, Pages jaunes 2017
ARTS VISUELS	8	60	GALERIE D'ART	7	59	artisteo.fr, pages jaunes 2017
			FRICHE CULTURELLE	0,1	1	Artfactories 2017
ENSEIGNEMENT	4	33	CONSERVATOIRE	1	5	Ministère de la Culture 2017
			ECOLE DE MUSIQUE DANSE	3	26	Sites web municipaux, Pages jaunes 2019
			GALERIE D'ART	0,3	2	Ministère de la Culture 2017
AUDIOVISUEL	2	17	CINEMA	1	9	CNC 2016
			RADIO	1	6	Annuairedelaradio.com, annuradio.fr 2017
			TV	0,3	2	CSA 2018

*Tableau 1.
L'offre culturelle recensée en MRN en 2017-2018*

Les différents clusters de la métropole proposent une répartition entre domaines culturels qui peut différer de la proposition de la métropole entière (figure 2). Ainsi, Rouen (cluster 6) et les communes les plus éloignées du centre métropolitain (clusters 1 et 2) ont une offre culturelle relevant

majoritairement en nombre du domaine du patrimoine. Les communes à composante ouvrière ont une offre qui concerne davantage le spectacle vivant, les équipements de proximité et l'enseignement – et ceci au même niveau que les communes les plus aisées et qualifiées de la MRN (cluster 4). De



*Figure 2.
Des profils d'offre culturelle différents à l'intérieur de la MRN*

plus, en moyenne, chaque commune de la métropole propose un potentiel de 11 lieux culturels à sa population, avec une variété de 4 types différents de domaines d'offre culturelle. Les communes jouent généralement la carte de la diversité de l'offre culturelle, même lorsque leurs ressources sont réduites. Les différences entre communes sont néanmoins à prendre en considération : la ville de Rouen a très tôt dans l'histoire des politiques culturelles valorisé son patrimoine, quand d'autres villes, de culture ouvrière, ont investi le champ de l'éducation populaire et ont développé équipements et pratique amateur.

Sur le plan de l'accessibilité à ces offres culturelles, on constate un accès relativement facile par le réseau des transports en commun, sauf pour les clusters éloignés, moins bien desservis (figure 3).

Une singularité locale : la MRN offre un écrin vert à sa population, avec une vaste superficie forestière, qui dépasse notamment 25% de la superficie de chaque commune (clusters 1, 2 et 3, figure 3). Il existe un réel potentiel pour les pratiques en lien avec la nature et les balades.

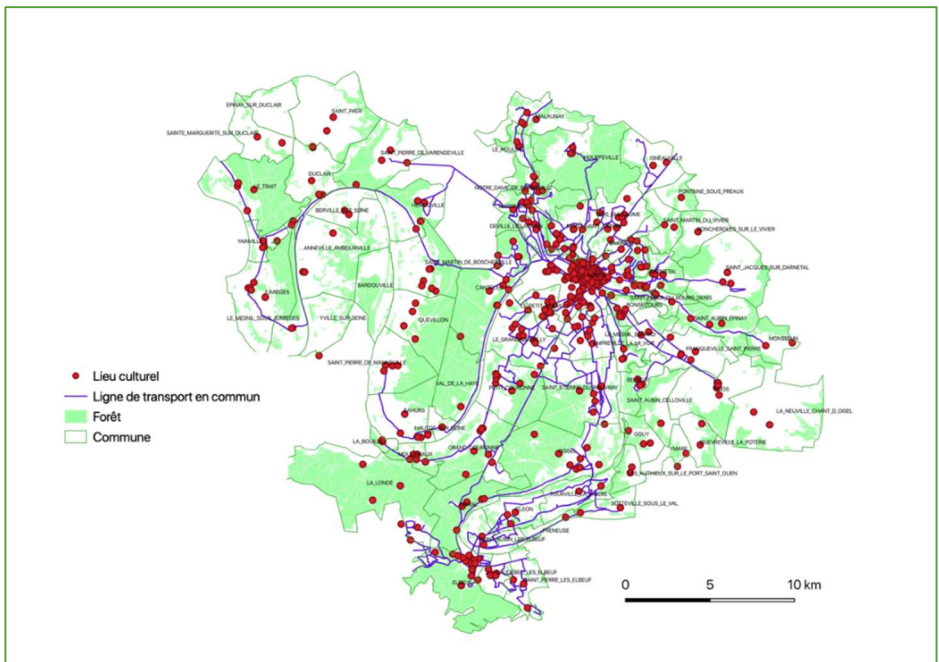


Figure 3.
Accessibilité en transport en commun à l'offre culturelle dans la MRN

Une autre particularité est à relever, cette fois plus régulièrement observée dans les villes françaises ou européennes pour les activités culturelles : il s'agit du phénomène de concentration aiguë de l'offre culturelle dans le cœur historique de toute métropole et de la diminution rapide de la densité de cette offre culturelle au fur et à mesure que l'on s'éloigne du centre métropolitain pour aller vers les espaces urbains périphériques. Ce phénomène est parfaitement lisible dans la disposition de l'offre culturelle de la métropole rouennaise (figure 3).

La prise en compte de la diversité sociodémographique du territoire métropolitain mais aussi de la variété de l'offre culturelle disponible et de sa répartition à l'intérieur de la métropole rouennaise, nécessite d'interroger les conditions des pratiques culturelles des jeunes et les mobilités nécessaires pour les réaliser.

LA MOBILITÉ DES JEUNES SUR LE TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLÉ : DISTANCE ET PROXIMITÉ

Les résultats de l'enquête quantitative font apparaître un besoin de mobilité de la part des jeunes de la métropole rouennaise. Ces derniers ont une appétence pour les activités qui les amènent à sortir de chez eux (80%) plutôt qu'à pratiquer des activités à domicile (20%). Plus les jeunes résident loin de la commune de Rouen, plus ils sont attirés par les activités qui les amènent à sortir de chez eux (89% pour les clusters 1 et 2). Cependant, préférer sortir de chez soi ne signifie pas pour autant s'éloigner de ses lieux de vie : ainsi, les jeunes sont assez partagés entre le fait d'exercer leur activité à proximité de leur domicile ou de leurs lieux de travail/études/formation (55%) et se déplacer là où est proposée l'activité qu'ils désirent (45%), et ce, quel que soit le cluster de résidence.

Les jeunes de la métropole rouennaise profitent donc à la fois de l'offre culturelle de proximité et de celle qui est plus éloignée : ils sont donc partagés entre les temps de trajet très courts (moins d'un quart d'heure, pour 27% d'entre eux), pour lesquels ils ont tendance à utiliser le vélo ou la marche à pied, et des temps de trajet longs (plus d'une demi-heure, pour 33% d'entre eux) pour lesquels ils utilisent davantage le covoiturage, le train et l'autocar. Ce sont assez logiquement les jeunes résidant à Rouen qui mettent le

moins de temps pour atteindre le lieu de leur activité préférée, puisqu'il existe une concentration de l'offre dans leur ville ; ils se déplacent donc plus facilement à pied ou en vélo. Les jeunes du cluster 1 (périphérie pavillonnaire âgée peu dense), plus éloignés du centre, utilisent davantage leur voiture personnelle (ou deux-roues motorisé).

Les résultats de l'enquête montrent des différentiels de mobilité en fonction des pratiques.

Cependant, ce ne sont pas forcément les jeunes les plus éloignés du centre qui ont les temps de trajet les plus longs, mais plutôt ceux qui vivent dans des communes du cluster intermédiaire (48% des jeunes résidant dans le cluster 3 mettent plus d'une demi-heure pour se déplacer jusqu'à leur activité préférée), sans doute car ce sont ceux qui utilisent le plus les transports en commun (32%), nécessitant davantage de temps que les moyens de transport personnels pour se déplacer.

Pour les concerts, dont l'offre est assez large sur la métropole normande, tous types de concerts confondus, les jeunes déclarent rester très majoritairement dans leur commune ou région de résidence (75%), ce qui est un peu moins marqué pour les visites de musées (56%) et pour les festivals (56%). Dans ces deux derniers cas, on peut supposer que c'est l'effet « touristique » qui l'emporte (à titre

d'exemple, pour les musées, 48% des jeunes déclarent aller à Paris, 45% à l'étranger – les réponses à cette question pouvant être multiples).

Lorsqu'on interroge les jeunes sur les lieux de spectacle qu'ils fréquentent, ils citent avant tout – les réponses pouvaient être multiples également – des lieux destinés à la musique (60%), puis au spectacle vivant (49%), des salles sportives et de congrès (12%), des cinémas (12%), des lieux d'expositions (4%) et des salles des fêtes (1%). Globalement, les lieux les plus cités sont les lieux du (ou proche du) centre, à l'exception du Zénith. Aucun lieu des clusters 1 et 2 n'est cité, alors qu'il existe une offre de proximité de salles de spectacle sur de nombreuses communes du territoire métropolitain. Les jeunes citent principalement des lieux connus, des lieux leur permettant d'entretenir leur sociabilité. Ils citent aussi ces lieux plus spontanément, ce qui laisse supposer une relative méconnaissance de l'offre de proximité sur le territoire métropolitain.

Concernant les pratiques de loisirs entendues dans un sens plus large, les jeunes semblent profiter davantage des ressources qu'ils ont à proximité de leurs lieux de vie. Parmi ces pratiques, les jeunes se tournent très majoritairement vers les balades (82% des pratiques déclarées). Si les lieux de promenades cités se trouvent majoritairement à Rouen (60%), les lieux des clusters 1 et 5 sont souvent mentionnés (11% et 13% respectivement). Les clusters 1, 3 et 4 sont plébiscités pour les balades dans leurs bois et forêts, et le cluster 6 (Rouen) l'est à la fois pour les parcs/jardins et le patrimoine.

L'analyse des pratiques culturelles des jeunes de la MRN sous l'angle de la mobilité laisse donc apparaître un certain nombre d'éléments clés :

- les jeunes n'ont pas les mêmes « façons » de pratiquer la culture en fonction de leur cluster de résidence.
- les pratiques déclarées sont fonction de l'éloignement du centre et des offres de proximité

Le lieu de résidence, c'est-à-dire le fait d'habiter dans un des six clusters de la métropole, joue sur le niveau d'activité culturelle des jeunes.

Globalement, les jeunes ont une diversité d'activité culturelle tout à fait notable de plus de 22 activités de genres esthétiques différents citées en moyenne (musiques, films, séries, spectacles, festivals, théâtres, danses, cirques, livres, expositions, *etc.*).

Les jeunes résidant dans le cluster 3 (communes denses d'employés et d'ouvriers) développent un choix plus spécialisé dans quelques genres esthétiques.

Les jeunes habitant le cluster 6 (commune de Rouen) développent à l'opposé un plus grand éclectisme culturel avec plus de 31 pratiques et genres esthétiques différents cités.

On attendrait une situation semblable, à savoir un grand éclectisme culturel, chez les jeunes résidant dans les communes du cluster 4 (communes riches et âgées), mais on observe curieusement dans cette partie de la métropole rouennaise un positionnement relativement moyen en nombre de genres esthétiques ou pratiques réalisées par les jeunes.

Concernant les sorties culturelles, les jeunes de la MRN réalisent en moyenne 8 sorties par an.

Les jeunes résidant dans le cluster 3 (communes denses d'employés et d'ouvriers) ont un volume très bas de sorties culturelles, ce qui peut s'expliquer par la composition sociologique et économique de la population de ces communes.

Pour les jeunes habitant en périphérie de la métropole dans le cluster 1 (périphérie pavillonnaire âgée peu dense), on constate l'existence d'une réelle dynamique de déplacement pour les sorties culturelles, mais qui ne dépassera pas le seuil de 11 sorties annuelles.

Quant aux jeunes résidant au cœur de la métropole dans la commune de Rouen, ils indiquent un volume très élevé de sorties culturelles, correspondant bien à une spécificité de pratiques culturelles plus étendues.

L'effet de la proximité et de la connexité au cœur urbain métropolitain favorise un nombre de sorties culturelles plus important chez les jeunes.

On constate cet effet de facilité de déplacement pour les jeunes des communes bien connectées et centrales (jeunes habitant à Rouen – cluster 6) mais aussi pour les jeunes des communes à la fois bien connectées et modestes économiquement – cluster 5, communes très denses à faibles revenus. Cette influence sur le nombre de visites culturelles ne modifie pas en revanche les choix de genres esthétiques pratiqués.

Ces résultats suggèrent que les pratiques culturelles des jeunes ne reposent pas sur une frontière imperméable entre pratiques institutionnelles et pratiques informelles (que l'on pourrait aussi qualifier d'auto-organisées), avec d'un côté des jeunes qui sortiraient dans les lieux reconnus par les institutions, et de l'autre des jeunes qui auraient des pratiques sortant des circuits traditionnels. Quand il y a diversité des pratiques, elle s'exerce à la fois dans les deux circuits.

En observant précisément les lieux et salles de la MRN que les jeunes fréquentent, on note que ces derniers n'investissent pas avec la même intensité ces lieux et salles en fonction de leur lieu de résidence. Cela renvoie à des formes d'omnivorisme. L'indicateur d'omnivorisme métropolitain a été construit sur la base de la diversité des pratiques citées : événements, spectacles, sites historiques, promenades et musées « pratiqués » dans la MRN au cours des 12 derniers mois.

Les jeunes résidant dans le cluster 1, périphérique, et dans le cluster 5, rapidement connecté au centre métropolitain, visitent jusqu'à 13 sites métropolitains différents. Ces taux significativement élevés pour les clusters 1 et 3 – la moyenne pour l'ensemble des jeunes étant de 10 sites métropolitains visités par an – ne se retrouvent curieusement pas chez les jeunes résidant dans les communes aisées de la métropole (cluster 4), où on

dénombrer un niveau particulièrement bas de moins de 3 salles et lieux métropolitains visités par an. Quant aux jeunes habitant l'hypercentre métropolitain, on relève un nombre significativement élevé, dépassant 15 sites métropolitains visités cités.

Globalement, les jeunes vivant au centre ou à proximité du centre (cluster 6) ont des pratiques plus éclectiques que les jeunes des autres clusters. Ce constat est vrai pour les pratiques institutionnalisées (cours dans une école de musique, visite d'une exposition dans un musée, *etc.*) comme pour les pratiques plus informelles (cuisiner pour le plaisir, écrire un blog, pratiquer des activités de décoration, voir une exposition dans un bar, prendre des cours sur internet, *etc.*). Les jeunes de Rouen ont une diversité de pratiques informelles significativement plus grande que les autres (20 et plus, contre une moyenne de 15 activités différentes pour l'ensemble des jeunes). Les jeunes du cluster 3 en ont significativement moins que les autres (moins de 10) et ceux du cluster 4 sont dans la moyenne.

Les goûts culturels et la propension à l'omnivorisme des jeunes de la MRN sont ainsi variables sur l'ensemble du territoire. Ces constats interrogent l'influence du territoire sur le choix des pratiques chez les jeunes, contraignant ou facilitant leurs usages, goûts et sorties culturelles. Ces constats présentent les premiers éléments de la complexité des profils culturels des jeunes en lien avec le territoire, l'offre culturelle et les questions de

mobilité. Ils ouvrent sur des interrogations mobilisant des explications éducatives, sociales et économiques face aux pratiques culturelles observées.

QUATRE MANIÈRES D'ÊTRE JEUNE : PRATIQUES, GOÛTS ET SORTIES

L'analyse typologique statistique fait apparaître quatre types de jeunes dans la MRN. Leur dénomination a été faite à partir de l'activité principale de la classe d'âge principalement concernée.

Ainsi, le type « en formation secondaire » est principalement constitué de jeunes de 16 à 18 ans (95,7 %) alors que les « actifs » sont composés aux $\frac{3}{4}$ de jeunes de 25 à 29 ans. Les « 19-21 ans » sont principalement présents dans le groupe de jeunes du type « en formation supérieure » (71,4%), mais ils le sont également dans le type « en insertion professionnelle » (41,4%). Ces derniers comprennent également majoritairement la classe d'âge des 22 à 24 ans (50,2 %), et constituent le type le moins homogène pour ce critère.

4 types ont été statistiquement construits qui se structurent principalement par les classes d'âge et l'activité principale (élèves, étudiants, actifs, au foyer, apprentissage)

1. en formation secondaire
2. en formation supérieure
3. en insertion professionnelle
4. actifs

Ces 4 types ont un rapport différencié aux pratiques culturelles.

Une stratification par classe d'âge qui répond à un principe largement constaté : le degré d'indépendance et d'autonomie des individus dans le choix de leurs pratiques sociales.

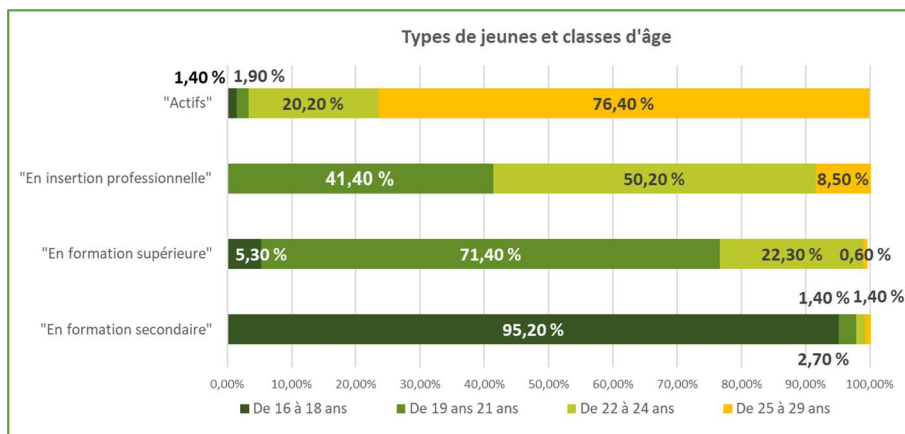


Figure 4.

Ainsi, les jeunes « en formation secondaire » sont-ils ceux qui dépendent des moyens financiers et de l'autorisation de leurs parents, alors que ceux qui sont « en formation supérieure » gagnent en autonomie, notamment matérielle, même si le soutien financier des parents est encore présent. Les deux autres types concernent principalement ceux qui ont gagné leur autonomie et leur indépendance financière, que ce soit avec les faibles niveaux de revenus pour ceux « en insertion professionnelle », ou plus conséquents pour ceux entrés dans la vie active (« les actifs »).

LE SPORT : UNE PRATIQUE DE LOISIR QUI RÉUNIT L'ENSEMBLE DES JEUNES

Trois modes de comportement sont observables dans les pratiques générales de loisirs : ce sont d'abord ceux que l'on peut appeler les « casaniers » (14,8%) qui ne sortent pas ou très rarement, et préfèrent les activités qui sont faites à la maison ; ensuite les « sportifs » (58,9% de la population enquêtée), qui préfèrent les activités qui les amènent à sortir de chez eux, et pratiquent des activités sportives régulièrement ; et pour terminer, les « artistes-sportifs » (26,3%) qui pratiquent des activités artistiques (théâtre, poterie, écrire des poèmes...) et font couramment du sport.

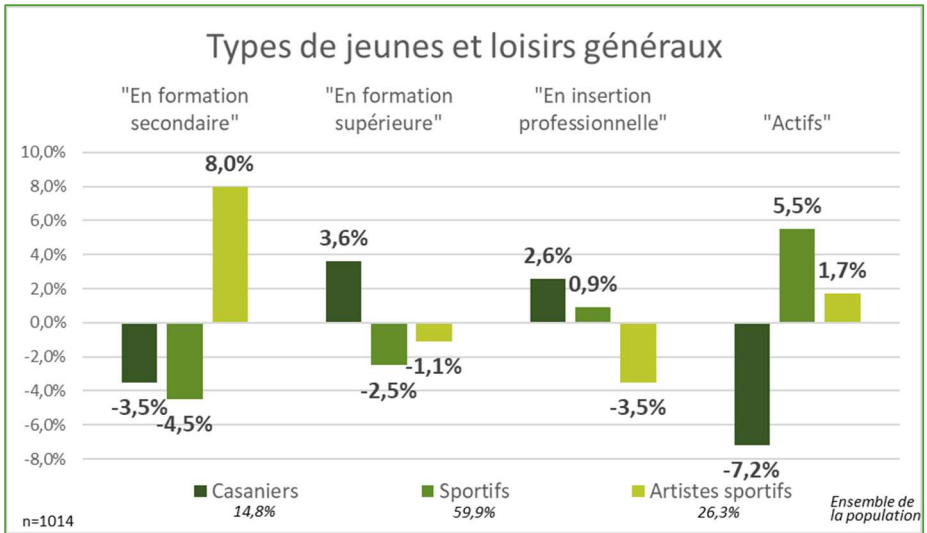


Figure 5.

Pour lire ce schéma : par rapport à l'ensemble de la population, les jeunes « En formation secondaire » sont 8% plus « Artistes sportifs » que dans les jeunes de l'ensemble de la population.

A l'inverse, les « Actifs » sont 7,2% moins « Casaniers » que l'ensemble de la population.

Ainsi, les « Artistes sportifs » font-ils 34,3% des jeunes « En formation secondaire » : 26,3% dans la population totale (plus 8%). Les « Casaniers » font 7,6% des « Actifs », soit 14,8% dans l'ensemble de la population (moins 7,2%).

La somme de chacun des types de jeunes est égale à 0, aux approximations d'arrondis près.

Comme on peut le voir sur la figure 5, les « artistes sportifs » concernent davantage les plus jeunes, ceux qui sont dans la catégorie « en formation secondaire », alors que les plus âgés, les « actifs », se focalisent davantage sur les activités sportives. Paradoxalement, ceux que l'on pourrait croire les plus à même de sortir, les « en formation supérieure », sont ceux qui valorisent les activités à domicile (« les casaniers »). De manière générale, l'activité sportive est une pratique qui rassemble fortement l'ensemble des jeunes de 16 à 29 ans de la métropole rouennaise, puisqu'ils la pratiquent à plus de 85 % au moins une fois par semaine.

**LES PRATIQUES AMATEURS : LE « SA-
VANT » ET LE « POPULAIRE » RECOUPENT
LA TENSION ENTRE ACCOMPAGNEMENT ET
AUTONOMIE**

Quatre manières d’appréhender les pratiques amateurs sont observables. Celle la plus pratiquée, « **Faire des images** », (55,6 %), est réalisée par les quatre types de jeunes. C’est une approche autonome des pratiques, pour lesquelles aucun cours n’est pris, ou éventuellement des tutoriels sur Internet, pour faire du dessin, de la photographie, ou des montages audio-vidéo.

plutôt féminine (15,60% des répondants déclarent danser, 70% sont des femmes).

Les jeunes « en formation secondaire » sont davantage mobilisés par les « **musiques savantes accompagnées** » (11 % de population) que les autres jeunes. Ils prennent des cours principalement de musique classique, en école de musique ou au conservatoire et pratiquent un instrument.

Quant aux « **groupes de rocks** » (17,8 % de population), ils jouent de la guitare, de la basse, de la batterie, voire chantent du rock, du métal, du hard rock, et en moindre proposition, du

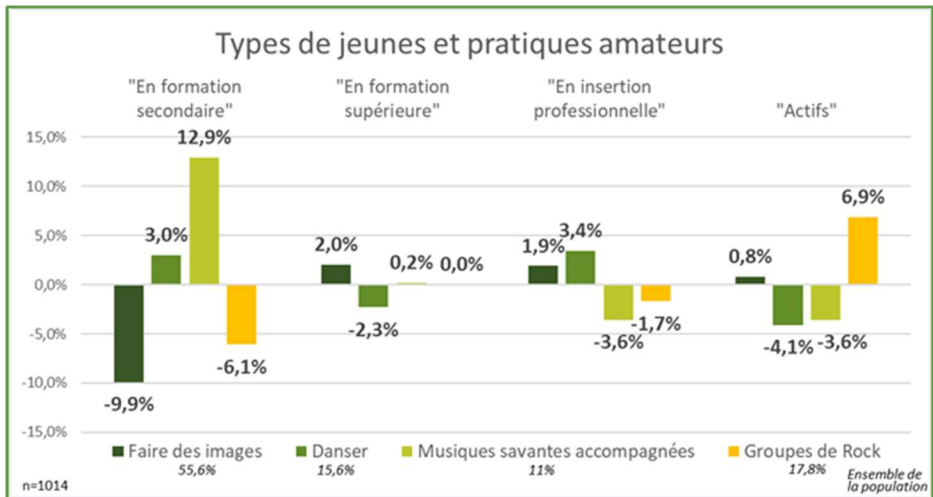


Figure 6.

« **Danser** » (15,6 % de population) concerne davantage les jeunes « en insertion professionnelle » qui se centrent sur cette activité en prenant des cours fréquemment dans les associations culturelles. C’est une activité

funk ou du blues. C’est une pratique plutôt masculine des « actifs ».

LE NUMÉRIQUE, CULTURE COMMUNE, À L'EXCEPTION DES PLUS ÂGÉS DES JEUNES

Il est possible d'observer **4 manières de pratiquer le numérique et le rapport aux écrans** :

- 7,6% ne jouent pas aux jeux vidéo et ont très peu de fréquentation des réseaux sociaux
- 32,5% regardent la télévision et écoutent (en ligne) rap & Rnb
- 32,9% écoutent du rap, de la techno et jouent aux jeux vidéos
- 26,9% ne regardent pas (peu) la télévision et préfèrent écouter de la musique

ils déclarent ne pas regarder la télévision, ou éventuellement le week-end, et préfèrent écouter de la musique. À l'inverse, les jeunes « en formation secondaire » et « formation supérieure » pratiquent les jeux vidéo de manière intensive et écoutent en ligne du rap ou de la musique techno. Un dernier mode d'appréhension des pratiques numériques est observable, qui regroupe 32,5 % de la population enquêtée, mais se retrouvent de manière similaire dans chacun des types de jeunes constatés, même si elle est moins présente, en moyenne, chez les plus jeunes, mais surtout les plus âgés.

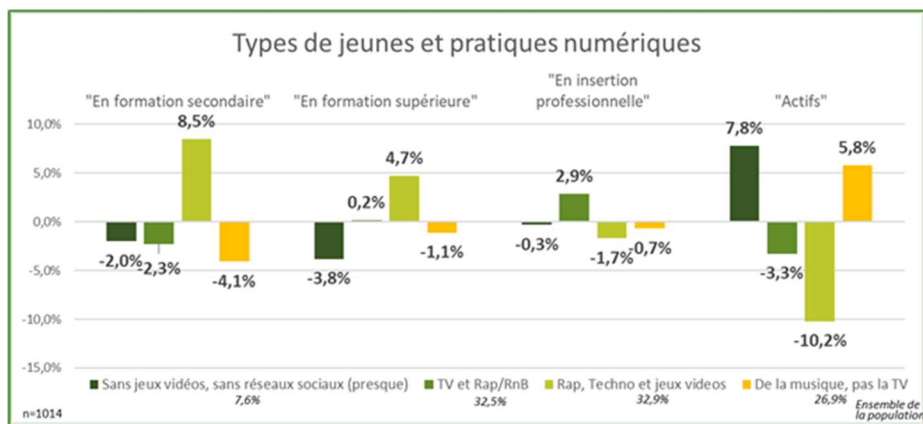


Figure 7.

Les pratiques numériques opposent les plus jeunes des plus âgés de la population enquêtée. Les « actifs » sont ceux qui utilisent le moins ces nouvelles technologies. Ils ne jouent pas (ou peu) aux jeux vidéo, et fréquentent les réseaux sociaux de manière parcimonieuse (une fois par semaine au plus). De la même manière,

NE PAS LIRE (DE LIVRE) : UN DÉSENTÉRÊT PARTAGÉ À L'EXCEPTION DES PLUS ÂGÉS DES JEUNES

Les goûts et pratiques esthétiques séparent les « actifs », qui sont des omnivores culturels, et les jeunes « en insertion professionnelle », pour qui la lecture est lointaine (ils ne lisent pas ou peu) et qui vont au cinéma principalement pour des films comiques ou des films d'action (blockbusters) ou également d'aventure ou d'animation.

sont donc présents de manière non négligeable dans l'ensemble de la jeunesse métropolitaine.

Deux autres groupes sont présents dans l'ensemble de la population, que l'absence de lecture (de livre) et le visionnage de films comique ou d'action rassemblent : seule la fréquentation des festivals de musique du monde ou traditionnelle les distinguent. Celles et ceux qui y assistent composent 12,4% de la population, alors que les autres constituent 6,9% % des jeunes.

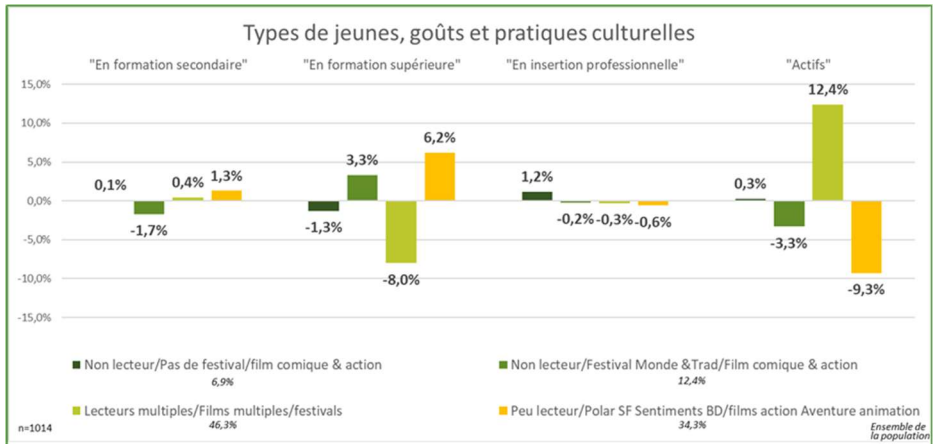


Figure 8.

Pour autant, même si les omnivores culturels sont statistiquement significatifs pour les « actifs », on les retrouve dans les autres types de jeunes, puisqu'ils représentent un peu plus de 46 % de la population des jeunes enquêtée·e·s. De manière similaire, celles et ceux qui lisent peu, essentiellement des polars, de la SF ou des romans sentimentaux, et vont voir des blockbusters composent plus d'un tiers de la population enquêtée (34,3%) : ils

SORTIR : UNE OPPOSITION « GRAND PUBLIC » / « PUBLICS SÉLECTIFS »

Quatre manières de sortir (aller au cinéma, mais également à la fête foraine, assister à des concerts ou des spectacles, faire du sport) s'observent chez les jeunes de la métropole.

Les jeunes « en formation supérieure » et « en insertion professionnelle » ont des sorties similaires, mais des approches différentes. Soit ils valorisent **le cinéma ou la fête foraine** (23,2 % de la population totale) et ne fréquentent pas les institutions culturelles (musées, théâtres, concerts), soit ce sont des **« curieux affamés »** (33,3% dans l'ensemble de la popula-

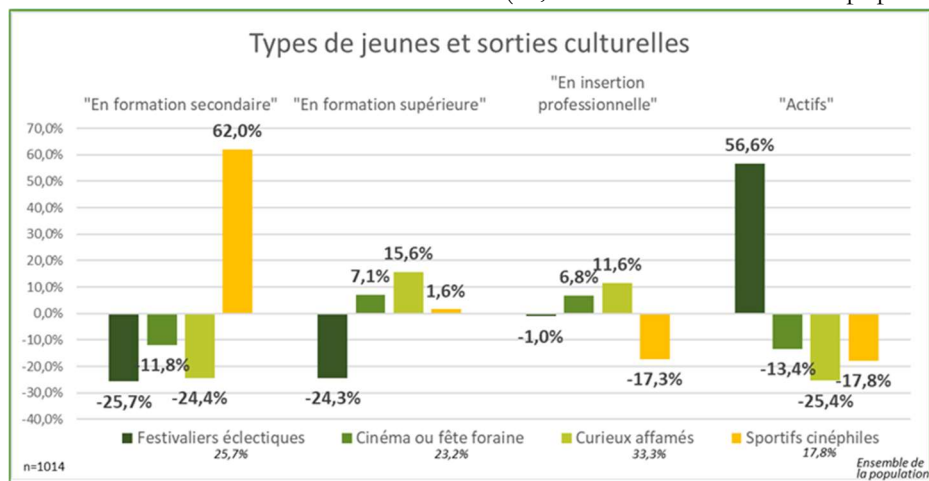


Figure 9.

Les **« festivaliers éclectiques »** (25,7 %) sont principalement des « actifs ». Ils fréquentent les festivals, vont voir des spectacles de rue, visitent les musées, assistent aux concerts, *etc.* On retrouve ici, dans les sorties, les omnivores culturels pratiquants. Les jeunes « en formation secondaire » sont principalement des **« cinéphiles sportifs »** (ces derniers composent 17,8% de la population totale). Ils sortent au cinéma (avec 14 films et plus par an) et également dans les parcs d'attraction. Ils assistent aussi à des matchs sportifs.

tion), qui à l'inverse sont présents dans les théâtres et les salles de concert, mais également dans les galeries d'art. Ce sont les jeunes dont les structures culturelles constatent la présence dans leurs établissements.

Les structures culturelles de la MRN sont néanmoins globalement peu perceptibles dans notre enquête. Plusieurs raisons peuvent permettre de le comprendre. Tout d'abord, seules 461 personnes sur les 1014 renseignent la question sur les salles de spectacles fréquentées, correspondant globalement aux « festivaliers

éclectiques » et aux « curieux affamés ». Ensuite, étant sur du déclaratif, les répondants ne se souviennent que rarement du lieu précis, seulement du spectacle vu, et encore souvent de manière vague. Seules les logiques de prestige et de renommée du lieu retiennent éventuellement l'attention, ce qui permet de comprendre notamment la forte présence de l'opéra de Rouen dans les mentions des salles fréquentées. Enfin, les personnes enquêtées parlent de leurs usages des lieux, qui ont finalement peu d'importance pour eux : l'important est ce qu'on y fait et avec qui, plus que le lieu lui-même.

LA FRÉQUENTATION MULTIPLE ET RÉCURRENTÉ DES ACTIVITÉS CULTURELLES, UN RESSORT DE LA PÉRENNISATION DES PRATIQUES

L'investissement associatif (28,4% de l'ensemble de population), que l'on peut considérer comme une pratique culturelle par l'implication d'échanges qu'elle contient, est plus particulièrement présent chez les « actifs ». De fait, le degré d'indépendance et d'autonomie est déterminant dans la possibilité de s'investir dans les associations pour conduire un projet qui correspond à des aspirations culturelles. C'est une fois libéré des contraintes d'études que l'investissement associatif peut s'épanouir.

La seconde modalité d'imprégnation culturelle (45,4% de la population totale) passe par la fréquentation régulière (et structurée) des pratiques et sorties culturelles. Ainsi, ceux qui ont

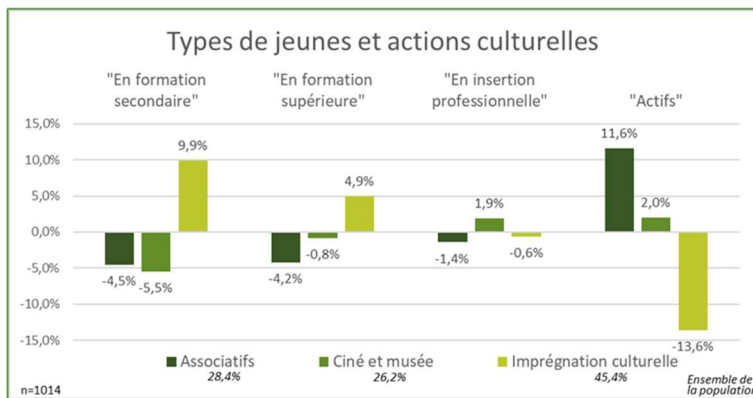


Figure 10.

suivi des classes à horaires aménagés musique ou danse, ou d'autres multiples opérations de médiation, sont ceux qui connaissent l'ensemble des cartes

(culture étudiant, Atout Normandie, Région Liberté) permettant d'accéder

à prix réduit aux différentes pratiques culturelles.

La fréquentation assidue des opérations de médiation pendant la période scolaire permet ainsi la sensibilisation à l'ensemble des pratiques culturelles.

Le dernier type d'actions culturelles n'a pas d'influence sur l'insertion dans les pratiques (26,2% des enquêtés). Le fait d'aller au cinéma ou de visiter un musée dans le cadre des activités scolaires n'induit pas une appétence à une fréquentation ultérieure des activités culturelles. Les cartes de médiation ne sont d'ailleurs pas connues.

Le constat que l'on peut faire des actions de médiations culturelles souligne **le rôle des opérations multiples et variées dans une imprégnation continue du rapport à la culture**. C'est cet environnement devenu familier qui ouvre à continuer la fréquentation des pratiques culturelles.

LES GRANDS ÉVÉNEMENTS CULTURELS DE LA MÉTROPOLE ROUEN NORMANDIE, FÉDÉRATEURS DES 16-29 ANS

Il existe quatre manières d'appréhender culturellement la métropole à partir des modes de fréquentation de l'offre disponible. La première concerne l'ensemble des jeunes que nous pouvons appeler les **« sports et musique »**. Plus du quart de la population enquêtée (27,5 %) fréquentent les événements sportifs et assistent aux concerts de musique (principalement gratuits).

Un autre quart de la population des jeunes de la métropole circule sur l'ensemble des structures culturelles de la métropole. Ce sont les **« métropolitains culturels »** (24,4 %). Ils sont présents dans les différents festivals (de musique, et d'art vivant en général), et fréquentent également les divers lieux d'exposition d'art visuel. Cette approche culturelle est celle des jeunes « en formation secondaire » et des « actifs ». Ils sont présents dans les établissements culturels de la métropole, ils constituent « les publics jeunes » constatés par ces structures. Ils connaissent les dispositifs de médiation et les cartes incitatives.

Le fait de **faire les magasins** (3,1 %) est la troisième manière d'approche de la métropole. Il concerne plus spécifiquement les jeunes « en insertion professionnelle ». Et, contrairement à ce que l'on pourrait penser

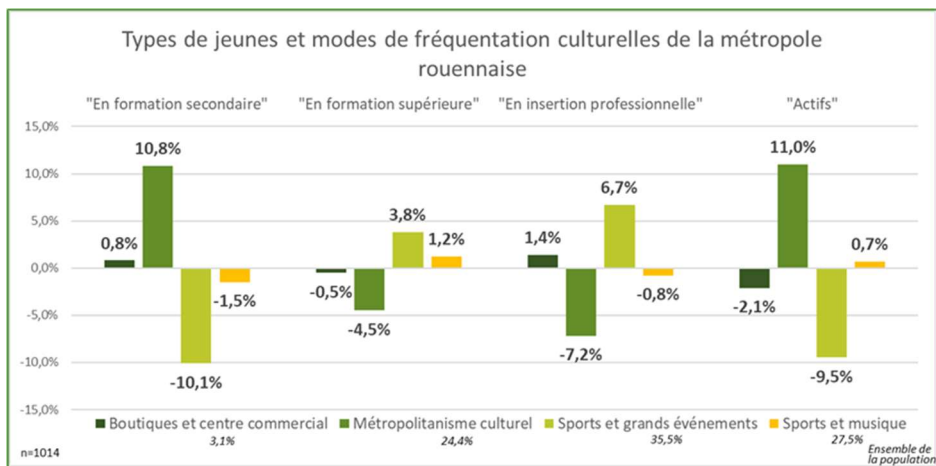


Figure 11.

subjectivement, il concerne simultanément hommes et femmes.

La dernière approche de la métropole, par les « **sports en grands événements** », concerne 45 % de la population enquêtée. Ce sont plutôt les jeunes « en insertion professionnelle » qui sont concernées par cette pratique. Mais nous remarquons que l'ensemble des 16–29 ans de la métropole est intéressée. Ce sont les grands événements, sportifs ou culturels (au sens large du terme, de la foire Saint-Romain aux 24 heures motonautiques, en passant par les grands concerts et les rencontres sportives nationales et internationales), qui reviennent régulièrement dans les événements cités. Il semble que la volonté de vivre quelque chose émotionnellement fort en commun, de se sentir appartenir à un groupe, soit déterminant dans cette venue.

À noter : les promenades et balades en forêt, en particulier dans les forêts qui composent une partie importante du territoire, n'apparaissent pas dans la typologie proposée, car ces pratiques sont partagées par l'ensemble de la population enquêtée.

UNE SEXUALISATION DES PRATIQUES CULTURELLES TOUJOURS PRÉSENTE

Comme déjà rapidement évoqué précédemment, il est possible de constater la permanence de la sexualisation des pratiques culturelles. Ainsi, si dans

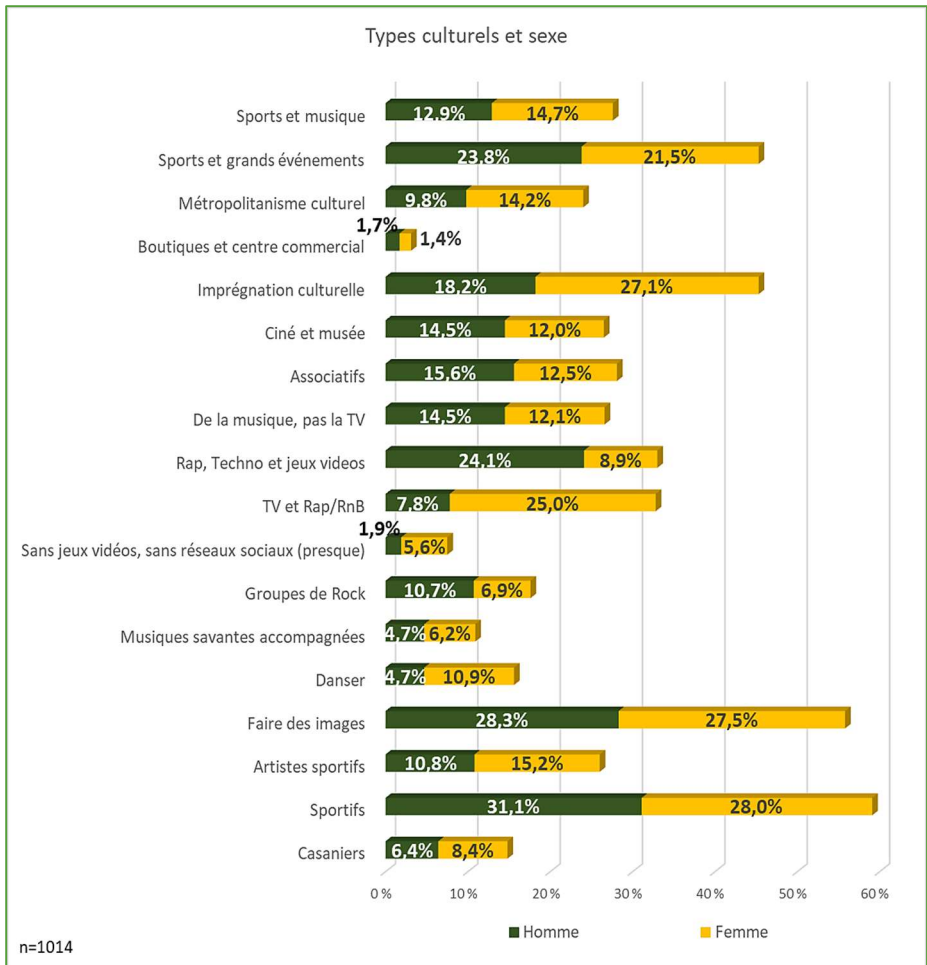


Figure 12.

les pratiques de loisirs générales les « sportifs » sont plutôt des hommes, les « artistes sportifs » sont plutôt des sportives. La pratique d'activités artistiques « féminise » les usages sportifs majoritairement présents dans cette génération.

De manière similaire, pour les pratiques amateurs, « danser » est féminin

alors que « groupes de rock » est masculin. Les pratiques numériques n'échappent pas à cette tendance de fond : les femmes sont plus distantes des jeux vidéo et des réseaux sociaux (les « (presque) sans jeux vidéo sans réseaux sociaux »), sont téléspectatrices et écoutent plutôt du rap et du R&B (TV et rap et R&B), alors que les hommes sont préférentiellement dans les « raps, techno et jeux vidéo » ou

vont écouter de la musique mais pas regarder la télévision.

Les actions culturelles suivies s'insèrent également dans cette logique puisque les « associatifs » et les « Ciné et musée » sont plutôt masculins, alors que les jeunes ayant suivi plusieurs activités de médiation de manière régulière et approfondie (les « imprégnations culturelles ») sont plutôt des femmes. Ce dernier point rencontre l'investissement culturel dans la MRN, puisque l'idéal-type du « métropolitain culturel » est féminin, tandis que celui du « sports et grands événements » est plutôt masculin.

UN TERRITOIRE MODAL

Les informations recueillies en entretien offrent d'autres fenêtres d'observations, s'intéressant notamment au « comment ».

Comment les jeunes pratiquent-ils ? comment qualifient-ils les pratiques culturelles (dont les leurs) ? Comment circulent-ils d'une pratique à une autre, d'un espace à un autre ? Comment se fabriquent leurs goûts culturels ? Comment entrent-ils dans les pratiques et quels rapports au territoire ces pratiques induisent-elles ?

L'enjeu du volet qualitatif de l'enquête était de s'intéresser, à partir des récits des personnes rencontrées, à ce que font les pratiques culturelles, non seulement dans le sens d'apports culturels ou d'éveils esthétiques, mais surtout dans le sens de ce qu'elles font faire aux acteurs et à ce qu'elles font au territoire. Partir des entretiens permet d'observer les jeux opérés dans un espace culturel métropolitain très organisé et maillé (l'offre est riche, diversifiée et plutôt bien répartie sur le territoire – avec des spécificités selon les clusters). Cela permet également de

s'intéresser à la manière dont les jeunes construisent et attribuent de la valeur à leurs pratiques, sans projeter une grille de lecture légitimiste et hiérarchisante.

Les entretiens ont fait l'objet d'une double analyse : une analyse de contenu thématique, et une analyse du corpus par découpage des entretiens en unités textuelles conduisant à travailler sur les pratiques et représentations d'une part, sur les freins et les leviers d'autre part.

QUATRE TYPES D'ORGANISATION DES PRATIQUES

Si l'espace des pratiques culturelles est hiérarchisé au sens d'une organisation stratifiée des pratiques allant d'institutions détentrices d'une forte légitimité (conservatoires, enseignement supérieur), à des pratiques se situant aux confins du divertissement, les récits des enquêtés témoignent d'une multipllicité d'organisations et de connexions avec les équipements du territoire et leurs acteurs.

4 types d'organisation des pratiques artistiques et culturelles :

- Les pratiques accompagnées
- Les pratiques académiques
- Les pratiques auto-organisées en collectifs structurés
- Les pratiques auto-organisées individuelles

1. les pratiques accompagnées désignent les pratiques de cours, d'ateliers, de sensibilisation, sous la forme de consommations de pratique ou de dispositifs scolaires, d'éducation populaire ou socio-culturels à des fins éducatives et/ou émancipatrices. Il s'agit alors de pratiques principalement inscrites dans un cadre de formation (scolaire), de divertissement ou de développement personnel.

2. les pratiques académiques désignent des pratiques relevant d'un enseignement visant la

formation à l'art. L'enseignement en conservatoire ou en filière de formation spécialisée en est caractéristique. Ici, les élèves savent qu'on peut s'amuser en apprenant. Comme l'exprime une musicienne du conservatoire, il y a « *ce côté plaisir et ce truc magique qui se passe quand on joue d'un instrument* » même si, parfois, pour reprendre les mots d'une autre personne interrogée, « *le plaisir vient à la fin* ». Les élèves ont aussi conscience du fort pouvoir légitimant de l'institution dont ils dépendent.

3. les pratiques auto-organisées dans des collectifs structurés : il s'agit de pratiques dont l'organisation repose sur une association – au sens premier du terme – de jeunes rassemblés autour d'une activité partagée, de causes à défendre, de projets à mener : pratiquantes de roller-derby, danseuses de *Cheerleading*, membres d'une association de promotion de la musique métal ou de mise en œuvre d'un festival de cinéma... L'organisation de la pratique, au-delà de l'activité elle-même, réside souvent dans l'accès à des lieux et à une visibilité. L'engagement relève de formes d'autonomisation (vis-à-vis des parents, des enseignants ou de pratiques accompagnées jusqu'alors), de formes d'*empowerment* ou de modalités de pratiques jusque-là plus individuelles.

4. les pratiques auto-organisées individuelles désignent des pratiques souvent « déterritorialisées » (à domicile, en mobilité...), liées notamment au développement des pratiques numériques et qui recouvrent une large

palette d'activités : jeux vidéo – parfois augmentés ou bricolés, usage ou production de tutoriels, photographie, écriture, écoute musicale... Ces pratiques, individuelles, n'en demeurent pas moins reliées, notamment via les réseaux sociaux.

MONDES ET CIRCULATIONS

L'ensemble des activités décrites renvoient à des normes et goûts esthétiques (la danse hip hop n'est pas la danse contemporaine) comme à des valeurs liées tout autant à des genres esthétiques qu'aux motifs d'agir et aux types d'organisation de la pratique. Se dessinent ainsi des « mondes », qui ont leur cohérence interne, reposant notamment sur des principes communs, variables selon les contextes.

Analyser les pratiques culturelles des jeunes engage à ne pas penser uniquement à travers le prisme d'une culture légitime.

Les éclectismes constatés dans les goûts comme dans les pratiques, les positionnements et jeux de distanciation opérés vis-à-vis des institutions culturelles ou scolaires, s'accompagnent de constructions différenciées de la grandeur et de la légitimité dans la multiplicité de mondes décrits par les enquêtés.

Les jeunes construisent du sens et des échelles de valeurs multiples, notamment en regard des modes de légitimation qu'ils perçoivent comme étant dominants.

Certes la conscience du potentiel hiérarchisant des pratiques persiste. Des élèves du conservatoire racontent ce sentiment d'être privilégiés ; d'autres disent aux enquêteurs « *ne rien faire* », sous entendant ne rien faire d'intéressant pour des chercheurs travaillant sur « la Culture », et répondant ainsi par le récit d'une hiérarchisation intériorisée des pratiques culturelles.

Ainsi un jeune lecteur et dessinateur de mangas évoque l'opinion des adultes souvent critique : « *c'est vraiment quelque chose qui est méprisé, c'est-à-dire que quand je disais à certains adultes que je lisais beaucoup de mangas ou que je dessinais du manga, on sent le regard des gens qui connaissent pas et qui ont un regard très fermé là-dessus* ».

Les pratiques induisent des rapports au territoire, tout comme elles en dépendent.

Cela amène à penser la MRN comme **un « territoire modal »** : s'y observent des effets de structuration, des échelles et connexions entre des pratiques et des lieux ; s'y construisent aussi différents rapports au territoire : des modes. Des passages d'un mode à un autre existent, des simultanités aussi.

Les pratiques culturelles offrent des prises différentes au territoire et inversement :

- Un territoire centralisé et rayonnant
- Un territoire déconcentré et maillé
- Un territoire stratégique et circonstancié
- Un territoire en retrait ou subi

Le territoire centralisé et rayonnant est celui de la scène rouennaise et du centre-ville patrimonial ; il est celui du conservatoire, des musées, des cinémas de Rouen, de l'Opéra, du 106 et des Écoles. Les individus inscrits dans des pratiques d'excellence (artistique, scolaire ou universitaire) circulent dans un espace relativement limité de la MRN (ils disent leurs contraintes de temps), sauf lorsqu'il s'agit d'aller se produire ailleurs (jouer une pièce de théâtre, faire un concert...). C'est aussi ce territoire qui « rayonne » : il attire et engage à venir s'y installer. Cette centralité de Rouen se lit dans la perception qu'ont les jeunes de la culture sur le territoire

métropolitain. Du point de vue des jeunes qui vivent la métropole depuis son centre, la culture sur le territoire se caractérise *par l'architecture du centre historique* de Rouen, le dynamisme de certains secteurs – tel le street art – ou de lieux de spectacle notamment associés à la vie nocturne.

Le territoire déconcentré et maillé est celui des bibliothèques, des structures d'éducation populaire, des MJC, des associations culturelles (dont les écoles de musique et de danse), mais aussi des dispositifs scolaires d'éducation artistique et culturelle. C'est dans ce territoire, qui recoupe parfois spatialement le territoire centralisé, qu'évoluent les jeunes les plus éloigné·e·s des pratiques « rares », en rencontrant par ce maillage des équipements, des artistes, des pratiques artistiques. Ils et elles circulent alors entre des pratiques allant de l'atelier théâtre au collège à des stages d'audio-visuel en passant par des chantiers de jeunes et des ateliers culinaires.

Le territoire stratégique ou circonstancié est celui qui est pratiqué par ceux qui vont chercher des lieux disponibles pour développer leur activité (gymnases, sous-sols, garages, espaces publics), quitte à beaucoup se déplacer (en bus, en métro ou en co-voiturage) sur toute la MRN. Cela renvoie aussi aux lieux associatifs proposant des « services » que vont chercher les jeunes (des cours, des entraînements...).

Ces premiers trois modes territoriaux peuvent être investis par les mêmes personnes, dès lors qu'elles en ont les ressources, ou que des dispositifs favorisent les intersections.

Les circulations entre ces modes sont favorisées par le partage d'espaces ou d'événements fédérateurs, par des dispositifs d'éducation populaire ou d'éducation artistique et culturelle, des enseignements scolaires ou universitaires, pour lesquels des acteurs clés sont alors souvent cités.

Certains mondes, liés à des genres esthétiques, restent encore relativement invisibles à d'autres : ils ne jouent pas sur le même mode territorial.

Là où certain·e·s dansent au parc des expositions ou au Kindarena, d'autres (semi-professionnel.le.s ou inscrit·e·s dans des dispositifs d'éducation artistique et culturelle) évoluent sur les plateaux des salles labellisées. La musique offre un exemple intéressant de circulation entre les mondes, en jouant sur différents modes territoriaux, favorisé notamment par le partage d'espace de pratique, de répétition, de concert et de convivialité.

On observe au final des pratiques du territoire qui dessinent des scènes, celles des institutions culturelles, celles du réseau socio-culturel, mais aussi celles des espaces aux confins du

spectacle, du divertissement, de l'art, voire du sport.

Ce qui rassemble les jeunes rencontrés réside dans la généralisation des usages du numérique et dans la valorisation d'un mode d'expression en tant que sujet créateur. Ces deux éléments définissent une culture juvénile favorisant des circulations. L'effet générationnel devient dès lors aussi un facteur explicatif des pratiques en tant que tel, même si les ressources culturelles restent opérantes dans la plupart des cas.

Certain·e·s enquêté·e·s se heurtent à des freins qu'ils.elles posent explicitement comme déterminants. Ils.elles disent un rapport au « territoire en retrait ou subi » : sortie de dispositifs très encadrants (avec souvent des ruptures dans les pratiques à la sortie du lycée), temps de trajet systématiquement décrits comme trop longs, coûts perçus comme trop élevés (les dispositifs facilitants sont peu voire pas connus par ces jeunes), craintes de sortir dans l'espace public, en particulier pour les jeunes femmes. Pour ces jeunes, les contraintes objectives mentionnées sont aussi liées aux positions occupées dans l'espace social ; ils ou elles sont issu·e·s de milieux populaires. Leurs pratiques racontées sont très souvent des pratiques accompagnées (dans un cadre familial ou de formation) ou « déterritorialisées ».

Elles peuvent néanmoins être créatives, notamment grâce aux outils numériques.

Les récits des jeunes rencontrés témoignent tous du fait qu'Internet comme les industries culturelles ont produit des effets d'horizontalisation. Cela permet de comprendre des **formes de légitimité différenciées** : là où certains vont valoriser un nombre de vues de leur chorégraphie sur Instagram ou YouTube, d'autres (ou les mêmes dans d'autres contextes) vont valoriser le fait de servir une cause.

L'OMNIPRÉSENCE DU NUMÉRIQUE

« L'ère du numérique », identifiée depuis l'enquête 2008 sur les Pratiques culturelles des Français caractérise le contexte de pratique des jeunes. Tous ceux et celles qui possèdent un smartphone ou un ordinateur portable ont des consommations simultanées sur un même support : usages communicationnels, consommations culturelles et construction de savoirs. Mais ces usages restent liés à des ressources et des « dispositions » qui, pour ceux qui bénéficient d'un capital culturel et scolaire important, favorisent le prolongement d'autres pratiques culturelles, par des appropriations singulières et une distance critique. Aujourd'hui, Internet est utilisé à domicile ou ailleurs : il est lié à des supports nomades, et les pratiques numériques, relativement individuelles, ne sont pas à opposer avec la « culture de sorties » (Donnat, 2010).

UNE APPÉTENCE POUR LES SORTIES

L'appétence pour les sorties reste forte chez les jeunes enquêtés, qu'il s'agisse de pratiques qui se font à l'extérieur du domicile, de spectacles, de sorties cinéma, ou de promenades. Les sorties les plus citées par les jeunes sont les grands événements et spectacles. On observe dans les données recueillies « des carrières » de spectateurs·rices, avec la fréquentation des salles de spectacle relativement présente dans la tranche d'âge la plus scolarisée, puis moins présente (notamment au moment de l'entrée dans l'enseignement supérieur, et avant d'entrer dans la vie active), avec des reconfigurations qui s'opèrent plus facilement par la suite chez celles et ceux qui ont bénéficié d'un rapport positif aux dispositifs multiples de médiation scolaire, et qui ont fait des études longues. Le centre historique de Rouen est très souvent mentionné pour son patrimoine et la beauté du centre-ville historique. Les promenades sont par ailleurs observées dans des proportions importantes pour ce qui concerne les jardins, parcs et forêts. Le goût pour une urbanité naturalisée comme une sensibilité à la nature ou aux espaces forestiers est un des résultats forts de l'enquête, d'autant plus que les déterminismes socio-démographiques y sont là peu marqués, et que ces promenades engagent des déplacements parfois relativement éloignés du domicile à l'intérieur du territoire métropolitain.

La culture numérique qui teinte, voire redéfinit, l'ensemble des pratiques culturelles des jeunes est caractéristique de la valorisation de la singularité et de la créativité dans nos sociétés contemporaines : les pratiques numériques ont cela de particulier qu'elles placent l'individu au cœur du dispositif pour naviguer, chercher, poster des contenus, mais aussi pour s'exposer et donner à voir qui on est par ce qu'on fait. Internet contribue ainsi à répandre un modèle, valorisé socialement, de sujet créateur, dans des modalités et formes de réalisation de soi très variées. Les dimensions « communautaires », au sens de groupes sociaux fondés sur le partage de pratiques, de passions, de goûts, sont très présents dans les récits recueillis, le mot « communauté » étant lui-même très employé par nos enquêtés. Il fait écho aux mots des réseaux sociaux, et dit ce désir de faire lien, à partir de pratiques et avec elles d'engagements et de valeurs. En cela, on peut dire que dans leurs pratiques culturelles et de loisirs, les jeunes sont « singuliers ensembles ». La figure de l'artiste est ainsi appliquée aux pratiques de loisir (au sens large de pratiques amateurs) : bricoler les jeux vidéo, inventer des plateaux de jeu, organiser ses événements, rester indépendant... dans la dépendance à la « communauté » principalement numérique.

Les jeunes ont des rapports au territoire métropolitain différenciés. Si l'offre est riche, elle ne touche pas tous les jeunes de la même manière ni aux mêmes endroits, et est encore peu identifiée dans sa diversité. Des effets de centralité sont marqués pour ce qui concerne les sorties (vers Rouen en particulier). Les logiques sociales sont encore ici largement à l'œuvre, avec des rapports au territoire subis par certains, en particulier chez les jeunes de milieux populaires (éloignement du cœur de la Métropole, logement contraint chez les parents, pas de véhicule personnel et transports en communs perçus et vécus comme insuffisants, sentiment d'insécurité dans l'espace public). Les pratiques organisées, les dispositifs d'éducation artistique, les actions culturelles, les pratiques associatives offrent quant à elles des prises avec le territoire. Cela aboutit parfois à des coexistences de « communautés de pratique » qui s'ignorent au sein d'une même activité ou ne se croisent que dans le cadre de dispositifs volontaristes ou d'espaces « frontières » (lieux ouverts, hybrides, grands événements...). Pour les pratiquants, l'horizontalisation de la société, produite par le numérique, construit des mondes de légitimation différenciés, dans lesquels les valeurs qui font la valeur des pratiques de chacun diffèrent, et l'efficacité des activités artistiques et culturelles se lit alors aussi dans leur manière de faire territoire. Elle se

perçoit enfin dans la manière de faire société, car si l'investissement culturel et artistique des jeunes ne présage pas des pratiques ultérieurement investies, il est le terreau de l'exercice d'une citoyenneté.

À RETENIR

- Le degré d'autonomie des jeunes influence les pratiques culturelles, mais le début de l'autonomisation s'accompagne de la baisse de la fréquentation des pratiques institutionnalisées
- La « disparition » des jeunes des pratiques et lieux institutionnalisés masque le foisonnement des pratiques auto-organisées
- Le dilemme proximité/prestige d'un lieu : les pratiques proches sont privilégiées mais également les lieux reconnus rassemblant un grand nombre d'individus
- Le lieu n'a finalement pas d'importance, c'est le fait d'être ensemble qui prime
- Le numérique singularise le rapport aux pratiques et sorties culturelles et simultanément les met en commun

L'enquête, initiée par la Métropole Rouen Normandie, a été réalisée dans le cadre d'une convention de partenariat, entre la MRN et l'Université de Rouen Normandie. Elle a bénéficié du soutien de la DRAC de Normandie.

Le rapport présenté résulte du travail de l'équipe du projet CultuR :

Direction scientifique

Pascal Roland et Magali Sizorn (Mcf, socio-anthropologues) – Université de Rouen Normandie

Membres de l'équipe

Camille Couvry (ingénieure de recherche, sociologue)

Baptiste Cleret (Mcf, marketing & consommation)

Céline Colange (ingénieure de recherche, géographie)

Muriel De Vrièse (Mcf, économiste)

Philippe Jeanne (ingénieur linguiste)

Françoise Lucchini (Mcf HDR, géographe)

Ambre Monsegu (ingénieure d'études)

Alice Sohier (Mcf, marketing & consommation)

Chargé·e·s d'enquête :

Cédric Charbonnier, Morgane Gouillard, Zoé Haller, Inès Leclaire

L'ensemble des étudiant·e·s du Master 1^e année Direction de projets ou d'établissements culturels de l'Université de Rouen

Laboratoires :

CETAPS, DySoLab, NIMEC, UMR IDEES, Université de Rouen Normandie et Université du Havre Normandie

LES PRATIQUES CULTURELLES DES JEUNES DANS LA MÉTROPOLE ROUEN NORMANDIE

Contacts :

Université de Rouen

Pascal Roland – pascal.roland@univ-rouen.fr

Magali Sizorn – magali.sizorn@univ-rouen.fr

CETAPS, Boulevard Siegfried

76821 Mont Saint Aignan cedex

Métropole Rouen Normandie

Direction de la culture

Le 106, 108 allée François Mitterrand

CS 50589 76006 Rouen cedex