

CAHIER DE ReCHERCHE

OCTOBRE 2001



N° 162

“ FAITES PROVISION
DE TEMPS LIBRE ”
L'UTOPIE DE LA
CIVILISATION LOISIRS

Bruno MARESCA
(*CRÉDOC-Université Paris 7*)

Département "Evaluation des politiques publiques"

CRÉDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE

CREDOC

« FAITES PROVISION DE TEMPS LIBRE »
L'UTOPIE DE LA CIVILISATION DES LOISIRS

Bruno Maresca

N° 162

Octobre 2001

Département Evaluation des politiques publiques

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
CHAPITRE 1. QUELLE DEFINITION POUR LE LOISIR ?	12
1. LE TEMPS LIBRE, UN TEMPS SOCIAL SPÉCIFIQUE ?	13
1. LA MESURE DU TEMPS LIBRE	14
2. QUEL SENS DONNER À LA CROISSANCE DU TEMPS LIBRE ?	18
2. LES ACTIVITÉS DE LOISIR, UN REGISTRE D'ACTIVITÉS SPÉCIFIQUES	25
1. L'ESPACE « INSTITUÉ » DE L'OCCUPATION DU LOISIR	26
2. LA VISION PRAGMATIQUE DE L'OCCUPATION DU TEMPS LIBRE	33
3. LES REGISTRES DES ACTIVITÉS DE LOISIR	38
3. LE LOISIR, DE L'ANTIQUITÉ AU DROIT À LA PARESSE	40
1. LE LOISIR DANS LES SOCIÉTÉS ANTIQUES	41
2. LE LOISIR DANS LA LUTTE DES CLASSES DU XIXÈME	43
CHAPITRE 2. LA CONSOMMATION DE LOISIR : L'EXEMPLE DES LOISIRS CULTURELS	48
1. UNE TYPOLOGIE DES REGISTRES DE CONSOMMATION	50
1. LE PHÉNOMÈNE CUMULATIF DES CONSOMMATIONS CULTURELLES	51
2. LES TROIS GRANDES SPHÈRES DE LA CONSOMMATION CULTURELLE	53
2. LES DÉTERMINANTS SOCIAUX DE LA CONSOMMATION CULTURELLE	55
1. LES DIFFÉRENCES DE CONSOMMATIONS ENTRE HOMMES ET FEMMES	55
2. L'EFFET DU CYCLE DE VIE	57
3. L'INCIDENCE DE L'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE	59
4. LES EFFETS DE CLASSEMENT SOCIAL	60
5. L'INFLUENCE DE L'ESPACE DE RÉSIDENCE	63

3. LE PHÉNOMÈNE DE CONCENTRATION DES MARCHÉS CULTURELS	64
1. LES TRÈS GROS CONSOMMATEURS	64
2. LA CONSOMMATION DES CLASSES SUPÉRIEURES	66
3. LA SURCONSOMMATION DES URBAINS DES GRANDES AGGLOMÉRATIONS	66
4. LA LENTE CROISSANCE DES DÉPENSES CULTURELLES	67
<u>CHAPITRE 3. L'IMPACT DE L'OFFRE SUR LE LOISIR CULTUREL</u>	70
1. LA SORTIE AU CINÉMA	71
1. SORTIR AU CINÉMA AU MOINS UNE FOIS DANS L'ANNÉE	72
2. L'INTENSITÉ DE LA FRÉQUENTATION	73
2. LA FRÉQUENTATION DES SPECTACLES CULTURELS	77
1. LES DÉTERMINANTS SOCIAUX DE LA FRÉQUENTATION DES SPECTACLES	78
2. L'IMPACT DE L'OFFRE CULTURELLE SUR LA FRÉQUENTATION DES SPECTACLES	82
3. LE LIEN ENTRE PRATIQUE ET CONSOMMATION	84
<u>CONCLUSION. QUELS OBJECTIFS DONNER AUX ENQUÊTES SUR LE LOISIR ?</u>	88
<u>BIBLIOGRAPHIE</u>	93

INTRODUCTION

Le domaine des activités dites de loisir offre un champ privilégié pour analyser la distance existant entre demande sociale et pratique effective, mais aussi entre offre et demande, ou encore entre consommations et pratiques. Mais avant d'explorer ces dimensions, il paraît utile de s'interroger sur la notion même de *loisir* et de l'espace-temps qui l'institue, le *temps libre*. La notion de loisir a, pour le sens commun, tous les attributs de l'évidence, mais se dérobe dès qu'une réflexion normative tente de lui imposer des contours. La question du contenu de cette notion commune, et des représentations qui la structure, semble avoir peu suscité l'intérêt¹. La sociologie du loisir, qui a connu une période de réflexion intense entre les années 30 et 60, s'est finalement beaucoup plus attachée à démontrer la progression du temps libre entre durée du travail et temps absorbé par la reproduction physiologique, qu'à explorer le contenu de ce que les individus investissent dans l'idée même de loisir.

Faut-il aborder la question du loisir par l'avènement d'un temps spécifique – le temps libre – ou bien par la manière dont ce temps est investi dans des activités diverses ? L'approche par le *temps* semble, en apparence, plus séduisante car elle est permet de fonder la problématique du temps libre comme processus de libération des contraintes sociales. Néanmoins, si le loisir est bien vécu comme un temps libérateur dans lequel sont investis les aspirations au divertissement, à l'évasion, à

¹ Le recours à l'analyse des représentations est particulièrement utile pour explorer le contenu de notions familières et fourre-tout. C'est ainsi que la sociologie des questions d'environnement a accumulé de très nombreuses enquêtes et réflexions dans le but de cerner comment se développe la question sociale de l'environnement. Voir, Bruno Maresca, *L'espace de l'environnement : entre aspiration au bien être et philosophie de la nature*, Crédoc, Cahier de recherche n°53, 1996 et *L'environnement : question sociale*, ouvrage collectif sous la direction de Bruno Maresca, Guy Herzlich, Michel Boyer, ed. Odile Jacob, 2001.

la réalisation de soi, aux investissements « personnels », il est en réalité très difficile de démêler la part du temps que l'on impute à la reproduction physiologique et domestique (dormir, se restaurer, s'occuper des enfants, etc.) du temps qui serait plus strictement « pour soi ». Les enquêtes budget temps menée par l'Insee éclairent particulièrement bien les ambiguïtés de l'approche par le temps ².

L'approche par les activités peut offrir une alternative, si l'on admet que le loisir s'investit dans un ensemble d'activités socialement codées comme telles. Faire du tennis, aller au théâtre, regarder la télévision, lire un roman, seront sans conteste ranger dans les loisirs. Il est possible de mesurer la pénétration de ces activités dans la société et d'évaluer les durées moyennes qui leur sont consacrées. Cette approche fonctionne à condition d'en rester à une vision conventionnelle du loisir ne retenant qu'une liste relativement restreinte de ces activités. Le loisir est alors vu comme une catégorie de la vie sociale associant des activités spécifiques, au même titre que le travail, les études, la vie domestique. Selon cette pente, il se différencie du désœuvrement ou de l'inactivité pure (dormir, rêver), du travail réalisé pour soi (le bricolage par exemple), mais aussi de tous les registres d'activités relatifs à la relation sociale (les échanges du voisinage, les activités communautaires ou associatives, les rituels sociaux).

Des activités aussi diverses que la décoration du logement, la gastronomie, la sexualité, font-elles partie du loisir ? Il suffit d'interroger les individus sur ce qu'ils privilégient comme activités durant leur temps libre pour mesurer le caractère remarquablement extensible de l'idée de loisir et la quasi impossibilité à l'enfermer dans une définition sociologique simple.

D'autres perspectives contribuent à relativiser, plus encore, le contenu de cette notion. La perspective historique tout d'abord. La discussion philosophique de l'idée

² Voir à ce sujet Paul Yonnet, *Travail, loisir. Temps libre et lien social*, Paris, Gallimard, 1999.

de loisir est très riche. On peut en retenir quelques moments significatifs. Le loisir antique le mieux connu, grec et romain, pose d'emblée la complexité de la notion. Le loisir est d'abord un attribut de classe, la classe oisive, comme plus tard la chasse le sera pour la société féodale. Cette filiation permet de relativiser le rapport entre loisir et travail. Le loisir n'est pas à proprement parlé libération de la contrainte mais façon de penser et d'organiser le temps de ceux qui sont affranchis du travail quasi permanent. Toutefois, cette seule perspective reste courte. Dès l'Antiquité, la réalité du loisir touche toutes les classes sociales. Et dès cette époque, se différencie la perspective du divertissement, plus populaire (« du pain et des jeux »), de celle de la spéculation (la *skolé* grecque), plus aristocratique. Dans sa conception la plus haute, le loisir est le creuset de la réflexion philosophique, de la pratique des arts et donc de la culture académique.

Au tournant du XX^{ème} siècle, le premier ouvrage moderne sur le loisir (*Theory of leisure class*, Veblen, 1899) est une critique véhémement du loisir de la haute bourgeoisie nourri par le désœuvrement du rentier et le goût de l'ostentation des années 1900. Cette sociologie critique qui n'est pas s'en rappeler le thème développé par Flaubert dans *Bouvard et Pécuchet*, fait le procès de l'idée du loisir vue comme une spécificité de l'organisation du temps des classes supérieures non productives. *L'éloge de la paresse* de Lafargue, qui date de la même époque, arrive au même constat. Celui que l'oisiveté n'est pas respectable parce qu'elle signe honteusement les inégalités de condition sociale. A cette époque fleurissait, chez les socialistes, la revendication pour les « trois huit » – 8 heures de travail, 8 heures de loisir, 8 heures de sommeil –.

On comprend mieux dès lors ce qu'est le loisir contemporain : le sous-produit d'une révolution de longue haleine ayant aboutit au partage égalitaire du travail. De la généralisation du travail salarié est né le principe du partage social d'un temps libéré pour le loisir, et reconnu à tous pour l'affirmation de soi (une fois déduit le temps du sommeil qui reste le seul temps physiologique assimilable à un « temps mort »).

Toutefois, cette évolution qui alimente discours et analyses sur la progression du temps libre ne dit rien des activités qu'il permet et qui sont donc amenées, dans le processus actuel de réduction du temps de travail, à se développer. Si la durée du temps de loisir est regardée comme une conquête sociale toujours en négociation, savoir quelle est l'utilité sociale de ce temps est une question restée en friche. La question du loisir est encore prisonnière d'une vision simpliste opposant temps non travaillé affecté à la reproduction physiologique et domestique, voire à du travail personnel, et temps libre « pour soi » investi dans le divertissement, la culture, le voyage, etc. Il s'agit en fait de deux composantes inextricablement mêlées dès lors que l'on prend en compte le foyer ou ménage et non l'individu seul, dissocié de la cellule assurant sa reproduction. Les résultats de quelques enquêtes sur les pratiques concrètes montrent que les activités hors travail imbriquent investissement domestique et investissement culturel. Tout laisse penser que le triptyque « économie domestique / affaires personnelles / investissement social » continue de structurer le mal nommé « temps libre » dans toutes les classes sociales de toutes les sociétés.

Une autre approche est suggérée par l'analyse du marché du loisir. Le développement actuel de l'offre peut alimenter une approche pragmatique plus concrète car fondée sur la réalité de la consommation des ménages dans un domaine qui se révèle être l'un des plus dynamiques avec celui de la santé. Or, on constate que la notion de loisir n'est pas un concept fédérateur pour le marketing d'activités comme le sport, la culture, le divertissement, le tourisme, le bricolage, qui restent étroitement segmentées par filière de métier. Bien que tous ces secteurs reconnaissent profiter de l'expansion de la demande de loisir, les professionnels privilégient leur cloisonnement traditionnel pour se protéger contre l'accroissement des concurrences.

Concrètement, le loisir n'est pas un concept unifiant comme peuvent l'être la culture ou bien le sport (en dépit de leur caractère également flou et fourre-tout). Si la pratique d'une activité sportive qu'elle quelle soit, suffit à vous distinguer socialement comme « sportif », si faire des sorties culturelles vous range de la même manière parmi les individus « cultivés », une activité de loisir, tel un *hobby*, ne suffit pas à vous caractériser socialement. Le passe-temps est banal et ne connote pas un comportement général. Il n'est valorisant ni socialement, ni économiquement. Veblen avance que le loisir n'est socialement valorisé qu'au prix de l'ostentation, c'est-à-dire de l'affichage de soi. Le loisir est, aujourd'hui, l'un des registres de la consommation cultivant le plus les dimensions immatérielles et hédonistes. La composante « loisir » est aujourd'hui ce qui apporte le plus de plus-value à des marchés traditionnels comme ceux de la voiture, de l'habillement des jeunes, ...

Faut-il pour autant ne regarder le loisir que par le prisme de son exploitation commerciale, et n'en voir que la part explicitement ludique et ostentatoire ? Une autre vision peut être donnée par les comportements des catégories sociales les moins déterminées par la contrainte et les ressources du travail régulier. Quel sens et quel contenu a le loisir pour des catégories comme les inactifs, les chômeurs de longue durée, les « pauvres », les personnes âgées, et même les jeunes qui n'ont jamais travaillé. Peut-on raisonnablement admettre qu'ils ne sont pas concernés par le loisir parce qu'ils n'ont pas à compenser la contrainte du travail ? On peut noter que l'essentiel des études sur le loisir les ignorent, pour se focaliser sur le comportement de l'individu moyen, c'est-à-dire de l'adulte autonome dont la vie est déterminée par un travail quotidien. Dans une période qui voit l'enfance et les études s'allonger, la vie active se réduire, le temps de la retraite et la durée de vie s'accroître, il paraît incontournable de penser l'idée de temps libre à l'échelle du cycle de vie vu dans son entier.

Dans ce travail, on s'intéresse plus particulièrement aux déterminants de la consommation et des pratiques qui sont dépendantes des modes de vie : en particulier la variable spatiale – à travers l'effet résidentiel – et la variable temporelle – à travers le temps libre disponible –. Ces deux dimensions conditionnent les pratiques mais aussi les caractéristiques de l'offre. Ainsi la concentration spatiale des équipements et des services orientent significativement les pratiques, même s'il est illusoire de chercher un sens univoque à la causalité entre offre et demande. Par ailleurs, les activités dites de loisir sont généralement des activités « chronophages » qui font que les logiques d'arbitrage entre activités sont le plus souvent commandées par la double dimension du temps nécessaire et de la proximité (regarder la télévision, explorer Internet sur l'ordinateur domestique sont les meilleurs exemples de l'emprise du temps dans les loisirs). Une réflexion sociologique sur les arbitrages que font les individus entre différentes activités culturelles et de loisir permet d'apporter un éclairage sur les champs de concurrence existant entre les différents segments de l'offre.

Les perspectives stratégiques avancées par les dirigeants d'un certain nombre d'entreprises du secteur du loisir montrent l'étroitesse des raisonnements concurrentiels. Tout se passe comme si les entreprises développaient leur raisonnement selon le schéma suivant : quand un consommateur potentiel se pose la question de savoir s'il va agrémenter son dimanche en allant au casino, dans un parc de loisir ou dans une foire commerciale, le directeur de casino pense que l'arbitrage va se faire entre les différents casinos, le directeur de parc de loisir entre différents parcs de loisir, etc. Alors qu'en réalité le consommateur va raisonner la rapidité d'accès des différents lieux qu'il connaît, comparer les prix de ces différentes « sorties » potentielles ou encore arbitrer entre différents échos que lui renvoie le bouche-à-oreille.

La concurrence effective se situe entre différents « produits » totalement hétérogènes les uns aux autres, sur la base d'un code d'attrait et de valeur qui les rend, en partie, comparables au niveau du plaisir escompté de la « sortie ». Sur cette base, les activités de loisir deviennent potentiellement évaluables, mais leur comparabilité et les échelles qui permettent d'en confronter le bénéfice, en terme de plaisir, sont éminemment variables d'un individu ou d'un groupe social à l'autre. Telle personne arbitrera entre aller jouer au tennis ou bien aller jouer au casino, telle autre n'envisagera jamais de faire du casino un éventuel lieu de loisir et tranchera entre le match de tennis et la sortie en forêt. Chaque individu raisonne manifestement sur un ensemble implicite d'activités potentielles sélectionnées et hiérarchisées selon deux principes directeurs : l'attractivité et l'accessibilité. Ces ensembles représentent des univers de préférences auquel, du côté de l'offre, le marketing tente de répondre par l'idée d'entreprises assembleuses de « bouquets » d'activités. La plupart des secteurs d'activités concernés sont, néanmoins, encore loin de cette vision « intégrée » du loisir, en dehors de quelques configurations privilégiées comme les parcs de loisir et les clubs de vacances.

L'un des principaux domaines d'étude qui nous paraît aujourd'hui utile à développer sur la question du loisir est celui des mécanismes d'assemblage et d'arbitrage entre les différentes pratiques qui attirent les individus. Les principales enquêtes quantitatives (enquêtes « loisirs », « budget-temps », « conditions de vie » de l'Insee, enquête « pratiques culturelles » du ministère de la Culture) renseignent sur les taux de pénétration et les temps moyens passés pour les pratiques les plus répandues relevant du sport, de la culture, et des autres activités de divertissement. Elles permettent, aujourd'hui, de mesurer l'évolution de ces pratiques au cours des trente dernières années.

Toutefois, ces enquêtes restent très dépendantes des découpages institutionnels qui classifient et figent l'éventail des pratiques prises en compte. L'absence de

procédure d'interrogation sur la manière dont les individus arbitrent ce qui relève ou non du loisir en général, mais aussi du sport, de la culture, etc. limite considérablement les analyses. Les enquêtes préfèrent ignorer certains registres (la sexualité par exemple), en intègrent des nouveaux, comme l'informatique, sans être en mesure de donner une vision structurale et donc globale de l'occupation du loisir. Cet état de fait traduit l'absence d'une grille d'interprétation sociologique cohérente pour délimiter un champ d'activités pertinent et rendre compte des logiques de décision et d'arbitrage qui déterminent les comportements du consommateur.

L'objectif de la réflexion développée dans ce cahier de recherche est de s'interroger sur ce que pourraient être des enquêtes sociologiquement plus approfondies qui, en se fondant sur des univers de pratiques, se dégageraient du formalisme des découpages institutionnels. On peut, en particulier, développer une approche du loisir mettant en correspondance la structuration sociologique de « l'emploi du temps de loisir » et la structuration économique de l'offre qui lui répond (segments du marché, dépenses des ménages, entreprises et équipements qui assurent la dynamique économique de ces secteurs). Ce renouvellement de l'analyse devrait aider à appréhender comment des évolutions sociales majeures déterminent les évolutions du loisir : l'accroissement du poids des classes moyennes, la périurbanisation résidentielle, le développement de la mobilité, l'évolution des emplois du temps professionnels (horaires variables, 35 heures), l'allongement du temps de la jeunesse et du temps de la vieillesse, l'irruption des nouvelles technologies de communication,...

CHAPITRE 1

QUELLE DEFINITION POUR LE LOISIR ?

Les années cinquante et soixante ont donné lieu, aux Etats-Unis et en Europe, à l'Est comme à l'Ouest, à une très abondante littérature sociologique sur le loisir, dont on ne trouverait pas l'équivalent aujourd'hui. Depuis, alors que notre époque est marquée par la baisse tendancielle du temps de travail effectif et la croissance des consommations de loisir, la sociologie du loisir n'a pas refait surface. Pour certains, c'est « *une vision du loisir comme dimension superflue qui explique la condescendance avec laquelle est traité le loisir dans nombre d'écrits sur le travail* », « *comme s'il était malséant d'évoquer le loisir par temps de crise* »³. La crise du milieu des années 70 est effectivement venue donner un coup d'arrêt à l'idéologie des lendemains radieux de la « civilisation des loisirs »⁴. Pourtant, si l'on en reste aux statistiques de la consommation, l'expansion des loisirs est bien en cours : en 1999, le poste « loisirs et culture » a connu le taux de croissance le plus élevé (+ 6,5%, selon l'Insee) après celui des communications (+ 9%). D'où vient donc cette atonie de la réflexion sur ce qui constitue l'avvers pourtant séduisant de la réduction du temps de travail ? Paradoxalement, on peut se demander si l'accroissement du temps vacant est vécu comme un progrès social. Cet accroissement peut, en effet, conduire à un sentiment de vide chez ceux qui n'ont pas les moyens ou les capacités de meubler leur temps libre, mais aussi chez ceux qui le dépensent dans la consommation.

³ Paul Yonnet, op.cit.

⁴ Le titre de Joffre Dumazedier, qu'il avait formulé en 1962 de manière interrogative, a tout de suite connu un grand succès.

Il y a trente ans, Marie-Françoise Lanfant a, d'une certaine manière, clos le cycle de la sociologie du loisir qu'avait engagé Veblen en 1899 et que Dumazedier a fait culminer dans les années 60, en démontrant à quel point la discussion savante sur le loisir était, le plus souvent sans le savoir, un thème d'affrontement idéologique. Son essai qui se voulait fondateur d'une sociologie en mesure de « *constituer le loisir comme objet pour la science* » reste, en raison même de son inachèvement, la meilleure introduction pour remettre en chantier la question ⁵.

1. Le temps libre, un temps social spécifique ?

Temps libre et loisir sont deux notions d'apparence jumelle. Les deux sont également nécessaires pour définir un temps social favorisant des activités qui, déjà dans les sociétés antiques, étaient enjeu de débat. Pourtant dès que l'on cherche à les définir, ces notions se superposent difficilement. La relation biunivoque que l'on établit habituellement entre temps libre et loisir ne va pas de soi.

Le temps libre est toujours défini négativement. Il est classiquement présenté comme ce qu'il reste quand on a fait le compte du temps consacré au travail, du temps passé aux tâches domestiques et du temps nécessaire aux besoins physiologiques. Il est donc fondamentalement indéterminé parce que sans finalité. C'est un temps résiduel, logiquement temps du désœuvrement, longtemps suspecté d'être propice à des activités moralement condamnables parce que dépourvues d'utilité. Alors que tous les temps sont socialement structurés – qu'il s'agisse du travail, des tâches ménagères ou des besoins physiologiques – le temps libre serait le seul qui échapperait au façonnage par les obligations sociales. En réalité, le temps

⁵ Marie-Françoise Lanfant, *Les théories du loisir*, Paris, PUF, 1972

libre cumule et généralise, artificiellement, des notions temporelles plus anciennes : temps mort, pauses, divertissement, vacances, ...

1. La mesure du temps libre

L'appréhension de la notion de temps libre n'a pas évolué depuis un demi siècle. Comparé au mot d'ordre des « trois huit » - travail, sommeil, loisir – du début du siècle, qui affichait le temps libre comme une revendication à conquérir de manière égalitaire sur le travail, le temps libre est encore, en 2000, appréhendé comme le temps « restant », c'est-à-dire comme le seul temps social qui ne soit pas d'abord défini par un contenu. Dans la présentation des résultats de la dernière enquête budget-temps (1998-1999), l'Insee le présente de la manière suivante : *« après le temps 'contraint' consacré à l'entretien du corps, au travail, aux tâches domestiques et aux transports, reste le temps 'libre' »* ⁶. En 1966, la définition du temps libre adoptée dans le cadre d'une enquête comparative internationale était la suivante : *« les 24 heures du budget-temps moins le temps consacré au travail, le temps consacré aux obligations ménagères et le temps consacré aux besoins physiologiques »* ⁷.

Toute la construction de la démarche budget-temps, et son interprétation, sont encore aujourd'hui structurées sur deux états cardinaux, le temps « physiologique » et le temps de « travail ». Reposant sur des enregistrements par individu et non par ménage, ce type d'enquête traduit la vision d'un économiste qui aborde le comportement humain en physiologiste plutôt qu'en éthologue. Cette perspective qui a été fixée très tôt, dès les années 1930, était en phase avec la vision fordiste de l'économie. Bien qu'elle ait été maintes fois remise en cause par la sociologie critique de la fin des années 60, le recueil des données statistiques nationales est restée

⁶ Insee Première, n° 675, octobre 1999.

⁷ Enquête présentée au Congrès mondial de sociologie (Evian, 1966), cité par M.F.Lanfant, op.cit., page 228.

fidèle à ce modèle. Son avantage indéniable est de proposer des séries de données comparables sur longue période. Son inconvénient est d'enfermer, encore aujourd'hui, la sociologie du loisir dans la discussion, hautement polémique, sur la durée réelle du travail ⁸, comme si le loisir ne pouvait acquérir de valeur sociale que dans une logique de bras de fer avec l'activité professionnelle.

Le temps « libéré » depuis 30 ans

En heures (exprimé en valeur relative avec décimale)

	1966	1975	1985-86	1998-99
Hommes actifs	3.8*		3.6**	3.7**
Femmes actives	2.8*		2.8**	3.0**
Hommes inactifs	nc		5.6**	6.3**
Femmes inactives	4.4*		4.4**	5.0**
Ensemble Français		3.5**	4.1**	4.5**
	3.9*	4.1*	4.7*	5.1*
Taux de croissance brut		100	117	129
En incluant temps de transport	100	105	120	130
Taux de croissance annuel			2%	1%

Source : Insee (1975, 1986, 1999), Lanafant (1972)

* temps de loisir incluant, a priori, les temps de déplacement autres que domicile-travail

** temps de loisir n'incluant pas les temps de déplacement (domicile-travail ou autres)

Guide de lecture : pour l'ensemble des Français, le temps de loisir (hors temps passé à se déplacer) est passé de 3,5 heures (ou 3H 30) en 1975 à 4,5 heures (ou 4H 30) en 1998 ; si l'on intègre les temps passés à se déplacer (autres que les trajets domicile-travail), l'estimation de la durée du temps libre serait passée de 3,9 heures (ou 3H 54) en 1966 à 5,1 heures (ou 5H 06) en 1998.

Or, contrairement aux commentaires habituels de l'enquête budget-temps, ce ne sont pas les résultats relatifs aux actifs qui sont les plus intéressants, mais plutôt ceux qui concernent les inactifs. Vu globalement, là où la progression du « temps libre » des actifs a été de 5% entre 1986 et 1999, celle des inactifs (toutes situations confondues) a atteint 13%, pour les femmes comme pour les hommes. Si l'on veut

⁸ L'ouvrage de Paul Yonnet (1999) consacre une large partie à la reprise de ce débat.

absolument interpréter ces chiffres par rapport au temps travaillé, on pourra tirer de ces résultats la preuve explicite que le travail contraint le temps libre. Selon ce raisonnement, c'est par la poursuite de la baisse tendancielle du temps de travail que peut être satisfaite la demande d'accroissement du « temps libre », considérée aujourd'hui comme l'une des aspirations les plus légitimes du corps social.

Il y a pourtant deux failles dans ce raisonnement. La première concerne le processus de la réduction du temps travaillé. A première vue, celle-ci a été notable. Etablie pour l'ensemble des actifs, cette réduction est l'effet cumulé, pour les 15 dernières années, de différentes mutations tant sociales qu'économiques : si économiquement le phénomène est bien réel, sociologiquement l'évolution n'est qu'apparente. L'évolution sociologique, soulignée par l'Insee, serait plutôt la suivante : « *en ne s'attachant qu'au temps de travail d'un salarié à temps complet (hors enseignants), le temps de travail effectué au cours d'une journée travaillée est passée de 8h21 à 8h29 entre 1986 et 1999, soit une augmentation d'environ 8 minutes en 13 ans* »⁹. On peut rappeler ici que le débat prospectif des années 60 avait conduit nombre d'économistes à des prévisions très optimistes de réduction du temps de travail hebdomadaire et de la durée du travail au cours de la vie¹⁰. Cet avenir n'est pas advenu, ravalant au rang d'utopie l'annonce de la civilisation du loisir. Sous réserve d'apprécier l'impact réel de la loi sur les 35 heures, le temps de travail journalier des salariés ne paraît pas destiné à beaucoup diminuer.

Toutefois, la faille la plus importante d'un raisonnement inféodé à la norme du travail est moins de jouer aux vases communicants entre temps de travail et temps libre que de ne pas réaliser que le loisir existe *indépendamment* du travail. Sur ce point l'idéologie est tenace. Dans les années 60, on en appelait implicitement à la vieille morale du travail pour défendre le loisir contre l'oisiveté : « *Le loisir n'est pas*

⁹ Insee Première, n° 675, octobre 1999.

¹⁰ Voir notamment Jean Fourastié.

l'oisiveté, il ne supprime pas le travail, il le suppose. Il correspond à une libération périodique du travail à la fin de la journée, de la semaine, de l'année ou de la vie du travail. » ¹¹. Mais aujourd'hui encore, Yonnet défend, joliment, l'idée que « *le travail est devenu la dimension cachée de nos sociétés. (...) Pourtant, c'est encore cette partie noire, quotidienne, moins représentée qu'elle ne l'a jamais été, qui donne son sens à la lumière du loisir. »* ¹².

N'est-il pas surprenant que peu de réflexions aient été consacrées au temps libre de ceux qui n'ont pas un emploi régulier, à celui des jeunes qui étudient, des inactifs qui choisissent de faire autrement que de travailler, mais aussi au temps des retraités dont l'état de santé et les moyens financiers permettent d'être sensiblement plus actifs qu'il y a cinquante ans ? Si l'on ne veut penser le temps libre qu'en relation avec le temps de travail, le paradoxe est le suivant : étudiants, inactifs ou retraités ne sont pas concernés par le temps libre du seul fait qu'ils ne travaillent pas, alors qu'en réalité ils débordent de temps à consacrer aux loisirs. Cette conception du temps libre nous paraît intenable. Nous retenons plutôt l'idée que le temps libre se définit par rapport aux obligations sociales, quelle qu'en soit la nature (emploi, travail domestique, études, sociabilité obligée, ...). Cette perspective conduit à considérer que tout un chacun, dès l'enfance, accumule entre les différents moments dévolus aux obligations sociales, des moments de détente qui ouvrent la voie à des activités ludiques ou de loisir.

La lecture des chiffres de l'enquête budget-temps peut aider à révolutionner la perspective. La lecture du tableau ci-dessus (cf. p. 15) montre, tout d'abord, un fait d'apparence banale. Il est possible de mesurer un « temps libre » pour des inactifs, c'est-à-dire d'appliquer le raisonnement propre au budget-temps : combien reste-t-il

¹¹ Joffre Dumazedier, *Sociologie empirique du loisir*, Paris, Seuil, 1974

¹² Paul Yonnet, *op.cit.*, pages 34-35.

de temps quand on a évalué tous les « temps contraints », c'est-à-dire l'ensemble des obligations à travers lesquelles l'individu est inscrit dans un cadre social ?

Premier constat : il reste aux inactifs beaucoup de temps soit, en 1999, 5 heures par jour pour les femmes et 6 heures 18 pour les hommes. La palme du temps libre revient aux hommes qui sont chômeurs et à ceux qui sont retraités. Les femmes ne s'en rapprochent que quand elles sont retraitées.

Second constat : toutes situations d'inactifs confondues, ces derniers bénéficient, les hommes comme les femmes, d'un temps libre supérieur de 67% à celui des actifs ayant un emploi. Mais surtout, et c'est le point déterminant, le volume de temps libre des inactifs a beaucoup plus progressé que celui des actifs, sur la période 1986-1999. Ce constat relève du paradoxe, si l'on entend ne pas déroger à l'idée que le temps libre se conquiert sur le travail. Mais ce paradoxe s'évanouit si l'on consent à une lecture sociologique des chiffres collectés par les enquêtes budget-temps. Il faut se rappeler que le protocole de ces enquêtes consiste à demander aux individus enquêtés de décrire dans un carnet, pour une journée entière, la totalité de leurs activités par tranches de 10 minutes.

2. Quel sens donner à la croissance du temps libre ?

Les analyses normatives du temps libre calées sur la mesure du temps de travail ne font aucune place à des approches psychosociologiques sur les représentations de la notion de temps libre. A la question de savoir comment quantifie-t-on le temps libre, on aimerait pouvoir substituer une autre question, consistant à demander aux individus comment ils situent le temps libre, ou de loisir, dans leur vie quotidienne.

« D'un pays à l'autre et même d'un individu à l'autre la signification du loisir varie. »

¹³. Ce constat ne paraît pas avoir stimulé beaucoup de recherches. Au début des

¹³ Roger Sue, *Le loisir*, Paris, PUF, 1980.

années 70, Lanfant le soulignait déjà : « *l'étude explicative du loisir est peu développée sur des bases empiriques. Les quelques enquêtes sur les comportements et attitudes reproduisent le dispositif classique de l'analyse fonctionnelle* ». En d'autres termes, la question importante serait d'explorer comment l'idée même de « temps libre » parvient progressivement à produire un cadre temporel en soi et à devenir support d'activités spécifiques. Ce processus est un travail social inscrit dans la longue durée. Sur cet aspect, les enquêtes « budget-temps » de l'Insee apportent des informations précieuses. Elles montrent que dans le temps quotidien, les activités de loisir, autre que la télévision, se concentrent dans des plages horaires très précises (10h-12h, 14h-19h, 22h-23h) ¹⁴. L'apparente évidence de l'idée de temps libre est, aujourd'hui encore, superficielle. Suffit-il de parler de temps de loisir pour penser que des pratiques sociales aussi différentes que le sport, le jeu sous toutes ses formes, la promenade du week-end, le tourisme à plus ou moins grande distance, etc., relèvent, au delà des facilités de langage, des mêmes cadres d'interprétation ? N'en va-t-il pas de même des tâches dites domestiques ? Décorer son logement, s'adonner à la gastronomie, entretenir des animaux domestiques, etc., participent-ils de l'occupation du temps libre ou de la gestion des contraintes ménagères ?

L'obstination de l'économie sociale à vouloir normer les temps sociaux en grandes entités exclusives paraît bien conventionnelle et interdit de prendre en compte l'imbrication fonctionnelle des tâches. Un certain nombre de contraintes quotidiennes sont compatibles avec des formes d'évasion : préparer le repas en écoutant une émission de radio ou de télévision, lire pendant les temps de transport, faire des pauses dans le travail pour explorer les sites ludiques sur Internet, etc. Sous les apparences, s'approfondit une évolution profonde annoncée par la sociologie des

¹⁴ Ghislaine Grimler, *Les rythmes quotidiens en France. Résultats de l'enquête emploi du temps 1985-1986*, Insee Résultats, n°167-168, 1992.

années 50 et 60, dont on peut aujourd'hui mesurer la clairvoyance. « *De plus en plus, [le loisir] est le grand vainqueur du temps libéré du temps professionnel et domestique, beaucoup plus que le travail social bénévole, l'engagement socio-spirituel ou l'engagement socio-politique.* »¹⁵.

Ne voir dans l'extension du temps libre que la réduction du travail ne correspond ni à la réalité sociologique ni à un mécanisme économique direct. Le processus en cause est plus large et plus profond. Ce sont en réalité les progrès multiples d'une société technicienne qui secrètent du « temps libéré ». Dans la plupart des cas, les révolutions technologiques vont dans le sens de l'allègement des contraintes qui s'imposent aux individus et du développement d'une économie de services permettant de socialiser des activités qui étaient antérieurement gérées au niveau de chaque ménage. La tendance vient de loin et va en s'approfondissant. Beaucoup mieux que la réduction du temps de travail, cette piste explicative rend plus clairement compte de l'évolution du budget-temps des inactifs.

On constate, en effet, qu'au cours de la décennie 90,

1. les inactifs sont devenus socialement plus actifs, en réduisant leur temps de sommeil de 15 à 20 minutes¹⁶ ;
2. les femmes inactives ont réduit sensiblement le temps passé aux obligations domestiques (10% de moins), à la différence des actives, cette diminution touchant particulièrement les tâches ménagères de base (ménage, linge, courses, cuisine) ;
3. au même rythme que les actifs, les inactifs ont accru le temps passé à regarder la télévision, le temps consacré à des promenades, à des jeux, mais aussi le temps de visite et de réception pour la famille ou les amis.

¹⁵ Dumazedier, op. cit., qui s'appuie sur l'importante littérature de l'époque concernant le travail et la consommation, tant celle des Etats-Unis que celle des pays de l'Est.

¹⁶ La réduction du temps consacré au sommeil peut en partie être imputée à l'évolution de la pyramide des âges, c'est-à-dire au poids plus important des personnes âgées parmi les inactifs

En conséquence, le temps pris par la sociabilité restant à peu près constant, c'est la somme des activités de loisir qui s'est accrue du temps libéré sur les tâches ménagères et le sommeil. S'agissant du sommeil, il serait intéressant de tester l'hypothèse selon laquelle sa diminution s'expliquerait par l'amélioration de l'état de santé général des inactifs.

Le temps « libéré » entre 1986 et 1999

Temps gagné ou économisé par grands postes hors temps de travail et temps de trajet

	Temps physiologique (hors repas avec amis, famille)	Temps domestique	Temps de sociabilité (y compris repas avec amis, famille)	Temps de loisir stricto sensu
Hommes actifs	- 12 mn	+ 8 mn	+ 14 mn	+ 11 mn
Femmes actives	- 13 mn	- 1 mn	+ 9 mn	+ 19 mn
Hommes inactifs	- 21 mn	+ 10 mn	+ 20 mn	+ 28 mn
Femmes inactives	- 18 mn	- 29 mn	+ 6 mn	+ 42 mn

Source : Insee, enquêtes « budget-temps », 1986 et 1999.

Chez les actifs – hommes comme femmes – le faible gain du temps de loisir est du même ordre que la diminution du temps pris par le travail et les déplacements domicile-travail. Pour les inactifs, ce gain qui est deux fois plus important, traduit plusieurs phénomènes :

1°) pour les femmes, le bilan est simple ; tout se passe comme si elles reportaient sur des activités de loisir, l'essentiel du temps économisé sur les contraintes domestiques et physiologiques ;

2°) pour les hommes, plusieurs tendances se conjuguent ; le gain de temps est dégagé du temps physiologique mais aussi du temps consacré aux études, voire à du travail, et aux trajets divers ; ce gain global se partage entre un peu plus de temps passé à l'entretien de la maison (les tâches ménagères et le bricolage), et surtout plus de temps consacré à la sociabilité et aux loisirs proprement dit.

Finalement, l'effet majeur du travail ne réside pas dans le fait que sa légère diminution globale profite au temps de loisir. En réalité, la lourde contrainte qu'il exerce sur l'organisation du temps individuel ralentit des évolutions qui se révèlent très sensibles chez les inactifs. Cette contrainte est très forte sur certaines catégories professionnelles qui ont un temps de travail nettement plus long que la moyenne : les artisans, les commerçants, les chefs d'entreprise ¹⁷. Le comportement des inactifs est beaucoup plus significatif. Il traduit d'abord la diminution du poids de la part la plus contrainte des obligations physiologiques et domestiques ; ensuite, le lent rattrapage des femmes, par rapport aux hommes, sur le temps de loisir et sur le partage des tâches ménagères. Enfin, le processus progressif de libération des contraintes de la vie quotidienne ne profite pas qu'aux activités ludiques : il accroît sensiblement le temps consacré à la sociabilité avec les amis et les parents.

On peut dire qu'il en va de l'emploi du temps comme de la consommation : la contraction des charges ménagères accompagnent celle des dépenses d'alimentation, pour favoriser à la fois plus de temps et de dépenses dans le registre du loisir. En regard de cette évolution de fond, on doit, comme l'a fait Lanfant, *« s'étonner que très peu d'études sociologiques existent concernant l'analyse des activités du temps libre dans leur rapport avec les phénomènes de consommation, alors que de toute évidence les deux phénomènes sont étroitement liés »* ¹⁸.

Les évolutions propres à l'organisation du travail ne sont donc pas, directement, la source des transformations sociales de la vie quotidienne. Les premières études disponibles sur l'usage du temps gagné grâce aux 35 heures conduisent à penser que les salariés qui bénéficient d'horaires allégés depuis au moins un an, n'ont pas

¹⁷ voir à ce sujet, Bruno Maresca, Laurent Pouquet, *Les dépenses culturelles des Français au milieu des années 1990*, Ministère de la Culture, DEP, 2000.

¹⁸ Marie-Françoise Lanfant, op.cit.

beaucoup changé l'éventail de leurs activités extra professionnelles ¹⁹. S'occuper plus de sa famille, prendre du temps pour se reposer et pour « ne rien faire », sont les attitudes largement dominantes. Par ailleurs, les enquêtes budget-temps montrent que pour les actifs comme pour les inactifs, 75% du temps de loisir gagné en 13 ans a été absorbé par l'écoute de la télévision. A l'évidence, et indépendamment de l'impact du travail, plus de temps libre ne conduit pas directement à plus d'activités de loisirs actifs.

Ce constat est essentiel à la compréhension sociologique de la question du temps libre. L'optimisme de la vision humaniste des années 60, qui voyait le loisir comme le nouvel horizon de l'épanouissement de l'individu, paraît aujourd'hui difficilement tenable. Il semble que l'on soit plus proche de la vision critique de ceux, tels J.Galbraith, D.Riesman ou J.Baudrillard, qui voyaient dans le développement du loisir et de la consommation une seule et même réalité, plus matérialiste, prosaïque et surtout économiquement intéressée.

Il faut éviter, néanmoins, de se laisser enfermer dans la perspective macroéconomique du progrès du temps libre, si l'on veut réellement expliquer la dynamique du loisir. La partie la moins étudiée du loisir est celle de sa nécessité et de son organisation sociales, c'est-à-dire de sa socialisation à travers des institutions qui lui donnent concrètement forme, le développent et finalement le canalisent. Les vacances, le sport, la télévision, le cinéma, etc. sont des réalités aisées à cerner parce qu'elles sont extrêmement codées et qu'elles sont aujourd'hui des marchés puissants. Conséquence de leur institutionnalisation et de leur poids économique, on peut rendre précisément compte, statistiquement, des départs en vacances ou de l'usage de la télévision. Il en va de même de tous les temps sociaux. Ils n'acquiescent véritablement un sens collectif qu'associés à des activités fortement socialisées :

¹⁹ Une enquête de la DARES, réalisée en juillet 1999, a étudié le comportement des salariés à temps plein ayant bénéficié d'une réduction du temps de travail dans le cadre des conventions « de Robien » .

l'école, le travail, il y a peu encore la religion, l'armée, etc. A partir de 1936, les vacances ont acquis ce statut. En revanche, nombre d'activités, en particulier lorsqu'elles sont non contraintes, n'imposent pas d'espace-temps spécifique. Il faut donc distinguer la perspective économique et la perspective sociologique. La télévision, par exemple, aujourd'hui omniprésente, a inventé de nouveaux moments de la vie sociale (le journal de 20 heures par exemple) qui restent toutefois ajustés à des rythmes sociaux traditionnels (retour du travail, repas, heure du coucher, ...).

Défini globalement, le « temps libre » n'est pas en soi un temps social, à la différence du temps des vacances ou du temps de la récréation des écoliers. A ce titre, il n'a pas de réalité concrète. Les notions génériques de temps « physiologique » et de temps « domestique » n'en ont pas plus, alors que le temps du sommeil et le moment des repas en ont toujours une. Pour sortir de la discussion théorique sur le progrès du « temps libre », il faut passer aux usages sociaux du temps « non contraint » et à l'idée de temps « consommé » par des activités dites de « loisir ».

Chaque type d'activité associée à l'idée de loisir renvoie à des espaces-temps précis qui permettent de caractériser les conditions sociales de la pratique : moment où l'on fait du sport, où l'on va au cinéma, où l'on regarde la télévision, etc. Ici la notion d'espaces-temps à un grand intérêt opérationnel. Elle peut aider, en effet, à raisonner les arbitrages entre différentes activités, contraintes ou choisies, auxquels les individus sont en permanence confrontés, et déboucher sur l'analyse des phénomènes de complémentarité et de substitution entre diverses activités de la vie quotidienne que l'on range plus ou moins arbitrairement dans tel ou tel temps social.

A titre d'exemple, on peut difficilement rendre compte de la pratique du sport de loisir, et de ce qui peut la favoriser ou la contraindre, sans cerner ses moments et lieux les plus habituels : à certains moments du week-end et pendant les vacances de manière privilégiée, à l'heure du déjeuner ou en fin de journée pour les plus organisés des salariés, etc.

2. Les activités de loisir, un registre d'activités spécifiques

Des remarques précédentes, découle l'importance de définir ce que sont les activités de loisir.

Dans la première grande enquête sur le loisir, réalisée en 1934 aux Etats-Unis, ce dernier est défini par opposition aux activités « *considered in high degree obligatory or necessary to the maintenance of life and which are on the whole instrumental to other ends rather than ends in themselves* », c'est-à-dire des activités « utiles » qui n'ont pas leur fin en elles-mêmes²⁰. Cette définition, qui propose une norme particulièrement restrictive, construit comme pour le temps libre, la notion par défaut. Là encore la référence implicite est le modèle du travail, appréhendé comme l'expérience par excellence de la contrainte. Sur ce modèle sont généralisées toutes les obligations sociales, privées et publiques, définies elles-mêmes comme contraintes.

Une telle définition postule que des activités pourraient échapper au destin commun des activités sociales qui est de poursuivre une fin et donc, volontairement ou à leur corps défendant, d'avoir une fonction instrumentale. Les activités de loisir seraient libérées des lois de la nécessité. Elles seules, dès lors, pourraient prétendre être des activités gratuites et, à ce titre, relèveraient, par excellence, du libre arbitre. Le temps libre, que l'expérience commune sait parasité par toutes sortes de nécessités sociales mais aussi de vacuités, n'atteindrait finalement le statut de « temps de loisir » que dans un espace d'activités où le but n'est pas de s'affirmer libre mais de cultiver l'affirmation de soi par des activités sans autre fin que le plaisir qu'elles procurent. Une telle définition du loisir traduit une idéologie à la fois hédoniste et libérale qui se trouve en phase avec la morale d'une société de consommation. Peut-

²⁰ enquête menée par Lundberg et Komarowsky. Voir G.Lundberg, *Leisure : a suburban study*, New York, Columbia University Press.

on pour autant se satisfaire de l'idée qu'il existerait des activités qui ne seraient pas ce que toutes les autres activités humaines sont, à la fois nécessaires et instrumentales ?

Le loisir est « un temps prescrit par la nouvelle norme sociale » ²¹. Il est effectivement, aujourd'hui, une norme intériorisée, s'imposant comme une exigence pour soi-même, pour sa famille, son cercle relationnel. Il est devenu un besoin qui prend des formes symboliquement très hiérarchisées (« aller à la neige », en voyage à l'étranger, avoir une résidence secondaire, un bateau, etc.), en un mot il s'impose comme un registre particulièrement exigeant de consommation somptuaire. Il fonctionne selon « une morale de maximisation des besoins et des satisfactions », tout en obéissant à « un code de distinction » ²².

1. L'espace « institué » de l'occupation du loisir

Les enquêtes sur le loisir ont, depuis les années 30, tenté de normaliser le corpus des activités relevant à proprement parlé de l'idée de loisir, c'est-à-dire des activités dont le dénominateur commun essentiel serait d'être associées, spécifiquement, à l'occupation d'un temps « libre de contraintes ». Cette volonté normative participe du travail social de structuration de l'univers du loisir. Mais ses résultats opératoires posent, à l'analyste, plus de problèmes qu'ils n'apportent de clarté sur le champ des loisirs. On peut, pour le mesurer, comparer les nomenclatures adoptées par différents dispositifs d'enquête depuis les années 60.

L'enquête internationale sur les budgets-temps réalisée en 1966 prenait en compte 5 registres :

²¹ Dumazedier, op.cit., c'est nous qui soulignons.

²² « Le drame des loisirs ou l'impossibilité de perdre son temps », in Jean Baudrillard, *La société de consommation*, Paris, Gallimard, 1970

1. éducation permanente et formation volontaire,
2. participation civique à des activités collectives,
3. spectacles, divertissements et vie sociale,
4. pratique sportive et autres loisirs actifs,
5. loisirs passifs.

La nomenclature de 1966 est une approche très détaillée qui a été reprise par les enquêtes « budget-temps » de l'Insee de 1967, 1987, et 1999. Elle reste donc, 35 ans plus tard, la structure de référence ²³. On peut penser que le fait d'intégrer dans le loisir les postes « éducation permanente » et « participation civique », est révélateur d'une époque marquée par l'idéal de l'éducation populaire. En revanche, la grille de 1966 ne retenait des pratiques domestiques que le bricolage et les « ouvrages de dame ». L'Insee a complété ce registre par les principales tâches ménagères (alimentation, ménage, linge), le jardinage et la charge des animaux domestiques. Curieusement, enfin, le champ du loisir délimité dans le cadre de ces enquêtes exclu le temps consacré aux trajets (ceux qui ne relèvent pas du trajet domicile-travail) et le temps des activités désignées pudiquement par « activités privées (sexualité, ...) » qui est compté avec l'hygiène et la santé.

Sachant que ces enquêtes servent à quantifier le temps libre en déduisant du temps pris par le travail ce qui est considéré comme relevant d'obligations physiologiques et domestiques, on mesure mieux l'importance que revêt et l'exhaustivité des activités prises en compte et la ventilation de ces activités dans divers registres, pour certains classés dans les « obligations », pour d'autres dans le « loisir ». La répartition adoptée depuis 30 ans est peu satisfaisante, ses parti-pris n'étant pas tous cohérents entre eux. Une méthode beaucoup plus simple consisterait à retenir le découpage très détaillé utilisé pour remplir les carnets, en demandant aux enquêtés

²³ Cette nomenclature est présentée dans l'ouvrage de Lanfant (1972).

de déterminer eux-mêmes si l'activité décrite est vécue comme un « loisir », un « semi-loisir » ou une obligation. Il serait beaucoup plus informatif, et plus riche du point de vue sociologique, de se fonder sur la qualification par les individus concernés de notions qui restent éminemment subjectives. Il n'est pas difficile de s'en convaincre en examinant l'usage de la notion de « semi-loisirs » que fait l'Insee dans l'enquête budget-temps de 1987. Sont réunis dans ce registre : la confection de vêtements, les autres travaux d'aiguille (broderie, couture, tricot), les créations artistiques (sculpture, peinture, littérature), les réparations et l'entretien des voitures et deux-roues, les autres réparations et entretiens divers, le bricolage et autres travaux techniques, les collections, la décoration, le modélisme, le jardinage, les soins aux animaux domestiques (y compris la promenade du chien).

Comparaison des nomenclatures d'activités relevant du loisir

dans les enquêtes « budget-temps » et « loisirs »

Enquête internationale budget-temps (1966)	Enquête budget-temps Insee (1987)	Enquête loisirs Insee (1987)
Etudes en activité principale	Formation des étudiants	
Cours de formation divers	Cours de perfectionnement et formation professionnelle Cours d'auto-école Cours ou stage artistique, sportif	Suivre des cours de formation ou des cours spécialisés (langue, musique, sport, auto école)
Conférences	Conférences	
Lecture technique ou pour les études	Lecture de revues ou livres spécialisés	
Participation bénévole à des partis, syndicats	Participation civique, bénévolat, entraide Participation à des partis, syndicats	Appartenance à syndicats, associations familiales, parents d'élèves, associations culturelles, religieuses, partis politiques, etc.
Pratique religieuse	Pratique religieuse	Pratique religieuse
Participation à des œuvres sociales et religieuses	Participation à des organisations confessionnelles	
Participation bénévole à des associations diverses	Participation bénévole à des organisations sociales, à but humanitaire Participation à des associations diverses	<i>Pour personnes âgées</i> , participation à club 3 ^{ème} âge
Spectacle sportif	Spectacle sportif	Spectacle sportif
Music-hall, variétés, cabaret, cirque, foire	Cirque Music-hall Cabaret Foire, salon, fête foraine	Music-hall, variétés, cirque, fête foraine ou fête régionale, foire-exposition ou salon
Cinéma	Cinéma	Cinéma
Théâtre, concert, opéra	Théâtre, concert, opéra, ballet	Théâtre, concert classique ou opéra, concert de rock ou jazz
Musée, exposition	Musée, exposition	Musée, exposition, château ou monument
Visites entre amis, repas entre amis	Visites chez amis Réception d'amis	Sortir pour spectacle, réunion chez parents ou amis
Fréquentation du bar, café, salon de thé	Fréquentation du bar, café, salon de thé	Café, restaurant
Réceptions diverses	Réceptions diverses	
	Danser chez soi, chez amis Kermesse, fêtes locales, fêtes scolaires, dancing, discothèque	Danser chez soi, chez amis, bals, discothèques
Pratique du sport et culture physique	Culture physique chez soi Activités sportives, jeux sportifs, entraînements, compétitions	Promenade, randonnée, vélo, boules, gymnastique, sports d'équipe, ski, autres sports
Chasse et pêche	Chasse et pêche	Chasse et pêche
Promenade, excursion	Promenade Excursion à pied, en voiture	
Bricolage, collections	Bricolage, collections, décoration, modélisme, technique	Fabrication meubles, objets artisanaux, maquettes Collections
	Réparations et entretien des voitures et deux-roues	Réparations (électro ménager, voiture, deux-roues)
	Autres réparations et entretiens divers	Travaux d'entretien du logement

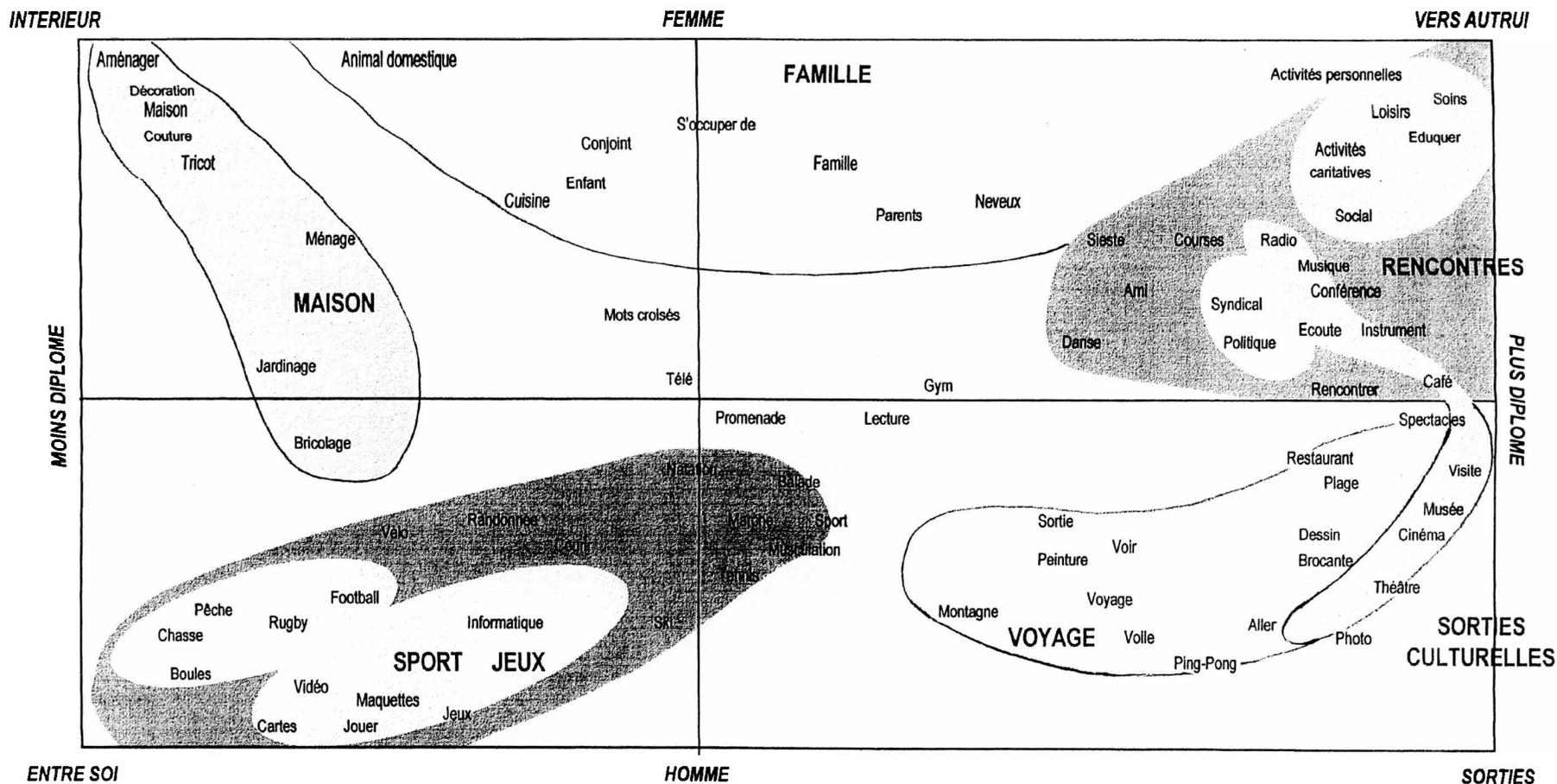
Comparaison des nomenclatures d'activités relevant du loisir (suite)

Enquête internationale budget-temps (1966)	Enquête budget-temps Insee (1987)	Enquête loisirs Insee (1987)
Ouvrages de dames	Confection de vêtements Autre confection (broderie, couture, tricot)	Reprise, confection vêtements, tricot, crochet
	Jardinage	Jardinage (jardin, terrasse) potager ou d'agrément
	Soins aux animaux domestiques (y compris promenade).	
	Travaux ménagers (alimentation, ménages, linge, divers)	Travaux ménagers (courses, cuisine, repassage, nettoyage)
Création artistique, littéraire	Créations artistiques (sculpture, peinture, littérature) Faire des photos, films, enregistrements	Pratiques en amateur : écriture peinture, sculpture, dessin, photo, théâtre, film vidéo
Pratique d'un instrument, du chant	Pratique d'un instrument, du chant, du théâtre	Pratique d'un instrument, du chant
Jeux de société	Jeux de cartes Autres jeux de société	Cartes et jeux de société
	Informatique domestique	
Regarder la télévision	Regarder la télévision	Regarder la télévision
	Regarder une cassette vidéo sur la télévision	Regarder une cassette vidéo avec un magnétoscope
Ecoute de la radio	Ecoute de la radio	Ecoute de la radio
Ecoute de disques	Ecoute de disques, cassettes	Ecoute de disques
Lecture de livres	Lecture de livres	Lecture de livres
Lecture de journaux	Lecture de revues, journaux	Lecture de journaux
Lecture de revues, magazines		Lecture de revues, magazines
Conversations, y compris au téléphone	Conversations Conversations téléphoniques Courier Echanges par minitel, radio, ...	Conversations au téléphone Usage du minitel, de l'ordinateur
Se détendre, penser, ne rien faire	Sieste ou repos Repos au réveil Se détendre, penser, ne rien faire, fumer	<i>Pour personnes âgées, sieste, repos, promenade</i>
Activités diverses	Divers (mots croisés, ...)	Mots croisés
	PMU, jeux de hasard, jeux électroniques	Jeux d'argent (tiercé, courses, loto)
	Lecture non scolaire et conversations avec enfants Jeux avec enfants Promenade avec les enfants	Lire des livres ,raconter des histoires aux enfants
		<i>Pour jeunes, loisirs en bande, en groupe, en famille, ...</i>
	Activités diverses hors domicile	Autres loisirs
	Activités privées (relations sexuelles, ...)	
	Trajets autres que domicile-travail	

La catégorie « semi-loisirs » est hétéroclite et non satisfaisante, une part importante de ce qu'elle amalgame entrant, sans ambiguïté, dans les activités de loisir stricto sensu. Il faut insister sur l'importance de ces questions. L'enquête budget-temps de l'Insee est une des enquêtes les plus importantes pour décrire les modes de vie ce qui, d'ailleurs, explique qu'Eurostat ait le projet d'œuvrer à sa généralisation dans l'ensemble des pays de l'Union européenne ²⁴. Or cette enquête qui sert à mesurer des temps est entièrement conditionnée par sa nomenclature d'activités. Son protocole postule qu'il existe dans la population un consensus sur ce que désigne chacune des activités prises en compte dans la liste du chiffrage. Les nombreuses divergences d'appréciation que peut susciter la description par les individus de leur emploi du temps a nécessairement des répercussions notables sur l'évaluation des temps sociaux. En l'absence de définitions plus construites, l'extension donnée aux activités de loisir est discutable et, par voie de conséquence, l'évaluation du temps de loisir sujette à caution. Paradoxalement, les enquêtes « loisirs » de l'Insee (1967, 1987) n'aident pas à mieux cerner le champ. Les activités qu'elles explorent ne recoupent pas exactement celle de la nomenclature « budget-temps ». Elles sont moins précises sur des registres qui comptent comme la sociabilité, la promenade, et ignorent les animaux domestiques, l'informatique domestique, les trajets de loisir. La littérature ne propose guère d'approches permettant d'élaborer d'autres modes de construction du champ du loisir. On peut citer la formalisation adoptée par l'observatoire du tourisme pour classer méthodiquement les activités qui s'exercent dans le contexte d'un temps social relevant exclusivement du temps libre, celui des vacances.

²⁴ Actuellement, quatre pays seulement l'ont réalisée.

« Parmi vos activités extra-professionnelles régulières, quelles sont celles qui vous apportent le plus de satisfaction ? »



Source : INSEE, volet « Travail et mode de vie » (1997), complémentaire à l'enquête Conditions de vie des ménages. D'après DARES, Premières synthèses, 99.05, n° 20.1.

2. La vision pragmatique de l'occupation du temps libre

Faut-il se contenter des définitions institutionnalisées du loisir, et accepter qu'elles orientent les représentations que chacun se fait de ce qui est loisir et de ce qui ne l'est pas ? L'enquête permanente Conditions de vie des ménages de l'Insee a, dans son volet « travail et modes de vie », introduit une question ouverte qui permet d'explorer ce que les Français rangent a priori sous l'idée de loisir. Dans sa formulation, « *Parmi vos activités extra-professionnelles régulières, quelles sont celles qui vous apportent le plus de satisfaction ?* », la question a le mérite de ne pas parler de loisir et donc de ne pas enfermer les projections dans le seul registre ludique. En revanche, les réponses ne valent que pour les actifs, l'enquête étant centrée sur le rapport au travail ²⁵.

Les réponses proposées par les individus, qui peuvent être multiples (l'enquête intègre jusqu'à quatre mentions différentes), ont été analysées par un traitement statistique lexicométrique qui permet d'explorer la structure des représentations associées à l'idée d'activités extra-professionnelles. Le graphique de la page précédente propose une synthèse de l'éventail des registres. Au centre de la distribution, « télévision » et « promenade » sont les activités les plus partagées et, de ce fait, les moins intéressants pour caractériser des comportements spécifiques ²⁶.

Cinq domaines principaux se dégagent de l'analyse :

1. la maison,
2. la famille,
3. le sport et les jeux,

²⁵ Voir à ce sujet « Des actifs à la recherche d'un nouvel équilibre entre travail et hors-travail », DARES, Premières synthèses, 1999, n°20.1

²⁶ La télévision est, de très loin, le loisir le plus partagé et le plus chronophage : elle occupe en moyenne 40% du temps de loisir quotidien des Français. Concernant la promenade, les enquêtes du CREDOC sur les vacances indiquent que la promenade est, parmi les occupations de loisir pratiquées pendant les congés, l'activité la plus citée (par 25% des Français, en 1995) devant la baignade (22%).

4. le voyage et la culture,
5. la rencontre et l'engagement.

Ces domaines se distribuent selon deux axes différents (cf. graphique). Le premier oppose le registre domestique, celui de « l'intérieur », au registre culturel, celui des « sorties ». Il s'agit d'une opposition majeure que l'analyse des dépenses culturelles des ménages met également en évidence ²⁷. Il correspond à des activités centrées sur la personne et, de ce point de vue, à une représentation individualiste du loisir. Le second axe ordonne des activités qui ont en commun d'intégrer dans un groupe plus ou moins large. Il se développe entre le pôle du jeu et du sport, associé à des groupes de pairs, et le pôle de la rencontre d'autrui, dans le cercle familial et dans l'espace social. En ce sens, cet axe oppose « l'entre soi » et le « vers autrui ».

Les différentes activités citées sont remarquablement distribuées. Les ensembles les mieux structurés sont ceux des extrêmes, qui concernent des groupes minoritaires mais sociologiquement très typés. Ainsi l'espace des activités d'intérieur – décoration, travaux d'aiguille, jardinage, bricolage – se trouve très éloigné de l'univers des voyages et sorties culturelles. On n'en conclura pas qu'il est improbable de s'investir également dans les deux registres. On doit considérer, en revanche, que ceux qui survalorisent l'un de ces registres (il s'agit, rappelons-le, des activités qui apportent *le plus de satisfactions*) ont peu de chances de mettre l'autre en avant.

De la même manière, ceux qui citent le sport et les jeux, particulièrement dans leurs formes collectives – sports d'équipe, boules, cartes –, sont très éloignés de ceux qui privilégient les activités ou les espaces de rencontre et, à l'extrême, ceux qui s'investissent dans le militantisme, caritatif, professionnel ou politique. Secondairement, l'univers du sport et du jeu, plus masculin, s'oppose à l'univers de

²⁷ Bruno Maresca, Laurent Pouquet, op.cit.

la famille, plus féminin. L'univers de la famille est centré sur la propension à « s'occuper de » ses proches, le conjoint, les enfants, mais aussi les animaux domestiques et les parents au sens de la famille élargie.

Cette approche des représentations des activités mises en avant par les individus en tant qu'elles répondent très précisément à l'idée « d'activités de réalisation de soi », apporte de nombreux enseignements. Elle vérifie que l'univers des activités de loisir est sur déterminé d'abord par un effet de capital culturel et, ensuite, par un rapport sexué aux activités. Le capital culturel, appréhendé par le niveau de diplôme détenu, se superpose à une opposition qui paraît majeure, entre *espace du dedans* – la maison et les pairs – et *espace du dehors* – la sortie, le voyage et la rencontre –. On peut noter que l'univers familial reproduit, sous une forme réduite, cette différenciation : côté « entre soi », les activités privilégient l'espace domestique, le couple, les enfants ; côté ouverture à « autrui », l'investissement familial intègre la préoccupation des parents, ses propres parents surtout, mais aussi les enfants dans la famille élargie (les neveux).

Le second enseignement de l'analyse est de révéler la grande diversité des activités qui, hors du travail, répondent à la double dimension de la recherche du plaisir et/ou de l'investissement de soi. On dépasse, largement, l'espace du loisir telles que le délimitent les approches normatives. Conclusion importante, l'arrière-plan moral qui, dans la réflexion sur le loisir oppose, généralement, le registre du divertissement – *la recherche du plaisir* – et le registre de l'accomplissement de soi – *la recherche de l'élévation* –, ne paraît pas structurer l'espace des représentations.

Les représentations qui s'enracinent dans la pratique renvoient à une définition des activités de loisir plus instrumentale. Il s'agit de « *toute activité résultant du libre*

choix et propre à procurer un sentiment de liberté »²⁸. On y trouve cité aussi bien le shopping (dans une dimension qui dépasse l'obligation contraignante des « courses ») que le sport, les loisirs cultivés que les activités domestiques (notamment au sens d'une auto production), le voyage (associé aux vacances) que différentes activités « personnelles » (pratiques en amateur, investissements divers qui peuvent aller jusqu'à ce que l'on met implicitement sous le mot de « business »).

Dans cette vision prédomine une structuration par univers de pratiques. Cette notion d'univers mérite d'être approfondie car elle mêle, manifestement, plusieurs dimensions : l'espace social tout d'abord, imbriquant groupe et territoire (la famille versus la maison, les pairs versus l'espace proche, les autres versus la société ou les autres sociétés), les domaines de pratiques ensuite (le domestique, le sport, la culture), et enfin un principe opposant l'individuel et le duel (ce dernier au sens des pratiques impliquant un autre, des autres).

Par rapport aux nomenclatures classiques du loisir, une autre conclusion s'impose. L'espace des représentations (cf. graphique ci-dessus, p.32) oppose, particulièrement nettement, un sous-espace de loisirs « ludiques » (les deux cadrans inférieurs de la représentation) et un sous-espace de loisirs « utiles » (les deux cadrans supérieurs). Dans le sens strict qu'ont cherché à lui donner les spécialistes de la question, le loisir est un ensemble structuré d'activités reconnues pour satisfaire des besoins individuels, du corps et de l'esprit, dégagés de toute finalité intéressée. Celles-ci réunissent classiquement les activités sportives, organisées collectivement ou libres, les jeux, les loisirs créatifs physiques et manuels, les sorties et pratiques artistiques et culturelles, les voyages. Cet ensemble constitue le noyau dur des projections relatives au loisir, investit en partie dans la vie quotidienne et plus fréquemment pendant les périodes privilégiées que constituent le week-end et les

²⁸ M.Kaplan, cité par Marie-Françoise Lanfant, op.cit.

vacances. Ces activités ont en commun de répondre à une vision hédoniste active qui tourne implicitement le dos à l'oisiveté et aux activités domestiques. Registre ludique associé à l'évasion, cette perspective du loisir a tendance à être plus masculine que féminine, ce qui recoupe bien les données des enquêtes budget-temps sur les différences d'investissement en temps des hommes et des femmes en fonction des registres d'activités.

L'autre partie que l'on pourrait appeler loisir « utiles » est importante à plusieurs titres. En premier lieu, elle atteste qu'au niveau des représentations le champ des « activités procurant le plus de satisfactions » ne se cantonne pas aux activités strictement ludiques incarnant pour les spécialistes la finalité même du loisir. Le loisir utile mêle deux dimensions. La première correspond au besoin de dépasser le caractère d'obligations d'un certain nombre de tâches, avant tout ménagères, en les surinvestissant pour satisfaire le désir de réalisation ou d'affirmation de soi. Il peut s'agir d'activités dérivant tout aussi bien de la culture de l'auto subsistance – cuisiner, jardiner, bricoler, aménager – que de moyens d'afficher son statut social avec plus ou moins d'ostentation (décorer son intérieur, courir les magasins, investir dans les œuvres caritatives, ...).

La seconde dimension correspond au registre de la rencontre et de l'ouverture à autrui. Là encore, l'activité est instrumentalisée pour une fin qui n'est ni désintéressée ni particulièrement hédoniste. Toutefois, ce registre se différencie du précédent par une dynamique plus nettement personnelle et il rassemble des types d'activités très divers.

S'agit-il du registre du « semi-loisir » auquel l'Insee recourt pour l'enquête « budget-temps » ou du sens que Dumazedier a donné à cette notion ²⁹ ? On peut penser qu'à

²⁹ Pour Dumazedier, « tout se passe comme si le cercle des obligations primaires interférait avec le cercle des obligations du loisir pour produire à l'intersection, le semi-loisir. Le semi-loisir est une activité mixte où le loisir est mêlé à une obligation institutionnelle. », op.cit., p.97.

ces activités s'attache une connotation de « sous-loisir » – le ménage, le tricot, le bricolage, les courses, peuvent-ils être assimilés à des loisirs ? – ou bien de loisirs « passifs », c'est-à-dire non véritablement investis pour eux-mêmes mais plutôt pour passer le temps. L'un des intérêts de l'exploration des représentations, est de révéler que les menues activités du temps libre ne sont pas passées sous silence (la sieste, les mots croisés, la promenade) et de montrer quelles peuvent être cultivées comme sources de satisfactions privilégiées.

3. Les registres des activités de loisir

C'est dans la partie de l'espace des représentations qui se focalise sur la famille et sur autrui que l'approche subjective du loisir dépasse le plus largement le registre du loisir adopté dans les enquêtes « budget-temps » et « loisirs » de l'Insee. Se consacrer à ses proches, rencontrer des amis, s'investir bénévolement dessinent une sorte de gradation dans les formes que revêt la préoccupation d'autrui. Si ces registres sont rattachés par les individus aux activités privilégiées du temps libre, c'est qu'elles représentent des formes majeures du don de soi et du désintéressement. La mention des investissements syndicaux et politiques est, à cet égard, remarquable. A l'inverse, on peut constater l'absence, du moins sous des formes explicites, de certains registres comme la pratique religieuse, les jeux d'argent, l'attrait de la nature.

On notera, enfin, l'inégale variété des activités dans les différents domaines dessinés par la projection des représentations. Les plus restreints sont les espaces de la maison et de la famille où les obligations contraignent beaucoup la possibilité d'épanouir des activités investies positivement. Rappelons, néanmoins, que dans l'espace des contraintes domestique la progression du temps libre est très significative, ce qui favorise l'investissement des tâches ménagères sous des formes

plus hédonistes (aménagement de la maison, décoration, jardinage, gastronomie, réception, ...).

A l'opposé, le sport et les jeux représentent le champ le plus foisonnant du loisir, vérifiant le rôle majeur de la dimension ludique. Ce champ se polarise nettement entre les sports collectifs traditionnels auxquels s'intègrent la chasse, la pêche et le jeu de boules, et les sports individuels qui se prolongent par les formes, en pleine expansion, du sport libre et des pratiques de remise en forme (natation, marche, jogging, gymnastique).

La proximité, dans les représentations, des activités associées aux séjours hors du domicile et des sorties culturelles traduit d'une part l'imbrication du voyage et de la culture mais aussi le caractère moins quotidien des activités qui leur sont associées. On remarque, enfin, que le registre de la rencontre réunit des dimensions multiples : activités passives (écoute de la radio, de la musique, de conférences), relations privilégiées (avec un ami/une amie) et engagement collectif.

Cette analyse des représentations ne livre pas tout ce que l'on souhaiterait explorer sur la manière dont les activités du temps libre s'associent ou, au contraire, s'opposent. Si le graphique qui organise la projection des activités citées permet de caractériser les pratiques qui procurent le plus de satisfactions, il ne dit rien des activités complémentaires avec lesquelles elles sont compatibles, voire intimement liées. Manque donc l'approche des complémentarités et, a fortiori, l'analyse des substitutions possibles ou des incompatibilités entre activités.

3. Le loisir, de l'Antiquité au droit à la paresse

Les sources étymologiques, comme le comparatisme historique, permettent de cerner les différentes composantes de la représentation de l'idée de loisir. En ancien français, la forme *leisir* (attestée en 1080) dérive du latin *licere*, verbe qui signifie « être permis ». Dans son premier sens, la notion engage la « possibilité de disposer de son temps », ce qui dit assez bien le rapport que le loisir entretient avec l'organisation sociale qui règle les occupations et le travail. La dimension du « temps libre » est fixée dès la Renaissance, le loisir étant d'abord le temps dont on peut librement disposer en dehors de ses occupations habituelles et des contraintes qu'elles imposent. Selon le dictionnaire de l'Académie, la notion du loisir comme ensemble d'activités spécifiques est plus tardive : l'idée d'occupations, de distractions pendant le temps de liberté est reconnue comme seconde acception au début du XVIIIème.

En anglais, *leisure* a également pour sens premier celui de temps libéré de l'emploi. La notion utilisée pour désigner les activités qu'il favorise est également plus tardive. L'idée de divertissement est plus spécifiquement désignée par *entertainment*, qui dérive du latin tardif, *intertener*, « tenir ou garder parmi », notamment dans le sens d'entretenir quelqu'un. Dans le sens premier, il s'agit de « recevoir des invités », et dans le sens second d'amuser les convives. Par dérivation, on arrive au sens aujourd'hui dominant de représentation publique, puis de spectacle au sens large. L'intérêt de cette notion est quelle est restée dans la filiation directe de l'expérience du loisir antique, particulièrement celle qui s'est généralisée dans les différentes régions de l'Europe dominées par le Bas-Empire romain.

1. Le loisir dans les sociétés antiques

L'Antiquité, grecque et romaine, propose deux notions radicalement différentes qui structurent toujours la double perspective du loisir, le divertissement et la culture. Le loisir dans la Grèce ancienne est désigné par le mot *skolé* : celui-ci ignore la perspective de l'oisiveté, c'est-à-dire du temps libéré sur le travail, pour désigner le fait de cultiver les spéculations de l'esprit propre à la classe des hommes libres dégagés du travail assurant la subsistance, la production ou le commerce. Le loisir est pour les Grecs ce qui permet le développement propre et autonome des activités de la culture, plus particulièrement dans ses formes académiques, c'est-à-dire dans le sens des activités de la spéculation, de l'art et de la connaissance. Les mots scolastique et école ont cette racine, qui perdurent pour nous avec le même sens.

Chez les Romains, la notion est différente. Le loisir est désigné par *otium*, qui en Français donne le mot et le sens de oisiveté. Les recherches étymologiques laissent penser que le mot romain intègre les expériences de la fête comme exutoire dans la vie rustique et celle du repos dans l'activité guerrière ³⁰. Ces deux perspectives, qui se côtoient quand Rome absorbe l'héritage grec, ont très tôt alimenté la réflexion philosophique en suscitant le débat entre loisir collectif, qui avec l'Empire devient loisir de masse, et loisir individuel tourné vers l'élévation de l'esprit.

Dans les contextes les plus anciens de l'Antiquité, deux réalités se mêlent : celle des banquets, et des jeux qui les accompagnent, dans les occasions de célébration de l'héroïsme guerrier et, par ailleurs, l'oisiveté saisonnière, bien réglée, de la vie rustique, en particulier à travers cette expérience particulière à l'espace méditerranéen, appelée à un long destin, le repos caniculaire. Dans le monde antique, ces premières références sont surtout des mythes littéraires qui influencent les comportements et alimentent les débats philosophiques (Homère pour les loisirs

³⁰ Jean-Marie André, *Les loisirs en Grèce et à Rome*, Paris, PUF, 1984.

des temps héroïques, Hésiode pour l'âge d'or de la vie rurale). Avec le développement des villes, les manifestations du loisir deviennent plus prosaïques et acquièrent très vite des caractères qui nous paraissent familiers. Les arts et le luxe sont très tôt les marques même du loisir, tandis que l'oisiveté urbaine et les lieux privilégiés où elle se manifeste (l'agora des villes grecques, puis le forum romain) suscitent, dans la rue et les espaces collectifs, une prolifération d'arts mineurs exploitant le désœuvrement et le désir d'amusement de la masse. Très tôt également, s'opère la distinction (chez Aristote, par exemple) entre la réalité de l'agora populeuse favorisant les activités mercantiles et l'idée d'une agora de l'élite dédiée aux loisirs désintéressés, qui se partagent essentiellement entre les pratiques athlétiques et les joutes oratoires. A côté du sport, de la promenade et des arts qui, dès la Grèce antique, et pour longtemps, sont les piliers du loisir de l'élite dominante, les loisirs du commun sont éminemment variés : jeux de société et d'argent, bains, prostitution, « arts » de la rue, banquets publics, spectacles (sports, danse, musique, théâtre). Les Romains donnent un développement considérable aux spectacles de masse à travers les jeux du stade.

Si l'on en juge à travers les textes des philosophes et dramaturges de l'Antiquité, l'opposition est très vive entre la tyrannie de la masse qui tire les arts vers le divertissement et le culte du beau affirmé par l'aristocratie athénienne, puis romaine. Dans les formes majeures du spectacle, notamment le théâtre et le sport, le professionnalisme soutenu par les deniers publics est très structuré. Ces formes qui se sont épanouies dans la Grèce classique sont absorbées et amplifiées par la puissance romaine. Ainsi, très tôt, les activités du loisir se trouvent organisées selon une hiérarchie fondée sur l'opposition entre divertissement collectif et culture individuelle. Cette différenciation fonde la culture académique et le professionnalisme qui lui permet de se développer dans une relative liberté vis-à-vis de la loi du peuple. L'Antiquité a légué à l'Occident les structures fondamentales de l'ordonnement

de l'offre de loisir, sous la double forme du marché du divertissement et du soutien public aux arts majeurs, deux réalités qui s'imbriquent mais de manière clairement antagonique.

Contrairement à ce que la plupart des sociologues du loisir ont défendu dans les années 60, l'idée contemporaine de « civilisation du loisir » ne paraît pas si radicalement nouvelle. Il semble même que la société de consommation nous ait ramené particulièrement près de l'expérience antique, dans sa double tradition grecque et romaine. Certes, la conquête pour tous du temps libre sur le temps de travail est spécifique de l'organisation sociale des sociétés contemporaines. Mais voir dans cette idée, l'originalité actuelle de la question du loisir est discutable. C'est confondre, là encore, la question du temps social et la question des activités. Si l'on en reste à la description, dans ses formes concrètes, de l'offre et de la demande de loisir, nombre d'activités contemporaines trouvent leurs racines dans la tradition historique. Particulièrement dans les formes de loisir des Romains privilégiés qui ont connu la résidence secondaire de campagne, la villégiature du bord de mer, les cures, le tourisme et ses argumentaires publicitaires, le voyage sur les ruines antiques principalement en Egypte ³¹.

2. Le loisir dans la lutte des classes du XIXème

La question plus particulière de l'expansion du temps libre est à relier aux transformations de l'expérience et de l'idéologie du travail, du XIXème à aujourd'hui. La morale entrepreneuriale qui accompagne le développement du capitalisme industriel a souvent instruit le procès de l'oisiveté dans les classes populaires mais aussi de l'excès de temps et de dépenses consacrés à des activités de loisir dans la

³¹ Pour plus de détails, voir Jean-Marie André, *op.cit.*

bourgeoisie. La pente de cette idéologie conduisait la morale du travail à freiner la consommation. Cette contradiction était faite pour être dépassée. Ce processus s'est opéré dans la première moitié du XXème, par la disparition de la bourgeoisie rentière. Tant Veblen, dans le contexte américain, que Lafargue, inspiré par le socialisme européen, ont exprimé, dans les années 1890, la condamnation des situations ostentatoires associées à l'oisiveté de la bourgeoisie possédante et la revendication des classes laborieuses à faire advenir un égal partage du temps passé à travailler.

Dans *Theory of leisure class* (1899), Veblen a voulu faire le procès des comportements de la classe sociale dominante consistant à cultiver l'oisiveté et les plaisirs « inutiles » qu'autorise l'aisance des possédants. Pour lui, « *le terme de loisir tel qu'on l'emploie ici, ne parle ni de paresse ni de repos. Il exprime la consommation improductive du temps, qui 1°) tient à un sentiment de l'indignité du travail productif ; 2°) témoigne de la possibilité pécuniaire de s'offrir une vie d'oisiveté.* »³²

A ce titre, il est, probablement sans le vouloir, à l'origine de la critique des tendances compulsives de la consommation et du rôle essentiel qu'elle joue, dans la société contemporaine, dans la course aux distinctions sociales. « *La tendance actuelle [tend] à valoriser la consommation plutôt que le loisir* ». Loisir est ici entendu comme état socialement oisif. Veblen décrit la fièvre de la consommation ostentatoire en y voyant un moteur qui anime la société moderne et qui balaye les anciens comportements de sobriété et de vertu que se devait d'afficher le possédant dégagé du travail. « *Ce déclin s'explique par le fait que la consommation va témoigner de la richesse avec plus d'efficacité relative.* »³³

³² Veblen, op.cit., p.31

³³ Ce regard très critique sur la société américaine de la fin du XIXème est celui d'un fils d'émigrants des pays nordiques.

Pour Veblen, loisir est synonyme de train de vie ostentatoire. La domesticité contribue pour une grande part à ce train de vie : à ce titre, elle remplit une fonction de loisir par délégation. Il en va de même de l'épouse qui, sous ce rapport, participe du loisir délégataire. « *La délégation habituelle du loisir et de la consommation est la marque immuable de la servante et de l'esclave* ». « *L'épouse, jadis bête de somme et chose de l'homme, est à présent la consommatrice rituelle des biens que le mari produit* ». « *Le spectacle n'est pas du tout insolite d'un homme qui s'acharne au travail afin que son épouse puisse couler en son nom, dans les formes voulues, tout le loisir requis par le sens commun de son époque* ». ³⁴ Cette vision des choses correspond au modèle de la « femme au foyer », forme d'idéal social fixé par la bourgeoisie sous le second Empire et qui a diffusé progressivement vers les autres classes sociales à mesure de l'élévation des niveaux de vie, jusque dans les années 60.

Quand il fait le procès des inactifs qui se détournent volontairement de la morale industrielle, de « *l'instinct artisan* », Veblen traduit la critique économique de son époque à l'encontre de la classe des rentiers. Au tournant du siècle, il devient de moins en moins tenable de tourner le dos à la vie active et de cultiver « *une réputation d'oisif, (...) ne laissant pour toute issue que des faux-semblants : « obligations sociales », arts et érudition d'agrément, entretien et décoration de la maison, fréquentation des réunions de couture, compétence en matière de toilettes nouvelles, jeux de cartes, bateaux de plaisance, golf et autres sports.* »

Mais en dénonçant les formes du loisir de la haute bourgeoisie occidentale des années 1900, Veblen engage une critique d'une portée autrement plus grande, celle des ressorts de la société de consommation. « *Si l'on suit toute l'évolution de la dépense ostentatoire (...) on y découvre une notion persistante, sous-entendue mais*

³⁴ Veblen, op.cit., p.55,56.

indiscutable : le consommateur n'améliore vraiment sa réputation qu'en dépensant pour des superfluités. ». « Le niveau de dépense plus élevé vers lequel nous nous efforçons généralement » représente « l'idéal même de la consommation qui réside toujours un peu au-delà de notre portée et que nous ne saurions atteindre sans une certaine tension de désir. » « On en arrive alors, surtout dans les sociétés où les distinctions de classe sont moins nettes, à rapporter insensiblement tous les canons d'après lesquels une chose est considérée ou reçue, ainsi que les diverses normes de consommation, aux habitudes de comportement et de pensée en honneur dans la classe la plus haut placée tant par le rang que par l'argent – celle qui possède et richesse et loisir. » ³⁵

Cette anticipation du mouvement dynamique de la société de consommation tel qu'il fonctionne aujourd'hui dans une société qui, comparée à la première moitié du XXème siècle, a effectivement affaibli les distinctions de classe, est remarquable. Tout comme l'est le fait d'avoir vu le moteur du développement de la consommation dans le mécanisme sociologique de l'affirmation du besoin de distinction, dans une société ayant déporté le ressort de la distinction des vertus morales vers l'aisance matérielle, et cultivant massivement l'acquisition du superflu et l'affichage des signes extérieurs de richesse. L'aspect le plus intéressant pour nous dans l'analyse de Veblen est la portée de sa dénonciation du loisir. On peut admettre que loisir et consommation vont de pair, en rapprochant cette idée du constat que, dès l'Antiquité, le loisir de la masse suscite une offre mercantile qui suppose un désir et une capacité de consommation au delà du nécessaire. Toutefois, le plus important paraît être la question de l'oisiveté. Pour Veblen, le loisir n'est pas le résultat d'une conquête sur le travail. C'est plutôt un état qui échoit en propre à la classe dominante. S'il diffère d'autres formes d'oisiveté, c'est précisément parce qu'il s'agit d'un état qui conduit à développer des activités ayant pour fin la manifestation de la

³⁵ Veblen, op.cit., p.66,69.

position sociale et, corrélativement, de la non dépendance à l'égard du travail particulièrement bien incarnée par une idéologie qui s'estompe aujourd'hui, celle de la femme au foyer. Avec le bourgeois du début du siècle, l'artiste et l'intellectuel ont partagé cette condition. L'accroissement du temps libre pour tous répond-t-il à la même dynamique ? Vraisemblablement pas si l'on en juge à travers les formes contemporaines du statut d'oisif, celle du retraité notamment. Ceci conforte l'hypothèse selon laquelle loisir et travail ne sont pas, en dépit des apparences, dans un rapport de nécessité réciproque. Si le loisir et les signes de possession qui s'y rattachent deviennent, pour toutes les couches de la société, le champ privilégié de la fabrication de l'image que l'on veut se donner et de l'affirmation de son rang dans son groupe social, alors le loisir fonctionnera comme le ressort privilégié de la croissance de la consommation. Et cela quelque soit l'évolution du temps consacré au travail, sous réserve, du moins, que se prolonge l'âge d'abondance des sociétés occidentales.

Lafargue comme Marx n'ont vu dans le loisir qu'un registre compensatoire à l'aliénation du travail dans la société industrielle, conduisant à la recherche du défoulement et de l'évasion. Marx ne parle du loisir que dans la description de la société communiste future, dans laquelle il n'y a plus d'aliénation. Dans ces conditions, c'est le travail qui réalise l'homme tandis que le temps libre lui permet de régénérer sa force de travail à travers le repos, le sport, mais aussi la formation personnelle. Dans la société utopique délivrée de l'aliénation, le loisir est un investissement en vue d'une efficacité plus grande de l'individu. Il devient une norme comportementale au service d'une idéologie nationale qui s'est incarnée, dans les années 30, tant dans les pays socialistes que dans les expériences du national-socialisme. C'est dans ce contexte idéologique, rappelons-le, qu'est apparu, en France, le premier ministère du sport et du loisir institué par le Front populaire.

CHAPITRE 2

LA CONSOMMATION DE LOISIR : L'EXEMPLE DES LOISIRS CULTURELS

A la demande du Département des études et de la prospective du Ministère de la Culture intéressé par la quantification des dépenses que les Français consacrent aux activités culturelles, le CREDOC a réalisé un traitement secondaire de la version la plus récente (1995) de l'enquête "Budget des familles" de l'Insee ³⁶. Ce travail a fourni l'occasion d'approfondir la compréhension des déterminants de la consommation des ménages dans le domaine des dépenses de loisir. Ce que l'on regroupe sous l'intitulé « activités culturelles » comprend à la fois l'activité la plus chronophage du temps libre, à savoir l'écoute de la télévision, et une diversité d'activités qui n'occupent en moyenne qu'une part très modeste du temps libre (la lecture, les sorties au cinéma, au concert, etc., la pratique du dessin, d'un instrument, ...). En raison de cette diversité, la part dite « culturelle » du loisir est intéressante à étudier pour évaluer les différents déterminants qui commandent l'investissement des ménages dans des loisirs actifs.

Les enquêtes sur la consommation sont structurées par grands domaines de manière à être compatible avec les agrégats de la comptabilité nationale. Elles servent à quantifier le volume de dépenses que font les ménages dans les différents secteurs de consommation classiquement retenus. Pour isoler dans le budget des ménages la part que l'on peut qualifier de « dépenses culturelles » on a aggloméré les dépenses des registres suivants : dépenses d'**équipement** (la radio, la télévision,

³⁶ Les résultats de ce travail ont été publiés par le DEP. Bruno Maresca, Laurent Pouquet, *Les dépenses culturelles des Français au milieu des années 1990*, Ministère de la Culture, DEP, 2000.

l'ordinateur, le piano, ...), achats de **produits culturels** de grande consommation (le livre, la presse, le CD, ...), dépenses de "**sorties**" **culturelles** ou de divertissement (cinéma, concert, discothèque, ...), dépenses de **services** (abonnement à Canal+, à une bibliothèque, cours d'éducation artistique, ...). Cette définition est plus étroite que la rubrique utilisée par l'Insee et qui regroupe « loisirs, culture, éducation ». Le champ adopté ici essaie d'être plus précis pour épouser les domaines correspondant, à proprement parlé, aux marchés culturels : médias, audiovisuel, cinéma, spectacle vivant, marché du livre, de la musique, du multimédia et pratiques amateur. En poids dans le budget global des ménages, le domaine « culture-médias-pratiques amateur » représente près de la moitié du domaine « culture-loisirs-éducation » de l'Insee (3,5% contre 7,5% en 1995).

Les postes de dépenses du budget culturel classés par grands registres

I. L'AUDIOVISUEL	
1.EQUIPEMENT TELEVISUEL	postes de télévision, redevance
2.ABONNEMENTS TELEVISUELS	Canal +, câble, antennes (dont paraboliques)
3.MAGNETOSCOPE ET VIDEO	appareils et cassettes vidéo (achat, location)
4.SERVICES POUR AUDIOVISUEL	accessoires, réparations, locations diverses
II. LE SON	
5.EQUIPEMENT SON	appareils hi-fi, radios, baladeurs
6.CONSOMMATION MUSIQUE	CD, disques, cassettes, accessoires hi-fi
III. L'ECRIT	
7.LIVRE	livre de littérature, autres livres (hors scolaire)
8.PRESSE	journaux, revues, abonnements
IV. LES SORTIES	
9.CINEMA	
10.SPECTACLE VIVANT	théâtres, concerts, music-hall, autres spectacles
11.MUSEE	musées, expositions
12.SORTIES	danse, autres sorties (parcs loisir, zoos, etc.)
V. LES PRATIQUES AMATEUR	
13.PHOTO ET CINEMA	appareils, films, développement, accessoires
14.PRATIQUES ARTISTIQUES ET ASSOCIATIVES	instruments de musique, leçons particulières, cotisations clubs et associations
VI. LE MULTIMEDIA	
15.MICROINFORMATIQUE	micro-ordinateurs, accessoires
16.JEUX-VIDEO	jeux-vidéo, accessoires

Pour l'ensemble de ces postes, le volume moyen annuel des dépenses des ménages s'élève à près de 6700 francs dans un budget total moyen atteignant 191 000 francs en 1995. Projeté sur l'ensemble des ménages, cette consommation culturelle représente un marché de 157 milliards de francs. Les plus grosses parts de ce marché correspondent à la presse (26 milliards), à l'équipement télévisuel (21 milliards), aux marchés de l'édition (16 milliards), de la photo et du cinéma amateur (14 milliards), du disque et de la cassette enregistrés (12 milliards), des équipements et des abonnements audiovisuels (près de 12 milliards).

1. Une typologie des registres de consommation

Le budget culturel amalgame des catégories de dépenses qui sont de nature assez différentes, dont certaines sont régulières et d'autres exceptionnelles : tous les registres de consommation pris en compte ne donnent pas nécessairement lieu, pour un ménage particulier, à une dépense dans l'année. Certains équipements comme la télévision ne sont renouvelés que de loin en loin, alors que les achats de livres, de disques, de cassettes vidéo, de billets d'entrée à des spectacles ou des visites culturelles peuvent être réguliers tout au long de l'année. Il existe enfin des dépenses ponctuelles qui sont régulières, comme la redevance pour la télévision, les abonnements, les cotisations à des associations, etc ³⁷. L'analyse statistique multicritères des différents registres de dépenses fait apparaître les complémentarités mais aussi le caractère antinomique de certains postes. Elle permet une lecture plus sociologique des comportements de consommation, fondée sur les associations de postes de dépenses les plus fréquemment observées.

³⁷Les dépenses prises en compte se limitent à celles qui ont été enregistrées au cours de la période couverte par la procédure de l'enquête, " Budget des familles " de l'Insee. Celle-ci n'est pas conçue pour avoir une représentation complète de la consommation de chaque foyer interrogé. Ses résultats ne sont représentatifs qu'à l'échelle nationale, après agrégation d'un grand nombre de ménages.

1. Le phénomène cumulatif des consommations culturelles

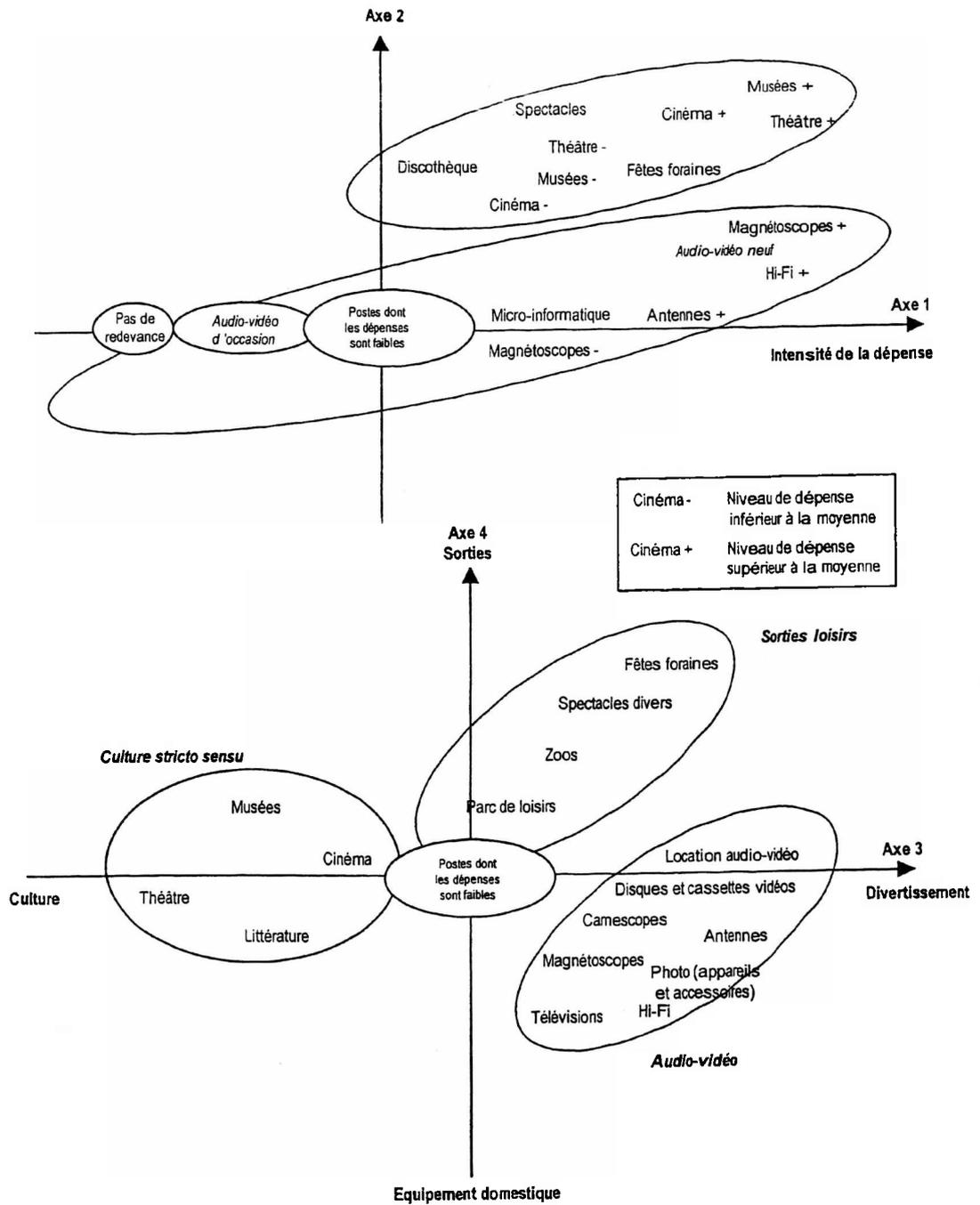
L'analyse multicritères croisant les montants de dépenses pour les différents postes du budget culturel n'est explicative que pour les dépenses ayant une certaine importance en valeur ³⁸. Elle permet surtout d'explorer comment se différencient les comportements des individus qui affichent un budget culturel au-dessus de la moyenne. On le précisera plus loin, 20% des Français assurent 50% de la consommation culturelle de l'ensemble de la population.

La différenciation la plus forte rend compte de l'importance du volume de dépenses, en particulier des investissements en matériels supports.. En matière d'équipement télévisuel, ce n'est pas l'achat de postes qui est significatif, mais plutôt l'opposition entre une consommation de programmes importante qui se traduit, notamment, par l'acquisition d'antennes et d'abonnements télévisuels, et une consommation nulle ou modeste, marquée par l'absence de paiement de la redevance et/ou l'acquisition de téléviseurs d'occasion. En 1995, les achats d'informatique n'en étaient encore qu'au début du cycle de l'équipement domestique. Ils sont moins significatifs que l'hyperconsommation constatées dans les registres audio et vidéo.

Le processus cumulatif, c'est-à-dire la tendance à associer peu ou prou tous les registres de dépenses culturelles, explique le premier axe de différenciation des comportements (cf. figure, page suivante). Le volume global du budget culturel peut donc être regardé comme le premier indicateur permettant de différencier les comportements en matière de consommation culturelle et, plus largement, de loisir.

³⁸ L'analyse factorielle sur l'ensemble des postes laisse au centre de la distribution la masse des dépenses faibles ou nulles.

Typologie des postes de dépenses culturelles



Source : CRÉDOC, d'après enquête Insee Budget des Familles 1995

Guide de lecture

L'analyse factorielle situe les postes de dépenses les uns par rapport aux autres, en rapprochant ceux qui sont fréquemment associés dans les budgets des Français -ce sont des biens complémentaires-, et en opposant ceux qui sont rarement présents ensemble dans les budgets. Ainsi le non-paiement de la redevance TV s'oppose très logiquement aux dépenses pour du matériel audiovisuel neuf. Les quatres axes qui structurent les figures 1 et 2 sont les axes qui différencient le plus les regroupements de postes. Le premier axe rend compte du volume de dépenses global. Le second axe distingue les équipements de base pour le foyer, des sorties culturelles et de divertissement. Les axes 3 et 4 opposent culture et divertissement, équipements et sorties.

Le second axe de différenciation fait apparaître le caractère spécifique des consommateurs qui ont des dépenses conséquentes dans les registres relevant de la culture stricto sensu (cinéma, théâtre, musées), registres auxquels s'ajoute la photo. Le cas de la photo est révélateur. Il montre que pour les individus qui affichent un budget photo important, cette pratique a de fortes chances de s'inscrire dans une démarche artistique.

2. Les trois grandes sphères de la consommation culturelle

Certaines dépenses sont fréquemment associées entre elles. Ce sont d'abord des associations fonctionnelles : ainsi, les dépenses d'équipement télévisuel et les achats de magnétoscopes et de cassettes vidéo vont de pair ; il en va de même des équipements informatiques (micro ordinateurs, accessoires) et des jeux vidéos. Les liens les plus intéressants sont ceux qui révèlent des domaines de pratiques qui fonctionnent dans le cumul. Ainsi, les achats de places pour le cinéma, le spectacle vivant (concert, théâtre) et les autres sorties de divertissement (danse, parc de loisir, ...) sont fréquemment associées. Ces corrélations signalent une convergence de dépenses correspondant à l'activité "sorties" des jeunes générations.

Un autre regroupement s'observe entre les biens culturels correspondant aux consommations dans le foyer : les achats de cassettes vidéo, de CD, de cassettes audio, de livres et de presse sont fortement corrélés entre eux. Dans l'environnement domestique, aujourd'hui, l'investissement dans l'image télévisuelle et la vidéo se trouve en synergie plutôt qu'en opposition, avec l'écoute de la musique enregistrée et la lecture.

L'analyse multicritères révèle deux axes de structuration des postes de dépenses : une opposition qui tient au contenu des activités, entre « culture » et

« divertissement », et une opposition plus fonctionnelle entre activités "au foyer" et « hors foyer ». Elle confirme, ainsi, la distinction très marquée qui existe entre consommation au foyer et consommation à travers les "sorties". Il en résulte une structuration en trois grandes sphères. La plus homogène est celle des « dépenses culturelles *stricto sensu* » : sortie au théâtre, au musée, au cinéma, achat de livre de littérature. Les deux autres sphères, « sorties de loisir » et « dépenses audio et vidéo », se regroupent du côté du divertissement.

Les équipements pour l'audiovisuel, le multimédia, la photo et le cinéma en amateur, vont de pair avec les accessoires (antennes par exemple) et les biens consommables qui leur sont associés (disques, vidéos, pellicules, etc.). Cet ensemble correspond au marché des équipements-supports de la consommation culturelle domestique, secteur tributaire des innovations des filières technologiques. Ces dernières jouent un rôle moteur déterminant sur l'évolution de la consommation culturelle des Français.

La sphère des sorties de loisir relève explicitement du divertissement : les fêtes foraines, les parcs de loisir, les zoos, ainsi que les autres formes de spectacle. Son individualisation met en évidence que culture et divertissement sont des registres qui, sans s'exclure, restent nettement dissociés. La différenciation de ces trois sphères – *équipements-supports, sorties culturelles, sorties de loisir* - rend bien compte de l'hétérogénéité du champ et de la difficulté à produire une délimitation homogène du domaine de la « culture ». Il est aisé de cerner les productions relevant de la culture académique, il est également facile de limiter le cercle des équipements domestiques vecteurs de diffusion culturelle, mais le champ du divertissement, comme celui du loisir, reste flou.

2. Les déterminants sociaux de la consommation culturelle

Le volume du budget consacré à la culture est influencé par un grand nombre de facteurs, au premier rang desquels se situe, logiquement, le revenu disponible des ménages. Néanmoins, au delà de l'effet mécanique des disponibilités financières, une série de facteurs influencent la consommation de biens culturels : le sexe, le cycle de vie, la taille des ménages, le capital social (niveau de diplôme et position professionnelle) et le facteur résidentiel.

L'impact des caractéristiques socio-démographiques sur la variation du montant des dépenses culturelles

Caractéristiques socio-démographiques	Dépense culturelle moyenne	
	6700 francs /an /ménage indice 100	
Sexe *	femme	homme
	76-----	100
Age	plus de 75 ans	5-54 ans
	42-----	133
Type de ménage	célibataire > 65 ans	famille 3 enfants
	38-----	144
Type de résidence	c.rurale	Paris
	84-----	157
Catégorie socioprofessionnelle	inactif	cadre
	63-----	200
Diplôme	sans diplôme	Bac+3
	54-----	200
Revenu du foyer	< 70000 F	> 300000 F
	40-----	231

Source : Insee, traitement CREDOC

* la comparaison homme/femme est limitée aux ménages de célibataires de moins de 35 ans, ce qui explique que la moyenne des indices homme+femme de ce tableau soit inférieure à l'indice 100.

Par le biais de l'analyse économétrique, qui permet de raisonner « toutes choses égales par ailleurs », on peut apprécier le poids respectif, sur la variation des

consommations culturelles, des différents paramètres pris en compte. Ces critères n'épuisent pas tous les facteurs explicatifs, notamment les facteurs comportementaux (outre le sexe, l'origine culturelle, l'insertion dans des réseaux, la sensibilité à l'art, ...) ainsi que les facteurs d'offre (équipements culturels, réseaux de distribution, politiques culturelles des collectivités locales). De tels facteurs ne sont pas pris en compte par les enquêtes Budget des Familles de l'Insee : néanmoins, nous avons pu en explorer l'impact, grâce à l'enquête PC97 du ministère de la Culture. L'analyse des facteurs d'offre, en particulier, fait l'objet du chapitre suivant.

1. Les différences de consommations entre hommes et femmes

Tous âges confondus, les personnes seules consacrent aux dépenses culturelles une part de leur budget légèrement plus importante que la moyenne des ménages (3,8% contre 3,5% pour la moyenne des ménages). Il y a, à cela, plusieurs raisons, notamment le coût des équipements de base (télévision, ...) qui n'est réparti que sur une tête. De plus, par rapport à la moyenne des ménages, les jeunes célibataires dépensent plus pour les sorties, et les plus âgés pour la lecture de journaux et la consommation télévisuelle ³⁹. Les femmes ont une consommation culturelle plus faible que celle des hommes, en valeur comme en part de budget : près de 3700 francs/an pour les célibataires féminins et 5200 francs pour les masculins.

En se limitant au moins de 35 ans qui consacrent une part importante de leur revenu aux dépenses culturelles (5,5% pour les hommes, 5% pour les femmes), l'analyse économétrique montre qu'il existe, entre hommes et femmes, des différences de comportements importantes.

³⁹ Du fait qu'elle concerne non des individus mais des ménages, l'enquête "Budget des familles" ne se prête pas bien à une analyse des différences de comportement selon le sexe.

Les hommes ont une consommation plus importante que les femmes de films vidéo, d'abonnements à des chaînes de télévision et de matériel informatique. De même, ils achètent beaucoup plus de disques. Contrairement à l'idée reçue, les jeunes femmes seules achètent moins de presse que les hommes et ne lisent pas plus de livres.

Les différences sont également importantes dans les pratiques de loisir hors du domicile. Les femmes investissent plus les activités culturelles et les hommes les activités de divertissement. Ainsi les femmes dépensent deux fois plus pour aller au théâtre et au concert, mais aussi pour les pratiques artistiques et l'affiliation à des clubs ou associations de loisirs (hors activités sportives). Elles dépensent, en revanche, nettement moins que les hommes pour le cinéma, la discothèque et les autres lieux de divertissement.

2. L'effet du cycle de vie

La consommation des ménages augmente régulièrement entre 18 et 45 ans, du fait de l'accroissement de la taille et des besoins de la cellule familiale, puis régresse passé 55 ans. Parallèlement, les coefficients budgétaires ne cessent de diminuer, passant de 5,3% chez les jeunes ménages (moins de 35 ans) à 2,6% chez les plus âgés (75 ans et plus). Plus les personnes sont jeunes, plus elles consacrent une part importante de leur budget à la culture. Plus elles sont âgées, plus la part de cette consommation s'amenuise. Pour le budget culturel comme pour la consommation en général, les 45-54 ans sont au sommet du cycle de vie. Ceci s'explique par le fait que les ménages dont la personne de référence a entre 45 et 54 ans sont, dans la majorité de cas, des familles comportant des adolescents et des jeunes adultes.

L'analyse économétrique met en lumière l'effet de l'âge sur les comportements de consommation et cela, indépendamment d'autres facteurs comme le fait de vivre

seul ou non, de travailler ou non, etc. Les moins de 30 ans sont, toutes choses égales par ailleurs, les plus gros consommateurs de cinéma et de musique enregistrée. Ils font aussi partie des personnes qui dépensent le plus pour la micro-informatique. Mais c'est en matière de sorties (discothèques et autres divertissement) qu'ils se distinguent le plus de la moyenne.

Passé 30 ans, les registres de consommation se transforment en raison de l'arrivée des premiers enfants. Entre 30 et 40 ans, les dépenses consacrées aux activités associatives et aux cours particuliers sont les plus faibles. En revanche, cette tranche d'âge surinvestit l'audiovisuel (abonnements, magnétoscope et film vidéo) et consomme également, plus que la moyenne, de la musique, de l'informatique et des sorties de divertissement.

La présence d'enfants est l'autre facteur qui induit l'augmentation de la part du budget familial consacrée à la culture : 2,9% pour un couple de 25 à 64 ans sans enfant, 3,4% pour une famille ayant un enfant, 3,6% s'il y a deux enfants ou plus. L'arrivée des jeunes enfants réduit l'activité culturelle du couple, en particulier le volume de sorties mais aussi de consommation de musique. Quand les enfants engagent leur scolarité (entre 6 et 11 ans), les dépenses de livres, de films vidéos, les enseignements artistiques (de la musique au premier chef), les visites de musées sont significativement plus élevées que la moyenne. Dans la tranche d'âge suivante (12 à 15 ans), démarre le cycle de la fréquentation du cinéma, celle-ci étant nettement plus élevée que la moyenne entre 12 et 30 ans.

Au delà de 45 ans, la part des dépenses culturelles consacrée aux sorties régresse nettement et c'est à partir de cette tranche d'âge que les achats de presse s'accroissent fortement. La sur-consommation de livres dans la tranche d'âge 45-50 ans est vraisemblablement déterminée par les besoins en livres scolaire des jeunes

qui sont au lycée ou dans l'enseignement supérieur. La consommation de photo et cinéma amateur atteint également son maximum dans cette tranche d'âge. Enfin, les plus de 65 ans se distinguent des autres ménages par une surconsommation de presse et par un net ralentissement des achats d'équipements audiovisuels.

3. L'incidence de l'activité professionnelle

A composition de ménage équivalente, les adultes actifs ont une consommation culturelle plus importante en volume, qui s'explique par la différence de pouvoir d'achat. Un couple sans enfant de deux actifs a un budget culturel de 23% supérieur à celui d'un couple comprenant un seul actif (7900 francs pour le premier, 6400 francs pour le second). L'écart est le même entre le couple comptant un seul actif et le couple dont aucune personne n'est active (5200 francs pour ce dernier).

Au delà de l'effet du pouvoir d'achat, le fait d'être actif influence la structure des dépenses culturelles. Plus les ménages comptent d'actifs, plus ils consomment de musique enregistrée (disques et cassettes). Le nombre d'actifs joue également sur les pratiques amateurs, tout particulièrement les dépenses pour la photo et le caméscope, effet que l'on peut mettre en relation avec la mobilité dans les loisirs (voyages, visites de sites). Enfin, plus il y a d'actifs, plus les dépenses pour des sorties sont conséquentes : la part du budget culturel consacré au cinéma et au spectacle vivant varie du simple au double selon que le ménage compte ou non au moins un actif (4% si aucun actif, 7% si un actif, 8% si deux actifs). On peut penser que l'activité entraîne, en corollaire, la mobilité. Plus les individus sont actifs, plus ils consomment à l'extérieur du foyer. Moins ils le sont, plus leur consommation est déterminée par des formes d'incitation comme l'abonnement, le catalogue, la vente à domicile, etc.

4. Les effets de classement social

41. La permanence des conditionnements par la culture scolaire

Les individus plus diplômés se distinguent d'abord par le volume de leurs achats de livres : dans les ménages dont la personne de référence a le niveau Bac+3, on achète près de deux fois plus de livres que dans les ménages de niveau Bac+2. Les dépenses pour le théâtre et le concert, le musée et les expositions sont, par ailleurs, plus de deux fois supérieures à celles des autres ménages. Enfin, les enseignements artistiques et les activités culturelles exercées dans le cadre associatif sont des registres tout aussi distinctifs : dans ce domaine, les chefs de ménage de niveau Bac+2 dépensent deux fois plus que la moyenne et au niveau Bac+3, plus de trois fois plus. L'intérêt pour la culture savante et, plus encore, les pratiques qui lui sont associées se concentrent toujours dans les ménages qui ont le plus de capital scolaire.

En revanche, le budget consacré aux sorties de divertissement régresse régulièrement entre le niveau BEPC et le niveau Bac+3. Et dans le domaine audiovisuel, on peut constater que les dépenses des individus les plus diplômés se distinguent de la moyenne plutôt par la consommation de services (notamment les abonnements aux chaînes de télévision à péage) que par le suréquipement en matériel (qu'il s'agisse des équipements audiovisuels de base, du magnétoscope ou du matériel Hi-Fi) ⁴⁰.

⁴⁰ Le constat que les dépenses de l'année en cours, enregistrées par l'enquête « budget des familles », ne sont pas beaucoup plus élevées chez les « très diplômés » comparés aux « moins diplômés », n'est pas incompatible avec le fait que les premiers soient, globalement, plus équipés que la moyenne. Ce paradoxe apparent s'explique par la méthodologie de l'enquête de l'Insee qui prend mieux en compte les achats réguliers que les gros investissements d'équipement du foyer.

42. Le bridage des consommations culturelles par le revenu disponible

Dans l'ensemble des professions, les indépendants, les agriculteurs, les ouvriers et les retraités sont les groupes dont les coefficients budgétaires sont les plus faibles (entre 3,1% et 3,3%). Dans le détail des consommations, ouvriers et retraités se distinguent par la part importante qu'ils consacrent à la télévision et au magnétoscope (35% de leur budget culturel) et par la faiblesse de leurs achats de livres (7% et 9% respectivement). Ils ont, par ailleurs, un faible investissement en informatique.

Cadres, professions intermédiaires, employés et inactifs consacrent une part plus élevée de leurs budgets à la culture (entre 3,8 et 4%). Toutefois, compte tenu du différentiel de revenu, la consommation culturelle entre ces trois catégories varie, en volume, de 1 à 3. Les cadres consacrent moins d'argent, relativement, à l'audiovisuel (19% de leur budget) mais, comme on l'a déjà indiqué pour les « très diplômés », acquièrent plus de livres (15% du budget), fréquentent plus les spectacles vivants et les musées, et ont plus activités artistiques et associatives. Globalement, c'est le volume de dépenses consacrées aux « sorties » qui est l'indicateur le mieux ajusté à l'élévation du statut le long de l'échelle sociale. Il s'agit là d'un effet directement lié au revenu disponible.

L'analyse de l'effet de la progression du revenu sur la propension à consommer des produits culturels, pour chaque catégorie sociale, permet d'affiner les différences de comportement. En raison du niveau élevé de leur consommation globale (plus de 13 000 francs par an et par ménage), les cadres actifs sont moins portés que la moyenne à accroître leurs dépenses culturelles quand leur revenu progresse. A l'opposé, les employés de la fonction publique, les jeunes inactifs (étudiants, jeunes en attente du premier emploi) et les retraités anciens cadres sont plus sensibles à

l'élasticité du revenu. Les jeunes qui consacrent une part très élevée de leur budget à la culture ont une forte propension à dépenser plus quand leur revenu augmente. Pour les anciens cadres, c'est la réduction contrainte du train de vie consécutive à la baisse du niveau de ressources au passage à la retraite qui explique la sensibilité particulière à la variation de revenu.

L'analyse des consommations culturelles par catégorie sociale révèle, enfin, le caractère peu homogène des catégories dites « supérieures ». Les cadres du public, les professions scientifiques et celles des arts et des spectacles ont le budget culturel le plus important (entre 4,1 à 5,3%). Les cadres du privé, les cadres techniques et les autres cadres consacrent une part budgétaire proche de la moyenne (3,4 à 3,8%). En revanche, les professions libérales et les chefs d'entreprise, ont un budget plus faible en proportion (2,9% et 2,1% respectivement), mais pas en valeur absolue. Sachant que leurs revenus sont les plus élevés, on peut penser qu'ils investissent dans d'autres secteurs des loisirs. Leur mode de vie et leur environnement les fait privilégier les dépenses de divertissement : ils dépensent beaucoup pour des abonnements à des chaînes de télévision, pour le cinéma et les sorties autres que théâtre et concerts ; ce sont de faibles consommateurs de musique, de livres, de visites de musées et d'activités artistiques. Leur comportement les oppose radicalement aux « cadres du secteur public » (catégorie comportant une forte proportion d'enseignants), ces derniers privilégiant les consommations ayant le plus fort contenu culturel (écrit, musique, multimédia, pratiques amateurs).

Le capital social joue donc à plein : au delà du statut de « cadre », l'environnement du milieu professionnel influence fortement le budget consacré à la culture. Ainsi, les cadres de la fonction publique ont, toutes choses égales par ailleurs, un taux de dépenses culturelles très nettement supérieur à celui des cadres d'entreprises.

5. L'influence de l'espace de résidence

Au delà de l'impact du capital social des individus, les dépenses culturelles des Français sont déterminées par un autre effet structurel, le contexte résidentiel, qui combine un effet d'offre (ensemble des services marchands et non marchands au lieu de résidence) et un effet de mode de vie (propension à sortir, et à investir dans la culture ⁴¹). Ce double phénomène met Paris dans une position privilégiée quant aux consommations culturelles, tant vis-à-vis des autres grande villes que par rapport aux communes de la banlieue.

Globalement, on constate que la croissance de la taille de la commune de résidence induit une progression du budget culturel. Cet effet joue simultanément sur le volume de consommation et sur la part du budget qui est consacrée aux dépenses culturelles. La densité des équipements et des services peut être regardé comme un stimulant de la consommation des ménages. Parallèlement, plus l'agglomération a une taille importante plus les individus ont un mode de vie influencé par l'importance de l'offre des divertissements urbains. Dès lors, ils tendent à accroître leur consommation de loisirs culturels.

En raisonnant toutes choses égales par ailleurs, il apparaît que les dépenses d'équipement télévisuel sont plus importantes dans les villes moyennes (20 000 à 100 000 habitants) que dans les plus importantes, ainsi que les achats de magnétoscope et de films vidéos, ce qui peut être mis en parallèle avec le déficit de sorties au cinéma. En effet, c'est au delà de 100 000 habitants que les dépenses de cinéma sont significativement plus élevées, pour atteindre leur maximum à Paris. Outre le cinéma, les dépenses de sorties des Parisiens sont également très significativement supérieures pour la fréquentation des spectacles vivants (théâtre,

⁴¹ Ces dimensions sont abordées dans le détail dans le chapitre suivant.

concerts), des musées et des expositions. Quant à la pratique d'activités artistiques, l'équipement en écoles d'enseignement artistique, associatives ou municipales, joue vraisemblablement sur les niveaux de dépenses : c'est en effet dans les villes de plus de 100 000 habitants et à Paris que cette partie du budget culturel est significativement plus élevée.

3. Le phénomène de concentration des marchés culturels

Si l'on ne retient que les 10% de ménages qui affichent les volumes de dépenses les plus élevés, on constate qu'ils concentrent 42% du marché des produits et services pris en compte dans le budget culturel.

1. Les très gros consommateurs

La quasi totalité des ménages français font des dépenses culturelles. Seuls 5% ne déclarent aucune dépense sur l'ensemble des postes « équipements - sorties culturelles - sorties de divertissement- ». Il s'agit d'une fraction très particulière de la population qui cumule le fait d'être âgée (76% ont plus de 65 ans), inactives (83% sont retraités ou inactifs) et très faiblement diplômées (80% sont sans diplôme ou n'ont que le certificat d'études). Une forte proportion de ces ménages habite des communes rurales (42%).

A la différence des non-consommateurs, les « très gros consommateurs », que l'on définit ici comme les 10% de ménages qui consomment le plus, à la fois en volume

et en diversité de produits et services ⁴², sont des actifs qui, majoritairement, ont entre 35 et 55 ans (60% d'entre eux). Contrairement à ce que l'on pourrait attendre, ces ménages ne se concentrent pas massivement dans une catégorie sociale privilégiée : 46% sont cadres ou professions intermédiaires, 32% possèdent des diplômes de niveau au moins égal à Bac+2 ⁴³. De même, la logique de l'offre ne fait donc pas tout, même si cet effet est sensible : 54% habitent une ville de plus de 100 000 habitants, 22% l'agglomération parisienne (respectivement 45% et 15% pour l'ensemble des ménages). Les ménages les plus gros consommateurs dans le domaine culturel sont des familles où tous les membres contribuent à un cumul de dépenses régulières sur de multiples produits (livres, CD, vidéos, presse, sorties, équipements, ...).

Cette fraction de la population a réalisé 66,4 milliards de dépenses culturelles en 1995, le volume global des dépenses des ménages français dans ce domaine s'élevant à 157 milliards. Ces 10% de très gros consommateurs consacrent 8,5% en moyenne de leur budget aux achats culturels. Leur consommation représente près des trois-quarts des ventes dans le domaine de la micro-informatique (73% du volume des achats de l'ensemble des ménages) et des jeux vidéos (71%), pour les pratiques culturelles amateurs (72%) et pour la réparation et la location dans le domaine audiovisuel (73%). Ces gros consommateurs réalisent également la moitié des achats de billets pour le spectacle vivant (55%), des achats de disques (49%) et de livres (48%). Leur contribution est, en revanche, beaucoup plus modeste pour l'équipement audiovisuel de base (19% du marché des ménages), la presse (29%),

⁴² Pour définir ces populations on cumule des points pour chacun des 16 registres de dépense pris en compte. Pour chaque poste, on attribue à chaque ménage une note en fonction du niveau de dépense : 0 si la dépense est nulle, 1 si elle se situe dans le 1er quartile de la distribution des dépenses de l'ensemble de la population, 2 si elle se situe dans le 2e ou le 3e quartiles, et 3 dans le dernier quartile (niveaux de dépenses les plus élevés). Selon ce calcul, la note donnée à chaque ménage peut se situer entre 0 et 48 : la distribution réelle varie entre 0 et 36. Cette approche permet de croiser deux dimensions de la consommation de produits culturels : le montant global de dépense et la diversité de cette consommation.

⁴³ Rappelons que les caractéristiques d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de diplôme, sont celles de la personne de référence du ménage.

les abonnements et les antennes pour les chaînes de télévision (32%) et le cinéma (33%).

2. La consommation des classes supérieures

En 1995, les chefs de ménage cadre ou profession intermédiaire représentent le quart des ménages français (11% et 14% respectivement). A eux seuls ils ont assuré la moitié des achats culturels. Dans le détail, ces ménages consomment :

- 58% des achats d'ordinateurs (dont 38% assurés par les cadres),
- 53% des dépenses de pratiques artistiques (35% pour les cadres),
- 49% des achats de livres (31% pour les cadres),
- 48% des entrées de cinéma,
- 47% des visites (payantes) de musées et expositions,
- 47% des places pour le théâtre, les concerts (30% pour les cadres).

Les autres segments de marché pris en compte sont globalement moins marqués par cet effet de concentration.

3. La surconsommation des urbains des grandes agglomérations

Du point de vue des dépenses culturelles Paris fait figure d'exception. Les postes les plus culturels - achats de livres, de disques, de places de cinéma, de spectacles, d'entrées de musées, dépenses pour les pratiques en amateur - représentent 53% du budget culturel des Parisiens, contre 35% pour les ménages du reste de l'agglomération parisienne et 26% du budget des ruraux (32% pour l'ensemble des ménages). En valeur absolue, les habitants de la capitale consacrent à ces

dépenses étroitement culturelles, deux fois plus d'argent que les ménages de la banlieue parisienne et près de quatre fois plus que les ruraux.

L'agglomération parisienne et les grandes villes de plus de 100 000 habitants rassemblent près de la moitié des ménages Français (respectivement 17% et 30%, soit 47% au total). Comme pour bien d'autres domaines de la consommation, ces ménages alimentent une part majeure du marché des loisirs et de la culture. Le phénomène de concentration est toutefois moins intense que pour les catégories sociales. Les 47% de ménages des grandes villes assurent :

- 64% des entrées des cinémas,
- 62% des places de théâtres, concerts et autres spectacles artistiques,
- 62% des entrées de musées et d'expositions,
- 58% des achats de livres,
- 58% des dépenses pour les pratiques artistiques.

Les trois premiers registres sont, à l'évidence, déterminés par l'abondance de l'offre en matière de production et de diffusion artistiques. Un seul registre se révèle plus spécifique des petites villes et du tissu rural, celui des sorties de divertissement, en particulier les sorties en discothèques (44% de ce marché assuré par les ménages des communes de moins de 20 000 habitants).

4. La lente croissance des dépenses culturelles

Globalement, la consommation culturelle fonctionne selon un principe d'accumulation – plus le budget culturel est globalement important, plus il associe un grand nombre de postes de dépenses – et selon un processus de concentration : le marché de la culture apparaît fortement concentré dans les catégories sociales supérieures et

dans les grandes agglomérations. La consommation atteste du caractère intrinsèquement élitiste de la culture et de sa concentration jacobine dans la capitale. Aux deux extrêmes, le budget culturel des ruraux n'atteint que 80% du budget moyen des Français, tandis que celui des Parisiens est supérieur de 60% à la moyenne nationale.

Vu sur longue période (les années 80 et la première moitié des années 90), le budget culturel connaît une lente évolution à la hausse, la part du budget qui lui est consacré par les ménages étant passé, en francs constants (base 1980), de 3,4% à 4,0%. La croissance du budget culturel est très dépendante des renouvellements technologiques qui relancent les achats d'équipements domestiques. Télévision couleur, magnétoscope, caméscope, câble, diffusion par satellite, micro-informatique, CD-ROM, ont eu des impacts successifs sur la diffusion de matériels supports et sur le niveau de consommation des produits consommables et de services qui leurs sont associés. Cette dynamique du marché culturel explique que l'évolution des dépenses de culture et de loisirs des ménages est marqué par une série de phases de croissance rapide séparées par des paliers, notamment entre 1982 et 1985 puis entre 1990 et 1993. Dans la décennie 1985-1995, des transformations notables ont fait évoluer la structure du budget culturel. L'affaiblissement de la part occupée par les dépenses de matériels supports s'est confirmée du fait de la baisse relative du prix des appareillages. Le développement important des abonnements pour les chaînes de télévision à péage et du marché du film-vidéo explique que les dépenses pour l'image dépassent, à partir de 1995, les dépenses pour l'écrit (le livre et la presse), ce registre connaissant une baisse continue depuis 1985. Enfin, le registre du multimédia associé à l'informatique domestique représente 5% du budget des ménages en 1995.

L'étude du budget culturel des Français fondée sur l'exploitation de l'enquête « Budget des familles » de l'Insee ne répond pas à toutes les questions que suggère l'analyse des pratiques de loisirs. Il faudrait pouvoir approfondir la question des effets comportementaux, qui dépassent les critères socio-démographiques classiques, et celle de l'impact spécifique de l'offre publique et marchande. Il serait intéressant également d'apprécier les phénomènes de complémentarité entre activités, et les postes de dépenses correspondants, et d'appréhender les effets de substitution entre différents registres de consommation. Pour cela, il faudrait pouvoir raisonner les dépenses culturelles dans l'ensemble du budget des activités de loisirs qu'elles soient quotidiennes, en intégrant le sport, la sortie au restaurant, le jardinage, ou épisodiques les vacances, les voyages, etc.

CHAPITRE 3

L'IMPACT DE L'OFFRE SUR LE LOISIR CULTUREL

La récente enquête sur les pratiques culturelles des Français réalisée, en 1997, par le Département des études et de la prospective du ministère de la Culture offre l'opportunité d'interroger les mécanismes pouvant expliquer, à niveau de diplôme et de revenu équivalents, les très sensibles inégalités qui perdurent dans l'accès aux loisirs culturels. Elle permet d'approfondir la réflexion sur les déterminants résidentiels, qui engagent des effets d'offre et de mode de vie. Ces dimensions sont les moins bien explorées des mécanismes qui commandent l'intensité des pratiques. On appréhende, ici, la consommation de loisir comme le fruit d'une double dynamique, celle du « moteur social » et celle du « moteur économique ». Le premier est mû par la dynamique comportementale des groupes sociaux, le second par l'ensemble des mécanismes qui commandent l'expansion du marché des loisirs, notamment culturels.

Des trois domaines qui structurent l'éventail des consommations de loisir – domaine des consommations domestiques (associées à la vie quotidienne dans le cadre du logement), domaine des pratiques en amateur (sport, bricolage, activités artistiques, etc.) et domaine des sorties (culturelles ou de divertissement) –, le dernier est celui qui se prête le mieux à l'analyse des effets d'offre. Pour aller au-delà des effets socio-démographiques les plus déterminants, *âge, niveau de diplôme et revenu*, nous avons dû construire des indicateurs caractérisant l'importance de l'offre marchande, des équipements publics et des politiques culturelles, dans les

agglomérations où résident les individus interrogés par l'enquête « pratiques culturelles » de 1997 ⁴⁴.

Pour des raisons de disponibilité des sources d'information, ce travail de recherche a été limité aux agglomérations dont les villes-centres ont plus de 80 000 habitants. Au total, compte tenu du plan de sondage de l'enquête du ministère de la Culture, l'exploitation des données prend en compte 30 unités urbaines, dont Paris intra-muros. A partir d'une série d'indicateurs caractérisant l'offre culturelle de ces agglomérations, les effets imputables aux contextes résidentiels ont été analysés sur un échantillon de 825 individus, à l'aide des techniques statistiques permettant de raisonner *toutes choses égales par ailleurs*, modèle linéaire ou modèle LOGIT selon le type de variable à expliquer.

L'analyse permet de cerner le comportement des urbains des grandes villes, dont on a montré précédemment qu'ils représentent les plus gros consommateurs de loisirs culturels. On retient ici deux exemples significatifs : l'intensité de fréquentation du cinéma et un indicateur global de fréquentation des spectacles culturels (outre le cinéma, le théâtre, le concert, l'opéra, le music-hall, le spectacle de danse et le spectacle de rue).

1. La sortie au cinéma

La sortie au cinéma est l'une des pratiques de loisir hors du domicile la plus répandue et la plus assidue. La moitié des Français de plus de 15 ans va au moins une fois par an au cinéma et, compte tenu de la part de ceux qui y vont

⁴⁴ Jérémy Courel, Bruno Maresca, *Elaboration d'indicateurs de l'offre culturelle par unité urbaine*, CREDOC, novembre 2000.

régulièrement, un Français fréquente, en moyenne, 5 fois par an les salles de cinéma. C'est aussi le marché des activités de loisir dont on suit le plus finement les évolutions de fréquentation et les résultats économiques, ce qui permet d'évaluer, avec précision, l'impact de l'offre.

Pour expliquer la variabilité de l'intensité de fréquentation du cinéma, on prend en compte trois ensembles de variables couvrant trois registres explicatifs potentiels : les caractéristiques socio-démographiques classiques, des indicateurs de comportement, des indicateurs d'offre. Sur ces bases, le modèle linéaire bâti pour expliquer le nombre de sorties annuel ne rend compte que de 30% de la variance du phénomène à expliquer. C'est dire que les critères sociologiques et que l'offre du marché n'expliquent qu'une partie seulement du comportement de consommation.

1. Sortir au cinéma au moins une fois dans l'année

Un Français de plus de 15 ans sur deux va au cinéma chaque année, mais seule une minorité (20%) y va très régulièrement (au moins 12 fois dans l'année). La proportion de ceux qui y vont au moins une fois par an n'est pas très différente entre les urbains des grandes villes et les autres (56% contre 48%).

Cette forme de loisir est favorisée par le fait d'être jeune ou étudiant et par le fait d'aimer sortir. A l'inverse, avoir un faible niveau de diplôme et être inactif limitent significativement la pratique de ce type de sortie. Le poids de ce critère peut surprendre s'agissant de la sortie de loisir qui se rapproche le plus d'une consommation de masse. Il est néanmoins cohérent avec la baisse tendancielle de fréquentation du cinéma au cours des cinquante dernières années qui s'explique principalement par la désaffection du public populaire.

Par ailleurs, le modèle vérifie que les abonnements à Canal+ et aux chaînes de télévision câblées dont on a pu dire, à une époque, qu'ils exerçaient un effet concurrentiel défavorable à la sortie au cinéma, sont sans impact.

La modélisation apporte un autre résultat important. Elle met en évidence l'impact des multiplex et de la distance du cinéma le plus proche sur l'incitation à se rendre au cinéma. L'existence d'un multiplex dans l'agglomération ⁴⁵ a une influence positive sur la fréquentation du cinéma : le multiplex a réussi à conquérir de nouveaux publics. A l'inverse, l'éloignement trop grand de la salle la plus proche restreint le nombre des adeptes de cette sortie.

Aller au cinéma au moins une fois par an

Modèle LOGIT

% d'individus correctement
reclassés par le modèle =84%

Variable explicatives classées selon test de significativité	Sens des effets	probabilité pour la variable d'être significative
15 à 29 ans	+	0.0001
Absence de diplôme	-	0.0001
Etre étudiant	+	0.0001
Etre inactif	-	0.0001
Aime sortir	+	0.0100
Distance importante de la salle la plus proche	-	0.1000

Source : Les pratiques culturelles des Français. Enquête DEP 1997/ retraitement CREDOC 2000

2. L'intensité de la fréquentation

L'intensité de la fréquentation des salles obscures est influencée par un grand nombre de déterminants, dont le plus marquant est, de loin, le niveau de diplôme.

⁴⁵ Au moment de l'enquête, en 1997, des 30 agglomérations prises en compte comptaient 1 multiplex, et 2 ou 3.

Les facteurs explicatifs les plus importants sont, dans l'ordre :

1. le niveau de diplôme,
2. le niveau de l'offre (nombre de sièges de cinéma dans l'agglomération),
3. l'âge,
4. l'emploi dans la fonction publique,
5. le fait d'aimer sortir,
6. le fait de vivre seul plutôt qu'en famille,
7. l'abonnement au câble,
8. le fait d'être étudiant,
9. le goût pour l'art et la culture.

Le principal effet observé est l'impact d'un faible niveau de diplôme. Toutes choses égales par ailleurs, les individus sans diplôme ou ayant des diplômes se limitant au niveau CAP, BEP ou BEPC vont beaucoup moins au cinéma : leur fréquentation ne dépasse pas, en moyenne, 1 fois par an, contre 7 sorties par an pour la moyenne des Français. Cet effet est particulièrement robuste : il ne varie pas quand on ajoute de nouvelles variables explicatives, notamment les indicateurs comportementaux.

Le degré de significativité des indicateurs d'offre, en particulier l'équipement de l'unité urbaine en salles de cinéma, conduit à penser que le développement du circuit de distribution a un effet positif sur la fréquentation. Les différents indicateurs d'offre dont on dispose ont, néanmoins, un pouvoir explicatif inégal. Les meilleurs sont dans l'ordre :

- 1- le nombre de places total pour l'ensemble des cinémas,
- 2- le nombre de cinéma,
- 3- le nombre de salles de ces cinémas.

Nombre de sorties au cinéma dans l'année

Modèle linéaire

R2 ajusté = 0.29

Variables explicatives classées selon l'intensité des effets	Intensité et sens des effets	Probabilité pour la variable de ne pas être significative
Sans Diplôme	---	0.0001
Diplôme < Bac	---	0.0001
Nombre de sièges de cinéma	++	0.0030
Age 15 à 30 ans	++	0.0100
Emploi Fonction publique	--	0.0400
Aimer sortir	++	0.0100
Ménage d'une personne	++	0.0300
Abonnement au câble	++	0.0400
Intérêt pour art et culture	++	0.0500
Va à l'opéra	+	0.0100
Va au concert de jazz	+	0.0100
Nombre de livres possédés	-	0.0050
Nombre de CD possédés	+	0.0040
Va au concert de rock	+	0.0200
Va au théâtre	+	0.0001

Source : Les pratiques culturelles des Français. Enquête DEP 1997/ retraitement CREDOC 2000

Attention : le nombre de + ou de - ne correspond pas au degré de probabilité pour la variable d'être significative, mais à l'importance du coefficient indiquant le poids de la variable sur le nombre de livres ou de CD possédés.

+++ effet égal ou supérieur à 50% de la valeur moyenne

++ effet égal ou supérieur à 25% mais inférieur à 50%
de la valeur moyenne

+ effet égal ou supérieur à 10% mais inférieur à 25%
de la valeur moyenne

NB. Les indicateurs d'offre sont signalés *en italique*.

Guide de lecture

L'effet de chaque caractère est apprécié par l'accroissement relatif d'intensité de pratique qu'il suscite (colonne « Intensité et sens des effets »). On mesure cet accroissement en terme de variation par rapport à la moyenne. On prend également en compte le signe de la variation, selon que le caractère accroît l'intensité de la pratique ou la réduit. Ainsi une variable notée « +++ » est caractérisée par un fort impact positif sur la pratique concernée. Tandis qu'une variable notée « -- » aura un effet négatif, mais de moindre amplitude (l'intensité de ces effets est évaluée sur les coefficients estimés des variables).

La probabilité donnée en regard de l'effet, mesure la pertinence de ce dernier (2^{ème} colonne « Probabilité »). La valeur indique le risque de considérer *à tort* que l'impact de la variable prise en compte est significatif. Plus ce chiffre augmente en se rapprochant de 1, plus l'effet pris en compte est incertain. Une probabilité de 0.030 indique qu'il y a seulement 3% de chance pour que le caractère pris en compte n'ait pas l'impact qu'on lui attribue, et cela indépendamment de la valeur du coefficient estimé et donc de l'amplitude de l'effet.

Si l'on remplace l'indicateur d'offre par la variable « habite ou non à Paris », le modèle est légèrement amélioré. De ce résultat on peut tirer la conclusion suivante. L'impact de la variation du nombre de places de cinéma par agglomération s'explique d'abord par l'écart massif existant entre l'offre surabondante de la capitale et le niveau d'offre des autres villes hors de l'Île de France. Le nombre de places de cinéma à Paris (77 000 en 1997) est, en effet, 10 fois plus élevé que le nombre moyen dans les agglomérations de province dont la ville centre a plus de 80 000 habitants (7 700 places en moyenne).

Ce résultat corrobore l'une des principales conclusions tirées de l'analyse des dépenses culturelles (cf. chapitre précédent). Pour le consommateur « moyen », le fait d'habiter Paris intensifie le rapport à la culture au point d'entraîner une surconsommation des loisirs culturels. Ce résultat vaut pour la fréquentation du cinéma autant que pour l'achat de produits culturels grand public, comme le livre et le disque. On pourrait penser qu'il s'agit d'un effet de composition sociale, la population parisienne concentrant des individus plus portés vers les consommations culturelles. Cette explication n'est qu'apparente, dans la mesure où le modèle intègre déjà, à travers des indicateurs spécifiques, l'effet « sensibilité à l'art et à la culture » ainsi que le fait de cumuler différentes pratiques culturelles.

Une autre hypothèse consiste à penser que le comportement des urbains est orienté par une offre culturelle plus diversifiée, plus concurrentielle, et de ce fait plus attractive. Pour le cinéma, l'effet Paris ne tiendrait pas seulement à l'abondance numérique du circuit de distribution mais également à la diversité de la programmation.

Mais l'attractivité du marché ne joue vraisemblablement pas seule. Elle va de pair avec un mode de vie dans lequel l'investissement du temps libre dans la culture est privilégié. Finalement, deux phénomènes tendraient à se répondre : du côté des pratiques, la dynamique des modes de vie, et du côté de l'offre, la dynamique socio-

économique. Plus les individus ont un mode de vie urbain, plus les formes de loisir à caractère très « culturels » prennent le dessus sur les loisirs qui se font dans le cadre de la maison ou dans son environnement (tels le bricolage, le jardinage, les activités de plein air). De ce point de vue, urbains et périurbains ont, à catégorie sociale équivalente, des modes d'investissement du temps libre assez différents. Cette opposition se trouve, de fait, renforcée par la centralisation persistante de la création et de la diffusion culturelles dans le système français. La production culturelle et ses soutiens institutionnels sont concentrés dans les grands centres urbains et tout particulièrement à Paris. Ce phénomène explique, pour l'essentiel, la sur-attractivité de la capitale pour les loisirs culturels et ses répercussions sur l'intensité des pratiques sont conséquentes. Toutes choses égales par ailleurs, le fait d'habiter Paris fait passer le nombre moyen de sorties au cinéma, de 7 à 11 par an.

2. La fréquentation des spectacles culturels

Pour avoir une vision plus globale du phénomène de cumul des sorties de loisir de type culturel, on raisonne sur un indicateur synthétique du nombre de sorties différentes pratiquées au cours de l'année. Pour construire ce dernier, on été pris en compte les 10 registres suivants :

- 1- sortie au cinéma
- 2- sortie au théâtre
- 3- sortie à l'opéra
- 4- sortie pour opérette
- 5- sortie au concert classique
- 6- sortie au concert de jazz
- 7- sortie au concert de rock
- 8- sortie au music-hall
- 9- sortie pour ballet classique ou contemporain
- 10- sortie pour spectacle de rue.

Les individus ont été classés selon le nombre de registres de sorties qu'ils ont eu l'occasion de faire au cours des douze derniers mois. Le score qui varie de 0 à 9 révèle que plus d'un Français sur trois n'a pratiqué aucune sortie dans les registres retenus : 37% pour la population française dans son ensemble, 35% parmi les urbains des grandes villes. Globalement, la moyenne du nombre de registres différents est de 1,4 pour l'ensemble de la population et de 1,7 pour l'échantillon des unités urbaines prises en compte dans l'étude. Cet indicateur montre que le surinvestissement culturel n'est le fait que d'une minorité de Français, y compris parmi les urbains. Sur une année, quatre individus sur dix (43% de l'ensemble de la population, 38% des urbains des grandes villes) n'ont effectué des sorties culturelles que dans 1 ou 2 registres. Fréquenter des spectacles dans 3 registres différents au moins, ne concerne que 27% d'urbains des grandes villes et 20% d'individus dans l'ensemble de la population. Et ils ne sont plus que 10% et 6%, respectivement, à avoir cumulé au moins 5 registres de sorties.

1. Les déterminants sociaux de la fréquentation des spectacles

La modélisation de ce score par un modèle linéaire fait apparaître quatre principaux déterminants. Dans l'ordre : le fait d'être cadre, le fait d'être étudiant, le fait d'avoir le goût de l'art et de la culture, trois facteurs qui jouent positivement, et le fait de n'avoir aucun diplôme qui a un impact négatif.

Du côté de l'offre, les indicateurs - nombre de salles de spectacle et nombre de spectacles programmés – ont une influence significative positive sur la propension des individus à cumuler plusieurs registres de sorties culturelles.

L'indicateur global de diversité de la consommation dans le domaine du spectacle rend particulièrement bien compte des effets les plus déterminants de la consommation culturelle en général.

Nombre de domaines différents de sorties culturelles

Modèle linéaire		R2 ajusté = 0.41
Variables explicatives classées selon l'intensité des effets	Intensité et sens des effets	Probabilité pour la variable de ne pas être significative
Individu cadre	+++	0.0001
Individu étudiant	+++	0.0001
Sans Diplôme	---	0.0001
Diplôme < Bac	--	0.0020
Intérêt pour art et culture	+++	0.0001
Individu inactif	--	0.0001
Age 15 à 29 ans	++	0.0003
Nombre de CD possédés	++	0.0004
Nombre de livres possédés	++	0.0030
Ordinateur au foyer	++	0.0060
<i>Nombre de programmes pondéré des saisons des établissements culturels</i>	++	0.0070
Ménage > deux personnes	-	0.0500

Source : Les pratiques culturelles des Français. Enquête DEP 1997/ retraitement CREDOC 2000

Parmi les urbains, les cadres et les étudiants sont les catégories les plus portées à multiplier les sorties culturelles. Par rapport au comportement « moyen », un cadre double en moyenne son éventail de sorties, tout comme un étudiant ayant moins de 30 ans (accroissement du score de 1,4 à 2,8). Si à cet effet de position sociale, se rajoute le fait d'être porté à investir ses loisirs dans l'art et la culture, on atteint un score de 3,4. La valeur 3 du score peut être regardée comme le seuil entre le comportement moyen et le comportement des « grands consommateurs » de spectacles culturels.

Comme on le constate pour beaucoup de pratiques de loisir, deux effets, le niveau de diplôme et la composition du ménage, exercent des freins très marqués. Par rapport aux personnes seules ou aux couples sans enfants, le fait d'appartenir à un foyer de plus de deux personnes réduit de 15% la diversité des sorties culturelles

pratiquées. Le nombre d'enfants, en particulier, a un impact négatif sur le score, pour des raisons imputables à la disponibilité en temps mais aussi à l'évolution de la structure du budget des familles.

Le niveau de diplôme a un impact aussi marqué que la position sociale. Plus le niveau de diplôme est bas moins les sorties sont nombreuses, plus il est élevé plus leur diversité est grande. Par rapport aux diplômés de niveau Bac, qui sont pris comme référence, on enregistre - 50% sur le score moyen pour les « sans diplôme », - 25% pour les diplômés « inférieur au Bac », + 20% pour les diplômés « Bac+2 ou plus ». Par ailleurs, les individus « inactifs » (hors chômage et études) ont une consommation en sorties nettement plus restreinte que la moyenne (- 40% sur le score moyen) que l'on peut mettre en relation, toutes choses égales par ailleurs, avec une moindre mobilité et un moindre revenu.

Si au lieu de prendre en compte l'ensemble des Français, on se limite à l'échantillon des villes de plus de 80 000 habitants, l'effet diplôme n'est significatif que pour les bas niveaux de diplôme. Cela signifie que parmi les urbains des grandes villes, il n'y a pas de différence très significative de comportement entre ceux qui ont arrêté leurs études au niveau du bac et ceux qui ont fait des études supérieures.

S'agissant de l'impact des catégories socio-professionnelles, on observe le même type de différence entre « population entière » et « urbains des grandes villes ». Pour la population générale, l'effet est quasi linéaire entre les catégories « ouvriers », « employés », « professions intermédiaires » et « cadres ». La catégorie « commerçants et artisans » se situe au même niveau que celle des ouvriers. De plus, pour la population générale, le fait que l'individu ait un père cadre a un effet positif significatif sur la diversité des sorties culturelles (+ 15% sur le score moyen).

Ainsi, pour l'ensemble des Français on peut dire que les schémas interprétatifs les plus classiques – poids du capital scolaire, échelle des positions sociales et capital culturel hérité – sont toujours efficaces pour rendre compte de la propension à consommer des loisirs culturels.

Au sein de la population des grandes villes, certains effets ne jouent pas : le capital scolaire procuré par les études supérieures (effet « bac+2 et plus ») et le capital culturel hérité (effet « père cadre »). De plus, l'effet « résidence à Paris » est très fortement atténué. En revanche, des effets sont nettement renforcés comme le fait d'être cadre et le goût pour l'art et la culture.

Pour rendre compte de ces constats, on peut esquisser l'hypothèse suivante. Dans le milieu urbain, le fait d'être un grand consommateur de culture serait moins la conséquence mécanique de la hiérarchie sociale, l'effet d'un ordre établi, et beaucoup plus le résultat d'un « investissement » spécifique. Cette forme d'investissement serait à la fois plus comportementale et plus ostentatoire que pour la moyenne de la population. Plus comportementale d'abord : le goût en soi pour l'art et la culture qui se trouve avoir plus de poids sur les comportements des urbains est lui-même davantage expliqué par un comportement relevant du capital culturel (qui se manifeste notamment par le fait de détenir beaucoup de livres) que par la position sociale (déterminants socio-démographiques et de revenu). Plus ostentatoire également : l'effet massif qui est associé à la position de cadre (cadres salariés très majoritairement), par comparaison avec toutes les autres catégories socio-professionnelles, n'est pas la simple conséquence de l'aisance matérielle. Le surinvestissement que dénote la propension au cumul des pratiques culturelles, est une forme d'affirmation de l'identité sociale, aussi spécifique, que peut l'être, à l'autre extrémité de l'échelle sociale, le mode de consommation des jeunes des banlieues urbaines.

2. L'impact de l'offre culturelle sur la fréquentation des spectacles

Pour évaluer l'impact de l'offre, on compare plusieurs sources d'information permettant d'établir le nombre d'équipements (salles de spectacles), la programmation annuelle de spectacles (saisons des salles et festivals) et l'investissement des communes (part du budget consacré à la culture).

Hierarchie des indicateurs d'offre

Indicateurs (sous forme de variables continues) classés selon test de significativité	Intensité de l'effet selon test de Student	Probabilité pour la variable de ne pas être significative
<i>Programmation des saisons de l'ensemble des salles de spectacles (pondéré)</i>	2.7	0.0070
Programmation des saisons de l'ensemble des salles de spectacles (non pondéré)	2.6	0.0090
Nombre de théâtres et d'orchestres selon pages jaunes (non pondéré)	2.5	0.0130
PARIS versus villes de province	2.4	0.0150
Nombre de salles de spectacles et cinémas selon sources spécialisées (non pondéré)	2.4	0.0170
Niveau de dépenses totales des villes pour la culture (non pondéré)	2.2	0.0230
<i>Nombre de théâtres et d'orchestres selon pages jaunes (pondéré)</i>	2.2	0.0250
<i>Nombre de salles de spectacles et cinémas selon sources spécialisées (pondéré)</i>	peu significatif	0.1000
<i>Niveau de dépenses totales des villes pour la culture (pondéré)</i>	non significatif	0.5000

Source : Les pratiques culturelles des Français. Enquête DEP 1997/ retraitement CREDOC 2000

Quand ils ne sont pas pondérés en fonction de la population des unités urbaines, ces indicateurs rendent compte surtout de la progression régulière du niveau d'équipement des agglomérations en fonction de la taille de la ville centre. Les indicateurs pondérés permettent mieux d'apprécier l'effet relatif de l'abondance ou du déficit d'offre à taille d'agglomération équivalente. Au vu des résultats des différents

modèles d'ajustement de l'offre et de la pratique, on peut dire que c'est le critère du volume de programmation de la saison, toutes salles de spectacles confondues, qui est le plus satisfaisant, dans la mesure où c'est le seul indicateur qui soit plus efficace sous sa forme pondérée que non pondérée.

Il ne faudrait pas, toutefois, conclure trop vite à l'existence d'une causalité orientée de l'offre de spectacle vivant vers la propension des individus à les fréquenter. Le modèle atteste, avec un degré de probabilité élevé, qu'il existe bien une relation entre offre et demande. Le fait que le meilleur indicateur de cette relation soit le nombre de spectacles programmés dans la saison confirme ce que nous avons suggéré pour le cinéma. Plus que le taux d'équipement, c'est-à-dire le nombre de salles, c'est l'offre de spectacles qui compte et particulièrement sa diversité, c'est-à-dire le nombre de spectacles différents programmés. Mais quelle causalité produit ce résultat ? Une économie de production et de diffusion culturelles plus active que la moyenne entraîne-t-elle plus de fréquentation des salles de spectacle ? ou, à l'inverse, n'est-ce pas une série de contextes urbains spécifiques, - villes universitaires, villes à rayonnement culturel régional, ... -, qui suscite la demande d'une économie culturelle plus diversifiée ? S'il est vraisemblable que tous les cas de figure imaginables sont possibles, on ne peut en tirer qu'une conclusion : l'intensité de la diffusion (et donc de la production) allant de pair avec l'intensité de la consommation, toutes choses égales par ailleurs, les politiques culturelles peuvent raisonnablement admettre que l'économie du spectacle satisfait aux principes élémentaires de l'économie de marché.

3. Le lien entre pratique et consommation

L'exploration des déterminants des comportements de loisir conduit à réviser le poids explicatif habituellement donné aux facteurs socio-démographiques. Pour les urbains des grandes villes, des variables comme l'âge, le niveau de diplôme, la catégorie socio-professionnelle, ne fonctionnent pas comme des échelles continues hiérarchisant les individus de manière linéaire sur un spectre de positions sociales, de capital scolaire ou culturel. Seul un petit nombre de positions particulières marquent des effets significativement différents de la moyenne des comportements : le « niveau de diplôme inférieur au bac », le fait d'être « étudiant », « cadre », de vivre « seul » ou « en famille ». A de rares exceptions près, limitées au niveau de diplôme, les modèles ne mettent pas en évidence d'effet continu permettant de conclure que les pratiques culturelles se distribueraient en fonction de la hiérarchie que l'on désigne d'échelle sociale.

Au delà du profil sociodémographique, ce sont les phénomènes comportementaux qui ont un impact important. De ce point de vue, on peut dire que les urbains amateurs de culture sont des consommateurs spécifiques. Le fait que des indicateurs comme l'abonnement aux « chaînes de télévision câblées » et la possession d'un « ordinateur » soient très fréquemment corrélés à la pratique des loisirs culturels, peut s'interpréter de deux manières : ou bien ils identifient les individus qui adhèrent les premiers aux supports « hi-tech » et en particulier aux NTIC, ou bien ils caractérisent, plus simplement, des niveaux d'aisance qui poussent à acquérir les produits ou équipements « haut de gamme » et « derniers cris ». Intensité de consommation et pratiques paraissent se répondre selon une logique du cumul, qui vaudrait pour le « besoin de culture » comme pour d'autres registres, la recherche de confort par exemple.

Répondant au phénomène compulsif de consommation des produits culturels, caractéristique des urbains des catégories supérieures qui investissent la culture comme un registre privilégié pour satisfaire le besoin de distinction ou d'ostentation, l'impact de l'offre apparaît déterminant.

L'offre suit et stimule tout à la fois la demande, expliquant le processus majeur de l'accroissement de la consommation culturelle avec le degré d'urbanisation. Ce phénomène atteint son acmé dans les grandes capitales. Toutefois, l'approfondissement le plus intéressant serait celui qui dans l'analyse du processus de stimulation de la demande par l'offre ferait la part des arbitrages entre registres de la culture et registres « autres » du loisir. Sur cette question, une enquête serait nécessaire pour être en mesure d'analyser les déterminants des arbitrages entre registres, en se fondant sur une théorie de l'opposition entre univers du « culturel » et univers du « naturel » (l'investissement dans la maison, le jardin, le sport, les activités de plein-air), qui donnerait une place importante au conditionnement par les modes de vie.

Au vu des résultats de la modélisation, la pratique des loisirs culturels apparaît plus directement déterminée par des facteurs comportementaux et des niveaux d'équipement, tandis que la consommation d'équipements et de produits culturels est plus clairement structurée par les facteurs sociodémographiques habituels. Ce constat conduit à formuler une hypothèse centrale pour l'analyse des comportements de loisir : dans la relation entre pratiques et consommation, le sens de la causalité va le plus souvent de la consommation vers la pratique. Tout particulièrement quand la pratique s'appuie sur des supports et des équipements spécifiques, ce qui est le cas le plus général. Non seulement il y a peu de pratiques qui ne soient associées à une consommation de biens durables ou de produits consommables, mais celle-ci peut être regardée comme le moteur de la pratique plutôt que l'inverse. Constat

complémentaire, on peut noter que dans la plupart des registres, la consommation touche une base sociale nettement plus large que la pratique.

Dans le domaine de la musique par exemple, les achats d'instruments et de partitions n'ont cessé de croître ces dernières années. Pourtant, on sait qu'il ne suffit pas compter le nombre de pianos ou de guitares vendus pour évaluer le nombre d'amateurs pratiquant, même épisodiquement, un instrument. De la même manière, le nombre d'ordinateurs et d'abonnements à Internet vendus au grand public ne dit rien des usages que font réellement les ménages de l'informatique domestique. Que des pratiques comme jouer d'un instrument soient corrélées à la présence dans les ménages de matériels spécifiques, instrument ou ordinateur, est une lapalissade. En revanche, que ces pratiques ne soient bien expliquées que par le niveau d'équipement laisse insatisfait. L'exemple le plus illustratif est celui de la lecture. Détenir chez soi une bibliothèque conséquente est sociologiquement très marquant. Lire beaucoup l'est, en revanche, nettement moins et semble être influencé avant tout par le nombre de livres possédés. De plus, fréquenter assidûment la bibliothèque n'a à voir, de manière directe, ni avec l'un, ni avec l'autre. Il faut donc admettre que passer de la pratique potentielle, signalée par l'acquisition de l'équipement correspondant, à la pratique réelle est un processus commandé par des facteurs comportementaux qui débordent les déterminants classiques pris en compte par les enquêtes existantes sur les pratiques de loisir.

D'où cette conclusion. L'analyse des pratiques ne peut, aujourd'hui, faire l'impasse de l'analyse des consommations. Elle doit même regarder la consommation comme le déterminant majeur de l'épanouissement des pratiques. Toutefois, pour expliquer l'extension des pratiques de loisir, il faudrait pouvoir mobiliser d'autres niveaux d'analyse que les critères de position sociale qui permettent à la sociologie classique de rendre compte de l'intensité de la consommation. Le principal intérêt des essais

de modélisation sur les pratiques de loisir est de révéler qu'une part majeure de ce qui provoque la grande variabilité des comportements s'explique par d'autres effets que les caractères socio-démographiques (sexe, âge, niveau de diplôme, PCS, type de ménage). Des activités de loisir comme la fréquentation des spectacles, théâtre, opéra, concert, engagent des effets comportementaux complexes à appréhender parce qu'ils sont déterminés par le mode de vie des ménages, leur réseau relationnel, leur investissement dans certains registres, le temps disponible, ou encore le développement de l'ostentation qui est associé à l'aisance matérielle.

CONCLUSION

QUELS OBJECTIFS DONNER AUX ENQUETES SUR LE LOISIR ?

La vie sociale est structurante parce qu'elle contraint et canalise, collectivement, les comportements et l'organisation du temps des individus à travers un ensemble d'activités nécessaires, obligations domestiques, sociales et professionnelles. Le loisir a constitué de tout temps un mode d'échappement, socialement contrôlé, dans l'organisation sociale du temps. Le besoin de se libérer des obligations est premier (les rites du carnaval, la récréation des jeunes enfants), le besoin de meubler un temps vide (qui n'est pas, à proprement parlé, libéré) venant ensuite, particulièrement pour les catégories sociales oisives. D'un côté, la demande se traduit par l'aspiration à accroître le « temps libéré de la contrainte ». De l'autre, l'offre prend la forme du développement des activités de divertissement et des activités de l'esprit à finalité apparemment gratuite (l'expression artistique, les hobby), dont de nombreuses formes perdurent depuis l'Antiquité classique, mais que les modes ont constamment renouvelé au fil du temps. De ces premiers constats, il paraît difficile de considérer que l'on est entré avec les grandes révolutions industrielles du XIX^{ème} et du XX^{ème} siècle, dans un temps nouveau de « civilisation des loisirs ».

Au delà des apparences, le loisir n'est pas principalement une conquête sur le travail. Depuis le XIX^{ème} siècle, en revanche, il apparaît comme l'un des principaux bénéfices qu'ont apportés les révolutions technologiques successives, tant dans la sphère domestique, par réduction de la durée des tâches ménagères (la révolution de la machine à laver), que dans la vie sociale, par accélération des modes de

communication, et finalement, mais bien plus lentement, dans le travail. Ce processus de libération des contraintes au niveau individuel devrait d'abord conduire à l'épanouissement du « temps de la paresse ». Paul Lafargue, il y a plus de cent ans, en a fait une idéologie radicale. Et plus près de nous, le « e-commerce » a pensé trouvé là son principal argument publicitaire. Ne plus se déplacer physiquement pour faire ses courses, « c'est de la paresse ? et alors ! ».

Cette vision de l'oisiveté, qui a amplement contribué à exacerber la lutte des classes du XIXème, heurte encore aujourd'hui. D'autant que l'accroissement régulier du temps libre depuis quarante ans s'accompagne de l'accroissement de l'emprise du temps passé devant la télévision, activité passive que l'on associe volontiers, aujourd'hui, à la stigmatisation du comportement oisif. Le temps libre se doit d'être le « temps des loisirs ». Il existe une forte injonction sociale à continuer d'être actif lorsqu'on se libère du temps contraint et d'être actif « intelligemment », puisque le temps libre cultive l'apparence du libre-choix et occulte d'autres formes de contraintes, auto imposées, qui orientent l'occupation de ce temps particulier. L'essentiel des activités dites de loisir sont socialement structurées. Elles font l'objet d'un apprentissage précoce, dans différentes sphères familiale, du voisinage, des études, etc., et sont très tôt conditionnées par le marché, des jouets, des jeux, des sports, des spectacles, du tourisme. Au même titre que la consommation, rien n'est plus conditionnée que le loisir.

Si l'on veut raisonner cette catégorie de temps dans lequel se loge le loisir, il faut prendre en compte l'ensemble des temps contraints – études, travail, tâches domestiques (notamment les tâches qui ont tendance à être de plus en plus déléguées), obligations sociales (relations de voisinage, rituels religieux, etc.) – et non le seul travail. De même, on ne peut focaliser la réflexion sur le temps libre sur la situation des seuls individus actifs à temps plein. Cette question se pose de manière

plus cruciale pour les femmes dans leur conquête de l'égalité d'accès à l'exercice d'activités personnelles ainsi qu'aux responsabilités sociales et professionnelles. La question du loisir est également plus vaste si on veut bien la réfléchir à l'échelle du cycle de vie. Doit-on limiter la vision de la réduction du temps de travail au progrès que représente le raccourcissement de la durée journalière du travail dans le but de rendre ce dernier, pour les femmes notamment, plus compatible avec le fait de devoir assumer d'autres obligations sociales ? Le loisir n'est-il pas plutôt une aspiration à la libération de grandes plages de temps, – week-end, vacances et temps de retraite – qui seules peuvent ménager le développement d'un temps social véritablement « dédié » au loisir ? De ce point de vue, on peut considérer que seule l'institution des vacances a constitué pour le loisir une révolution véritable. Mais au-delà de ces temps sociaux qui sont dépendants de l'organisation du travail, il faut encore pouvoir intégrer les étapes du cycle de vie qui sont dégagées du travail : le temps des études initiales, les temps d'inactivité à l'âge adulte, le temps de la retraite. Sur ces aspects, des évolutions sociales importantes sont en cours. Les jeunes entrent plus tardivement dans le travail mais ont à faire face à exigences scolaires beaucoup plus lourdes. La libération de la contrainte favorisent, chez les jeunes, des pratiques de loisir compulsives privilégiant l'exacerbation des sensations et l'évasion. Quant aux personnes âgées, l'amélioration du niveau de santé et de l'espérance de vie fait de la première partie du temps de retraite un moment privilégié pour le loisir, moment longtemps attendu que chacun, individuellement, rêve de voir advenir plus tôt.

L'exploration du rapport des individus au temps libre et aux loisirs doit prendre en compte toutes ses dimensions plutôt que de se limiter comme le font les enquêtes « budget-temps » à la journée quotidienne moyenne. Les enquêtes sur le loisir devraient être construites pour être en mesure de répondre à des questions comme : l'accroissement du temps libre accroît-il le loisir passif, le besoin de paresse, ou bien

les loisirs actifs, c'est-à-dire des activités dirigées vers l'épanouissement et l'affirmation de soi ? Où se loge, pour les individus, le loisir véritable ? Dans les « poses » qui émaillent les journées quotidiennes, dans la libération saisonnière des « week-end » et des « vacances » ? Jeunes, inactifs et retraités ne sont-ils pas réglés selon la même organisation temporelle de la semaine et de l'année que les individus actifs ?

Une tout autre perspective consiste à explorer la relation existant entre temps libre et consommation. Si l'on met de côté la partie « sous contrainte » des fonctions de la consommation – se nourrir, se loger, se vêtir, se déplacer – tous le reste, c'est-à-dire l'essentiel participe de la consommation somptuaire qui suppose, outre des ressources allant au delà du strict nécessaire, du temps, de la liberté et du désir d'affirmation de soi. Comme le souligne Dubuffet, au lieu de susciter un mouvement de retour à l'état de nature régénérateur, le temps libre se trouve nourri et orienté par l'expansion de l'économie des services. On pourrait dire de la « nouvelle économie », qu'elle substitue du temps pour la consommation au temps pour le travail. On peut dès lors s'interroger, de manière prospective, sur ce mouvement. Depuis le milieu du XIX^{ème}, la question du loisir a déjà connu au moins deux révolutions : d'abord apanage de la classe bourgeoise oisive et, à ce titre, stimulation essentielle pour le développement des arts académiques, elle devient ensuite un vecteur de communion collective au service des idéologies nationales (à travers le sport, les mouvements de jeunesse, etc.). Le loisir contemporain ne ramène-t-il à la première perspective en réalisant, aujourd'hui, la démocratisation et la massification de ce qui a fait l'essence du loisir bourgeois du second empire ?

L'hypothèse selon laquelle le loisir alimente le développement de la « nouvelle économie », du moins dans ses dimensions intéressant la consommation des ménages, suggère un certain nombre de pistes de recherche : évaluer jusqu'à quel

point 1^e volume de la consommation des ménages se trouve, très majoritairement, stimulé par le loisir ; caractériser les tendances qui font que le loisir tend à être entièrement guidé par la consommation (vue comme processus d'orientation des choix d'activités hors du temps contraint). On pourra rechercher également si l'énorme croissance des activités tertiaires et des fonctions intellectuelles favorisée par la nouvelle économie engage une évolution des loisirs ? Les métiers « tertiaires » sont-ils portés vers des loisirs plus cultivés ? En d'autres termes, le loisir et sa forme superlative le loisir cultivé sont-ils davantage dépendants de la fonction professionnelle, du statut social ou de l'origine culturelle ? Ces interrogations sont loin d'épuiser la réflexion sur des questions qui devraient stimuler le développement d'une nouvelle sociologie du loisir.

BIBLIOGRAPHIE

- Jean-Marie André, *Les loisirs en Grèce et à Rome*, Paris, PUF, 1984
- Jean Baudrillard, *La société de consommation*, Paris, Gallimard, 1970
- DARES, « Des actifs à la recherche d'un nouvel équilibre entre travail et hors-travail », *Premières synthèses*, 1999, n°20.1
- Jérémy Courel, Bruno Maresca, *Elaboration d'indicateurs de l'offre culturelle par unité urbaine*, CREDOC, Cahier de recherche n° , 2001
- Jean Dubuffet, *Asphyxiante culture*, Paris, Ed. de Minuit, 1986
- Joffre Dumazedier, *Sociologie empirique du loisir*, Paris, Seuil, 1974
- Marc Fumaroli, *L'Etat culturel. Essai sur une religion moderne*, Paris, Ed. de Fallois, 1991
- Ghislaine Grimler, *Les rythmes quotidiens en France. Résultats d l'enquête emploi du temps 1985-1986*, Insee Résultats, n°167-168, 1992
- Insee Première, n° 675, octobre 1999.
- Juvenal, *Les vœux*, 10^{ème} satire.
- Marie-Françoise Lanfant, *Les théories du loisir*, Paris, PUF, 1972
- G.Lundberg, *Leisure : a suburban study*, New York, Columbia University Press
- Bruno Maresca, Laurent Pouquet, *Les dépenses culturelles des Français au milieu des années 1990*, Ministère de la Culture (DEP), CREDOC, novembre 2000.
- Bruno Maresca, *L'espace de l'environnement : entre aspiration au bien être et philosophie de la nature*, CREDOC, Cahier de recherche n°53, 1996
- Roger Sue, *Le loisir*, Paris, PUF, 1980
- Roger Sue, *La notion de loisir dans la société française contemporaine*, Paris, Université Paris 2, 1978
- Thorstein Veblen, *The theory of leisure class*, Macmillan Company, 1899. traduction française, *Théorie de la classe de loisir*, Paris, Ed. Gallimard, 1970
- Paul Yonnet, *Travail, loisir. Temps libre et lien social*, Paris, Gallimard, 1999.

Dépôt légal : Octobre 2001

ISSN : 1257-9807

ISBN : 2-84104-183-2

CAHIER DE RECHERCHE

Récemment parus :

Des ressources aux compétences : propositions pour une méthode d'analyse des attitudes et comportements des jeunes des banlieues et d'ailleurs

P. DUBÉCHOT, C. LECOMTE, P. LE QUÉAU - n°153 (2000)

Evolution d'une table de composition nutritionnelle des aliments vecteurs de glucides simples

A. COUVREUR - C. SIMONET - J.-P. LOISEL - n°154 (2000)

La consommation au début 2001 et la perception de la qualité

A.-D. BROUSSEAU, A. COUVREUR, F. LEHUÉDÉ - n°155 (2001)

Démocratie de proximité et participation des habitants à la politique de la ville

G. POQUET - n°156 (2001)

Élaboration d'indicateurs de l'offre culturelle par unité urbaine

J. COUREL - B. MARESCA - N. BEN MOUHOUB - I. PESCHET - n°157 (2001)

**Création d'un indice d'alimentation saine
Exploitation de l'enquête INCA**

A.-D. BROUSSEAU - A. COUVREUR - C. SIMONET - J.-P. LOISEL
n°158 (2001)

**Localisation des firmes et développement local
La survie des entreprises dépend-elle du territoire d'implantation ?**

P. MOATI - A. PERRAUD - N. COUVERT - n°159 (2001)

Les stratégies d'adaptation des entreprises : éléments d'analyse

P. MOATI - n°160 (2001)

Articles de recherche : le métier de banquier des entreprises - P. MOATI

Le rôle du crédit-bail - J.-C. TEURLAI - n°161 (2001)

Président : Bernard SCHAEFER Directeur Général : Robert ROCHEFORT
142, rue du Chevaleret, 75013 PARIS - Tél. : 01 40 77 85 01

ISBN : 2-84104-183-2

CRÉDOC

Centre de recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie