



CULTURES -TU?

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DU SONDAGE SUR L'ENGAGEMENT DES JEUNES ENVERS LA CULTURE QUÉBÉCOISE

Une initiative de

Culture
pour
tous!

En partenariat avec :

Québec 



MÉTHODOLOGIE ET ÉCHANTILLON

Lancée au mois d'octobre 2023, la campagne de communication *Cultures-tu?* vise à mettre en valeur le regard et la voix des jeunes sur la culture au Québec.

Cette initiative a pour but de montrer, à travers des capsules vidéo diffusées dans les médias sociaux numériques, comment les jeunes perçoivent et consomment la culture.

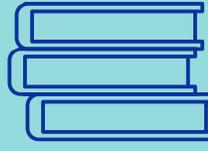
Destiné aux 15-24 ans, un sondage national en français a accompagné la campagne, du 8 novembre au 10 décembre 2023. Des appels à participation diffusés dans les comptes dédiés à la campagne sur les plateformes Instagram et TikTok ont été relayés par les personnalités parrainant le projet et les organismes partenaires. Certains jeunes de la campagne ont été consultés pour la formulation des questions. Nous remercions les 292 jeunes qui ont pris le temps de répondre à ce sondage. Le questionnaire comportait 27 questions principales, avec des sous-questions découlant des réponses données, ce qui pouvait en porter le total à 34. Le sondage proposait trois questions ouvertes ainsi que des questions à choix multiples.

Financée par le ministère de la Culture et des Communications et portée par Culture pour tous, cette campagne mutualisée est soutenue par un réseau de partenaires des milieux culturel et de la jeunesse :

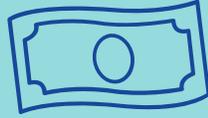
- ACLAM
- le réseau Les Arts et la Ville
- le Réseau des carrefours jeunesse-emploi du Québec (RCJEQ)
- le Réseau intercollégial des activités socioculturelles du Québec (RIASQ)
- le Regroupement des maisons des jeunes du Québec (RMJQ)
- le Regroupement des organismes communautaires autonomes jeunesse du Québec (ROCAJQ)
- l'Union des municipalités du Québec (UMQ)
- le Réseau des conseils régionaux de la culture du Québec (RCRCQ)
- L'organisme Wapikoni mobile



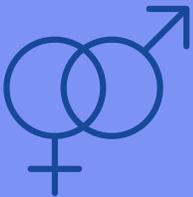
69,2 % des répondants ont entre 15 et 17 ans. Il s'agit surtout d'élèves du secondaire.



92,5 % sont aux études.



63,7 % occupent par ailleurs un emploi. C'est au-dessus de la moyenne au Québec en 2023 (54,2 % travaillent, 88 % étudiant).



73,6 % se définissent de genre féminin, 21,2 % de genre masculin.



5,2 % ont répondu *Non-binaire*, *Autre* ou *Préfère ne pas répondre*. La surreprésentation féminine est courante dans les études sur la culture.



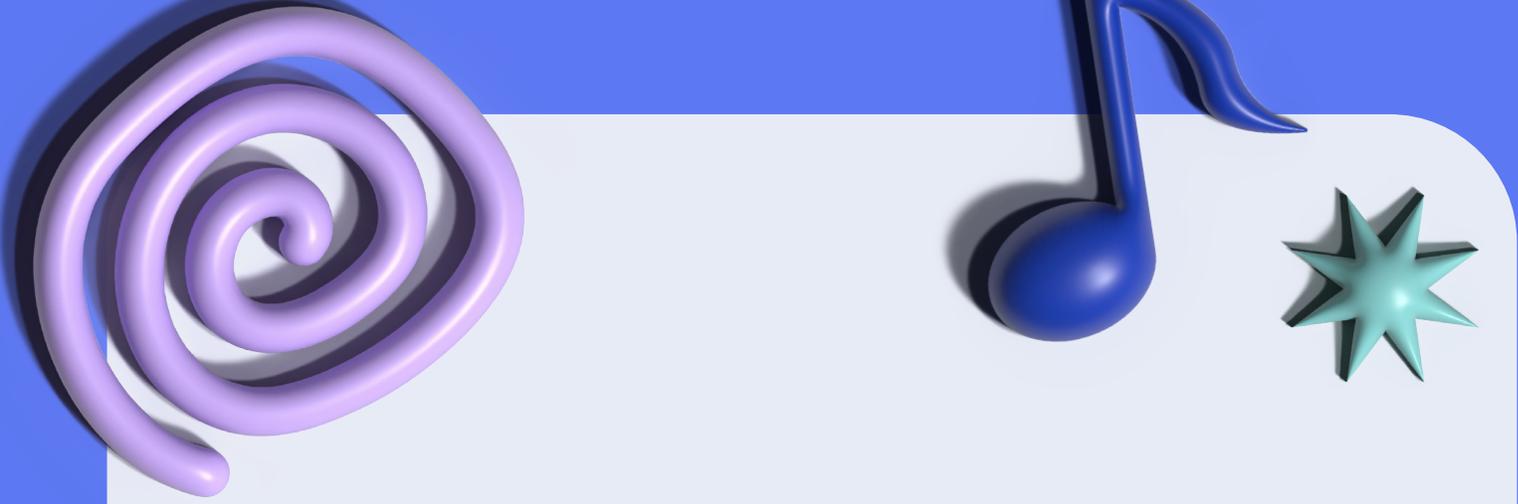
Le sondage était rédigé uniquement en français, ce qui peut expliquer que 98,3 % des personnes sondées parlent français à la maison.



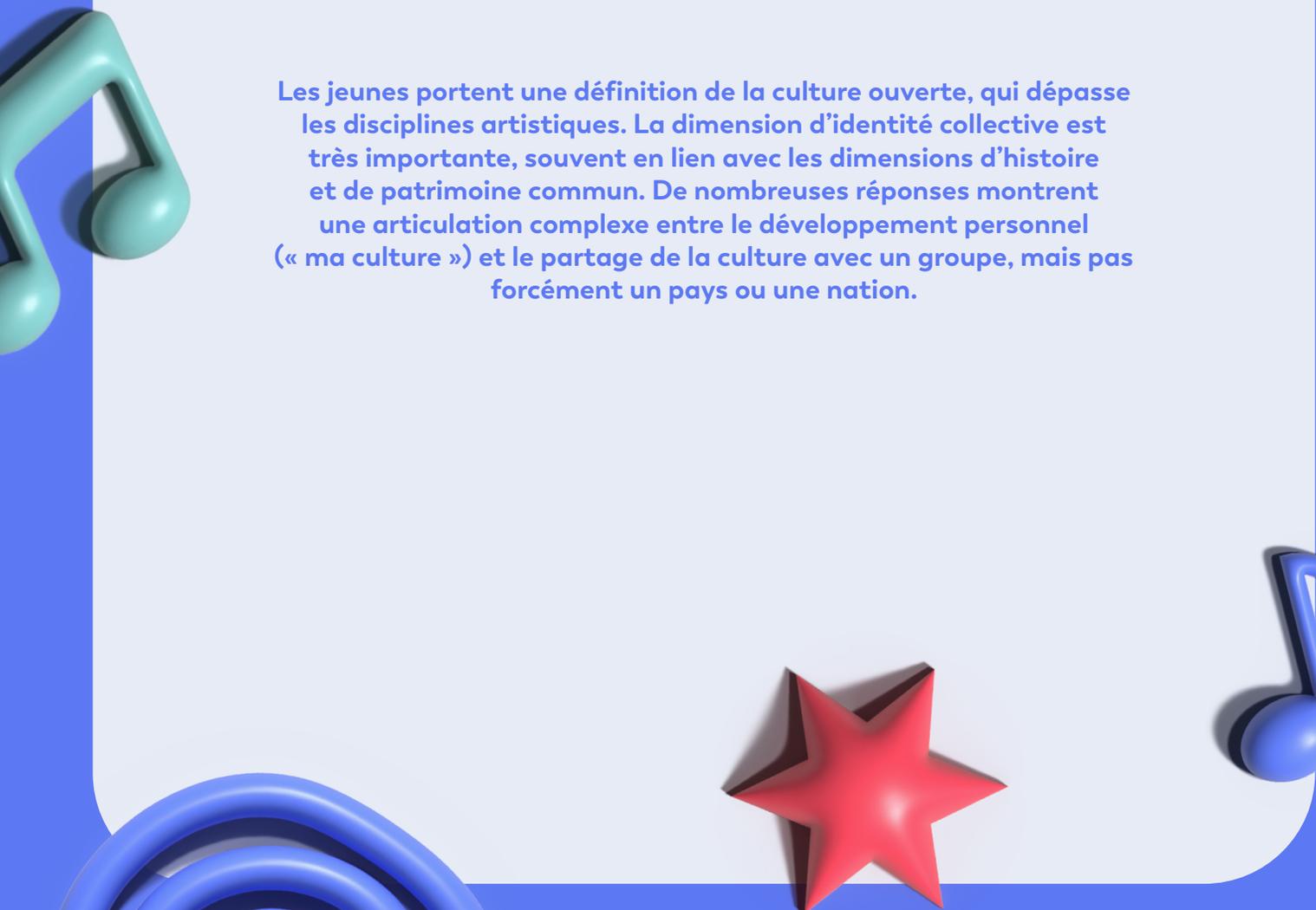
Sur l'ensemble, 3,3 % indiquent appartenir à une nation autochtone, soit plus que la proportion au Québec (1,3 % d'après les statistiques du gouvernement). On compte des personnes représentant les nations Mohawk, Inuit, Innu, Wolastoqiyik, Anishinabe et Micmac; 68,8 % des jeunes considèrent ne pas faire partie d'un groupe minorisé.

Présence de jeunes de presque toutes les régions du Québec (sauf Nord-du-Québec); on note une sous-représentation de Montréal, de Québec et de la région Chaudière-Appalaches, et une surreprésentation du Centre-du-Québec.

Notre approche ne reposait pas sur une forme d'échantillonnage ciblée lors du recrutement des personnes répondantes et nous n'avons pas recouru à une pondération des résultats en fonction de ces critères. Il est donc important de lire et de comprendre la suite de l'analyse de ce sondage avec en tête ces éléments spécifiques au groupe répondant. Un rapport détaillé du sondage est accessible en ligne.



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



Les jeunes portent une définition de la culture ouverte, qui dépasse les disciplines artistiques. La dimension d'identité collective est très importante, souvent en lien avec les dimensions d'histoire et de patrimoine commun. De nombreuses réponses montrent une articulation complexe entre le développement personnel (« ma culture ») et le partage de la culture avec un groupe, mais pas forcément un pays ou une nation.



61,3 % des répondantes et répondants considèrent que leur voix est assez représentée dans la culture québécoise. Ce taux est assez élevé, considérant les discours médiatiques récurrents sur les jeunes et la culture. Les 18,2 % ayant répondu *Non* justifient leur réponse en souhaitant une amélioration dans la considération, l'inclusion et la consultation des jeunes.



62 % estiment que les arts et la culture leur sont suffisamment accessibles. Pour les 33,2 % ayant répondu *Non*, cela est dû aux coûts trop élevés (57,8 %), au manque d'informations (55,7 %), au manque de temps ou aux horaires non-adaptés (46,4 %), à l'éloignement des lieux culturels (46,3 %) ou encore à l'offre culturelle non-adaptée (30,9 %).



La majorité des jeunes ayant répondu au sondage ont à cœur la culture québécoise francophone : 66,4 % considèrent qu'il est important que leurs activités culturelles se déroulent en français et 64,7 % que la culture qu'ils et elles aiment soit produite au Québec.



Lorsqu'on leur demande qui sont les personnalités importantes au niveau culturel, les jeunes répondent en très grande majorité qu'il s'agit des musiciennes et musiciens (40 %). Toutes les autres catégories sont à 8 % ou moins. L'immense majorité des personnes citées sont québécoises et francophones. Les personnes importantes ne sont pas forcément jeunes ou issues de productions destinées à la jeunesse. On retrouve ainsi des figures historiques de la culture québécoise ainsi que des personnalités politiques.



Nous cherchions à connaître les pratiques artistiques des jeunes interrogés. La musique et le chant (45,9 %) ainsi que le dessin (45,6 %) sont très présents. Suivent la création littéraire, pratiquée par près d'un tiers des jeunes (31,9 %), la danse (27,3 %), la photographie (24,5 %), l'ensemble des arts plastiques (20,8 %) puis, à égalité ou quasi-égalité, le théâtre (17 %), la création numérique (17 %) et les arts de la parole (16,7 %). Seuls 10 % n'ont aucune pratique. Les personnes répondantes constituent un groupe engagé dans des pratiques artistiques et montrent un haut taux de polyactivité pour les jeunes. En effet, plus de la moitié ont plus de trois pratiques artistiques, et 9,6 % en entretiennent six et plus.



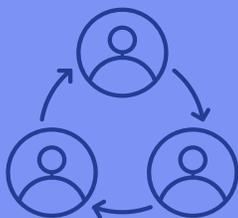
Nous avons opté, dans notre approche, pour une séparation entre ce qui relève des pratiques artistiques, soit ce que l'on fait, joue ou produit, et des activités culturelles, soit ce à quoi on assiste, qu'on regarde ou écoute. Il était demandé d'identifier les activités aimées, et non la fréquence de celles-ci dans leur vie. L'écoute de musique est présente pour 84,3 % des répondantes et répondants, ce qui en fait l'activité la plus plébiscitée. Les films au cinéma sont à peine plus présents (64,5 %) que les films et séries en ligne (63,5 %). On retrouve les concerts pour 55,3 % en quatrième position. La lecture concerne 49,1 % des jeunes, devant les spectacles d'humour (42,6 %), les contenus culturels sur les médias sociaux (39,6 %), les jeux vidéo (35,5 %) et l'écoute de balados (35,1 %). À peu près au même niveau, on retrouve le théâtre (36,9 %), les spectacles de danse (33,1 %) et les expositions artistiques (31,4 %). Les activités se complètent avec le cirque (15,3 %) et la littérature orale (8,9 %). Il est intéressant de noter qu'à peine 0,3 % des personnes ont répondu *Aucune*. 15 % aiment plus de 10 types d'activités culturelles, la médiane se situant au niveau de six intérêts culturels. Les jeunes ayant répondu au sondage ont donc des engagements et intérêts variés en matière d'arts et de culture



Deux questions portaient sur les effets des pratiques artistiques et activités culturelles. Le divertissement se retrouve en première position des réponses, autant pour les pratiques artistiques que pour les activités culturelles (67,6 % et 86 %). Relaxer, et gérer le stress ou l'anxiété arrivent également en haut de la liste (58,7 % et 63,9 %). Pour les pratiques artistiques, s'exprimer compte pour 59,4 %, tandis que pour les activités culturelles, apprendre de nouvelles choses est invoqué par 63,5 %. Une grande diversité d'autres raisons sont indiquées par 20 % à 50 % des jeunes, comme la rencontre de nouvelles personnes, l'amélioration de la concentration ou la motivation. Les jeunes ont, en très large majorité, sélectionné plusieurs choix, ce qui permet de souligner l'importance de ces activités dans leur vie.



63 % des jeunes ont découvert leurs pratiques par eux-mêmes. Suivent l'école (54,5 %) et la famille (41,8 %), puis les cours spécialisés (33,6 %), les amies et amis (31,5 %) et la découverte en ligne (26,7 %). En lien avec la forme de découverte, les pratiques se font majoritairement en solitaire (63,1 %). Par contre, si les adultes ont tout de même un rôle fort dans la transmission, c'est le cercle amical que l'on retrouve dans les pratiques partagées (52,9 %), près de deux fois plus que la famille (24,6 %). Les autres passionnées ou passionnés comptent pour 33,1 %, montrant l'importance sociale de la pratique artistique. La pratique en ligne est très minoritaire (6,8 %), derrière même la représentation en public (16,4 %). Dans le même ordre d'idées, c'est surtout dans des espaces personnels qu'ont lieu les activités artistiques (72,4 %). Les espaces de pratiques situés dans des institutions d'enseignement suivent pour près de la moitié des jeunes (47,8 %), et les lieux dédiés à la pratique pour 39,9 %.



Un grand nombre de jeunes lient identité collective et intérêts personnels dans leur définition de la culture. Le lien entre ces dimensions se réalise notamment par le partage, que pratiquent les deux tiers des personnes sondées (66,4 %). Les goûts et découvertes sont surtout partagés avec les amies et amis (61,8 %) et la famille (50,2 %) et dans une moindre mesure avec d'autres personnes passionnées (26,3 %). La discussion en personne est le mode principal de partage (62,8 %). La discussion en ligne suit (33,8 %), complétée par les partages de liens numériques qui concernent 25,6 % des répondantes et répondants. Seulement 6,5 % créent et partagent des listes de suggestion. Ces informations nous montrent que la dimension sociale dépasse les objets, numériques ou non. Les jeunes sont donc beaucoup dans le synchrone, le temps culturel partagé, et pas forcément dans la prescription ou l'influence.



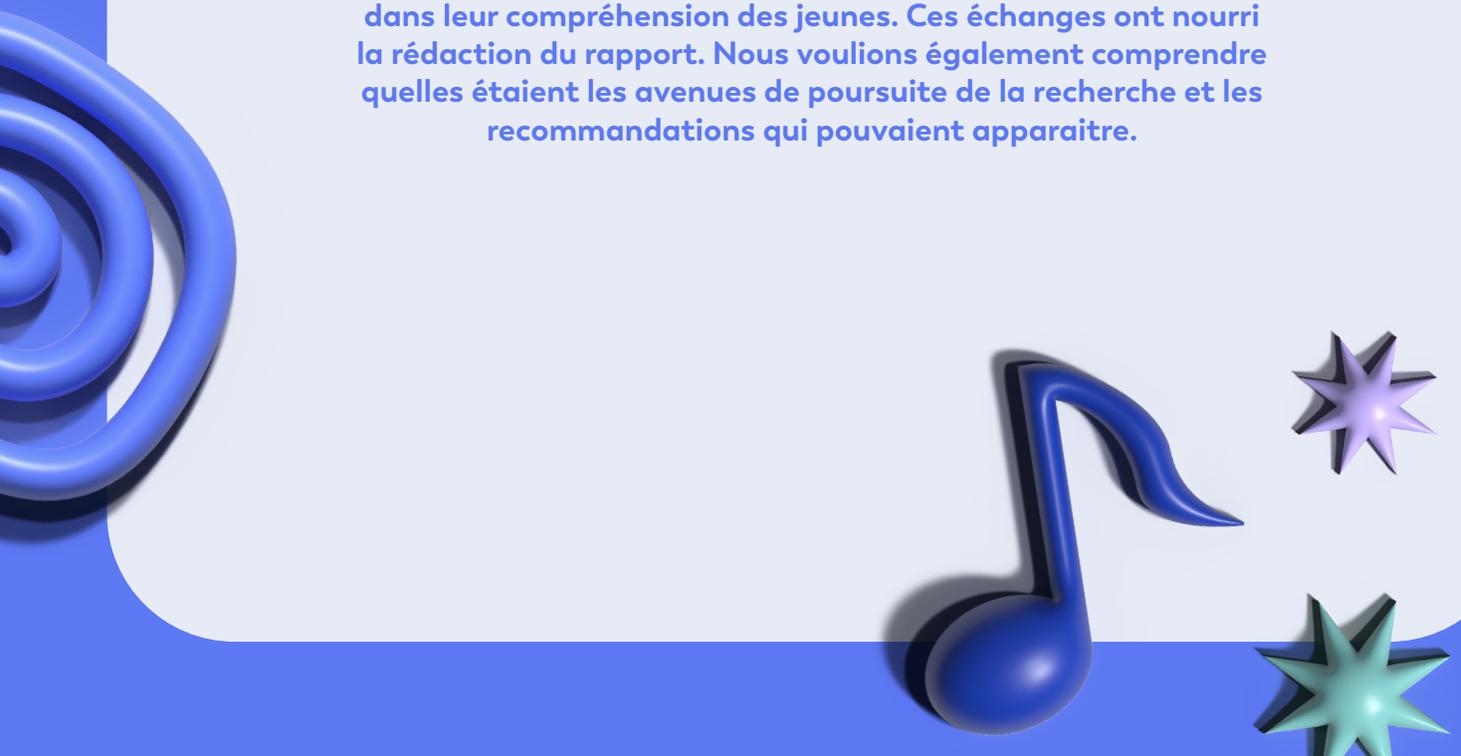
Les jeunes utilisent plusieurs plateformes culturelles régulièrement, la majorité mentionnant entre trois et cinq plateformes. Seuls 1,4 % n'en indiquent aucune. YouTube (78,9 %) et Netflix (77,5 %) sont les deux plateformes les plus citées, suivies de Spotify (64,5 %) et de Disney Plus (50,8 %). Du côté des médias sociaux numériques, Instagram (78,1 %), TikTok (68,6 %) et Snapchat (54,6 %) arrivent en tête. On retrouve ensuite Pinterest à 47,8 %, ce qui s'explique par la forte proportion de jeunes filles parmi les personnes sondées. Comme pour les plateformes, les jeunes utilisent plusieurs médias sociaux numériques, soit trois et plus pour la majorité. Du côté des outils de messagerie, on voit également une propension à mobiliser plusieurs canaux (deux ou trois en majorité). Messenger est très en avance avec 74,1 %, suivi de Snapchat (62,8 %) et Instagram (59 %). Il est particulièrement intéressant de souligner que l'espace numérique occupe une place importante dans les usages mais apparaît rarement comme essentiel dans les définitions et indices donnés par les jeunes sur leurs rapports à la culture.





RECOMMANDATIONS ET AVENUES DE RECHERCHE

Le 26 février 2024, nous avons organisé un atelier avec l'ensemble des partenaires de la campagne *Cultures-tu?* afin de partager en détails les résultats du sondage et d'échanger. Nous cherchions à identifier ce qui pouvait étonner ou conforter les partenaires dans leur compréhension des jeunes. Ces échanges ont nourri la rédaction du rapport. Nous voulions également comprendre quelles étaient les avenues de poursuite de la recherche et les recommandations qui pouvaient apparaître.





15 RECOMMANDATIONS :

- Encourager et valoriser l'engagement des jeunes.
- Arrêter de parler au nom des jeunes, leur donner plus souvent la parole.
- Développer des activités parascolaires culturelles.
- Ouvrir le programme *La culture à l'école* aux activités parascolaires.
- Valoriser la transmission intergénérationnelle.
- Favoriser les rencontres avec des artistes.
- Développer des plateformes éducatives en musique.
- Augmenter l'accès aux pratiques artistiques.
- Médiatiser la culture existante.
- Impliquer davantage l'école dans la découverte de la culture.
- Mettre en place un programme d'allocations destinées à des activités culturelles pour les employé.e.s des entreprises québécoises.
- Adapter le cursus scolaire pour plus de culture, d'histoire, d'économie familiale.
- Donner une plus grande place aux référents artistiques locaux.
- Voir les jeunes à la fois comme des consommateurs et des producteurs de culture.
- Outiller le milieu, valoriser les passeuses et passeurs et les agentes et agents culturels.

10 AVENUES POUR LA RECHERCHE :

- Études sur plusieurs années pour pouvoir faire des comparaisons temporelles.
- Comparatifs hors-Québec sur les pratiques artistiques et activités culturelles.
- Comparatifs intergénérationnels.
- Croiser les données sur les activités culturelles avec les résultats scolaires ou le décrochage.
- Comprendre concrètement l'impact de la culture sur le bien-être des jeunes. S'intéresser à l'effet physique qu'une activité culturelle a sur les jeunes.
- Études sur la vision de la culture de jeunes qui s'engagent moins dans la pratique artistique.
- Études régionales pour mesurer l'impact d'une plus faible participation à des activités artistiques sur la vision de la culture, particulièrement à Montréal.
- Quels éléments font qu'elles et ils se sentent représentés ?
- Quelles différences apparaissent entre les hommes et les femmes dans les pratiques ?
- Comment se déroulent les découvertes culturelles ?

Une initiative de



En partenariat avec :

