

Mécanisation et industrialisation des loisirs culturels domestiques des Québécois¹

par Rosaire Garon, direction de la recherche, des politiques et du lectorat, ministère de la Culture et des Communications du Québec

Les appareils audiovisuels sont en voie de transformer l'univers des loisirs domestiques des Québécois. Au cours des dernières années, ceux-ci se sont de plus en plus équipés de machines reproduisant sons et images et dont la fonction première est de divertir. Cette mécanisation du loisir a des répercussions sur d'autres activités qui, auparavant, occupaient une place plus importante dans l'univers des loisirs domestiques.

Ce bulletin donne un aperçu de cette transformation en abordant deux points particuliers : l'équipement audiovisuel des ménages comme une tendance à la hausse et les différentes pratiques de divertissement qui découlent de cette tendance.

Les équipements audiovisuels

Les ménages québécois sont maintenant pourvus de plusieurs équipements audiovisuels, d'ordinateurs et des habituels périphériques. Les compléments à la reproduction et à la diffusion de programmes audiovisuels se sont ainsi multipliés et le suréquipement est devenu la norme : le phénomène, loin de se stabiliser, est en nette progression. Il en résulte une individualisation de la pratique audiovisuelle. Le domicile devient de plus en plus un centre de divertissement audiovisuel. La présence de jeunes de moins de 15 ans et un nombre plus grand de personnes dans le ménage encouragent ce suréquipement. Inversement, les foyers où l'on retrouve une seule personne, laquelle est souvent âgée, disposent de moins d'équipements.

Les différentes pratiques audiovisuelles

L'écoute télévisuelle

La télévision est présente dans tous les ménages québécois et un grand nombre d'entre eux disposent de plusieurs postes facilitant l'écoute individuelle. En 1999, 60 % des ménages disposaient de deux téléviseurs couleur ou plus. La télévision est l'activité de loisir la plus importante en fonction du temps consacré.

Quotidiennement, plus de 80 % de la population l'écoute au moins une heure et le tiers lui consacre trois heures et même davantage. Les émissions écoutées avec le plus d'assiduité sont les bulletins de nouvelles et les émissions d'affaires publiques, puis viennent les films et les émissions humoristiques. La population a accès à un grand choix de programmes puisque 80 % des ménages reçoivent les signaux télévisuels par câblodistribution ou par satellite. En outre, un ménage sur cinq est abonné à la télévision payante.

Les films

Les films prennent une place grandissante dans les loisirs. En plus du visionnement en salle, les Québécois ont l'occasion de voir à domicile des films offerts par la télévision classique et par la télévision payante ou, encore, visionnés à partir de leur magnétoscope ou de leur lecteur de DVD. La grande majorité des ménages étant équipée de l'un ou l'autre de ces appareils, la location de films est désormais une pratique courante pour plus de la moitié de la population.

Aujourd'hui, les ménages, désireux de reproduire chez eux la magie du cinéma, s'équipent d'écrans immenses et de chaînes stéréophoniques ultraperformantes. Le cinéma-maison, technologie récente en plein essor, se retrouve maintenant dans près d'un ménage sur cinq. Signalons que cet équipement a moins pour effet d'augmenter le temps d'écoute de la télévision que d'accroître la consommation de films à domicile, sans que cela restreigne pour autant la sortie au cinéma. Il se développe dans ces foyers une culture cinématographique que concrétisent la location régulière de films et l'abonnement des ménages aux canaux de la télévision payante.

Les jeux vidéo

Les jeux vidéo sont une pratique ludique qui prend une place incontestable dans le paysage culturel des jeunes québécois. Les consoles de jeux vidéo telles que *Playstation*, *Nintendo* ou *Xbox* se retrouvent dans 60 % des foyers avec enfants et adolescents. Internet s'offre également comme une autre source de jeux auxquels jeunes et moins jeunes peuvent s'adonner, seuls ou en réseaux. Selon NETAdos 2004, les adolescents (60,7 %), et plus particulièrement les garçons (71,9 %), s'y retrouvent².

¹ À moins d'indication contraire, les données de ce bulletin proviennent des enquêtes du ministère de la Culture et des Communications sur les pratiques culturelles des Québécois.

² LAMY, C. (2004). Portrait des 12-17 ans sur Internet. NETAdos 2004. CEFRIQ, p. 30.

Internet

Avec l'abonnement des ménages à Internet, la navigation sur la Toile est devenue une activité de loisir qui occupe plusieurs heures par semaine, chez les jeunes notamment. Selon les données de NETendances 2004, environ la moitié des internautes au Québec lui consacre plus de quatre heures par semaine pour des motifs autres que le travail et les études. À domicile, le branchement Internet sert principalement à des fins d'information, de communication et de divertissement. L'activité la plus populaire demeure l'utilisation du courrier électronique : elle rallie 54,8 % de la population en septembre 2004. Toutefois, bon nombre de Québécois s'en servent pour discuter en direct (24,1 %), pour écouter ou télécharger de la musique (15,5 %) ou pour participer à des jeux en réseau ou simplement pour jouer sur Internet (12,0 %)³.

L'écoute de la radio

L'écoute de la radio est une autre activité importante de la vie quotidienne. Elle est moins accaparante que l'écoute télévisuelle puisque, concomitamment, on peut vaquer à d'autres occupations. Environ 60 % de la population québécoise l'écoute au moins une heure par jour et 25 % au moins trois heures. Les femmes, les personnes âgées de même que la population inactive ont tendance à écouter plus longuement la radio que les autres. La radio assume une fonction informative, mais elle est aussi un moyen facile de divertissement par l'écoute musicale. En effet, approximativement 60 % de la population écoute souvent de la musique à la radio.

L'écoute musicale

Les Québécois aiment la musique et l'écoutent de multiples façons : en plus de la radio, il y a les traditionnels vinyles, les cassettes, les chaînes musicales de la télévision et les disques, achetés ou gravés. Les jeunes, les 15 à 24 ans, diversifient davantage leurs sources d'écoute, alliant les façons de faire traditionnelles aux pratiques nouvelles nées avec l'ordinateur et Internet. Ils font jouer les fichiers musicaux qu'ils ont emmagasinés dans leur ordinateur et ils cherchent sur la Toile une musique qu'ils vont télécharger ou qu'ils vont écouter directement à partir des sites.

Même si l'écoute musicale s'effectue encore largement à l'intérieur de l'espace domestique, la diversification des sources d'accès, la miniaturisation des appareils de reproduction sonore (baladeurs, lecteurs MP3) et,

maintenant, les capacités interactives des systèmes domestiques ont affranchi l'écoute musicale de l'espace et de ses supports traditionnels et ont renforcé l'autonomisation de l'écoute. Le consommateur a un choix très large de genres musicaux.

Leur écoute reflète les différentes appartenances identitaires des auditeurs, par exemple celles relatives aux générations, à l'âge, au sexe et à la communauté linguistique. Selon l'enquête 2004 sur les pratiques culturelles des Québécois, l'âge joue un rôle décisif dans le choix musical : les jeunes se reconnaissent davantage dans la musique rock, new-wave, heavy métal, dans le rap et le hip-hop alors que leurs aînés demeurent fidèles à la musique classique.

La lecture

Plus encore que l'écoute musicale, la lecture est une pratique dont le déroulement a lieu le plus souvent au domicile. Loisir plus traditionnel, la lecture a subi la concurrence de la montée de l'audiovisuel et elle a perdu un peu de son intérêt parmi la population québécoise au cours des années 1994 à 1999. La baisse constatée pour la lecture de la presse quotidienne et pour celle des revues et magazines se poursuit en 2004 et elle est plus marquée chez les jeunes. Nous soupçonnons ceux-ci d'avoir substitué un support virtuel, Internet, aux supports matériels. La lecture de livres, pour sa part, connaît une remontée. Cette reprise est importante dans tous les groupes d'âge à l'exception des jeunes de 15 à 24 ans qui n'ont pas modifié leurs habitudes de lecture de livres.

Les deux tiers de la population consultent régulièrement la presse quotidienne, un peu plus de la moitié lit régulièrement des revues et des magazines et près de 60 % des livres. La lecture demeure encore fortement différenciée selon le sexe, à la fois quant à l'importance qu'on lui accorde et quant aux choix de lecture. Les hommes sont un peu plus nombreux à lire la presse quotidienne alors que les femmes les devancent de façon appréciable pour la lecture de revues et magazines ainsi que pour celle de livres. De même, la propension à la lecture est fortement influencée par le niveau d'études.

Les motivations sous-jacentes à la lecture des quotidiens, à celle des revues et magazines et à celle des livres diffèrent toutefois. Si la lecture de la presse quotidienne répond prioritairement à des besoins d'information, celle des revues et des magazines y ajoute une fonction ludique aussi importante que la fonction informative alors que la lecture de livres demeure centrée sur la détente et l'évasion.

³ NETendances 2004, CEFRIO.

La technologie dans l'univers des loisirs domestiques

Les données que nous avons présentées démontrent à quel point la technologie est en voie de transformer l'univers des pratiques de loisir à domicile. L'arsenal audiovisuel des ménages n'a cessé de s'enrichir, encouragé par la diminution du prix des équipements, leur miniaturisation et leur diversification. Le foyer est devenu un lieu propice où passer le temps libre. De nouvelles pratiques culturelles et sociales ont émergé avec Internet, comme le « surfing », dit clavardage, qui établit une sociabilité virtuelle.

L'industrie de l'informatique encourage les pratiques à domicile en offrant des appareils de plus en plus sophistiqués qui reproduisent les conditions d'écoute de la salle de concert et de la salle de cinéma. Le suréquipement des ménages a élargi l'espace du loisir domestique et a multiplié les possibilités de détente et de divertissement pour la grande majorité de la population.

Le rapport à la culture se trouve modifié en ce que, maintenant, il est possible d'être en contact avec la culture, une culture instantanée, facile d'accès en tout temps, sans quitter le domicile.

Précisons que des facteurs démographiques tels que la réduction de la taille des familles et l'augmentation des ménages « à un », de même que l'hédonisme, le postmodernisme et l'individualisme contribuent à l'autonomisation des loisirs domestiques d'intérieur. De plus, monopolisant beaucoup du temps de loisir, les pratiques audiovisuelles ont, par la force des choses, modifié l'importance des autres activités culturelles plus traditionnelles.

Par exemple, si Internet interfère peu avec les sorties sociales et culturelles, il provoque par contre un réaménagement du temps d'écoute de la télévision. Les contenus diffusés par les appareils audiovisuels et électroniques contribuent à la formation d'une nouvelle culture de masse, laquelle est maintenant de plus en plus définie par l'industrie du divertissement et par les médias. Ceux-ci forment le goût, définissent les canons du souhaitable en matière de culture et se posent comme de nouveaux instruments de légitimation culturelle.

On le voit à la généralisation des pratiques d'écoute télévisuelle et radiophonique, aux préférences dominantes en matière de programmes audiovisuels et aux raisons motivant l'achat d'enregistrements sonores.

Le modèle de société de consommation s'est doublement imposé à la sphère du loisir, d'abord par l'achat et le renouvellement des appareils qui deviennent rapidement obsolètes avec les avancées technologiques, puis par une consommation constamment renouvelée de produits et programmes de plus en plus diversifiés. Paradoxe de l'industrie qui, cherchant à élargir son public par une production destinée au public le plus large, est amenée également à offrir des produits spécialisés à l'intention de segments précis du marché.

Cette diversification de l'offre apporte ainsi des options intéressantes à la consommation de masse qui peuvent déboucher sur des expériences culturelles novatrices et sur l'enrichissement cognitif. C'est peut-être le même phénomène qui est à l'œuvre dans la lecture de livres : une production littéraire abondante qui rencontre un désir accentué de lecture de livres. C'est le cas en particulier des baby-boomers qui, changeant de cycle de vie, renouent avec leurs passions de jeunesse maintenant qu'ils sont déchargés en bonne partie des obligations professionnelles et familiales.

Un univers aux multiples facettes

Nous n'avons présenté, ici, qu'une facette du loisir de la population avec quelques-unes des activités de loisir qui appartiennent à l'espace domestique.

L'univers du loisir est toutefois beaucoup plus large. Il comprend, entre autres, les sorties au spectacle, la fréquentation des lieux culturels, la pratique en amateur, les excursions et les voyages, les sports, etc. En ces domaines également, la croissance et la diversification de l'offre amplifient les possibilités de divertissement pour une majorité de la population. Toutefois, la pratique et l'appropriation de ces activités extérieures, tout comme celles à domicile, sont inégalement distribuées parmi les groupes sociaux de la population en fonction des appartenances sociales, du capital culturel et du portefeuille. Cette thématique fera l'objet d'un prochain bulletin.

Bibliographie

Garon, R. & Santerre, L. (2004). *Déchiffrer la culture au Québec - 20 ans de pratiques culturelles*. Les Publications du Québec : Sainte-Foy.

Lamy, C. (2004). Portrait des 12-17 ans sur Internet. *NETAdos 2004*. CEFRIO : Québec et Montréal.

Volume 2/Numéro 11

Janvier 2005

3351 boul. des Forges
C.P. 500
Trois-Rivières, Québec
G9A 5H7

Téléphone : (819) 376-5011 #3451
Télécopieur : (819) 373-1988
Courriel : oql@uqtr.ca
http://oql.uqtr.ca



En collaboration avec



Éducation,
Loisir et Sport

