

Musique, fête et copains

Sociologie du jeune public des festivals

AURÉLIEN DJAKOUANE

Chercheur post-doctorant au Cepel,
Université de Montpellier I
[aurelien.djakouane@voila.fr]

EMMANUEL NÉGRIER

Directeur de recherche CNRS en science politique
au Cepel, Université de Montpellier I
[negrier@univ-montp1.fr]

Contrairement aux idées reçues, le public des festivals est d'abord un public local de gens qui travaillent. Les festivals de musiques actuelles sont, comme on peut s'y attendre, ceux qui accueillent le plus de jeunes festivaliers et qui incarnent le mieux les pratiques des jeunes générations (dont celle du bénévolat, croissante, plus spécifiquement attachée aux festivals de musiques pop et rock). Tout autant que la musique que l'on y écoute, l'ambiance festive et le fait d'être entre copains sont au cœur des motivations des jeunes qui viennent vivre un festival le temps d'un court séjour.

Que font les adolescents pendant leurs vacances ? Dès qu'ils sont en âge de travailler, bon nombre d'entre eux profitent de leurs vacances pour gagner un peu d'argent. Si certains parviennent ainsi à se payer de "vraies" vacances, d'autres, plus pragmatiques, épargnent un peu pour financer leurs études. Pour les premiers, les festivals estivaux, et notamment ceux de musiques actuelles, sont une activité de premier choix. Ils incarnent assez bien la place de la culture dans leurs pratiques de loisir.

CULTURE DES JEUNES. Pierre Mayol, qui s'était spécialisé dans la vie culturelle des jeunes au ministère de la Culture, avait coutume de la décrire en sept "piliers" : 1) "Sans musique, je meurs" ; 2) "La culture d'appartement" ; 3) "La culture de l'image" ; 4) "Le voyage", réel ou virtuel ; 5) "La mobilité physique", de la "mob" au skate ; 6) "La curiosité intellectuelle" ; 7) "Le refus du travail imposé". Cette vision, qui a désormais une dizaine d'années, résiste assez bien à l'évolution des choses. En bien des aspects, cet univers culturel des jeunes, que parmi d'autres Sylvie Octobre⁽¹⁾ ou Dominique Pasquier⁽²⁾ ont mis en évidence, constitue un monde autonome. Bien sûr, il va de soi que le rapport à la culture des jeunes issus de milieux populaires, d'origine étrangère ou non, n'est pas le même que celui que vivent les enfants des classes moyennes et supérieures. C'est pourquoi l'on parle d'un univers relativement autonome, et qu'il faut aussi prendre en compte les influences sociales plus générales qui travaillent les jeunes et leur culture. Pour caractériser cette prudence sociologique, Hervé Glévarec⁽³⁾ a proposé de voir les choses sous la forme d'un triangle. La culture des jeunes résulte ainsi de trois processus : la reproduction (qui relie le jeune à sa famille et à son appartenance sociale) ; l'échange (qui le relie à ses pairs) ; l'autonomisation (qui le relie à sa construction individuelle). Dans ce cadre, la pratique des festivals est naturellement centrale, puisqu'elle associe la priorité accordée à la musique, la

curiosité, le sens des voyages et de la mobilité, à tout le moins. On pourrait même ajouter le septième "pilier" à notre affaire, si l'on considère aussi que la participation à un festival s'effectue, pour certains d'entre eux, sous la forme du bénévolat, soit le contraire du travail imposé.

BÉNÉVOLAT. Notre enquête établit d'ailleurs que la pratique bénévole des festivals est à la fois croissante et plus spécifiquement attachée aux festivals de musiques pop et rock, les plus ouverts aux publics juvéniles⁽⁴⁾ (cf. tableau 1).

Cette dernière modalité est très prisée par les jeunes qui profitent ainsi à moindres frais d'un festival, en échangeant temps de travail contre hébergement, nourriture et concerts. Les festivals de musiques actuelles ont été des pionniers dans cette nouvelle manière de "faire" un festival.

Au-delà de cette dimension, nous allons essentiellement aborder la place des jeunes aux festivals sous l'aspect de leur participation payante. Pour y parvenir, nous mobiliserons les données de trois enquêtes que nous avons menées sur les publics et l'activité des festivals : la première, en 2008, sur les publics de quarante-neuf festivals de musique et de danse⁽⁵⁾ ; la deuxième, en 2010, sur les publics des Eurockéennes de Belfort ; et la troisième, en 2011, sur l'activité de trois cent quatre-vingt-dix festivals en Europe et au Québec. Nous essaierons ainsi de répondre à trois grandes questions : quels festivals fréquentent les jeunes ? quel est le profil sociologique de ces jeunes ? Et que viennent-ils faire dans les festivals ?

Avant d'explorer plus en détail l'activité festivalière des jeunes, il nous semble utile de revenir sur deux idées reçues, plus générales, quant aux publics des festivals. Ces derniers sont souvent décrits comme un public de pèlerins venus de loin pour communier avec les artistes, et où les jeunes, et notamment les étudiants, occupent une place centrale. Ces deux assertions sont fausses.

PUBLIC LOCAL. Comme le montrent la plupart des études⁽⁶⁾ consacrées aux publics des

(1) Sylvie OCTOBRE et Régine SIROTA (dir.), *L'Enfant et ses cultures. Approches internationales*, La Documentation française, 2013.

(2) Dominique PASQUIER, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Éditions Autrement, 2005.

(3) Hervé GLÉVAREC, *La Culture de la chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*, La Documentation française, 2009.

(4) Emmanuel NÉGRIER, Michel GUÉRIN et Lluís BONET (dir.), *Festivals de musique(s), un monde en mutation*, Michel de Maule et France Festivals, 2013 (sortie simultanée en anglais sous le titre *Music Festivals : a Changing World*, également chez Michel de Maule).

(5) Emmanuel NÉGRIER, Aurélien DJAKOUANE et Marie JOURDA, *Les Publics des festivals*, Michel de Maule et France Festivals, 2010 ; Emmanuel NÉGRIER, Aurélien DJAKOUANE et Jean-Damien COLLIN, *Un territoire de rock. Le(s) public(s) des Eurockéennes de Belfort*, L'Harmattan, 2012.

(6) Dans la mesure où ils rejoignent ceux d'autres études, nous citons ici les résultats de nos propres enquêtes (voir Emmanuel Négrier, Aurélien Djakouane et Marie Jourda, *op. cit.* (note 5), 2010).

festivals, ces derniers habitent en grande majorité (70 %) la région même où se déroule le festival. En outre, ce sont essentiellement des actifs (54 %). Ce public local de travailleurs ne présente que peu de ressemblance avec l'image de l'aficionado voyageur que l'on colle traditionnellement aux festivaliers. Finalement, la participation à un festival est rarement occasionnée ou motivée par un déplacement touristique, même si elle peut être l'occasion de prendre des vacances.

Enfin, la place qu'occupent les jeunes au sein des publics des festivals reste limitée. Elle se cantonne notamment aux festivals dont la programmation s'accorde avec leurs préférences, à savoir les festivals de musiques actuelles et du monde, où ils sont majoritaires. C'est là un des autres enseignements de l'étude des festivals : le genre de musique dominant de chaque festival entretient un lien direct avec la sociologie de son public. Dans une période où l'éclectisme semble être la règle, les goûts musicaux restent encore socialement orientés, notamment en termes d'âge (cf. tableau 2).

Si l'on rapporte ce constat à la place qu'occupe chaque esthétique musicale dans le paysage festivalier national et international, on comprend que les jeunes, les adolescents, les étudiants ne forment pas les fractions les plus nombreuses des publics des festivals. L'étude comparative que nous avons menée sur trois cent quatre-vingt-dix événements incite à penser qu'il s'agit bien d'une tendance stable (cf. tableau 3).

Même si chaque festival a dans son public quelques festivaliers jeunes, ce sont bien les festivals de musiques actuelles dans leur diversité qui incarnent les pratiques des jeunes générations. C'est donc dans ces festivals que la motivation "vacancière" peut être la plus forte.

RENOUVELLEMENT IMPORTANT DES PUBLICS.

Dans l'étude que nous avons consacrée aux Eurockéennes de Belfort, la place qu'y occupent les jeunes est centrale. Il s'agit donc de savoir quelle est la sociologie de ce public jeune. Est-il socialement métissé, à l'image de

la programmation qu'on y trouve ? Est-il plutôt sociologiquement défini comme celui qu'on trouve dans les festivals de musique classique ? Deux données permettent d'esquisser des réponses à ces questions : l'importance du renouvellement du public de ces festivals ; la singularité de leur profil sociologique.

Le renouvellement des publics des festivals de musiques actuelles est un phénomène général, caractéristique de ces événements, qui pointe le caractère éphémère ou intermittent de la participation des jeunes aux activités culturelles. Il montre en outre la capacité de ces festivals à attirer en permanence de nouveaux arrivants et à élargir la base sociologique de leurs publics (cf. figure 1).

Avec une moyenne d'âge de 27,8 ans et 46 % de moins de 25 ans, le public des Eurockéennes de Belfort nous donne une illustration assez précise de ce qu'est un "festival de jeunes". On y trouve en majorité des hommes (54 %) issus des classes moyennes et populaires (63 %), et des étudiants (38 %). Le renouvellement important des publics (36 %) contribue à maintenir cette assise jeune et populaire du festival.

COPAINS ET AMBIANCE. Que viennent faire les jeunes dans les festivals ? Si la première réponse à une telle question semble frappée du sceau de l'évidence – "voir des concerts !" –, le dialogue avec les festivaliers des Eurockéennes en dévoile toute la complexité.

La motivation qui pousse à participer au festival doit largement plus à l'événement en général (75 %) qu'à la présence de tel ou tel groupe musical en particulier. Cette dimension est encore plus écrasante pour ceux qui vont au camping du festival et qui séjournent pendant la totalité de l'événement, mais également pour le public régional. Les festivaliers qui viennent de plus loin sont davantage motivés par la programmation d'artistes en particulier. La barrière de la distance est davantage franchie grâce à une motivation artistique forte (aller voir "son" artiste), tandis que les publics locaux s'installent dans une adhésion globale sans trop se soucier de la programmation.

Toutefois, et quel que soit le lieu de résidence, la raison d'une première venue reste un subtil équilibre entre attrait artistique et envie de vivre une expérience singulière dans une ambiance particulière.

La durée du séjour est, en moyenne, de 2,3 jours. La majorité (59 %) vient pour toute la durée du festival. Ces résultats distinguent très nettement deux manières de "faire" les Eurockéennes, soit de manière ponctuelle, pour une journée, soit de manière assidue, pour tout le festival. Le camping apparaît, à l'instar d'autres événements (les Vieilles Charrues, en Bretagne, Africajarc, en Midi-Pyrénées, ou encore le Paléofestival de Nyon, en Suisse), comme une modalité très importante d'hébergement (38 %). Avec une moyenne de 3,7 jours, les campeurs sont logiquement plus assidus et témoignent d'une manière singulière de "faire" le festival. C'est ce qui explique que certains spectateurs, dont l'habitation est pourtant assez proche du lieu, préfèrent éviter de faire les trajets, et vivre pleinement l'événement comme une parenthèse dans la vie quotidienne. Ils campent à quelques centaines de mètres de chez eux !

La participation aux Eurockéennes est donc un phénomène social, massivement amical, ainsi que notre étude de 2008 le montrait déjà pour les musiques actuelles. Cette dimension amicale est même amplifiée ici, et elle est encore plus prégnante chez les campeurs. Ces derniers viennent à 75 % entre amis, laissant présager un lien entre camping, jeunesse et prédominance des liens amicaux sur les sociabilités familiales ou de couple. Ces sociabilités occupent donc une place centrale dans le rapport que ces jeunes entretiennent avec le festival. Les copains, tout comme l'ambiance, font de cette expérience quelque chose d'unique où chacun peut naviguer suivant son bon plaisir tout en étant sûr de retrouver ses amis plus tard. Cette manière d'être ensemble mais autonome est une donnée essentielle et singulière dans la façon de "faire les Eurocks". C'est ce qui caractérise l'ambiance si particulière de ce festival, au cœur de l'"expérience Eurockéennes".

TABLEAU 1

NOMBRE D'EMPLOIS ET PART DU BÉNÉVOLAT SELON LE STYLE MUSICAL

390 FESTIVALS EN 2011	FRANCE		EUROPE		QUÉBEC	
	Pop-rock	Moyenne	Pop-rock	Moyenne	Pop-rock	Moyenne
Taille des équipes	401	148	351	179	205	185
Taux de bénévolat	59 %	51 %	59 %	64 %	51 %	64 %

Source : Festudy 2013.

TABLEAU 2

CLASSES D'ÂGE, FRÉQUENTATION FESTIVALE ET GENRES MUSICAUX

Genre	< 35 ans	35-50 ans	50-65 ans	> 65 ans	Total
Baroque	13,1 %	15,8 %	43,2 %	27,9 %	100,0 %
Classique	17,4 %	13,9 %	39,2 %	29,5 %	100,0 %
Contemporain	20,1 %	16,0 %	38,4 %	25,5 %	100,0 %
Jazz	24,0 %	25,3 %	40,3 %	10,4 %	100,0 %
Chanson	25,0 %	22,5 %	42,9 %	9,6 %	100,0 %
Danse	34,2 %	23,6 %	30,4 %	9,8 %	100,0 %
Monde	39,5 %	24,4 %	27,4 %	8,7 %	100,0 %
Actuelles	67,4 %	22,9 %	8,6 %	1,1 %	100,0 %
Moyenne	26,1 %	18,9 %	35,7 %	19,3 %	100,0 %

Source : Emmanuel NÉGRER, Aurélien DJAKOUANE et Marie JOURDA, *Les Publics des festivals*, Michel de Maule et France Festivals, 2010

TABLEAU 3

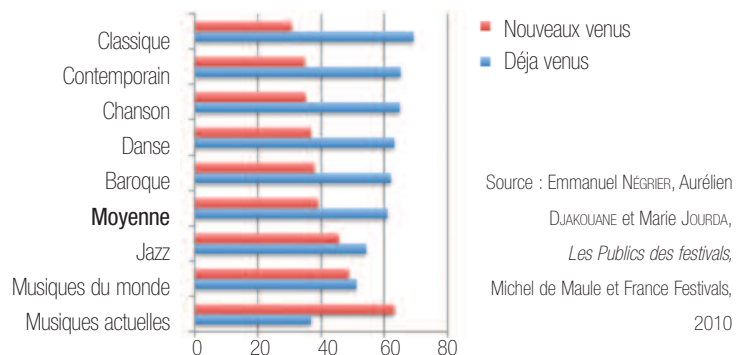
COMPARAISON DE LA PROGRAMMATION PAR PAYS

	France	Espagne	Europe	Québec
Programmation	42 %	40 %	39 %	16 %
Musique classique	18 %	27 %	25 %	37 %
Musiques actuelles (rock, pop, rap, techno...)	23 %	15 %	19 %	16 %
Musiques du monde	13 %	11 %	12 %	23 %
Jazz, blues	3 %	6 %	5 %	7 %
Multi-styles	100 %	100 %	100 %	100 %
Total				

Source : Festudy 2013.

FIGURE 1

PROGRAMMATION ET RENOUVELLEMENT DU PUBLIC



Certes, cette idée d'une ambiance singulière est souvent revendiquée par tous les événements. Elle fait partie de leurs stratégies de fidélisation, même si leurs publics participent de façon finalement assez conventionnelle aux spectacles, de la même façon qu'ils se rendraient à un concert de saison. Aux Eurockéennes, ce rapport est transformé, et l'expérience humaine et collective est inséparable de l'expérience esthétique. En cela, ce dispositif particulier (site isolé, "multi-scène", camping...) transforme le rapport social ordinaire aux objets culturels et reconfigure les codes habituels de la consommation culturelle.

On tire parfois de cet aspect de la participation festivalière une conclusion erronée, où cette participation festive et conviviale serait le signe d'une relation finalement distante, frivole à l'égard de la création artistique. Il n'en est rien, et il y a, dans la façon de vivre un tel festival, tous les ingrédients de ce que l'on pourrait définir comme le public rêvé des politiques culturelles : il se rend disponible pour des musiques qu'en partie il connaît (rapport de connaissance à l'œuvre) et qu'en partie il vient découvrir sur place (rapport de curiosité créative), et à l'égard desquelles il exerce fréquemment sa critique (à l'instar d'un mélomane classique).

TOLÉRANCE ET DÉCOUVERTE. Enfin, cette participation reste une parenthèse – une vacance des valeurs qui, selon les mots d'Edgar Morin, fait toute la valeur des vacances – qui permet l'oubli du quotidien, l'intensité des émotions, la communion. Elle pose, pour un festival à l'offre aussi diversifiée que les Eurockéennes, la question de la coexistence d'amateurs et de goûts musicaux si différents. C'est là une caractéristique croissante des goûts musicaux (leur éclectisme), mais aussi de leur pratique en un tel lieu. Cette coexistence repose sur deux principes vécus : la tolérance et le risque. Tolérance à l'égard des goûts des autres, qui ne seront jamais les siens (les amateurs de hard rock face à une prestation des BB Brunes !); risque lié à la découverte (d'un genre qu'on ignorait ou que l'on croyait ne pas aimer). C'est pour

toutes ces raisons que nous avons, au sujet des Eurockéennes – mais le constat serait sans doute valable pour la plupart de ces grands rassemblements musicaux –, parlé de "*petite république éphémère*". La vacance de l'esprit, pour reprendre l'aphorisme d'Edgar Morin, n'implique pas la relégation de l'esprit public. Ici, elle la suppose.

"Petite" république, disons-nous aussi, car cette expérience, en dépit de son ouverture sociale relativement large dans le champ de la culture, profite bien moins aux catégories populaires qu'on pourrait le penser, ce qui témoigne d'un rapport socialement inégal à la culture comme... aux vacances. ■