

La réalité du clivage entre culture et jeunesses pose la question d'une possible réconciliation. Et si tant est qu'elle le serait – possible – comment pratiquement construire cette réconciliation ? Entre l'étendue européenne et les bornages inaccessibles de culture et jeunesses, se pose la question : dans quelle mesure est-il possible de faire des préconisations pour les politiques culturelles à l'échelle de l'Europe territoriale alors que les problématiques sociales et culturelles varient en fonction des territoires ?

Un point de conflit majeur : les préjugés, ces visions figées que chacun applique à l'autre ; et peut-être le plus nocif (s'il fallait absolument conclure sur *une* idée clé) : le constat selon lequel la culture *stéréotypiquement* (que ce stéréotype soit fondé ou non) liée aux jeunes est aussi facilement dépréciée. Il n'y a qu'à penser aux jugements de valeur aisément portés sur les mangas, le rap ou le *street art*. Dépréciation de la culture pour elle-même ? Par association à son public – où la plus ou moins présumée inexpérience des jeunes les rendraient inaptes à juger d'une production ? Cela peut être difficile à déterminer dès lors qu'on note une certaine réticence, même si la pensée y est, à la stigmatisation verbale assumée et, qui plus est, à sa justification : le jugement de valeur est insidieux et souvent indicible dans tous ses présupposés. Reste-t-il que, *a priori* :

### *culture des jeunes = mauvaise culture*

L'équation pourrait décrire une réalité mais, posée telle quelle, elle ne serait que le fruit du hasard à la manière d'un raisonnement mathématique faux qui mènerait au bon résultat. Ici, le problème est en amont : l'équation repose sur deux termes qui n'existent pas. Rigoureusement, elle n'a aucune légitimité, elle ne peut être exacte.

## **1. Il n'y a pas de « culture des jeunes ».**

Sans cesse est brandie l'idée que « *la jeunesse est incompréhensible* », « *la jeunesse est perdue* » et ce, parce que « *la culture de jeunes est inaccessible* ». Absurde ! La culture est ce qui, dans son essence, est le plus universel : « *Est beau*

*ce qui plaît universellement sans concept* »<sup>1</sup>. Autrement dit, ce qui est véritablement culture est culture pour tous, malgré les discours. Il n’y a rien qui serait de façon inhérente une culture « *des jeunes* » (en effet, ici le complément du nom signifierait une possession presque consubstantielle, et par la même occasion présupposerait que la culture « *des jeunes* » n’est pas celle « *des vieux* », pour rester dans la caricature), puisque : « *X est beau pour Y mais pas pour Z* » est dénué de sens.

Donc, il peut exister et il existe de la diversité en termes d’approche culturelle, mais pas en termes de culture en soit. Finalement, cette soi-disant « *mauvaise culture* » serait une manière de traduire ce sentiment de manque de diversité dans la culture des jeunes, ce manque d’ouverture ; vecteur, souvent prêté aux jeunesse, d’un individualisme croissant.

## 2. Il n’y a pas de « *mauvaise culture* » crédible.

Il existerait une dichotomie bon/mauvais, laquelle reposerait sur l’hypothèse que certains seraient aptes à juger de la pertinence d’une production dans le pan culturel – ce qui est vrai –, et que ces experts auraient décrété la « *culture des jeunes* » nulle et non advenue. Bref, la culture, la vraie, serait celle dont le public est plus éduqué et dispose d’un capital culturel plus large et donc d’une légitimité à dire le beau. Ce capital imposerait sa vision : celui qui ne le possède pas admettrait une « *fausse culture* » ou une « *culture incorrecte* ».

Or, historiquement, une telle dichotomie – que, toujours en termes bourdieusiens, on pourrait résumer par l’opposition culture élitiste/culture populaire – est tout simplement intenable. Les contre-exemples abondent, et le nombre de fois où la culture « *populaire* » a servi d’avant-garde à la culture « *élitiste* » est incomptable.

En bref, l’absence de dialogue donne corps au préjugé. La seule solution serait de le réintroduire, de démocratiser la culture. Dans cette perspective, on peut tenter de dégager – quoique relativement artificiellement – des idées générales (car modulables pour la plupart).

---

<sup>1</sup>E. KANT, *Critique de la faculté de juger*.

### 3. Comme une bouteille à la mer : préconisations culturelles.

Ce travail de recherche nous a permis d'identifier quelques pratiques, actions et dispositifs s'inscrivant dans ce désir de renouer des liens entre cette « jeunesse » et le monde culturel. Étant donné l'étendue du territoire et du public ciblé – l'Europe et ses 88 millions, ne serait-ce que de 15-29 ans –, il nous a été physiquement impossible, compte-tenu du temps et des moyens à disposition, de vérifier la faisabilité et l'efficacité des mesures présentées ci-dessous. Elles ne peuvent être que des bouteilles à la mer, sans idée véritable de si l'une d'elles résoudrait le clivage existant.

- **Europa-cafés** : réintroduire le dialogue dans des espaces plébiscités de sociabilité pour tenter, autour de la culture, de renforcer le sentiment européen.
- Le **pass culture** : donner accès financièrement c'est permettre d'engager vers le chemin de diversification : à condition que le *pass*, dans une moindre mesure, impose cette diversification (cf. *bonus joven cultura*) et ne se heurte pas à des problèmes majeurs qu'il viendrait pallier non-intentionnellement (cf. Italie et précarité des foyers face aux frais de livres scolaires).
- **Odysseus** : réintroduire la mobilité, l'échange par la découverte culturelle en dehors des frontières nationales pour tenter, autour de la culture, de renforcer l'apprentissage, l'ouverture et donc, le sentiment européen. Il y a également comme objectif d'élargir la population concernée à tous les jeunes entre 16 et 25 ans mais il y a une nécessité de mieux communiquer autour de ces dispositifs ce qui n'est pas fait aujourd'hui à part pour Erasmus et d'augmenter les financements pour permettre à tout le monde d'y avoir accès.
- **Festivals participatifs** : rendre possible dans ces festivals l'inclusion de la jeunesse et/ou de la découverte de nouveaux domaines (ex : Festival Réel de Villeurbanne, Festival de musique baroque d'Ambronay ou Festival d'Europe de Florence)

- *Breaching experiments* : amener un pan culturel dans un lieu, pour lui, insolite et accessible afin d’attiser la curiosité. Ici, la mesure est ponctuelle : la surprise ne peut se faire dans la répétition d’une part, et les professionnels doivent conserver la maîtrise des lieux et de leur dessein.
- Le programme « *Ecole créative* » (*Skapande skola*) en Suède. Ce programme existe depuis 2008 et il permet aux municipalités et autres directeurs d’école de demander des subventions au Conseil suédois des arts pour renforcer le rôle de l’école dans l’éducation et la formation des jeunes à l’art et au monde professionnel de la culture. En 2021, un montant de 196 millions de couronnes suédoises avait été alloué au fonctionnement de ce programme.
- Le modèle danois et ses stratégies pour faciliter la rencontre des enfants et des jeunes avec l’art et la culture (Ministère danois de la culture en 2014). Les trois stratégies comprennent des initiatives telles que, les valises destinées aux familles en difficulté économique ou sociale, un soutien aux services culturels locaux pour faciliter le contact entre les écoles et les institutions culturelles et l’élaboration de catalogues de bonnes pratiques. Afin de mettre en œuvre ces stratégies, un certain nombre de nouvelles initiatives et de modèles de coopération entre, par exemple, les écoles, les institutions de garde d'enfants et les institutions culturelles ont été mis en place.
- Le programme « *Maison des artistes* » au Danemark. Le Conseil danois des arts soutient les écoles qui coopèrent avec des artistes professionnels dans les domaines de la littérature, des arts du spectacle, des arts visuels et de la musique. L’objectif principal du programme « Maison des artistes » est de donner aux élèves un aperçu du travail esthétique et artistique et des processus créatifs. Un accord de remboursement entre l’État et les municipalités a également été établi pour garantir l'accès de tous les enfants aux représentations théâtrales dans les écoles.
- Le programme “*Live music in the schools*” au Danemark. Le LMS est une organisation à but non lucratif financée par le Conseil danois des arts, qui vise à offrir de la musique live de haute qualité aux écoles de tout le Danemark. Cela se fait par le biais de concerts scolaires, de visites de

musiciens et de compositeurs dans les classes et d'autres activités qui permettent aux élèves de mieux comprendre la scène musicale professionnelle.

- [Créer une application regroupant la programmation de toutes les activités culturelles dans une ville](#). Proposition faite par un jeune allemand interviewé (Jan, 28 ans).
  - => *“I would like a website or app where all the venues could be gathered together. It would help young people to access any kind of cultural activities and that could make the access easier by helping people to know how they can experience culture in general (exposing people to culture)”*.
- [Le programme « jeunesse et musique » en Suisse](#), qui a permis la création de cours et de camps de musiques pour les jeunes. En 2018, plus de 20 000 enfants et adolescents participant a été recensé.
- [Le projet des Minimixes de la ville de Villeurbanne](#), qui consiste à transformer les bibliothèques centres de documentations (BCD) en espaces d'éducation à la culture, voués à accueillir toutes les formes d'arts, à éduquer aux médias et cultures scientifiques et à proposer des outils numériques.
- [Le projet « Arte 360 »](#), un programme d'hébergement de reportages et productions à 360° qui a déjà produit près de 60 programmes, à la pointe de l'expérimentation en matière de développement de la culture VR.
- [Les « toolbox » du digital](#), des outils qui permettent aux acteurs culturels d'être à la hauteur des enjeux numériques du 21ème siècle et de sortir des « cercles fermés » dans lesquels ils se trouvent parfois enceints.
- [La plateforme Europeana](#), une bibliothèque digitale de plus de 58 millions d'objets numériques qui met en œuvre une coopération effective d'acteurs issus de 25 Etats membres. Cette stratégie de plateforme pourrait servir de modèle pour une application qui regroupe les activités culturelles d'acteurs sectoriels, comme fait [« Ground News »](#) pour les médias journalistiques.
- [Le média « ENTR »](#), une offre numérique vidéo à destination des jeunes européens. Issues d'un partenariat avec Deutsche Welle, cette offre est traduite en six langues et propose donc un espace d'échange paneuropéen.

- [Le développement en Europe de l'EMI](#), l'éducation aux médias à l'information, qui connaît un essor généralisé en Europe avec plus de 939 dispositifs institutionnels, civils ou privés recensés, avec des acteurs symboliques forts tel que Arte Education ou la plateforme privée CAFEYN, mais aussi des pays en pointe comme la Finlande.