



**HAL**  
open science

# Le musée autrement ? : les mesures d'incitation à la visite et leurs effets sur le public des jeunes adultes dans les musées de France

Maylis Nouvellon

## ► To cite this version:

Maylis Nouvellon. Le musée autrement ? : les mesures d'incitation à la visite et leurs effets sur le public des jeunes adultes dans les musées de France. Architecture, aménagement de l'espace. Université d'Avignon; Université du Québec à Montréal, 2018. Français. NNT : 2018AVIG1189 . tel-01945755

**HAL Id: tel-01945755**

**<https://theses.hal.science/tel-01945755>**

Submitted on 5 Dec 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**UNIVERSITÉ D'AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLUSE**  
École doctorale 537 Culture & Patrimoine / UMR 8562 Centre Norbert Elias  
**UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL**  
**ÉCOLE DU LOUVRE**

PROGRAMME INTERNATIONAL DE DOCTORAT  
MUSÉOLOGIE, MÉDIATION, PATRIMOINE

Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication  
Philosophiæ Doctor, Ph.D.  
Diplôme de troisième cycle de l'École du Louvre

## **LE MUSEE AUTREMENT ?**

*Les mesures d'incitation à la visite et leurs effets  
sur le public des jeunes adultes dans les Musées de France*

**Maylis NOUVELLON**

*Sous la direction de Madame Jacqueline Eidelman (UAPV – EDL)  
et de Monsieur Jean-Marie Lafortune (UQAM)*

Jury :

Madame Jacqueline Eidelman, Conservateur général du patrimoine - HDR, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse - École du Louvre

Monsieur Jean-Marie Lafortune, Professeur, Université du Québec à Montréal

Monsieur Jason Luckerhoff, Professeur, Université du Québec à Trois-Rivières

Madame Anik Meunier, Professeure, Université du Québec à Montréal

Madame Marie-Sylvie Poli, Professeure, Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse

Monsieur Olivier Thévenin, Professeur, Université Sorbonne Nouvelle Paris 3



Allocataire de recherche de 3<sup>ème</sup> cycle de l'École du Louvre en 2013-2014





## Remerciements

Je remercie vivement Jacqueline Eidelman et Jean-Marie Lafortune qui ont accepté de co-diriger cette recherche dans le programme international de Muséologie, médiation et patrimoine. Merci à Jacqueline pour son accueil au département de la Politique des Publics et pour m'avoir permis de faire mes armes sur les enquêtes qui y sont produites. Merci à Jean-Marie pour son accueil à l'PUQAM et pour son enseignement qui a ancré nombre des questionnements qui suivent. Chemin faisant, il s'est avéré important à mes yeux que vous soyez deux sociologues engagés aux côtés des acteurs sur le terrain. Ce positionnement m'est apparu fécond pour la recherche et inspirant pour la jeune professionnelle que je suis.

Je remercie les membres du jury, Jason Luckerhoff, Anik Meunier, Marie-Sylvie Poli et Olivier Thévenin, d'avoir accepté de lire et de commenter ce travail.

Toute ma reconnaissance va aux équipes encadrantes de Paris, d'Avignon et de Montréal : Yves Bergeron, Jennifer Carter, Jean Davallon, Cécile Tardy, Daniel Jacobi, Émilie Flon, Lise Renaud, Marie-Sylvie Poli, Marie-Pierre Fourquet-Courbet, Joëlle Le Marec et Frédéric Gimmello-Mesplomb, Éric Triquet, Isabelle Brianso. Une pensée toute particulière va à Marie-Clarté O'Neill qui m'a initié à la recherche ainsi qu'à Claire Merleau-Ponty qui a été d'un grand soutien pour les débuts de ce doctorat et professionnellement.

Merci également aux doctorant·es que j'ai eu le plaisir de rencontrer et pour la richesse de nos discussions lors des séminaires multidisciplinaires et en dehors : Marianne Alex, Florence Andréacola, Johan Barthelemy, Camille Béguin, Stéphane Bellin, Camille Bernetière, Cheikhouna Beye, Mark Blichert, Nathalie Bourges, Elaine Brito, Caroline Buffoni, Marie Cambone, Jessica Cendoya, Alice Chatzimanassis, Noémie Couillard, Adeline Divay, Éloi Flesch, Fanny Fouché, Raluca Iona-Calin, Floriane Germain, Svetlana Jevtovic, Aude Joly, Pierric Lehmann, Camille Moulinier, Nicolas Navarro, Ji-Eun Park, Ji-Young Park, Julie Pasquer, Nolwenn Pianezza, Eva Sandri, Elisa Ullauri-Lloré..

Un grand merci aux équipes administratives des deux côtés de l'océan pour leur suivi attentif et patient : Stefania Tullio-Cataldo à Paris, Lise Jarry, Sylvie Brière et Hélène Diatta à Montréal, Pascale Di Domenico et Aude Mosca à Avignon.

Un merci bien affectueux va à Anne Jonchery grâce à qui j'ai beaucoup appris. Merci pour son aide et sa confiance. Je remercie également tout le département de la Politique des Publics pour leur accueil au ministère. Plus particulièrement, merci à Emmanuelle Lallement et Caterina Renzi pour leur confiance, à Florence Vielfaure pour son soutien bienveillant et ses conseils ainsi qu'à Lucile Zizi dont je salue la patience face aux données de *Patrimostat* et que je remercie pour l'efficacité de son aide.

Je remercie toutes celles et ceux qui ont rendu possibles les enquêtes auprès des publics. En premier lieu les équipes des musées qui m'ont accordé de leur temps et m'ont facilité l'accès au terrain et tout particulièrement : Marie Ostrowsky, Katell Coignard, Caroline Grandjean, Catherine Roussel, Josette Didier, Christophe Henri, Manuela Meunier-Noël, Aurélie Albajar, Mariette Escalier, Marie Allaman.

Merci également à Libya Senoussi et Samir Goumeziane pour m'avoir prêté main forte pour la passation de l'enquête lors de la nuit des musées spéciale étudiants. Votre gouaille et votre entrain ont fait du remplissage du questionnaire l'une des animations phare de la soirée !

Merci enfin aux visiteurs rencontrés dans ces musées qui ont accepté de prendre un café pour me parler d'eux.

Je remercie chaleureusement celles et ceux qui m'ont accompagné pendant ces années de recherche : Simon parce qu'il m'a été salutaire que régulièrement « dans les grandes villes ou les petits villages, devant nous défilent de jolis paysages » et mes amis qui, de près ou de loin, m'ont apporté réconfort et soutien. Merci en particulier à Audrey, amie fidèle avec qui j'ai eu le plaisir de commencer dans le domaine de la recherche sur les publics. Pour cette dernière année de rédaction et d'itinérance, je remercie vivement celles et ceux qui m'ont fait un accueil chaleureux et serein dans leur quotidien : Simon, Éloi, Pauline, Cyril, Marie-Laure et Pierre, Gwen et Juliette, Noémie et ses colocs de la plaine.

Un merci plus grand que le kilomètre va à mes deux compagnons de cordée, Nicolas et Noémie qui ont ouvert la voie, m'y ont entraîné et m'ont soutenu jusqu'au bout pour que je la termine à leur suite. Merci pour votre aide complice, bienveillante, sans faille. À nous de nouvelles aventures !

Un merci, et non des moindres, à ma famille pour m'avoir donné la liberté de mener ce travail : Françoise, Luc et Élodie, toute la tribu des Pagès-Lamynovski et celle des Nouvellon, merci en particulier à Anne. Ma pensée va à Marie-Thérèse, Marcel et Madeleine, Henri et Josette auxquels je regrette de ne pouvoir présenter un fruit de ce qu'ils m'ont transmis.

## SOMMAIRE

<b>Introduction .....</b>	<b>11</b>
<b>CHAPITRE 1. Démocratisation et démocratie culturelles : définitions des politiques des publics et mesures de leurs effets .....</b>	<b>25</b>
<b>1.1. Lignes d'action en faveur de la démocratisation des musées.....</b>	<b>31</b>
1.1.1. Démocratisation culturelle : la qualité culturelle pour tous .....	31
• Une politique culturelle de rupture .....	31
• « Choc esthétique » et « contamination par contiguïté » : deux modèles d'action .....	34
1.1.2. Relativisme et marché de la culture : à chacun ses qualités culturelles .....	37
• Un « secteur culturel » élargi.....	37
• Dépolitisation de l'action culturelle et spectacularisation du musée .....	38
1.1.3. Démocratie culturelle : la qualité culturelle construite par tous.....	43
• Émergence de la notion d'éclectisme culturel.....	43
• Entre « métamorphose de la Distinction » et « petite distinction ».....	47
• Démocratie et citoyenneté culturelles au prisme des musées.....	51
<b>1.2. Mesures des effets des politiques des publics .....</b>	<b>54</b>
1.2.1. Démocratisation culturelle : un cadre interprétatif des effets des politiques des publics.....	54
• Les schémas d'évolution de la structuration sociale des publics .....	54
• La visite comme « pratique intemporelle » .....	56
• Un effet propre du diplôme : « culturalisation » des classes moyennes et féminisation des publics .....	58
1.2.2. Démocratie culturelle : un cadre interprétatif révisé à l'aune de la « culture vécue ».....	61
• Expansion patrimoniale et poids des pratiques déclarées par les visiteurs occasionnels .....	61
• La carrière de visiteur ou les dynamiques de la transmission culturelle .....	65
• La sociabilité culturelle ou la part du « public médiateur » dans la transmission culturelle .....	70
• Les univers culturels ou la question de l'autonomie culturelle.....	75
<b>CHAPITRE 2. Inciter les jeunes adultes à la visite : des actions muséales et des outils pour l'analyse de leurs effets.....</b>	<b>83</b>
<b>2.1. Une « politique d'intégration culturelle des jeunes » en trois volets au musée du Louvre.....</b>	<b>87</b>
2.1.1. De l'idéal de la gratuité à la gratuité-événement .....	87
• Modernisation et autonomisation des musées en France .....	87
• La gratuité comme action-prix.....	89
2.1.2. La gratuité ne suffit pas : développement d'une médiation spécifique.....	93
• La visite muséale dans les « cultures jeunes » : quels enjeux pour quels publics ? .....	94
• <i>Par et pour</i> les jeunes : la médiation conversationnelle.....	97
2.1.3. De l'incitation à la fidélisation : la carte Louvre jeunes .....	100
• Résurgence d'un avantage tarifaire : l'adhésion .....	100
• La carte Louvre jeunes : clé de voûte de la « politique d'intégration culturelle des jeunes » .....	102

<b>2.2. Diffusion des actions muséales pour les jeunes adultes .....</b>	<b>103</b>
2.2.1. La gratuité pour les moins de 26 ans ou la réappropriation étatique de la question tarifaire.....	103
• Le retour de la gratuité : un doute persistant .....	103
• L'expérimentation d'une gratuité complète en 2008 .....	105
• D'une gratuité complète à la gratuité catégorielle .....	106
2.2.2. Les programmations pour les jeunes adultes : mimétisme muséal et variantes .....	107
• Les programmations jeunes dans les « Musées de France » : construction du corpus .....	108
• Répartition des programmations dans le paysage muséal français.....	110
• Le musée autrement : une formule d'adresse aux jeunes.....	115
• Un décalage contrôlé.....	121
2.2.3. Les cartes pour les jeunes : disparité des dispositifs parisiens et régionaux .....	124
<b>2.3. Prendre la mesure des effets des actions d'incitation à la visite .....</b>	<b>127</b>
2.3.1. <i>À l'écoute des visiteurs</i> : connaissance des publics et évaluation muséale par la satisfaction des visiteurs.....	127
• L'élaboration du dispositif d'enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> .....	128
• Un dispositif unifié, des données comparables .....	129
• Présentation du questionnaire et des partis pris d'analyse.....	131
• L'analyse secondaire des enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> , édition 2012 et 2015.....	134
2.3.2. Jeu d'échelles sur les publics des actions d'incitation à la visite .....	136
• <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , édition 2009 et 2014 .....	136
• <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> , 2013 .....	137
• <i>Le mois des étudiants au musée</i> , 2014.....	138
• <i>Débuts de carrière de visiteur</i> , 2013-2015 .....	139
<b>CHAPITRE 3. D'une culture muséale juvénile à sa fragmentation sociale .....</b>	<b>143</b>
<b>3.1. À la recherche d'une culture muséale juvénile.....</b>	<b>148</b>
3.1.1. Les jeunes adultes au sein des publics des musées .....	148
• Les 18-25 ans : une population majoritairement étudiante .....	150
• Population active entre 18 et 35 ans.....	153
• Construction de la familiarité muséale des plus jeunes aux plus âgés .....	156
3.1.2. Rapports au musée chez les jeunes adultes .....	161
• Horizon d'attentes à l'égard de la visite .....	161
• Lien au musée.....	164
• Circonstances et formes de la visite .....	167
3.1.3. Une pratique intemporelle ?.....	176
• Variations du profil des publics d'une édition de l'enquête à l'autre... ..	176
• d'un musée à l'autre... ..	178
• ...et avec l'avancée en âge.....	182
<b>3.2. Débuts de carrière de visiteur chez les publics jeunes adultes .....</b>	<b>185</b>
3.2.1. L'initiation scolaire comme dénominateur générationnel commun .....	185
3.2.2. Des mécanismes aux dynamiques de la transmission de la pratique de visite .....	188
• Prendre en main l'héritage familial .....	189
• Des visites touristiques familiales aux visites touristiques autonomes .....	190
• <i>Hugo : visiter « pour s'imprégner du pays où on va »</i> .....	196
• Une pratique de visite routinière dès l'enfance.....	199

De qui ces visiteurs reproduisent-ils les comportements ? .....	205
<i>Chloé ou le matriarcat culturel</i> .....	207
• La visite scolaire : une socialisation à double tranchant .....	211
Chez les visiteurs qui cumulent socialisation familiale et scolaire .....	211
La visite uniquement scolaire pendant l'enfance .....	213
<i>Andrey : « tout ce que j'ai pu découvrir c'est avec l'école »</i> .....	215
<i>Manon : « tu sais, quand je vais dans un musée, c'est pas non plus la fête : voilà on voit et puis basta »</i> .....	219
Transmission horizontale et inversée .....	225
• Au-delà de la famille et de l'école : la diversité des « points de bifurcation » d'une carrière de visiteur .....	228

## **CHAPITRE 4. La politique des publics comme instance de socialisation..... 237**

### **4.1. De la fréquence de visite aux formes d'usages des musées .....242**

#### 4.1.1. La visite muséale dans la syntaxe des pratiques culturelles et de loisirs .....242

• Des visiteurs sélectifs... ..	243
...pour qui la visite est une pratique centrale dans l'univers culturels et de loisirs .....	243
<i>Hugues : « bien manger, bien dormir, bien sortir, aller voir des belles choses »</i> .....	245
<i>Anaïs : « les gens ont l'impression que je travaille tout le temps, mais pour moi c'est pas du travail »</i> .....	249
... pour qui la visite est une pratique secondaire dans l'univers culturels et de loisirs .....	252
<i>Anthony : un intérêt latent pour l'histoire</i> .....	253
• Muséovores : la visite comme pratique principale ou comme activité interchangeable .....	257
<i>Lucas : « c'est une envie de comprendre le monde extérieur et pour le comprendre, je vais voir des connaissances »</i> .....	258
<i>Ella : « parce que c'est très parisien aussi de dire "ab tu l'as vue cette expo ?" »</i> .....	262
<i>Vincent : « en fait, c'est toujours un prétexte pour passer du temps avec mes amis »</i> .....	264
• Usages des musées, intensité des visites et image de soi en visiteur .....	268
<i>Séverine : « non, des visites, j'en ai pas fait tant que ça en fait... sauf pour la photo quoi... »</i> .....	269

#### 4.1.2. Pour une relecture de l'indicateur du capital de familiarité muséale .....273

• Formes d'usage des musées et catégories de visiteurs .....	273
• Usages des musées et syntaxe des pratiques culturelles et de loisirs dans l'enquête statistique .....	276

### **4.2. Gratuité et médiations : (ré)inscrire la visite à l'agenda des loisirs ordinaires ..... 281**

#### 4.2.1. Gratuité : « routiniser » la pratique de visite .....281

• Une « culture de la gratuité » : diversification du répertoire de visites et fidélisation .....	281
• La visite gratuite : une visite en régime de familiarité .....	285
• Amorcer, soutenir ou amplifier une pratique muséale autonome .....	286

#### 4.2.2. Les médiations culturelles : donner prises aux « passions ordinaires » .....290

• L'occasion d'une sortie entre pairs et de (re)découvrir les musées locaux .....	290
• Le ressort des pratiques en amateur .....	293
• Une visite alternative... aux collections ? .....	299

#### 4.2.3. « Apprendre à jouer sur le terrain de jeu des autres » ..... 303

• Seul ou accompagné : découverte autonome, connaissance interpersonnelle et « complexe de la brosse à dent » .....	303
• La visite muséale dans la structuration des réseaux relationnels .....	308
• Proposer une visite : engager un crédit social .....	311
• Gratuité catégorielle et événementielle : élargir le cercle des (co-)visiteurs .....	316

## **CHAPITRE 5. Du musée démocratisé au musée segmenté ? ..... 323**

### **5.1. Les actions d'incitation à la visite : levier pour le renouvellement des publics .....328**

#### 5.1.1. La gratuité pour les moins de 26 ans de 2009 à 2014 ..... 328

• Une mobilisation à la hausse.....	328
• Une culture de la gratuité vivace.....	331
• Des plus utilisateurs aux plus mobilisés par la mesure.....	333
5.1.2. <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> : l'attrait des moins familiers des musées.....	337
• La satisfaction des visiteurs moins familiers.....	337
• Visite en contexte « décalé » ou « classique » : variations de la satisfaction.....	340
• La recommandation de la visite : une logique spécifique ?.....	343
<b>5.2. Les effets bridés de la démocratisation des publics.....</b>	<b>346</b>
5.2.1. Quels effets de démocratisation des publics ?.....	346
• Entre banalisation et popularisation de la visite muséale.....	346
• Une démocratisation des publics par assignation.....	349
5.2.2. Sortir des catégories de publics cibles : déclic ou coup d'arrêt de la démocratisation ?.....	352
• De la gratuité aux événements gratuits : une pratique festivalière au musée.....	352
• Le prolongement des effets de démocratisation au-delà de la jeunesse adulte.....	355
5.2.3. À chacun selon sa pratique ? La segmentation des politiques des publics en débat.....	359
• Publics cibles, publics hors cibles : négocier les catégorisations.....	359
• La catégorisation des étudiants par les professionnels : solution locale pour un enjeu national.....	362
• Les voies de la segmentation.....	363
• De l'écologie de la médiation à la médiation universelle.....	365
 <b>Conclusion .....</b>	 <b>369</b>
 <b>Bibliographie .....</b>	 <b>376</b>
 <b>Liste des tableaux et figures .....</b>	 <b>391</b>
 <b>Annexes .....</b>	 <b>395</b>

## Introduction

Deux rapports émanant du ministère de la Culture sont parus en 2017. Le premier, « Inventer des musées pour demain » (juillet 2017), porte sur les évolutions des musées qui se font jour au tournant des années 2000-2010 et jette un regard prospectif sur leur avenir. Le second, « Évaluation de la politique publique de démocratisation culturelle » (mars 2017), établit un diagnostic des politiques culturelles de démocratisation mises en œuvre par plusieurs organes de l'État (ministère, collectivités territoriales, institutions subventionnées) et propose un plan d'action tant pour développer et ajuster ces politiques que pour en améliorer le suivi et l'évaluation. Considérons l'un et l'autre rapport qui ensemble nous permettront de camper cette recherche et d'expliciter la thèse que nous y défendons.

### L'ambition des politiques des publics au musée

Le premier rapport ministériel est issu de la mission « Musées du XXI<sup>e</sup> siècle » dirigée par J. Eidelman à partir d'avril 2016. Fruit d'une consultation citoyenne, d'élus et de professionnels des musées, le rapport définit quatre dimensions fondamentales des institutions muséales à partir desquelles peuvent s'inventer leurs actions pour demain. Le musée est caractérisé comme un lieu « éthique et citoyen », un espace public où s'exposent et se discutent les « valeurs qui lient ou divisent la société » ; comme un lieu « protéiforme », c'est-à-dire une institution plastique qui démultiplie ses formes de présentation (*in situ*, hors-les-murs ou en ligne, ou bien encore par des approches interdisciplinaires de ses collections) ; comme un espace « inclusif et collaboratif » qui intègre la voix des publics à la construction de son discours ; et comme « écosystème professionnel », considérant le musée en tant qu'organisation faisant face aux évolutions des modes de gestion des politiques publiques et à l'émergence ou la reconfiguration des métiers. De ce point de vue, ce rapport traduit et cristallise les évolutions qui ont profondément remodelé ces institutions au cours des dernières décennies du XX<sup>e</sup> siècle tout autant qu'il définit un horizon pour l'action culturelle au XXI<sup>e</sup> siècle.

En effet, timidement à partir des années soixante-dix, puis de façon accélérée dans les années quatre-vingt, les musées connaissent ce que la recherche en muséologie a qualifié de « tournant communicationnel » (Jacobi, 2012 : 137). Ce tournant se définit par « deux tendances majeures [...] : le développement de la fonction de communication plus rapide que



celui des fonctions de conservation et de recherche [et] la montée du modèle gestionnaire » (Davallon, 1992a : 11). Les missions du musée se rééquilibrent en faveur des publics :

*« ce qui n'était pour le musée, il y a peu encore, qu'une activité de présentation au public de ce qu'il avait par ailleurs fonction de collecter, d'étudier et de conserver, devient aujourd'hui – de fait sinon en droit – son activité de référence. Certes, on continue de définir le musée par ses trois fonctions traditionnelles (conserver, étudier, présenter), sans s'apercevoir que c'est toute la logique même qui les articule qui est en train de changer »* (Davallon, 1992a : 12).

Plusieurs évolutions traduisent ce tournant dont, entre autres : l'accroissement du nombre d'expositions temporaires au point qu'elles deviennent le mode opératoire principal de la présentation aux publics (Jacobi, 2012 ; 2013 ; Chaumier, 2014) ; le développement de la médiation culturelle, à la fois comme action muséale auprès des publics et comme concept dans le champ de la recherche (Caillet, 1995 ; Lafortune, 2012 ; Chaumier et Mairesse, 2013) ; l'essor des services de publics sous-tendu par la loi Musées de 2002 et comme impératif pour obtenir l'appellation « Musées de France » ; la montée de l'évaluation muséale et la mise en place des Observatoires Permanents des Publics (Mironer, Aumasson, et Fourteau, 2001 ; Le Marec, 2008b) comme moteur de l'action muséale (Eidelman et Roustan, 2008) ; l'évolution des conditions d'accès aux musées (adaptation des politiques tarifaires à différentes catégories de populations, extension des horaires d'ouverture, aménagement des espaces d'accueil et de délasserment, etc.).

Plusieurs interprétations ont été données à ce tournant communicationnel. Signe d'une volonté politique de démocratiser ces institutions ? Marque de leur tournant commercial par l'inscription de logiques gestionnaires au cœur de leur fonctionnement ? D'une interprétation à l'autre, la figure du public oscille entre un référentiel politique, celui du citoyen et de l'espace public, et un référentiel marchand, celui de l'audience et des industries culturelles (Le Marec, 2008b : 83-97). Les politiques des publics au musée relèvent ainsi de deux registres d'action où les objectifs d'augmentation, de diversification et de fidélisation des publics ressortent tout autant de la construction d'une audience que de l'ambition démocratique du partage de la culture. En ce sens, les musées assument un statut dual : comme institution publique et de service public et comme institution insérée dans le marché concurrentiel des industries culturelles et de loisirs.

Le tournant communicationnel s'amplifie encore et un pas de plus semble aujourd'hui franchi : celui par lequel la voix des publics ne s'inscrit plus seulement dans le discours muséal de façon médiée au travers de l'évaluation muséale (Le Marec, 2008a) mais directement en instituant les visiteurs comme contributeurs et co-producteurs de ce discours. Nous atteindrions ainsi l'ère de la « post-médiation » (Eidelman, 2017) ou de la « médiation culturelle » (Lafortune, 2008 ; 2012) par laquelle le musée devient « conversationnel », un « lieu d'expression pour tous » et un « plateau de potentialités » créatrices et expressives pour des visiteurs-contributeurs. Le discours muséal qui y est produit avec les visiteurs intègre ainsi « l'ensemble

des registres de la réception et ne se restreint pas à l'histoire de l'art ou des sciences. [...] Il concourt à l'éducation du regard, à la formation de l'esprit critique, à l'agencement des points de vue » (Eidelman, 2017 : 47-48). Ces évolutions récentes soulignent que les politiques des publics dans les musées relèvent de deux objectifs : la démocratisation de l'audience (augmenter la fréquentation, la diversifier socialement voire fidéliser) et la démocratisation d'un rapport social au musée pour une relation avec les publics moins descendante ou autoritaire (Passeron, 2003 ; Fleury, 2015).

### **Une évaluation rudimentaire par l'État des effets des politiques des publics**

L'ampleur des évolutions de l'action muséale en direction des publics contraste avec la manière dont leurs effets sont mesurés et évalués par les pouvoirs publics. C'est ce hiatus que soulève le second rapport que nous mentionnions sur l'« Évaluation de la politique publique de démocratisation culturelle » (Le Guével, 2017). Celui-ci analyse les politiques publiques de démocratisation culturelle qui, depuis la Loi Organique relative aux Lois de Finances (LOLF)<sup>1</sup>, sont soumises à l'évaluation de leur performance. Cette loi, votée en 2001 et mise en œuvre à partir de 2006, constitue le cadre organique de l'ensemble des lois de finances. Ces dernières sont désormais organisées par missions (et non plus par ministères) et se déclinent en différents programmes auxquels sont associés des objectifs annuels et des indicateurs pour évaluer leur réalisation. Ainsi la gestion des politiques publiques passe d'une logique de moyens à une logique de résultats inscrivant au cœur de l'action publique le principe de la performance. Matérialisant cette logique, chaque année les institutions publiques et leurs tutelles rédigent un projet annuel de performance (PAP) définissant les objectifs à atteindre dont la réalisation est évaluée l'année suivante dans un rapport annuel de performance (RAP).

Dans le cadre du programme 175 qui, dans la mission « culture », a trait au patrimoine, l'évaluation de ces politiques de démocratisation prend appui sur deux dispositifs. Le premier est intitulé *Patrimostat* : il enregistre annuellement la fréquentation et sa structuration en fréquentation gratuite et payante pour les établissements ressortant de ce programme et, plus largement, dans les musées labellisés « Musées de France ». Le second est un dispositif d'enquêtes consacrées aux établissements nationaux et intitulé *À l'écoute des visiteurs* dont le cœur est une enquête barométrique fournissant des données de connaissance des publics des patrimoines et des données relatives à leur satisfaction à l'égard de la visite patrimoniale.

Pour l'évaluation des politiques de démocratisation menées par les musées inclus dans le programme 175, l'usage de ces données est relativement restreint. L'évaluateur ne retient comme indicateurs que la fréquentation annuelle globale et ses évolutions, ainsi que la part des publics jeunes (18-25 ans et moins de 18 ans) bénéficiaires de gratuités catégorielles ou

---

<sup>1</sup> Voir le site internet consacré à ces lois de finance et à la gestion des politiques publiques : <https://www.performance-publique.budget.gouv.fr/>

d'actions à destination des publics scolaires. En revanche, au-delà de ces catégories de population que les pouvoirs publics désignent comme « prioritaires » et/ou « éloignés » des institutions patrimoniales, la stratification sociale des publics n'apparaît pas dans l'évaluation de la performance des politiques culturelles de démocratisation. Cette information, pourtant disponible, constituerait un indicateur probant de la démocratisation des publics dans le sens de leur renouvellement social (Donnat, 1994 ; Octobre, 2001). Pour l'heure, dans les contrats de performance, la mesure de la diversification sociale des publics renvoie avant tout au nombre de bénéficiaires de programmes spécifiques pour les publics « jeunes » et ceux dits « du champ social ».

De même, le rapport souligne que c'est uniquement dans ce programme 175 que les contrats de performance tiennent compte de deux indicateurs « qualitatifs » pour l'évaluation : l'accessibilité physique des collections et le taux de satisfaction des publics des patrimoines, ce dernier étant obtenu à partir des enquêtes *À l'écoute des visiteurs*. Pour autant, aussi qualitatif que soit l'indicateur de la satisfaction, son utilisation pour l'évaluation est elle aussi limitée. Deux chiffres sont utilisés : la part des visiteurs qui déclarent que la visite a dépassé leurs attentes et le score de promotion indiquant la propension des visiteurs à recommander la visite. Dans les rapports annuels de performance (RAP), plusieurs éléments contextuels sont rapportés pour interpréter ces chiffres (en particulier les programmations culturelles des établissements et les conditions de visite au moment de l'enquête). Mais les logiques socioculturelles qui construisent l'expression de la satisfaction à l'égard d'une visite, et qui ont été par ailleurs analysées (Eidelman, Jonchery, et Zizi, 2012 ; Eidelman et Jonchery, 2014) ne sont pas intégrées dans l'évaluation de ces politiques.

Aussi, au vu de ces procédures d'évaluation, on peut s'interroger sur les objectifs poursuivis : au travers des enjeux d'augmentation de la fréquentation et de la satisfaction, qui s'agit-il de faire venir et revenir ? de satisfaire ? Ces contrats de performance engagent-ils véritablement les établissements à mettre en œuvre une « politique de démocratisation des publics » ? Ce doute est émis dans le rapport. Soumis à des injonctions contradictoires (démocratiser les lieux et assurer leur autonomie financière), les établissements publics peuvent avoir tendance à élarger au contrat de performance en jouant sur les interprétations possibles de ces indicateurs. Ainsi, par exemple, le rapport souligne que l'indicateur de fréquentation des publics scolaires est ambigu : s'il s'interprète positivement comme une sensibilisation accrue des publics de demain, il « peut [aussi] être analysé de manière négative, certains représentants des administrations jugeant que les structures qui "remplissent la salle avec des scolaires" sont dans une forme de "facilité" » (Le Guével, 2017 : 83).

La consultation des professionnels dont rend compte ce rapport fait émerger la lassitude de ces acteurs face à l'injonction de produire des indicateurs essentiellement quantitatifs pour évaluer des politiques publiques de démocratisation culturelle. Engagés sur le terrain, dans la mise en œuvre de ces politiques, ils observent quant à eux les effets qualitatifs de leurs actions sur la relation des individus avec les institutions culturelles et les biens symboliques,

que ces relations relèvent de la construction identitaire, de l'émancipation des individus ou de la cohésion et l'inclusion sociales. Ces répercussions de l'action à l'échelle individuelle sont difficilement quantifiables, en particulier lorsqu'il s'agit d'actions menées auprès de publics dits « empêchés » ou « éloignés » qui sont conçues sur le temps long et concernent souvent peu d'individus. À s'en tenir au seul critère du volume de fréquentation, l'évaluation de ces actions ne montre au mieux que la marginalité de leurs effets. Le rapport en appelle ainsi à « sophistication » la mesure. Il préconise notamment de développer les études qualitatives au sein des établissements pour les intégrer à l'évaluation des politiques publiques de démocratisation culturelle. Il serait également possible à cette fin de mobiliser de façon accrue les données d'ores et déjà disponibles au ministère de la Culture.

Cette lassitude des acteurs et leur revendication pour une évaluation plus sophistiquée et qualitative de leurs actions fait écho au discours sur l'échec de la démocratisation culturelle. Ce discours, s'il n'est pas encore devenu « un mode de penser », reste à la mode (Fleury, 2006b : 84), comme en témoigne la réception de l'enquête sur les *Pratiques Culturelles des Français* (Dubois, 2012). Il s'ancre dans l'apparente récurrence des résultats de cette enquête qui montre la faible évolution des publics des institutions culturelles soutenues par les pouvoirs publics. Alimentant l'impression d'un « toujours pareil », elle a servi d'argument pour disqualifier l'idéal de la démocratisation et mettre en doute les fondements et logiques d'action culturelle. À l'origine outil de légitimation de ces politiques de démocratisation, cette appréhension chiffrée des publics de la culture paraît s'être aujourd'hui retournée contre elles. Ces discours de l'échec et leurs usages exacerbent l'enjeu qu'il y a à sophistication des dispositifs d'évaluation pour *désinvisibiliser* les effets de ces politiques. Cet enjeu est d'autant plus prégnant que les pouvoirs publics n'ont plus aujourd'hui les moyens d'exiger des institutions qu'elles mettent en œuvre des politiques généreuses mais peu rentables financièrement parlant. En dehors d'une injonction au développement de l'auto-financement, l'action des pouvoirs publics ne s'exerce plus guère que sous la forme douce du conseil et de la formulation de grandes orientations : libre à chaque institution de les traduire ou non sur le terrain et de quelle façon.

### **L'impuissance des institutions culturelles en question**

Dans quelle mesure des politiques des publics conduites sous les auspices de la démocratisation d'un rapport social au musée peuvent être le vecteur d'un renouvellement de ses publics ?

Pour répondre, notre recherche va se focaliser sur les jeunes adultes et examiner au plus près les mesures mises en place à l'intention de cette fraction du public considérée comme l'une des prioritaires par le ministère de la Culture. Il s'agit d'une part de la mesure de gratuité mise en place en 2009 à l'instigation du ministère de la Culture dans l'ensemble des musées et monuments nationaux en France. Cette mesure permet aux moins de 26 ans résidant dans l'Union Européenne d'accéder gratuitement aux collections permanentes de ces établissements. D'autre part, nous nous intéressons à un ensemble de programmations

conçues à l'intention des jeunes (moins de 26 ans, moins de 30 ans, étudiants) par plusieurs musées nationaux ou labellisés « musées de France » leur proposant de découvrir le musée autrement.

La jeunesse adulte, comme catégorie de population et d'intervention publique, présente un double intérêt. Premièrement, dans la littérature en sociologie de la culture, la jeunesse adulte est à la fois caractérisée comme période au cours de laquelle s'opère une transition entre les instances de socialisation primaire et secondaire et comme génération pour laquelle les mécanismes de la transmission culturelle seraient enrayés ou concurrencés par d'autres instances de légitimation (les pairs, les médias). De ce point de vue, elle constitue un analyseur privilégié des processus de formation des publics. Deuxièmement, les mesures d'incitation à la visite visant les jeunes adultes traduisent l'évolution des politiques des publics au musée. En effet, elles s'adosent à ce que J.-C. Passeron qualifierait d'« usages faibles » des biens culturels par opposition à l'image (ou l'illusion) de ce que serait la visite érudite ou esthète. Elles misent sur la sociabilité de la visite pour donner prises à la dimension relationnelle des cultures juvéniles, développent des relectures thématiques et pluridisciplinaires des collections, associent les jeunes eux-mêmes à la conception et la mise en œuvre de la médiation. Au total, elles témoignent d'une politique culturelle pensée pour instituer des régimes de familiarité avec la pratique de visite et d'une démarche de *médiation culturelle* par intégration directe des publics et de leurs intérêts dans la construction du discours muséal.

Cette recherche porte ainsi sur la formation des publics des musées, en se concentrant sur le rôle joué par les politiques des publics dans ce processus et sur l'évaluation de ces politiques en regard de cet objectif. De ce point de vue, ce travail convoque la notion de démocratisation culturelle adossée à celle de public et, à son corollaire, celle de non-public.

### **Public, non-public : notion politique et sociologique, figure discursive**

En premier lieu, la notion de démocratisation culturelle relève du champ politique. Elle s'adosse aux concepts de public et d'espace public développés dans les travaux de J. Habermas (1993) qui lui confèrent sa finalité. La démocratisation culturelle vise à construire l'espace public en donnant les moyens aux individus d'acquérir les compétences nécessaires pour exprimer leurs opinions, en débattre et ainsi participer à la discussion des affaires communes. De ce point de vue, elle est envisagée comme « une entreprise de politisation » (Jeanson, 1973 : 30). Le public y est défini par son activité délibérative d'abord forgée dans l'expression et les jugements de goûts. Dans le modèle de J. Habermas, le prototype de l'espace public est fourni par les salons : ceux-ci constituent en effet des espaces médiatiques dans lesquels des personnes privées font un exercice public de la raison. Pour reprendre les termes d'E. Katz et D. Dayan (2012), ces espaces sont « l'antichambre de la rue ». En contrepoint, le non-public « recouvre les catégories de population absentes des débats publics et de la définition commune des critères esthétiques [...] faute de culture-raison » (Lafortune, 2012 : 72). Soit, suivant la définition qu'en donne F. Jeanson, « tous ceux, hommes ou

femmes, auxquels la société ne fournit guère (ou refuse) les moyens "de se choisir librement" » (Jeanson, 1973 : 30).

Aussi bien, la « culture discutée » s'oppose à la « culture consommée » (Habermas, 1993 : 167, 171) dès lors que la participation culturelle ne donne pas lieu à cette activité délibérative. Soulignons que si la notion de non-public est souvent mobilisée en référence à la culture cultivée (Katz et Dayan, 2012), la sociologie de la réception a montré que l'opposition entre culture discutée et consommée ne recoupe pas d'autres oppositions telles que culture dite « cultivée » et culture de masse, culture savante et populaire. Des arènes de délibération sur la qualité esthétique et culturelle s'ouvrent à propos de biens culturels divers quelle qu'en ait été la logique de production : les *cultural studies* qui se sont penchés sur les communautés de fans le montrent (Le Guern, 2002). En d'autres termes, suivant cette conceptualisation du public en philosophie politique, la fréquentation de la culture cultivée n'est pas une condition suffisante pour faire advenir un public, pas plus que les biens produits par les industries culturelles ne confinent leur audience au statut de non-public.

Deuxièmement, la démocratisation culturelle est définie comme l'ensemble des actions entreprises par les institutions politiques et culturelles afin de réduire les inégalités sociales d'accès à certains biens culturels. Cette définition fait référence aux analyses sociologiques des publics et plus particulièrement au modèle développé par P. Bourdieu (Bourdieu et Darbel, 1969 ; Bourdieu, 1979). Ce modèle est construit sur le concept de légitimité sociale définie comme une relation d'homologie entre d'une part l'espace des positions sociales et d'autre part celui des styles de vie (comprenant les pratiques et goûts culturels). De ce point de vue, l'ensemble des biens culturels et les manières de les goûter se trouvent hiérarchisés suivant la position sociale de leurs publics. L'état de la société qu'analyse P. Bourdieu fait se correspondre les publics des musées et une forme de visite érudite ou esthète aux classes sociales supérieures et les non-publics des musées aux classes sociales populaires dont la fréquentation est plus sporadique et, lorsqu'elle a lieu, relèverait plus du hasard que d'une visite intentionnelle et motivée (Bourdieu et Darbel, 1969 : 130). De même, au moment où P. Bourdieu écrit, la question de la formation des publics des musées se résume à la transmission d'un *habitus* cultivé au sein de la famille en premier lieu et secondairement à l'école.

Dans ce modèle, la légitimité des biens ou lieux culturels ne leur est pas intrinsèque : leur degré de légitimité est inféré par la position sociale de ceux qui les goûtent et en usent majoritairement. Ce modèle intègre donc la possibilité que des biens ou lieux culturels puissent voir leur degré de légitimité varier. Aussi, la définition des publics doit tenir compte des évolutions des groupes sociaux dans la société et de leurs pratiques culturelles (Coulangeon, 2004) : sur quoi se fondent les positions socialement élevées (volume et structure des capitaux économiques, culturels, symboliques et informationnels détenus par ces individus), qui les occupent et quelles sont leurs pratiques culturelles et leurs manières de pratiquer ? La possibilité du changement étant incluse dans ce modèle (Pinto, 2013), la politique de démocratisation culturelle (de même que celle de l'enseignement secondaire et supérieur) constitue

l'une des variables susceptibles de reconfigurer l'espace social et celui des pratiques culturelles. C'est à ce titre que P. Bourdieu et A. Darbel envisagent dès *L'amour de l'art* que l'allongement de l'action de l'école puisse être un vecteur d'accroissement de la fréquentation des musées par compensation des inégalités culturelles familialement construites.

La notion d'éclectisme culturel émergeant dans les années quatre-vingt-dix s'apparente à l'analyse d'une reconfiguration de l'espace social et de celui des goûts et pratiques culturels au cours de laquelle la corrélation entre position sociale élevée et culture dite « cultivée » a perdu de sa force. Les travaux autour de cette notion élargissent le spectre des facteurs explicatifs de la formation des publics au-delà de la seule transmission familiale, y compris en ce qui concerne la culture dite « cultivée ». Ce faisant, elles réintroduisent l'individu comme échelle pertinente d'analyse pour expliquer la formation des pratiques et goûts culturels. Les membres des publics, en tant qu'individu, cessent d'être uniquement définis comme des agents insérés dans une structure sociale qui agit sur eux et par laquelle ils sont agis. Ils sont des acteurs non pas libres de tous déterminismes sociaux mais susceptibles de peser sur leurs trajectoires sociales et culturelles. À cette échelle, les pratiques sont analysées par leur fonction non pas seulement pour la classe sociale (et à des fins de reproduction sociale) mais aussi pour l'individu. Car, comme le rappelle C. Détrez,

*« expliquer les déterminismes qui conduisent telle ou telle personne à préférer telle ou telle pratique ne signifie nullement que cette pratique n'ait aucun sens pour la personne en question. Ce serait comme dire qu'expliquer sociologiquement les conditions de probabilité de formation des couples [...] reviendrait à nier l'existence des sentiments et la sincérité des personnes... »* (Détrez, 2014 : 94-95).

Cette approche compréhensive des publics vise alors à « restituer le sens des pratiques des individus », en particulier en investissant la notion d'usages (Mauger, Poliak, et Pudal, 1999). Considérant des trajectoires culturelles et des usages évolutifs des biens culturels tout au long du cycle de vie, la notion sociologique de non-public, entendue comme catégories de populations socialement exclues ou dominées, tend à se dissoudre à cette échelle au profit de l'analyse de l'autonomie culturelle des individus.

Troisièmement, les notions de public et de non-public sont des figures discursives mobilisées par les décideurs politiques et les intermédiaires culturels pour concevoir et légitimer leurs actions. Entre les acceptions politique et sociologique de ces notions, s'intercale ainsi un espace de traduction de ces « catégories définitionnelles [...] dans des catégories d'intervention publique [...] routinisées par des années de politique culturelle » (Lacerenza, 2004 : 46).

L'enquête joue un rôle structurant dans cet espace de la traduction. Le processus de catégorisation par lequel elle est construite et les modèles qui prévalent à l'interprétation des données qu'elle produit inscrivent des figures du public remobilisées ensuite par les acteurs

en charge de concevoir et mettre en œuvre les politiques des publics. L'enquête comme dispositif qui organise la connaissance sur les publics a une dimension performative (Ethis, 2004 ; Langeard, 2016). À ce titre, L. Fleury montre que c'est par une « traduction-trahison » des résultats des enquêtes sur les pratiques culturelles des Français que la notion de « non-public », « catégorie négative et exclusive » (Fleury, 2016 : 22), a pu servir à invalider le projet de démocratisation culturelle et qu'a pu se construire un discours sur son échec :

*« Les explications sociologiques des différentiels de fréquentation, confirmées par l'enquête longitudinale sur les pratiques culturelles des Français, accréditent, sur un versant laïcisé, le mythe de la prédestination. Car on découvre que certains milieux culturels avançaient l'argument d'une fatalité sociologique pour expliquer l'absence de réflexion politique sur les moyens les plus efficaces d'atténuer (à défaut de supprimer) les effets des obstacles symboliques [...] qui limitent l'accès de la plupart à la culture » (Fleury, 2004 : 61).*

Or, poursuit l'auteur, « le fait que quelqu'un n'aille pas au théâtre ou au musée ne signifie pas encore qu'il appartienne à la catégorie du "non-public" » (*id.* : 73) :

*« C'est à partir du moment où ils sont catégorisés, qu'ils deviennent partie d'un groupe caractérisé par cette absence de qualité. Le "non-public" n'est nullement unifié par l'interaction entre ses membres, mais par l'attitude collective que la société comme totalité adopte à son égard [...]. L'identification procède donc d'un travail d'institution de cette catégorie » (*id.* : 73).*

Réciproquement, il souligne au sujet de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français que les typologies en univers culturels et, de là, en catégories de publics :

*« tendent à figer la représentation des attitudes et comportements qui, en matière de culture, ne se révèlent ni univoques, ni statiques. Alors qu'en matière d'art et de culture, il n'y a pas de liens simples et univoques entre les attitudes de l'enfance et les choix, les orientations et les préférences à l'âge adulte, la délimitation d'univers risque de masquer les trajectoires qui dessinent des courbes dynamiques en matière culturelle. L'objectivation menace alors de pétrifier ce qui relève du mouvement » (Fleury, 2016 : 22).*

Cette enquête (tout comme les indicateurs retenus pour l'évaluation des politiques des publics) ne peut se comprendre que depuis le lieu d'où elle s'énonce : le ministère de la Culture. En ce sens, la production de ces données et leur interprétation comportent plusieurs implicites : un découpage des pratiques culturelles suivant les grands domaines de l'intervention publique et la subdivision de ces domaines en genre (Eidelman, 2005) ; une lecture de ces données suivant l'échelle unilinéaire de la légitimité sociale au fondement de l'acceptation de la démocratisation culturelle comme diversification sociale des publics (Glevarec, 2005) ; partant, l'implicite selon lequel 100% de la population française devrait fréquenter les institutions culturelles recensées dans cette enquête (Dubois, 2003 : 31) et qui plus est de façon assidue compte-tenu que l'assiduité de la fréquentation de ces institutions culturelles apparaît



socialement légitime (c'est-à-dire statistiquement corrélée aux classes sociales supérieures) à défaut d'être la plus répandue puisqu'elle ne concernerait que 10% de la population (Donnat, 2009).

Le discours sur l'échec de la démocratisation se serait ainsi principalement construit sur une approche partielle des publics : celle qui adopte le point de vue institutionnel et qui résume le goût et les usages sociaux des biens et lieux culturels à leurs déterminants sociaux. L. Fleury énonce cette hypothèse et ses travaux tendent à indiquer que les institutions culturelles et les politiques qu'elles mettent en œuvre ont « le pouvoir de modeler la relation des individus à l'art ainsi que la capacité à produire des effets sociaux dont celui de confirmer ou, à l'inverse, d'infléchir les effets de l'*habitus* » (Fleury, 2006b : 87). En ce sens, la politique et les institutions culturelles endosserait le rôle d'« instance de socialisation à part entière » et constituerait ainsi « un vecteur possible de réalisation de l'idéal de démocratisation » (*id.* : 87-88). Aussi, le discours sur l'échec des politiques de démocratisation culturelle tiendrait pour partie à ce que ce rôle des institutions comme instances de socialisation dans la formation des publics formerait un point aveugle de l'analyse.

Synthétisant ces différentes échelles d'analyse, W. Lizé et O. Roueff soulignent ainsi que la formation du goût et des publics se définit « dans les interrelations entre quatre instances principales de production, que les clivages qui structurent les approches sociologiques [...] tendent à faire intervenir comme principe explicatif indépendamment les unes des autres : l'espace social, les institutions du champ (ses producteurs tout comme ses intermédiaires, et en particulier ceux qui contrôlent les dispositifs d'appréciation où se joue la rencontre entre offre et demande), les sociabilités de réception (notamment les groupes de pairs) et les trajectoires biographiques (avec leurs processus d'incorporation des dispositions, leurs rémanences et leurs ruptures) » (Lizé et Roueff, 2010 : 7).

### **Hypothèses, méthodologie et objectifs de la recherche**

Au regard de ce cadre théorique, nous testerons le système d'hypothèses suivant :

La première strate renvoie au maintien des clivages sociaux que soulignent les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français. Il tendrait à indiquer que les politiques des publics, même conçues dans le sens d'une démocratisation d'un rapport social au musée, ne serait que relative. Leur impact serait d'ordre qualitatif : si elles instaurent des régimes de familiarité avec ces lieux, elles n'atteindraient qu'un public déjà enclin à visiter. En ce sens, elles ne parviendraient pas à diversifier socialement les publics des musées c'est-à-dire à enrayer les mécanismes sociaux qui conditionnent l'accès à ces lieux. Nous émettons l'hypothèse que cette apparente immuabilité des publics tient en partie à l'analyse des données à un niveau agrégé. Observé dans le détail, il y aurait des moments où l'accès au musée serait plus démocratique que ne le laissent voir les analyses des pratiques culturelles des Français. Le temps de la gratuité et celui des programmations événementielles conçues comme des *médiations culturelles* seraient de ces moments.

La deuxième strate a trait aux évolutions du regard sociologique sur les pratiques culturelles. Le modèle fondé sur le concept de la légitimité sociale ne permettrait pas de tenir compte de tous les effets de ces politiques des publics. Il oblitérerait le caractère dynamique des processus de la transmission culturelle, ancrés dans d'autres espaces que celui de la famille et de l'école et pour lesquels les politiques des publics peuvent être l'une des variables. De ce point de vue, il y aurait une invisibilisation des effets de ces politiques par l'enquête. Suivant notre hypothèse, une analyse des publics sous l'angle des carrières de visiteur et des usages sociaux de la visite mettrait en exergue le rôle des politiques des publics pour alimenter les univers culturels des individus et consolider les dynamiques de la transmission culturelle.

La troisième strate concerne la catégorisation des jeunes adultes en publics prioritaires pour ces mesures d'incitation à la visite. Elle considère l'espace de la traduction (Kerr, 2002 ; Akrich, 2006) dans lequel des intermédiaires culturels donnent corps aux enjeux nationaux de démocratisation des musées en imaginant des actions sur le terrain. Aussi bien ces politiques parviendraient à renouveler socialement les publics, mais leur impact ne serait que de courte durée. Du fait de la catégorisation des publics qui en sont les cibles, ces politiques diffèreraient l'expression des clivages sociaux qui conditionnent l'accès à ces lieux. En ce sens, elles donneraient temporairement corps à un musée démocratisé et mettraient en lumière un public en « apesanteur sociale » (Cicchelli, 2001). Nous formulons l'hypothèse qu'en sortant des catégories ciblées par les mesures d'incitation à la visite, une partie des publics jeunes adultes développerait leur carrière de visiteur en se concentrant sur les offres de gratuité tous publics. Aussi, s'il est des moments où le musée apparaît plus démocratique, cela traduirait une fragmentation sociale des publics en différentes formes de pratique muséale.

Pour l'analyse, nous prenons tout d'abord appui sur le dispositif d'enquête *À l'écoute des visiteurs* conçu par le département de la Politiques des Publics au ministère de la Culture afin d'évaluer la performance des établissements patrimoniaux nationaux. Nous considérons les enquêtes menées dans les musées nationaux et traitons les données des éditions 2012 et 2015. Ces enquêtes nous permettent d'examiner le profil des publics jeunes adultes, leurs rapports au musée et leurs évolutions.

Ensuite, concernant les politiques des publics qui sont adressées aux jeunes adultes, d'une part, nous investiguons les enquêtes sur les 18-25 ans bénéficiaires de la gratuité produites en 2009 et en 2014 par le département de la Politiques des Publics. D'autre part, nous analysons l'enquête menée auprès des publics de la *Nuit des musées spéciale étudiants* qui a eu lieu en 2013 dans six musées d'une ville en région. Nous avons conçu cette enquête au format de celles du dispositif *À l'écoute des visiteurs* : elle en emprunte le questionnaire et permet ainsi de mettre en comparaison les publics de cet événement avec les données sur les publics des musées recueillies à l'échelle nationale. Ces enquêtes sur la politique de gratuité et sur les *médiations culturelles* adressées aux jeunes adultes nous permettent d'envisager leurs effets en termes de diversification sociale des publics des musées. Complétant cette série d'enquêtes statistiques, nous avons réalisé en 2014 une étude de réception auprès des publics du *Mois*

*des étudiants au musée* conçu par un musée de beaux-arts d'une ville de région. Cette étude porte plus spécifiquement sur la réception du format de la programmation et nous permet d'examiner quels pourraient être les ressorts de ces mesures d'incitation pour diversifier les publics des musées.

Enfin, afin d'élargir le cadre interprétatif des effets de démocratisation par ces politiques des publics, nous avons mené une campagne d'entretiens auprès d'une trentaine de jeunes rencontrés lors des enquêtes sur ces mesures d'incitation. L'étude, menée de 2013 à 2015 et intitulée *Débuts de carrière de visiteur*, s'inspire de la forme des entretiens biographiques. Elle nous permet d'investiguer les trajectoires culturelles de ces visiteurs dans les premiers temps de leur jeunesse en interrogeant, à l'échelle individuelle, les usages sociaux de la visite pour y comprendre le rôle joué par les politiques des publics dont ils sont les destinataires.

Aussi, cette recherche poursuit trois objectifs.

Premièrement, du point de vue de la recherche sur les publics des musées, ce travail entend apporter des éléments de connaissance sur les publics jeunes adultes, leurs rapports au musée et à la pratique de visite. De cette manière, nous proposons de déconstruire l'apparente uniformité d'une catégorie de population que les pouvoirs publics désignent globalement comme prioritaires. Nous mobilisons pour cela deux modèles d'analyse : structuré autour du concept de légitimité sociale et ancré au plus près de la culture vécue par ces individus.

Deuxièmement, comme évaluation muséale, nous proposons de mesurer les effets de ces mesures d'incitation à la visite pour la diversification sociale des publics des musées. Il s'agit, d'une part, de discerner dans ces mesures ce qui constituerait des leviers pour une démocratisation sociale des publics et, d'autre part, d'envisager la possibilité qu'une génération de publics puisse être durablement marquée par ces politiques.

Troisièmement, d'un point de vue méthodologique (et opérationnel), cette recherche met à l'épreuve un cadre interprétatif élargi pour comprendre des processus de démocratisation des musées et de leurs publics. Il s'agit par suite de considérer la manière dont ce cadre interprétatif pourrait être investi dans l'évaluation des politiques des publics des musées par l'État.

## **Plan de la thèse**

Le premier chapitre considère le temps long des modèles : modèles pour l'action culturelle envers les publics, modèles d'analyse des effets des politiques des publics. Ce retour sur l'histoire des politiques culturelles et la mesure de leurs effets nous permet de définir les enjeux de l'action muséale auprès des publics, ceux qui ont trait plus particulièrement à la jeunesse adulte, et d'envisager les éléments qui pourraient être constitutifs d'un cadre interprétatif élargi pour mesurer les effets de ces actions.

Le deuxième chapitre considère l'espace de la traduction : des enjeux en actions muséales, de notre questionnement sur leurs effets en une méthodologie. Nous présentons d'abord les politiques des publics conçues à l'intention des jeunes adultes en examinant leur format et la manière dont elles ont été élaborées et se sont diffusées. Nous exposons ensuite la méthodologie construite pour mesurer leurs effets sur les publics. Nous revenons alors sur les enquêtes du ministère que nous mobilisons pour une analyse secondaire et sur celles que nous avons produites. Ensemble, ces enquêtes forment une proposition pour mettre en œuvre une interprétation large des effets de ces actions muséales sur les publics jeunes.

Le troisième chapitre examine dans un premier temps la catégorie des jeunes adultes au sein des publics des musées au travers des enquêtes *À l'écoute des visiteurs*. Nous caractérisons leur profil par rapport aux générations de visiteurs plus âgés et envisageons la possibilité de définir un rapport à la pratique de visite qui leur serait spécifique. Nous convoquons dans l'analyse la multiplicité des facteurs qui forgent et expliquent leur rapport à la pratique de visite : l'âge, la génération, le profil sociodémographique. Le second temps de ce chapitre propose de traduire ces rapports socialement situés à l'échelle individuelle. L'enquête *Débuts de carrière de visiteur* nous permet alors de détailler la manière dont se sont construites leurs cultures muséales aux premiers temps de la jeunesse.

Au quatrième chapitre, nous considérons la possibilité que les politiques des publics adressées aux jeunes adultes puissent être l'une des variables qui forge leur rapport avec la pratique de visite. Nous analysons d'abord les usages que les jeunes adultes font des musées et de la visite en observant l'inscription de cette pratique dans leur univers culturel. Puis nous examinons les ressorts que ces politiques des publics mettent en œuvre pour s'insérer dans ces cultures juvéniles.

Le cinquième chapitre propose d'analyser le profil des publics que ces mesures d'incitation à la visite mobilisent. Nous envisageons la possibilité qu'ont ces politiques de renouveler socialement les publics des musées et de façon durable. Pour cela, nous comparons l'évolution des effets des politiques de gratuité en prenant appui sur les enquêtes produites par le département de la Politique des Publics en 2009 et 2014 et mettons en regard les programmations dédiées aux jeunes avec la *Nuit européenne des musées*, un événement semblable mais cette fois pour tous les publics.



## **CHAPITRE 1. Démocratisation *et* démocratie culturelles : définitions des politiques des publics et mesures de leurs effets**

**1.1. Lignes d'action en faveur de la démocratisation des musées**

**1.2. Mesure des effets des politiques des publics**



*« Il n'y a peut-être pas de problème plus difficile et aussi plus important dans la culture populaire que celui des niveaux de qualité. Nous rejetons l'opposition a priori actuellement dominante, entre la culture humaniste et la culture populaire. En fait, [...] c'est le problème entier de la "culture dans une société de masse" qui se pose. La culture vécue dans une telle société est un continuum de différents niveaux qui s'interpénètrent souvent les uns les autres, dans toutes les classes et tous les milieux »*

J. Dumazedier, *Vers une civilisation du loisir ?*, 1962, p.125





## Introduction

Tout change, pourtant rien ne change. C'est à ce constat que tendrait à aboutir la mise en regard des recherches sur l'histoire des politiques culturelles et de celles portant sur la démocratisation des publics des institutions culturelles. C'est à cette contradiction (apparente) que ce chapitre entend se confronter.

Tout change. Comme nous allons le voir dans la première partie de ce chapitre, les politiques culturelles énoncées par le ministère de la Culture et de la Communication ont profondément évolué depuis sa création en 1959. Elles ont transité du paradigme de la démocratisation de la culture entendue comme transmission au plus grand nombre des œuvres capitales de l'humanité au paradigme de la démocratie culturelle. Suivant ce second paradigme, l'action culturelle consisterait moins à transmettre un bagage culturel dont la légitimité serait prédéfinie en amont et en hauts lieux. Elle viserait plutôt à mettre les individus en capacité de co-construire les critères de la qualité culturelle de façon à soutenir leur autonomie culturelle et celle des groupes sociaux. En d'autres termes, en poursuivant un objectif d'augmentation et de diversification de leurs publics, les institutions culturelles ne s'afficheraient plus comme un instrument de la domination symbolique, œuvrant à la reconnaissance de la Culture, mais interviendraient comme l'un des rouages de la démocratie culturelle. Dans les musées, ces évolutions se sont traduites dans un virage pris vers les publics qualifié de « tournant communicationnel » par la recherche en muséologie.

Pourtant rien ne change. C'est ce que laisseraient entendre les analyses sur longue période des pratiques culturelles des Français. Comme nous le verrons dans la seconde partie de ce chapitre, le cadre interprétatif classique de la démocratisation des publics des institutions culturelles consiste à rapporter un ensemble de pratiques culturelles au profil sociodémographique de ses pratiquants. En se situant du point de vue des institutions culturelles, l'enjeu de la démocratisation recouvre trois objectifs : augmenter la fréquentation des lieux, diversifier socialement les publics, les fidéliser. À ce compte, les efforts consentis par les institutions muséales n'auraient guère réussi que sous un aspect : la fréquentation des musées a considérablement augmenté au cours des dernières décennies. Mais cette augmentation tiendrait plutôt de l'intensification du

rythme de visite de certains plutôt que d'un élargissement des publics à d'autres catégories de population. Le profil du visiteur type que dessinent ces enquêtes présente en effet peu d'évolution et le pouvoir explicatif des déterminants sociaux ne semble pas se démentir : hier comme aujourd'hui, les chances de faire partie des publics des musées augmentent proportionnellement aux ressources économiques et culturelles détenues par les individus. Tout au plus ces clivages sociaux d'accès aux musées se sont déplacés vers le haut et reconfigurés parallèlement à l'expansion scolaire. Ces analyses entérinent un constat d'échec des politiques culturelles en faveur de la démocratisation et, partant, alimentent un discours sur l'impuissance des institutions culturelles, mêmes rénovées, à peser ou contrarier les mécanismes sociaux qui fabriquent du public.

Pour autant, plusieurs travaux en sociologie de la culture invitent à repenser ce cadre interprétatif des effets des politiques de démocratisation culturelle. Non pour en faire l'économie, au risque d'une dépolitisation de l'action culturelle comme le craignent certains auteurs. Au risque, également, de ne mettre en œuvre qu'une démocratie culturelle censitaire. Il s'agit plutôt d'une invitation d'une part à lire ce qui change en dépit de l'apparente immuabilité des publics ; d'autre part, à compléter l'évaluation des politiques culturelles par leurs effets sur les cultures individuelles. De ce point de vue, il serait possible de lire le rôle joué par les institutions culturelles comme « instance de socialisation à part entière [...] capables de participer à une modification des pratiques des individus » (Fleury, 2006b : 89).

## 1.1. Lignes d'action en faveur de la démocratisation des musées

Dans cette première partie, nous examinerons la notion de démocratisation culturelle entendue comme politique initiée et portée par l'État et les institutions culturelles. En nous appuyant sur deux temps forts que sont en 1959 la création du ministère des affaires culturelles et en 1982 la redéfinition de ses attributions, nous soulignerons les évolutions de cette notion et plus particulièrement de la conception de la culture qui justifie que soient mises en œuvre des actions pour sa démocratisation. Ce faisant, nous observerons comment les deux premiers modèles d'action culturelle, dits du « choc esthétique » et de « contamination par contiguïté », ont cédé la place à une action culturelle procédant à la seule « mise en contiguïté » de diverses formes culturelles. Ce troisième modèle d'action se fait jour dès lors qu'est abandonnée l'acceptation de la culture comme haute culture et seule légitime. La politique culturelle ne vise aujourd'hui plus à la conversion à une haute culture par la stratégie du choc ou celle de la contamination mais consiste à mettre en œuvre et soutenir le fonctionnement de la démocratie culturelle. Cette dernière n'est alors plus entendue comme procédé (comme c'est le cas dans le modèle de la « contamination par contiguïté ») mais comme fin.

### 1.1.1. Démocratisation culturelle : la qualité culturelle pour tous

- Une politique culturelle de rupture

En 1959, la création du ministère des Affaires culturelles institue la culture comme catégorie d'intervention publique (Dubois, 2012) et fait émerger une politique publique menée par l'État en matière de soutien à la création artistique et de diffusion de la culture. Ce jeune ministère se donne « pour mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent »<sup>2</sup>. Sa genèse est celle d'une progressive récupération par ce nouvel organe de l'administration centrale de missions assumées de façon diffuse par différents acteurs tant à l'échelon national que local. À ce titre, V. Dubois souligne que

*si la création d'un ministère des Affaires culturelles et la production concomitante d'une politique de la culture sont fréquemment présentées rétrospectivement comme une "conquête" bénéfique à tous, s'en tenir là conduirait cependant à oublier que cette genèse chargée d'enjeux a suscité nombre de résistances et d'oppositions de la part d'agents qui, censés être a priori "conquis" – au sens de la séduction – ont dû l'être, mais bien au sens et de la lutte et du rapport de forces. (Dubois, 2012 : 254)*

Comme le rappelle l'auteur (Dubois, 2012 : 254-256), deux enjeux et débats s'ouvrent avec cette formalisation par l'État d'une politique publique de la culture. Premièrement, celui de

---

<sup>2</sup> Décret sur la mission et l'organisation du ministère des Affaires culturelles du 24 juillet 1959

L'étatisation du discours sur la culture, le ministère des Affaires culturelles s'arrogeant « l'autorité à parler de culture, à définir et à désigner le rapport légitime à la culture ». Cette nouvelle administration s'impose alors comme l'organe « de la production et de la diffusion, par la culture, des visions étatiques du monde social » : d'une part, en pesant « directement et [...] explicitement sur les conditions de la création artistique et partant sur les formes esthétiques de la représentation du monde social » et, d'autre part, en organisant « la diffusion de ces formes culturelles désignées comme légitimes, et par là même l'inculcation des manières de voir qu'elles charrient ».

Deuxièmement, la création du ministère des Affaires culturelles remet en cause les formes de délégation politique : elle procède d'une « réaffirmation de l'autorité étatique – contre les partis politiques – et du pouvoir central – remisant les collectivités locales à une place secondaire ». La politique culturelle qui se met en place aux débuts de la V<sup>e</sup> république est ainsi construite par rupture avec les formes existantes d'administration des arts et d'organisation des loisirs (Dubois, 2012 : 234-235) et se pare des atours de la nouveauté. Dans son étude consacrée aux maisons de la culture, maître équipement de la politique culturelle d'A. Malraux, P. Urfalino répertorie ces ruptures constitutives des prérogatives du jeune ministère qui, chacune, vise à le démarquer de l'action menée par trois autres administrations dont il est issu et/ou avec lesquelles il doit composer son action : l'Éducation nationale, le secrétariat d'État aux Beaux-arts et le haut-commissariat à la Jeunesse et aux Sports.

En premier lieu, est affirmée la rupture avec l'enseignement, prérogative de l'Éducation nationale. Si cette rupture suit des fins tactiques afin d'assurer au ministère des Affaires culturelles une autonomie budgétaire, celle-ci rejoint également les conceptions d'A. Malraux et de G. Picon (nommé à la tête de la direction des Arts et des Lettres) sur le rapport entre art et société. Le discours prononcé par A. Malraux à ce sujet au Sénat le 8 décembre 1959 est aussi célèbre qu'emblématique : « Où est la frontière ? L'Éducation nationale enseigne : ce que nous avons à faire, c'est de rendre présent. [...] Notre travail, c'est de faire aimer les génies de l'humanité et notamment ceux de la France, ce n'est pas de les faire connaître. La connaissance est à l'Université ; l'amour, peut-être, est à nous »<sup>3</sup>.

Il s'agit ensuite de rompre avec le divertissement bourgeois qu'incarnait le secrétariat d'État aux Beaux-arts et que ce ministère remplace : « “La culture sera populaire ou ne sera pas” »<sup>4</sup> déclare A. Malraux devant l'Assemblée nationale en 1966. L'opposition à un divertissement de classe et l'affirmation d'une culture populaire ne doivent néanmoins pas s'entendre comme la promotion, pour l'heure anachronique, d'une définition relativiste, au sens anthropologique, de la culture : « sa substitution aux Beaux-arts ne signifie pas plus la contestation de la sacralisation de l'œuvre qu'un élargissement à des arts ou expressions jusque-là illégitimes » (Urfalino, 2004 : 59). Le souci de démocratisation de la culture opposée au divertissement bourgeois « suppose [...] une appréhension ou une relation individuelle à une culture universelle » (Urfalino, 2004 : 55). Rejetant l'enseignement, le ressort du partage égalitaire de la culture s'ancre

---

<sup>3</sup> Cité par P. Urfalino, 2004 : 47

<sup>4</sup> Cité par P. Urfalino, 2004 : 55

dans la sensibilité face aux œuvres, sensibilité supposée partagée en vertu de l'universalité des expériences humaines que les arts convoquent : « la communication entre les œuvres et les hommes a pour support des sentiments et le partage d'expériences humaines universelles, comme l'amour ou la mort, que l'œuvre exprime et que les hommes retrouvent en eux par sa révélation » (Urfalino, 2004 : 49).

Déoulant de cette conception du rapport à l'art, une dernière rupture constitutive de cette ligne d'action concerne le loisir, en particulier dans la manière dont l'envisage l'éducation populaire :

*« Ce qu'on a appelé le loisir, c'est-à-dire un temps qui doit être rempli par ce qui amuse, est exactement ce qu'il faut pour ne rien comprendre aux problèmes qui se posent à nous. Bien entendu, il convient que les gens s'amuse, et bien entendu que l'on joue ici même ce qui peut amuser tout le monde, nous en serons ravis. Mais le problème que notre civilisation nous pose n'est pas du tout celui de l'amusement, c'est [...] qu'aujourd'hui il n'y a plus de significations de l'homme et il n'y a plus de significations du monde [...]. La culture, c'est ce qui répond à l'homme quand il se demande ce qu'il fait sur terre. Et pour le reste, mieux vaut n'en parler qu'à d'autres moments : il y a aussi les entractes »<sup>5</sup>*

Comme en témoigne ce discours, A. Malraux opère une hiérarchisation entre la finalité de la culture comme édification de l'homme et du sens qu'il confère à son existence et le loisir entendu comme temps libéré c'est-à-dire comme simple moyen de l'expérience culturelle. Par suite, il trace une ligne de partage entre les valeurs véhiculées par l'activité culturelle et celles des loisirs, cette fois entendus comme occupations du temps libre, en tout point éloignées de l'expérience culturelle et reléguées au rang du divertissement et de l'amusement. Cette hiérarchisation entre les moyens et les fins et entre deux registres de valeurs fournit l'argument permettant de démarquer l'action ministérielle de l'éducation populaire dont les ambitions se voient résumer à une simple question d'« administration des loisirs » :

*« À l'époque du Front populaire, Léon Blum voulut créer une chose assez proche de ce que nous tentons. Avec Léo Lagrange, il fonda le premier ministère des Loisirs, et pendant des années on a cru que le problème de la culture était un problème d'administration des loisirs. Il est temps de comprendre que ce sont deux choses distinctes, l'une étant seulement le moyen de l'autre. Une auto est toujours une auto, mais quand elle nous mène quelque part, ce n'est pas la même chose que quand elle nous jette dans un précipice. Il n'y a pas de culture sans loisirs, mais ces loisirs ne sont que les moyens de la culture. »<sup>6</sup>*

---

<sup>5</sup> A. Malraux, discours pour l'inauguration de la maison de la culture d'Amiens, le 19 mars 1966, cité par S. Chauvier, 2010 : 36

<sup>6</sup> A. Malraux, discours au Palais-Bourbon, le 9 novembre 1983, cité par P. Urfalino, 2004 : 45

- **« Choc esthétique » et « contamination par contiguïté » : deux modèles d'action**

Si la rupture avec l'Éducation nationale et le secrétariat d'État aux Beaux-arts est affirmée dès la création du ministère des Affaires culturelles, cette mise à distance de l'éducation populaire n'intervient que dans un second temps. Attardons-nous ici avec P. Urfalino sur la manière dont elle s'est opérée car elle est révélatrice, comme le souligne cet auteur, de deux acceptions de l'action culturelle (Urfalino, 2004 : 117-141). La jeune administration envisageait tout d'abord de prendre appui sur les réseaux d'associations que l'éducation populaire avait constitués pour mettre en œuvre sa propre mission de diffusion des arts au plus grand nombre. Un protocole d'accord signé en ce sens en mai 1959 prévoyait ainsi le transfert au ministère des Affaires culturelles d'une partie de ces associations préalablement sous la coupe du haut-commissariat à la Jeunesse et aux Sports. La répartition, rapidement jugée désavantageuse par le ministère des Affaires culturelles, pousse A. Malraux à en solliciter une nouvelle pour l'exercice budgétaire de 1960. Celle-ci lui sera refusée par le gouvernement pendant deux ans. En 1961, la donne est inversée : l'utilisation des associations d'éducation populaire comme stratégie de mise en œuvre de la démocratisation est amendée sous l'impulsion d'É. Biasini<sup>7</sup> tandis que s'élabore le programme des maisons de la culture qui incarnent la politique de décentralisation culturelle du ministère d'A. Malraux. La négociation qui s'ouvre à partir de 1963 ne concerne alors plus la récupération d'un plus grand nombre d'associations mais la conservation ou non de celles que le ministère des Affaires culturelles avait obtenues en 1959. Une campagne d'inspection de ces associations débute en mai 1963 pour justifier (plus que décider) de leur retour dans le giron du haut-commissariat à la Jeunesse et aux Sports. L'analyse que P. Urfalino livre de ces rapports souligne que l'entreprise de disqualification de ces associations s'opère essentiellement autour d'un argument, celui du « mauvais mélange » (2004 : 126), par lequel les inspecteurs pointent la confusion d'activités de nature trop disparate, aux degrés d'excellence inégaux et aux finalités pseudo-culturelles. Derrière cet argument, émergent « les catégories de jugement, les modes de pensée d'une administration qui avait défini son action en l'opposant à celle de l'Éducation populaire » (Urfalino, 2004 : 123), la première incarnant un « modèle du choc électif », la seconde celui « de la contamination par contiguïté » (Urfalino, 2004 : 139).

Le premier modèle repose sur deux principes fondamentaux selon lesquels, d'une part, « le peuple mérite le meilleur et non le mépris qui consiste à lui réserver des œuvres prétendument plus accessibles » et, d'autre part, « le peuple préfère le meilleur » (Urfalino, 2004 : 132). Il prend appui sur « le souci égalitaire qui anime l'idéal de démocratisation ; l'idéal de "dépassement" qui sous-tend la condamnation de l'amateurisme satisfait [...] [et] l'affirmation de l'existence d'une "haute culture", celle qui rassemble un panthéon d'auteurs, de Corneille à Claudel » (Urfalino, 2004 : 132). La diffusion culturelle s'entend alors comme mise en présence des

---

<sup>7</sup> É. Biasini entre au ministère des Affaires culturelles en 1960. De 1961 à 1966, il occupe la fonction de directeur du Théâtre, de la Musique et de l'Action culturelle. Pendant ces cinq années, il définit et met en œuvre la politique des maisons de la Culture.

œuvres et des individus, l'action culturelle consistant à produire le « choc, [de la] révélation qui abolit une distance, ou, plus exactement, rétablit une proximité naturelle entre les hommes et l'art » (*ibid.*). Suivant ce modèle, la fréquentation du plus grand nombre importe moins que la révélation de quelques-uns : « il importe qu'une révélation apportée à un seul être vaille bien autant que des divertissements recherchés de milliers d'hommes »<sup>8</sup>.

Le second modèle, celui de « la contamination par contiguïté », partage avec le premier le principe d'égalité et de dépassement ainsi que l'objectif de l'excellence pour tous. Il ne postule pas en revanche que « le peuple préfère le meilleur » ni envisage les mêmes voies pour la démocratisation culturelle : « l'importance est accordée à la venue rapide du public, l'inclination à satisfaire ses goûts pour l'attirer, et non à les contrarier quand ils s'écartent de la haute culture, n'est pas, selon cette conception, contradictoire avec l'objectif d'acclimatation du plus grand nombre au meilleur de la culture » (Urfalino, 2004 : 133). Aussi, dans ces associations, le « mauvais mélange » que les inspecteurs du ministère des Affaires culturelles pointent du doigt fait office de procédé, celui d'une démocratie culturelle utilisé comme moyen d'accès à la haute culture : « la coexistence des genres et des degrés de perfection artistiques très différents [...] permet à la fois d'élargir l'éventail des attraites et de ménager [...] une formation du goût par un déplacement progressif de l'intérêt esthétique du plus facile au plus ardu des genres » (Urfalino, 2004 : 134). De ce point de vue, l'impératif est avant tout celui d'une mobilisation massive et, contrairement au premier modèle, l'exigence de la conversion culturelle se fait plus ténue : « l'objectif est, pour chaque individu, modeste, et c'est de la conjonction de petites et nombreuses progressions incrémentales qu'est attendue la progression globale » (Urfalino, 2004 : 138).

Une première inflexion de la politique culturelle ministérielle survient après les événements de 1968 et à la suite des premiers travaux de P. Bourdieu sur les pratiques culturelles dénonçant l'arbitraire d'un projet de conversion culturelle du plus grand nombre. À son arrivée à la tête du ministère, J. Duhamel<sup>9</sup> substitue à la philosophie du choc esthétique celle du développement culturel pensée dans le sillage de J. Dumazedier<sup>10</sup> et des initiatives de l'éducation populaire (Dumazedier, 1962 : 237-252). Trois éléments la caractérisent : l'abandon de l'évidence universelle des œuvres que le sentiment d'échec des maisons de la culture avait mise à mal ; l'extension de la politique culturelle « à l'amélioration des conditions générale de la vie, à la vie culturelle primaire (englobant l'architecture, le design, l'environnement naturel, les mass media, la publicité) et à la création spontanée et populaire » ; enfin, « le soutien et la protection de la création » (Urfalino, 2004 : 271). Comme le souligne P. Urfalino, cette philosophie d'action poursuit en partie la précédente : elle ne supprime pas l'objectif de rendre accessible au plus grand nombre les œuvres capitales de l'humanité, et s'ancre dans une dimension politique de l'action et de la démocratisation culturelles. En témoigne la déclaration de J. Duhamel selon

---

<sup>8</sup> Rapport du 30 juin 1961 du groupe de travail « Action culturelle » de la commission des équipements culturels et du patrimoine artistique instituée dans le cadre de la préparation du IV<sup>e</sup> Plan, cité par P. Urfalino, 2004 : 135

<sup>9</sup> Jacques Duhamel est nommé ministre des Affaires Culturelles en 1971. À la tête de ce ministère pendant deux ans, il fait de « l'action d'éducation permanente » une ligne forte de son programme.

<sup>10</sup> Joffre Dumazedier contribue à fonder le mouvement d'éducation populaire Peuple et Culture. Au travers de ce mouvement, il expérimente les théories sur les loisirs qu'ils formulent en sociologie.



lequel « une action d'ordre culturel est clairement celle qui permet à chaque individu de développer sa capacité de se situer soi-même dans son temps et dans son monde, de juger, de choisir, de s'exprimer et de communiquer, de renouer avec son patrimoine tout en accédant à celui de l'humanité ». En revanche, cette philosophie reconnaît la diversité des voies pour y parvenir et place la politique culturelle sous le signe de l'expérimentation, non sans rappeler le modèle de « contamination par contiguïté » de l'éducation populaire. Ce faisant, l'administration centrale élargit considérablement la notion de culture en intégrant son acception anthropologique. Ainsi que le résume P. Urfalino : « finalement la triade “haute culture”, “public rassemblé” et “accès aux œuvres” qui, au moins jusqu'en 1965-1966, a scellé l'accord idéologique entre l'administration d'André Malraux et les hommes de la décentralisation dramatique est remplacée par la triade “création”, “multiplicité des groupes” et “expression-expérimentation-dialogue”. Ce faisant, la démocratie culturelle comme processus succède à la démocratisation comme organisation de l'accès aux œuvres » (Urfalino, 2004 : 273).

À ce point, une définition de la démocratisation culturelle est formulée en tant que diffusion au plus grand nombre de la culture. Celle-ci épouse les contours des arts ou humanités et l'excellence, ou qualité, culturelle se définit à la fois comme l'ensemble des œuvres capitales désignées comme telle par une élite cultivée et comme une aspiration, par la confrontation à ces œuvres exemplaires, au dépassement de soi.

Si la définition de la démocratisation culturelle est commune tant aux agents du jeune ministère qu'aux acteurs de l'éducation populaire, deux procédés pour y parvenir se font jour dans l'un et l'autre groupe. Le premier s'appuie sur « une représentation charismatique du rapport à l'art, fondée sur la croyance dans la force intrinsèque des chefs-d'œuvre auxquels il suffirait d'être directement exposé pour en apprécier le sens et la valeur » (Dubois, 2012 : 226). Il consiste en ce que J. Caune a nommé « une médiation de l'art par contact » (Caune, 2006 : 103) : la rencontre avec les arts est une confrontation qui n'a d'autres « motivations [que] strictement culturelles ou artistiques, pures en quelque sorte » (Urfalino, 2004 : 128), soit l'aspiration au dépassement de soi. Le second procédé fait de l'activité artistique amateur une technique d'apprentissage conduisant progressivement les individus à se dépasser, forme de pédagogie active qui s'accommode que les motivations premières puissent être celles de l'agrément ou du divertissement.

Dans l'un comme dans l'autre procédé, le but est celui de la conversion, par choc ou acclimatation, à l'excellence culturelle au double sens d'œuvres capitales et d'attitude culturelle. Intégrant la possibilité que cet effet de conversion puisse ne concerner *in fine* qu'un faible nombre d'individus, les deux procédés limitent de fait la portée de ce que l'on peut attendre de la seconde partie de la définition de la démocratisation culturelle. Le « plus grand nombre » qui *a priori* recouvre à la fois un objectif numérique (augmenter le public des arts) et social (diversifier ce public) constitue dans les deux cas un idéal.

### 1.1.2. Relativisme et marché de la culture : à chacun ses qualités culturelles

- Un « secteur culturel » élargi

Un autre pas est franchi au moment de l’alternance politique de 1981 qui infléchit la politique culturelle dans deux sens : le premier concerne l’institutionnalisation du relativisme culturel, le second procède au rapprochement de la culture et de l’économie.

Mobilisée pour incarner sur le plan symbolique le changement politique, « la culture a de fait constitué l’un des terrains permettant d’opposer en actes un “avant” construit et marqué par le poids des traditions et des hiérarchies, l’uniformité et le repli sur soi et un “après” censément pétri d’imagination, de créativité, de liberté, de jeunesse, de diversité et d’ouverture, pour reprendre quelques-uns des principaux termes du lexique alors en vigueur » (Dubois, 2012 : 332-333). Le décret d’attribution du ministère de la Culture de 1982, confié à Jack Lang, en donne les lignes principales :

*« Le ministère de la Culture a pour mission : de permettre à tous les Français de cultiver leur capacité d’inventer et de créer, d’examiner librement leurs talents et de recevoir la formation artistique de leur choix ; de préserver le patrimoine culturel national, régional, ou des divers groupes sociaux pour le profit commun de la collectivité toute entière ; de favoriser la création des œuvres d’art et de l’esprit et de leur donner la plus vaste audience ; de contribuer au rayonnement de la culture et de l’art français dans le libre dialogue des cultures du monde. »<sup>11</sup>*

Aux œuvres capitales de l’humanité, se substituent la créativité de tous et le libre épanouissement de chacun. Le ministère ne s’affirme plus comme prescripteur et garant d’un rôle social assigné à l’art qu’il légitime mais comme instance de réhabilitation de formes artistiques et culturelles à la légitimité auparavant controversée : « cette politique ne porte plus seulement sur les œuvres consacrées, mais doit précisément organiser la consécration culturelle de formes “minoritaires”, “populaires” ou “marginales”, telles que le rock, la bande dessinée, le cirque, la photographie, la mode, l’architecture industrielle etc., rendant son champ d’application potentiellement illimitée » (Dubois, 2012 : 333-334).

Comme le souligne O. Donnat, face à cet éclatement du champ culturel, « qui aujourd’hui [...] peut prétendre ne pas ressentir un certain embarras au moment de définir ce qu’est une œuvre d’art ou un produit culturel ? » :

*La logique interne de l’art contemporain qui pousse à s’interroger sans cesse sur la frontière entre art et non art, la tendance au métissage artistique observée dans plusieurs formes de spectacle vivant (danse contemporaine et hip hop, nouveau cirque...), la programmation de plus en plus éclectique des lieux de spectacle, la patrimonialisation d’objets ou de lieux*

---

<sup>11</sup> Cité par (Poirrier, 2009 :164)

*considérés auparavant comme ordinaires, l'accentuation du caractère événementiel de la politique culturelle... , tout cela rend particulièrement redoutable l'exercice consistant à définir les contours du monde de l'art ou à situer les genres artistiques les uns par rapport aux autres à l'aune de critères qui, il y a encore quelques décennies, servaient à distinguer les arts majeurs des arts mineurs. (Donnat, 2008 : 62)*

La seconde inflexion correspond à la convocation de l'économie comme registre de justification et modèle d'organisation de la politique culturelle. Celle-ci a conduit à envisager « les dépenses culturelles publiques comme un investissement rentable » et à instituer le champ culturel comme marché. La professionnalisation accrue de l'action culturelle à partir des années quatre-vingt<sup>12</sup> en constitue l'une des traductions : celle-ci a fait émerger un ensemble de nouveaux acteurs – administrateurs, gestionnaires, médiateurs culturels – à mêmes de mener et d'administrer les politiques culturelles dans le sens d'une rationalité gestionnaire. Comme le montre V. Dubois, cette professionnalisation a également amplifié « la spirale inflationniste » du champ culturel dans laquelle la réorientation des attributions ministérielles l'avait placé. Ces professionnels, mis en concurrence dans un marché culturel, ont en effet eu tendance

*à rechercher des “débouchés”, “créneaux” et alliances sans cesse plus nombreux et variés, reliant l'action culturelle qui au tourisme, qui au développement économique, y intégrant qui la cuisine, qui le patrimoine ethnographique, la destinant qui aux personnes âgées, qui aux détenus à réinsérer. (Dubois, 2012 : 334)*

Aussi, comme le souligne cet auteur, « l'expansion de l'intervention culturelle publique liée aux politiques dites de réhabilitation culturelle ne procède [...] pas seulement de la conversion des responsables administratifs et politiques au relativisme culturel » mais renvoie également au « “monopole de la définition de l'offre” par les professionnels de la culture et [à] l'impossibilité pour les élus de revendiquer et d'assumer des “critères de choix” » (*id.* : 335).

- **Dépolitisation de l'action culturelle et spectacularisation du musée**

À la faveur d'un « relativisme d'institution » justifié par ses retombées économiques, se joue selon plusieurs auteurs (dont P. Urfalino et V. Dubois) une dépolitisation du champ de l'intervention culturelle publique. Comme le souligne P. Urfalino, ce rapprochement entre culture et économie a permis de débarrasser les acteurs culturels d'un scrupule, celui de poursuivre « des fins nobles de démocratisation et d'épanouissement des personnes » (Urfalino, 2004 : 372). Mettant fin à la justification politique de l'action culturelle, promouvant le « tout culturel », le ministère de la Culture serait ainsi devenu un ministère des artistes pour lequel « la création [est] justifiée par elle-même et par ses retombées économiques » (Urfalino, 2004 : 374). Selon cet auteur, il ne serait ainsi plus possible de parler de l'intervention culturelle publique en termes de

---

<sup>12</sup> Tant V. Dubois que P. Urfalino soulignent que ce mouvement de professionnalisation n'apparaît pas dans les années quatre-vingt mais est amorcé de longue date pour certaines fonctions institutionnelles telles que conservateurs et bibliothécaires ainsi que pour les fonctions d'animation/médiation culturelle à la suite des réflexions de Peuple et Culture et l'intégration au sein de la planification culturelle d'une mesure des besoins de formation des professionnels.

« politique culturelle », entendue « comme un moment de convergence et de cohérence entre, d’une part, des représentations du rôle que l’État peut faire jouer à l’art et à la culture à l’égard de la société et, d’autre part, l’organisation d’une action publique ». Celle-ci aurait marqué le pas et laissé triompher « les politiques publiques de la culture », soit un ensemble épars de mesures qu’« un système de fins ne peut plus, de manière convaincante et opératoire, orienter et justifier » (Urfalino, 2004 : 360).

Le même argument est avancé par V. Dubois au travers de l’analyse de la professionnalisation du champ culturel. D’une part, cette professionnalisation contraint les acteurs du champ à produire une culture consensuelle traduite dans la « rhétorique de la neutralité professionnelle » (Dubois, 2012 : 341) et susceptible d’être argumentée dans des registres contradictoires :

*« Dès lors [...] que les administrateurs culturels se savent tenus par les relations qu’ils entretiennent avec leurs homologues, avec ceux qui leur accordent des crédits – élus, responsables du ministère en particulier – et ceux qui leur attribuent du crédit – agents du champ culturel, critiques – ils sont en effet prédisposés à limiter le champ des possibles à ce qui peut concilier les impératifs de ces différents espaces et permettre, comme le dit Rainer Rochlitz, de “faire coexister subversion et subvention”. »* (Dubois, 2012 : 388)

D’autre part, l’imposition de la référence gestionnaire et managériale dans la conduite de la politique culturelle tend à accréditer les représentations euphémisées et pacifiées des rapports sociaux véhiculées par ces modes d’administration en

*« produi[sant] du “public” des représentations alternatives aux visions classistes de l’espace social : indifférenciation d’un agrégat de “consommateurs” individuels soumis à un “message” unique, “ciblage” des groupes particuliers (les jeunes, les entreprises...) », ces formes de l’administration culturelle tendent « à occulter ce que ces formes culturelles pacifiées doivent aux luttes sociales qui ont permis leur imposition »* (Dubois, 2012 : 390-391).

Par suite, plusieurs auteurs considèrent que cette dépolitisation du champ culturel a sonné le glas de la démocratisation culturelle, celle-ci ne pouvant être dissociée de la dimension politique qui la fonde sans être frappée d’inanité. Aussi, le relativisme culturel d’institution laisserait la démocratisation culturelle, « à bout de souffle » (Caune, 2006), « résolument derrière le libre épanouissement de chacun » (Poirrier, 2009 : 165). Les politiques publiques de la culture relèveraient d’une nouvelle utopie : celle de « l’inculture pour tous » en procédant par le « nivellement de toutes les pratiques, pratiques de loisirs ou pratiques culturelles, à de semblables comportements » (Chaumier, 2010 : 177).

Cette institutionnalisation du relativisme culturel jouerait ainsi un (mauvais) tour de passe-passe aux populations les moins favorisées, « comme si l’on tentait de démocratiser le mot faute d’avoir démocratisé la chose » (Dubois : 2012 : 398) :

*« en diluant la notion de culture, il est permis de rêver convertir la population en public. Bref, le vieux rêve utopique de l’action culturelle est en passe de se réaliser. Les non-publics*

*disparaissent et la démocratie culturelle est en voie d'advenir. C'est absolument démagogique, mais totalement merveilleux* » (Chaumier, 2010 : 169).

S. Chaumier, en particulier, fait porter une part de la responsabilité de cet escamotage à un certain courant de la recherche en sociologie de la culture notamment dans sa version institutionnalisée par le DEPS<sup>13</sup> et ritualisée dans l'enquête sur les *Pratiques culturelles des Français* :

*Les pratiques de loisirs intègrent l'étude sur les pratiques culturelles des Français, avec les mots croisés, le tricot, le fait de s'occuper de sa voiture, de jouer au PMU ou aux boules, d'aller à la chasse, de faire du vélo ou du jogging... La sortie au restaurant complète l'enquête, bientôt le parc d'attractions, la pratique du karaoké ou le camping. On se demande pourquoi demeure absente la pratique des relations sexuelles, puisque celles-ci relèvent d'un art d'aimer.* (Chaumier, 2010 : 170)

Cette critique de la dépolitisation de la culture, la recherche en muséologie l'a traduite à travers l'emploi de la notion de « spectacularisation » du musée. Elle désigne, d'une part un fonctionnement technique du musée entièrement soumis à une gestion rationalisée de l'ensemble de ses fonctions (collecte, recherche, exposition, administration, accueil du public) et, d'autre part, une nature du discours muséal tout à la fois événementiel – afin d'assurer l'existence médiatique de cette institution –, ludique et politiquement correct en érigeant « la récréation (neutralisation) de l'esprit » en impératif (Mairesse, 2002 : 136, 137). Suivant F. Mairesse, la spectacularisation du musée serait aujourd'hui un courant dominant en muséologie. Son avènement aurait eu lieu par dévoiement des principes fondateurs de la nouvelle muséologie (Chaumier, 2011).

Dans le sillage de l'écomuséologie et des réflexions qu'elle portait sur le rôle social du musée (Desvallées, 1992 ; Mairesse, 2000), la nouvelle muséologie a contribué à rééquilibrer les missions fondatrices du musée en plaçant les publics au cœur de l'action muséale donnant lieu au « tournant communicationnel » des musées (Jacobi, 2012).

Actant que l'objet ne suffit pas à faire sens, la nouvelle muséologie a renouvelé les modalités de l'exposition (Davallon, 1992b : 113-115). Aux côtés des muséologies d'objet où le dispositif d'exposition « internalise » le savoir de façon à ne pas interférer sur la rencontre avec les objets de la collection, se développent des « muséologies d'idée » où le dispositif d'exposition sert l'analyse des savoirs qui le régule et des « muséologies de point de vue » dans lesquelles savoirs et objets servent la construction d'un environnement hyper-médiatique matérialisant un ou des points de vue sur le sujet traité. Comme le montre J. Davallon, chacune de ces formes d'exposition accorde un statut différent au visiteur. Dans la première, la rencontre de l'objet suppose que le visiteur ait acquis en dehors du musée le savoir implicitement inscrit dans le dispositif d'exposition. Dans la seconde, « non seulement le visiteur n'a pas à amener du savoir,

---

<sup>13</sup> Département des Études, de la Prospective et des Statistiques du ministère de la Culture

mais l'exposition lui fournit (en principe) et le savoir et le mode d'emploi qui permet d'y accéder » (Davallon, 1992b : 114). Dans la troisième forme, enfin, l'exposition vise moins la transmission d'un savoir ou la rencontre d'un objet que la construction par le visiteur d'un point de vue sur le sujet traité à partir de celui ou ceux proposés par l'instance de production et matérialisé(s) dans le dispositif d'exposition. C'est plus particulièrement cette dernière forme de muséologie qui basculerait dans le spectaculaire lorsque l'environnement hyper-médiatique interdit « la mise à distance du visiteur de la chose représentée » (Chaumier, 2011 : 80) et ne vise plus que l'expérience divertissante au détriment de la construction du sens.

D'autre part, la nouvelle muséologie, en plaçant le visiteur au cœur de l'activité muséale, a contribué à l'émergence de la médiation culturelle. En effet, comme le rappelle É. Caillet, celle-ci se fait jour dès lors que « l'œuvre n'est pas conçue dans la relation qu'elle a avec son contexte historique mais avec *son* ou plutôt *ses* publics » (Caillet, 1994 : 69). En ce sens, elle se définit comme « acte de discours, mise en scène, mise en situation qui décale son récepteur de son horizon d'attente habituel pour le conduire à construire son propre sens de l'œuvre » (*ibid.*). Comme le soulignent plusieurs chercheurs, c'est ce souci du public qui a alimenté la montée en puissance des études de publics et de l'évaluation muséale (Eidelman, Roustan, et Goldstein, 2008 ; Le Marec et Chaumier, 2009). Selon S. Chaumier, cette attention portée aux publics est dévoyée dès lors qu'elle ne sert plus à construire l'acte de réception et l'élaboration du sens. Le « marketing culturel » qui restreint la compréhension des publics à la connaissance d'attentes à satisfaire constituerait ainsi une dérive de l'évaluation muséale (Le Marec et Chaumier, 2009 ; Chaumier, 2011 : 72-76). S. Chaumier fait remarquer que cette tendance à la spectacularisation est « complexe à décrypter car elle n'est pas unidimensionnelle » et procède plutôt d'un « savant dosage » (*id.* : 84). Mais, conclut l'auteur, si la nouvelle muséologie a « ouvert le chemin vers les publics, [...] son utopie semble avoir été travestie » si bien qu'aujourd'hui, « l'action culturelle a laissé place aux stratégies commerciales et le public au consommateur » (*id.* : 88).

Au terme de son analyse, V. Dubois rappelle que cette tendance à la dépolitisation du champ culturel est toutefois, dans les faits, plus nuancée. D'une part, le relativisme d'institution relève surtout d'une figure du discours. Les entreprises de réhabilitations de formes culturelles considérées hier comme mineures traduisent que les acteurs des politiques culturelles ne se sont pas complètement départis d'une acception légitime de la culture comme haute culture. Son analyse des expositions sur le hip-hop organisées en 1991 montre ainsi que les formes culturelles à réhabiliter sont à la fois savamment et prudemment choisies et qu'elles subissent une mise aux normes suivant les critères de la culture légitime (V. Dubois parle du traitement du sujet du hip-hop dans ces expositions comme d'une « transsubstantiation en objet d'art ») (Dubois, 2012 : 400-415). D'autre part, les acteurs qui agissent sur le terrain n'ont pas non plus abandonné, avec leur professionnalisation, les idéaux de démocratisation culturelle qui habitaient les militants d'hier : « les positions des “professionnels” sont marquées par l'hybridation des formes disparates – qui vont de l'éducation populaire “de terrain” à la célébration légitimiste de l'innovation

culturelle, du militantisme politique à la consommation » (Dubois, 2012 : 377)<sup>14</sup>. L'analyse que N. Couillard livre dans sa thèse sur la professionnalisation de la fonction de *community management* dans les musées (2017) l'atteste encore aujourd'hui. Les tribulations de cette activité dans les organigrammes, entre service de médiation et service de communication, les figures du public (amateur, usager, citoyen) convoquées par les *community managers* montrent que cette hybridation des registres de justification de l'action culturelle se perpétue jusque dans la professionnalisation d'activité émergente. L'analyse des projets muséaux par F. Mairesse montre à ce titre que l'action culturelle menée au sein des musées oscille entre différents registres. Dans l'ensemble des musées de son enquête, l'éducation et la transmission du patrimoine constituent deux priorités. Mais celles-ci se conjuguent à des missions plus vastes (qu'elles se situent sur le plan politique ou économique) dont la hiérarchisation dans les projets muséaux varie selon les caractéristiques de l'institution (principalement les moyens dont elle dispose et l'ancienneté du musée) (Mairesse, 2002 : 140-147).

À ces analyses d'un champ culturel caractérisé par l'hybridité des dynamiques qui l'animent, répond, comme nous allons le voir à présent, un renouvellement de la compréhension du rapport que les publics ont avec les pratiques culturelles. Ces analyses du côté des publics marquent en retour une évolution des politiques culturelles de démocratisation qui s'engagent progressivement vers la réactualisation du projet de la démocratie culturelle. Cette dernière change toutefois de statut : d'abord pensée comme moyen de faire accéder les publics à la culture dite « cultivée » (selon le modèle de la contamination par contiguïté), elle devient la finalité des actions culturelles menées par les institutions.

---

<sup>14</sup> Les travaux de N. Montoya (2017) sur les médiateurs culturels montrent également comment ces professionnels adhèrent à ces idéaux tout en réactualisant et infléchissant dans leur confrontation au terrain ce que J.-C. Passeron qualifiait de « croyance en la victoire de la cause finale » caractéristique selon cet auteur des militants et médiateurs culturels (Passeron, 2006 : 474-478).

### 1.1.3. Démocratie culturelle : la qualité culturelle construite par tous

- **Émergence de la notion d'éclectisme culturel**

À partir des années soixante-dix, plusieurs travaux dont ceux de R. Hoggart (1970) en Angleterre et de M. de Certeau (1990) en France ont contribué à nuancer la thèse d'une domination sociale comme domination symbolique. En s'attachant à « décrire dans toutes ses dimensions symboliques ce qui est et fonctionne encore comme culture même quand il s'agit de cultures dominées » (Grignon et Passeron, 1989 : 36), ces travaux mettaient en évidence l'autonomie relative des cultures populaires et montraient que celles-ci n'étaient pas nécessairement et toujours vécues comme cultures dominées. De même, du côté des tenants de la culture dominante, ces travaux ont mis en lumière l'existence d'« usages faibles » des biens culturels y compris légitimes (Passeron, 2006 : 428-430). La « faiblesse » de ces usages désigne les « écarts entre les usages légitimes (les “déchiffrements adéquats”) qu'appellent les possessions des dominants et les usages réels que ceux-ci en font, écarts entre les modèles culturels légitimes et les goûts réels » (Grignon et Passeron, 1989 : 98). On pense en particulier à la recherche menée en 1991 par J-C. Passeron et E. Pedler sur le temps accordé aux tableaux par les différentes classes sociales dans laquelle ils montraient que les « puristes » n'existent dans aucun groupe et à plus forte raison pas chez les classes sociales supérieures qui accordent le moins de temps à la « contemplation » (Passeron et Pedler, 1999).

Ces observations du côté de la réception et de l'usage des biens culturels savants ou populaires étaient par ailleurs confortées par les analyses menées du côté de la production des biens et des hiérarchies culturels. En effet, les travaux de P. DiMaggio sur le musée des Beaux-arts et l'orchestre symphonique de Boston (DiMaggio, 1982 a et b), de même que ceux de L. Levine sur le théâtre et les œuvres de Shakespeare (Levine, 2010 [1988]), ont montré que ces biens et lieux culturels ont transité par plusieurs états avant de rejoindre le panthéon des contenus et des pratiques de la haute culture. Ils soulignaient ainsi que ces hiérarchisations culturelles sont avant tout le fruit de processus sociohistoriques de construction du champ de la production des biens symboliques<sup>15</sup>.

Outre que ces recherches (sur la réception surtout) ne sont pas sans lien avec le changement de paradigme dans les politiques culturelles publiques au tournant des années quatre-vingt (Détrez, 2014 : 36), elles ont aussi constitué le terreau d'émergence de la notion d'éclectisme culturel. Celle-ci désigne la tendance des classes sociales supérieures à goûter une variété de biens culturels quel qu'en soit le genre savant, élitiste, populaire, folklorique ou mass-médiatique. La notion nuance la théorie de la légitimité culturelle développée par P. Bourdieu selon laquelle à chaque classe sociale correspond un style de vie qui, unifié par l'habitus de classe et orienté

---

<sup>15</sup> Si ces travaux s'ancrent dans le contexte nord-américain, spécifique du point de vue de la construction et du fonctionnement du champ culturel, ce type d'analyse a également fait l'objet de recherches dans le contexte français, notamment au travers de l'étude du rôle des académies (Heinich, 1993) ou de l'analyse des figures de public convoquées au sein des institutions culturelles comme justification de leur fonction et de leur rôle social (Poulot, 1985).



par le principe de la Distinction (1979), est exclusif des styles de vie des autres classes sociales et dessine une homologie structurale entre espace des positions sociales et des pratiques culturelles.

La première formulation de la notion d'éclectisme culturel apparaît aux États-Unis en 1992 sous la plume de R. A. Peterson et d'A. Simkus dans leur analyse des données d'enquête nationale sur la participation culturelle et artistique des publics (*Survey of Public Participation in the Arts – SPPA*). Leur recherche visait à tester empiriquement la hiérarchisation des catégories socioprofessionnelles (*occupational groups*), notamment au travers de leurs choix culturels. En s'appuyant sur les préférences musicales déclarées, les auteurs constatent que si les classes socioprofessionnelles les plus hautes correspondent bel et bien au modèle bourdieusien par leur prédilection pour des genres dits « savants » ou « raffinés » comme l'opéra et la musique classique<sup>16</sup>, elles s'en éloignent par ailleurs considérablement par leur goût tout aussi prononcé pour des genres non-élitistes tels que la musique d'ambiance, le rock ou les bigbands. Aussi, leur analyse relativise la hiérarchisation des préférences culturelles formulée tant par P. Bourdieu qu'au sein des théories de la massification culturelle qui opposait strictement les élites et le snobisme du goût pour la culture cultivée à l'indifférenciation des publics populaires et de la culture de masse (Peterson, 1992 : 245-246). À l'inverse, la hiérarchisation déduite par R. A. Peterson et A. Simkus conduit des *omnivores*, soit les élites dont le répertoire de préférences culturelles allie une diversité de biens culturels quel qu'en soit le genre (cultivé, savant, populaire ou médiatique), aux *univores* désignant la tendance des publics populaires à n'exprimer de goûts que pour un nombre restreint, si ce n'est unique, de genre culturel et dont les variations de répertoire s'expliquent plutôt par des variables telles que le genre, l'âge, la communauté ethnique, etc.

En France, cette analyse est introduite par O. Donnat en 1994 dans son ouvrage *Les Français face à la culture : de l'exclusion à l'éclectisme* en prenant appui sur les données de l'enquête Pratiques Culturelles des Français (PCF) de 1989. Son étude met en lumière sept univers culturels différenciés selon le degré de connaissance de la culture consacrée et consacnable<sup>17</sup> et selon les comportements culturels des individus en matière de fréquentation des équipements culturels, d'écoute musicale et de lecture. La hiérarchisation de ces univers est proche de celle de R. A. Peterson et A. Simkus. Elle oppose aux deux extrémités l'univers de l'exclusion « caractéris[é] par une absence pratiquement totale de rapport avec le monde des arts et de la culture sous toutes ses formes, qu'il s'agisse de connaissances ou de comportements » (Donnat, 1994 : 340) à l'univers branché où « le principe organisateur [des] goûts est l'éclectisme, ce qui suppose une familiarité aussi poussée avec la culture classique qu'avec les formes modernes d'expression »

---

<sup>16</sup> Cette observation se vérifie également pour d'autres pratiques culturelles qualifiées par les auteurs de « haute culture » (*“highbrow culture”*) tel que le théâtre, le ballet ou la visite de musées d'art pour lesquelles les catégories socioprofessionnelles les plus hautes avaient un intérêt plus marqué que les autres (Peterson, 1992 : 247-248).

<sup>17</sup> L'opposition entre artistes consacrés et consacrables est définie par le degré de reconnaissance institutionnelle de ces artistes notamment au sein de l'école. Ainsi les artistes consacrés sont ceux « qui appartiennent sans conteste au monde des arts et des lettres, qui font l'objet d'un enseignement dans le cadre scolaire et font partie de la culture même aux yeux de ceux qui en ont la définition la plus restrictive » (Donnat, 1994 : 30). Les artistes consacrables à l'inverse « ne sont pas enseignés à l'école et appartiennent à des modes d'expression ou des genres dont le degré de légitimité est contestable » (*ibid.*).

(*id.* : 343). Cette hiérarchisation culturelle correspond à une même forme de hiérarchisation sociale que dans l'étude américaine. L'univers de l'exclusion rassemble ainsi « pour l'essentiel d'anciens agriculteurs et ouvriers non-diplômés, âgés et ruraux » et « des personnes [qui] cumulent en général tous les handicaps en matière d'accès à la culture » (*id.* : 340). À l'opposé, l'univers branché est, « pour une large part, l'apanage de diplômés de deuxième et troisième cycle, d'âge intermédiaire, souvent célibataires et habitants des grandes villes, à commencer bien sûr par Paris » (*id.* : 343), soit une population pour qui le cumul des activités culturelles fait écho au cumul des atouts en matière d'accès à la culture.

Plusieurs facteurs sont avancés comme explication de l'émergence de ce phénomène. Nous avons d'ores et déjà évoqué au travers des évolutions des politiques culturelles ce que la transformation des logiques de production de la culture consacrée au sein d'institutions culturelles pouvait induire d'hybridité dans la définition de la culture savante. Au-delà de ce facteur (plus particulièrement avancé par O. Donnat, 1994 : 140-149), nous en présenterons deux autres qui concernent directement le rapport que les jeunes générations entretiennent avec les biens culturels : ils renvoient aux évolutions de la culture promue *par* et *à* l'école.

Premièrement, concernant la culture promue par l'école, deux évolutions sont mises de l'avant par les chercheurs. D'une part, enseignement scolaire et culture médiatique sont aujourd'hui de moins en moins étanches : les enseignants intègrent les produits issus des industries culturelles de façon à lancer des ponts entre les intérêts des élèves et les contenus des programmes scolaires (Baudelot, Cartier, et Détéz, 1999 : 127-130). D'autre part, les disciplines valorisées dans l'enseignement ont progressivement changé de visage : les matières scientifiques de même que des nouvelles disciplines telles que l'économie ou la technologie sont venues déloger la culture artistique et littéraire du rang qu'elle occupait au sein de l'enseignement comme en témoigne, entre autres, le déclin des langues anciennes (Coulangeon, 2011 : 68-69). Cette culture classique ne constitue plus l'étalon de l'excellence scolaire : les élèves et étudiants sont aujourd'hui davantage évalués et sélectionnés sur la base de leur niveau en mathématiques que sur leur maîtrise des fondements de cette culture (Baudelot et Establet, 1989). B. Lahire met ainsi en lumière l'importance du type d'étude, et plus précisément de la forme de capital culturel que chaque type d'étude valorise, comme facteur explicatif des différences de comportements à l'égard de la lecture et plus largement des pratiques culturelles. Ce facteur ne remet pas en cause la force explicative d'autres facteurs comme l'origine sociale, les niveaux de diplômes des parents, le genre, mais il permet de voir que des étudiants distincts sous le rapport de ces facteurs exogènes peuvent être néanmoins proches dans leurs comportements culturels lorsqu'ils ont suivi une filière du même type. En termes d'incitation à la pratique culturelle, les filières ont moins d'influence par leur rang d'excellence scolaire et sociale que par la nature de l'enseignement qui y est dispensé (Lahire, 2002 : 91). De ce point de vue, les élèves des classes préparatoires scientifiques qui figurent parmi les plus distants de l'image de « l'intellectuel-lettré-ancienne manière » (Lahire 2002 : 100), « vivent une inévitable discontinuité entre, d'une part, l'investissement parfois très poussé dans une culture scolaire tout à fait légitime, mais de nature scientifique, et d'autre part la culture légitime extra-scolaire très largement littéraire et artistique » à laquelle ils

opposent leurs propres pratiques en matière de loisirs sur un versant plus populaire, moins légitime. « Les étudiants de science apparaissent ainsi comme des sortes de monstres à deux têtes, l'une très savante et l'autre plus populaire » (Lahire, 2002 : 97, 100).

Deuxièmement, et comme le rappelle P. Coulangeon (2007 ; 2011), aux évolutions de la culture promue par l'école s'ajoutent les transformations des conditions de socialisation à l'école. Les évolutions de la structure des origines sociales des lycéens et des étudiants, mécaniquement moins sélectionnés que leurs aînés, ont contribué à produire de nouvelles générations de diplômés moins conformes aux profils des héritiers d'hier. En se massifiant, l'école semble avoir enrayé (jusqu'à un certain point) le mécanisme d'assignation statutaire par lequel les nouveaux entrants du système scolaire tendaient à se sur-conformer aux normes culturelles des élites. Cette tendance, rappelle l'auteur,

*a peu de chances de perdurer dans un contexte où les enfants de la bourgeoisie ont cessé de fournir le gros des effectifs des établissements d'enseignement secondaire et même, dans une moindre mesure, des établissements d'enseignement supérieur, du moins dans leur composante universitaire. On peut même penser que ce mimétisme culturel fonctionne désormais pour partie en sens opposé, comme le montre la diffusion dans la jeunesse des "beaux quartiers" de certaines modes vestimentaires ou musicales issues des classes populaires, ou encore certaines tournures du langage argotique de ces catégories (Coulangeon, 2011 : 72).*

La force de ce « mimétisme inversé » se lit dans l'étude menée par D. Pasquier sur les lycéens. Elle y montre que la culture dominante n'est pas chez eux la culture consacrée mais la culture de masse. Celle-ci offre des « formes culturelles à cycle court et à fort renouvellement – par opposition aux produits de la culture consacrée, qui jouent sur le temps long [...] : leur appropriation par une classe d'âge permet à la fois de renforcer les solidarités générationnelles et de marquer les différences avec les autres générations » (Pasquier, 2005 : 162). En ce sens, le cas du lycée Boileau qu'elle étudie, établissement parisien où se combinent sur-sélection sociale et scolaire, fait figure « d'une sous-culture du haut » où survit le modèle décrit dans *Les Héritiers* (*id.* : 42-43). Dans les établissements de grande banlieue parisienne, lorsque des biens de la culture consacrée font l'objet d'un goût personnel par les lycéens, ceux-ci les gardent par devers eux, comme « pratiques de coulisse », ne pouvant guère les afficher et les valoriser sur les scènes de la sociabilité juvénile (*id.* : 75). Au point que D. Pasquier parle de cette culture de scène juvénile, fortement indexée aux produits des industries culturelles, comme d'une « tyrannie de la majorité » (*id.* : 165).

L'analyse de la tablature des goûts musicaux par H. Glevarec et M. Pinet corrobore cette interprétation (2009). Elle fait apparaître que « la structuration contemporaine des goûts des catégories supérieures jeunes et des jeunes générations passées par l'enseignement supérieur se caractérise par la prédominance radicale d'un exclusivisme concentré sur les genres populaires (chanson et variétés, rock, musiques électroniques et rap) » (*id.* : 599). L'éclectisme culturel que R. Peterson et A. Simkus comme O. Donnat attribuent aux classes sociales supérieures (par opposition à l'univormisme des goûts populaires) fait ici place à « un exclusivisme contemporain

populaire des plus jeunes » (*id.* : 612). Aussi, dans ce domaine, la substitution de la variable générationnelle à celle du groupe social engage à abandonner la définition de la légitimité culturelle comme versant symbolique de la domination sociale :

« décrit avec le vocabulaire de ladite “domination” que notre modèle abandonne nettement, le “dominé” des catégories supérieures n’est pas celui qui ignore la culture classique (de Bach à Dusapin), mais celui qui ne connaît pas les séries télévisées *Les sopranos* et *24h chrono*, les groupes de musique *Louise Attaque*, *Air* et *Massive Attack* » (Glevarec et Pinet, 2009 : 616).

Dans ce même ordre d’idée, P. Coulangeon conclut que « la massification scolaire ne fait sans doute pas qu’atténuer l’effet d’assignation statutaire jadis décrit par Bourdieu et Passeron. Elle tend en réalité à en inverser les termes... » (Coulangeon, 2007 : 686). Au demeurant, cette perspective renverse la définition de ce que serait la diversification des pratiques culturelles et l’éclectisme culturel pour les jeunes générations (y compris de diplômés) : une intégration non pas des produits des industries culturelles mais bien de ceux de la culture consacrée.

- **Entre « métamorphose de la Distinction » et « petite distinction »**

Comptant comme l’un des paradigmes dominants de la sociologie de la culture actuelle (Détrez, 2014), l’interprétation de l’éclectisme culturel et de son lien avec le modèle de *La Distinction* suscite de vifs débats. Ce phénomène correspond-il à un nivellement de toutes les pratiques culturelles et de loisirs et à l’arasement des frontières symboliques entre les groupes sociaux ? Et, par suite, ces recherches ont-elles fait disparaître « d’un coup de baguette populiste » les inégalités sociales en proclamant caduques les analyses en termes de classe sociale<sup>18</sup> ? Faut-il déduire de l’émergence de ce phénomène que la culture aujourd’hui ne fonctionne plus comme registre symbolique de la domination sociale ? Deux perspectives interprétatives de ce phénomène d’éclectisme sont avancées dans la recherche en sociologie de la culture et des médias.

La première, loin de conclure à l’abolition des frontières symboliques entre les groupes sociaux, étend le modèle de la Distinction en y intégrant l’éclectisme culturel comme nouvelle norme. Dans cette métamorphose, la Distinction ne résulterait plus de la maîtrise des contenus de la haute culture et de la hiérarchisation des goûts mais de l’« inégale plasticité des répertoires mobilisables et [de] la maîtrise de la pertinence de leurs contextes de mobilisation » (Coulangeon, 2004 : 68). Portant moins sur les types d’objets que sur la façon d’en user et de les goûter, la Distinction relèverait d’un « mode averti d’appropriation culturelle » (Prieur et Savage, 2013). Celui-ci désigne l’attitude distanciée et ironique que peuvent avoir les classes sociales supérieures face à certains produits issus des industries culturelles et médiatiques, attitude qui les autorise à consommer ces biens « tout en échappant eux-mêmes à une catégorisation dépréciative » (*id.* : 235). C’est cette attitude que D. Pasquier met en exergue dans son étude de la réception de

---

<sup>18</sup> C’est l’interprétation que S. Chaumier donne de ces recherches sur l’éclectisme à la lecture de *La culture des individus* de B. Lahire. Voir : (Chaumier, 2005 ; 2010 : 174-177)

L'émission *Hélène et les garçons* au travers du groupe d'étudiants spectateurs de la série et produisant la chronique parodique et ironique des derniers épisodes (Pasquier, 1999). Par suite, ce mode averti d'appropriation culturelle désigne la manière de s'orienter dans la prolifération des biens culturels en les appréhendant avec « discernement » (*id.* : 233). En référence aux travaux de T. Legon (2010) sur les goûts musicaux de lycéens, ils rappellent que selon leur milieu social d'origine ces jeunes ne s'orientent pas vers les mêmes biens issus des industries culturelles : ceux dont les parents sont peu diplômés élisent plus souvent les musiques les plus populaires (au sens médiatique du terme : les plus téléchargées, les plus diffusées) quand ceux dont les parents sont plus diplômés ont tendance à « choisir l'objet le moins populaire au sein d'un genre populaire » en fondant leur choix sur des critères de formes (Prieur et Savage, 2013 : 234-235). Allant dans ce sens, les travaux de G. Bellavance, M. Valex et M. Ratté s'attachent à repérer les marqueurs de ces modes de distinction chez les nouvelles élites. Ces marqueurs ne départagent pas seulement les biens culturels selon leurs aspects formels mais également sur des critères d'authenticité et participent de découpages hiérarchiques où l'opposition entre ancienneté et nouveauté paraît plus structurante que la traditionnelle opposition entre savant et populaire (Bellavance, Valex, et Ratté, 2004). Comme le rappellent les tenants d'une métamorphose de la Distinction, ce mode averti d'appropriation culturelle était déjà avancé par P. Bourdieu dans sa théorie en particulier pour analyser le sens de la Distinction au sein des fractions dominées de la classe dominante (celles et ceux qui appartenant à cette classe n'en détiennent pas pour autant le capital économique) et leurs appropriations savantes de biens populaires<sup>19</sup>. C'est de cette manière que P. Bourdieu intégrait dans sa théorie les déplacements réguliers des frontières entre genres culturels comme pouvoir de réhabilitation par l'élite. Dans sa théorie, ce pouvoir de réhabilitation se surajoutait à la maîtrise des contenus de la haute culture qui, elle, constituait le socle de la domination symbolique. Les tenants d'une métamorphose de la Distinction inverse cette hiérarchie : le mode d'appropriation averti constituant d'après leurs analyses le ressort principal de cette domination symbolique.

Accréditant la thèse d'une métamorphose de la distinction, plusieurs recherches ont montré que d'une part cet éclectisme affiché des nouvelles élites n'est pas sans borne comme le montre B. Bryson dans son article *Anything but heavy metal* : la plus grande tolérance culturelle

---

<sup>19</sup> « Lorsque les conditions de l'appropriation matérielle font défaut, il ne reste à la recherche de l'exclusivité que la singularité du mode d'appropriation : aimer autrement les mêmes choses, aimer pareillement d'autres choses, moins désignées à l'admiration, autant de stratégies de redoublement, de dépassement et de déplacement qui, principe de la transformation permanente des goûts, permettent aux fractions dominées, moins pourvues économiquement, donc vouées à peu près exclusivement à l'appropriation symbolique, de s'assurer à chaque moment des possessions exclusives. Les intellectuels et les artistes ont une prédilection particulière pour les plus risquées, mais aussi les plus rentables des stratégies de distinction, celles qui consistent à affirmer le pouvoir qui leur appartient en propre de constituer comme œuvres d'art des objets insignifiants ou, pire, déjà traités comme œuvre d'art, mais sur un autre mode, par d'autres classes ou fractions de classe (comme le kitsch) : en ce cas, c'est la manière de consommer qui crée en tant que tel l'objet de la consommation et la délectation au second degré transforme les biens "vulgaires" livrés à la consommation commune, westerns, bandes dessinées, photos de famille, graffitis, en œuvres de culture distinguées et distinctives » (Bourdieu, 1979 : 321). En d'autres termes, comme le rappellent C. Grignon et J.-C. Passeron, « l'exercice de ce pouvoir de réhabilitation [...] n'est jamais chez les dominants que l'exercice d'un droit de cuissage symbolique » (Grignon, Passeron : 61).

que suppose des goûts éclectiques continue de participer d'un goût sélectif et par suite de dégoûts (Bryson, 1996). D'autre part, plusieurs travaux, dont ceux précédemment évoqués sur les *Cultures lycéennes* de D. Pasquier, ont souligné que cet éclectisme constitue aussi une ressource sociale. Dans son étude sur des cadres du secteur privé, B. H. Erickson souligne ainsi que l'on peut distinguer deux types de culture au sein des répertoires éclectiques de ces cadres (Erickson, 1996 : 221). La première sert la domination et est étroitement corrélée à la classe sociale : elle trouve son utilité dans la classe. La seconde n'est pas corrélée à la classe sociale mais à l'étendue et à la diversité des réseaux de ces cadres : cette forme de culture sert moins la domination que l'intégration de ces individus sur les différentes scènes sociales où ils évoluent. Confortant l'image d'un répertoire culturel fonctionnant comme « boîte à outil » (Swidler, 1986), B. H. Erickson souligne ainsi que ces répertoires culturels constituent avant tout une ressource de coordination. En ce sens, l'éclectisme se joue moins sur les goûts des individus que sur leur niveau de connaissance d'une variété de genres culturels par lequel ils alimentent leur compétence à mobiliser les formes culturelles pertinentes sur les différentes scènes sociales de leurs interactions (Erickson, 1996 : 219).

Aussi, ces travaux soulignent que l'éclectisme culturel fonctionne en tant que « capital » en ce qu'il en réunit les trois conditions que rappellent A. Prieur et M. Savage : légitimité, convertibilité et domination (Prieur et Savage, 2013 : 239). En ce sens, P. Coulangeon signale que « ces formes émergentes d'une légitimité fondée sur un certain syncrétisme culturel peuvent [...] s'accommoder de l'exercice d'une domination d'autant plus efficace que, brouillage des frontières oblige, les principes en sont moins explicites. Il en va ainsi de la subtilité des règles d'engagement et de mobilisation de la pluralité des registres caractéristiques du penchant à l'éclectisme, qui rend plus inefficaces encore que par le passé les manifestations de "bonne volonté culturelle" fondées sur la mimétisme scolaire du goût et des pratiques légitimes » (Coulangeon, 2011 : 162).

Une seconde perspective, plus proche de l'analyse des pratiques médiatiques et des *Cultural Studies*, récuse que l'on puisse maintenir le modèle de la Distinction ou du moins en affaiblit le modèle en décorrélant légitimité sociale et légitimité culturelle. Ce point de vue s'ancre dans une critique des indicateurs retenus pour mesurer l'éclectisme culturel par plusieurs tenants de la position précédente, en particulier lorsqu'ils reconstruisent le degré de légitimité culturelle des pratiques sur la base de leur reconnaissance institutionnelle au sein d'instances de légitimation traditionnelles (l'école notamment)<sup>20</sup>. Cette méthode conserverait donc *a priori* une échelle univoque et unilinéaire d'une légitimité culturelle prétendant à l'universalité (« la culture dominante a besoin d'être reconnue », rappellent C. Grignon et J.-C. Passeron). Ce que rejette l'analyse d'H. Glevarec en particulier (Glevarec, 2005 : 79-82), arguant d'une part que ces instances de légitimation traditionnelles participent elles-mêmes au déplacement des frontières symboliques

---

<sup>20</sup> Méthode plus particulièrement mise en œuvre par O. Donnat pour la construction des sept univers culturels dans la population française (Donnat, 1994) ainsi que par B. Lahire pour mettre au jour la dissonance culturelle (Lahire, 2006).

de la légitimité culturelle (Glevarec et Pinet, 2009 : 617-618) et, d'autre part, qu'il n'est plus possible de classer ces pratiques institutionnellement légitimes en s'appuyant sur une définition strictement sociale de la légitimité. En effet, comme le montre H. Glevarec, une reconstruction *a priori* plus conséquente avec le modèle de la Distinction consisterait à déduire la légitimité d'une pratique de la position dominante de ses pratiquants. Mais, à ce compte, l'analyse achoppe sur le paradoxe suivant : certaines pratiques culturelles bien que plus investies par les classes sociales supérieures ne le sont en fait que par une minorité d'individus en leur sein. L'exemple en est fourni par le public des concerts de musique classique, pratique légitime s'il en est, suivant la définition institutionnaliste de ce terme. Les cadres supérieurs y sont effectivement majoritairement représentés par rapport à d'autres catégories socioprofessionnelles (+7 points par rapport aux ouvriers), mais cette pratique ne concerne qu'une minorité des cadres supérieurs, les trois quarts n'ayant pas assisté à un concert de musique classique dans les douze derniers mois (Glevarec, 2005 : 79). Aussi, conclut l'auteur, « le seul argument permettant d'aller dans le sens d'une légitimité univoque et unilinéaire consisterait à prendre comme critère de la [pratique] la plus légitime le taux des participants des membres issus des classes supérieures le plus bas ("rare") qui soit (à l'intérieur d'un différentiel qui lui demeure favorable par définition) » (Glevarec, 2005 : 79).

En ce sens, H. Glevarec et M. Pinet énoncent la thèse d'un fonctionnement autonome de la légitimité culturelle, celle-ci n'entrant plus dans un rapport d'homologie stricte avec l'espace des positions sociales. Les auteurs proposent ainsi de réviser le cadre d'analyse des pratiques culturelles au profit d'une pluralité et d'une hétérogénéité des ordres de légitimité. Trois ordres de légitimité non strictement superposables voire concurrentiels se font jour : aux côtés de la légitimité sociale, la légitimité médiatique, définie sur le nombre, dont l'imposition se mesure à « la tyrannie de la majorité » décrite par D. Pasquier et fait apparaître le caractère structurant de la variable générationnelle (Glevarec et Pinet, 2009 : 616). Mais aussi la légitimité culturelle entendue comme reconnaissance culturelle. Du fait de son autonomie par rapport à la légitimité sociale, cette légitimité culturelle se trouve internalisée au sein de chaque pratique et de chaque genre. Elle « va [alors] tenir à la hiérarchie interne que les experts, les amateurs ordinaires ou les spécialistes établissent dans un genre donné », ceux-ci n'étant pas nécessairement des dominants (Glevarec, 2005 : 49-50, 86). Les recherches sur les communautés de fans (Le Bart, 2000 ; Le Guern, 2002) témoignent du travail de hiérarchisation et d'expertise auxquels se livrent « ces amateurs ordinaires » d'une part pour instituer l'objet du goût en objet légitime et, d'autre part, définir les stratégies distinctives de leur appropriation. Aussi, concluent H. Glevarec et M. Pinet, dans un régime contemporain de justice culturelle, « la légitimité n'est plus une domination exercée ou subie » (Glevarec, 2005 : 94) et engage à « passer de la Distinction à la petite distinction qui est une différenciation culturelle, là où la première est une domination »<sup>21</sup> (Glevarec et Pinet, 2014 : 503).

---

<sup>21</sup> Bien qu'ils s'opposent sur le plan de la méthode et des conclusions à tirer sur le modèle classique de la légitimité culturelle, les travaux de B. Lahire (2006) parviennent à une même conclusion d'une culture individuelle comme support de différenciation identitaire. Cette culture individuelle apparaît dans son ouvrage largement déprise du

Aussi, on le voit, l'éclectisme culturel analysé en sociologie de la culture n'est pas une légitimation par la science d'un « relativisme d'institution ». Que l'on se place du côté de la prorogation du modèle de la Distinction ou de celui de son abrogation au profit de la singularisation des cultures, les analyses des formes d'éclectisme culturel constituent plutôt un renouvellement de la compréhension des articulations entre pratiques culturelles, groupes sociaux (définis par une pluralité de variables) et ordres de légitimité. En montrant que le régime proclamé de relativisme culturel ne fonctionne pas effectivement comme justice culturelle, ces analyses n'effacent pas les rapports sociaux qui sous-tendent les formes culturelles : elles en complexifient la lecture et invitent à penser des clivages sociaux autrement définis que par la seule appartenance de classes (nous y revenons dans la partie suivante). Ces analyses par suite invitent à questionner le rôle des institutions culturelles comme instances de légitimation, de même que l'acception de la démocratisation culturelle en regard de ces dynamiques.

- **Démocratie et citoyenneté culturelles au prisme des musées**

De ces analyses, nous relèverons deux implications pour la question de la démocratisation culturelle telle qu'elle se pose aux acteurs des institutions historiquement légitimes comme le sont les musées.

La première implication concerne la consolidation et l'élargissement de la base du renouvellement générationnel des publics de l'institution muséale. En effet, cette institution ne peut plus seulement compter sur l'action scolaire ou les phénomènes d'assignation statutaire en milieu scolaire pour assurer que les jeunes générations viendront remplacer les générations de visiteurs plus âgés. D'une part, parce que les univers culturels juvéniles apparaissent bien plus commandés par d'autres instances de légitimation qu'institutionnelles comme en témoigne, dans le domaine de l'écoute et des préférences musicales, le poids de la légitimité médiatique. D'autre part, parce que l'incitation scolaire à la visite des musées est variable dans le temps – les visites scolaires ayant surtout lieu avant que ne s'amorce la spécialisation des filières d'enseignement – et selon les formations, comme en témoigne pour les lycéens et les étudiants « la figure du monstre à deux têtes » mise en exergue par B. Lahire. Une série de questions se posent alors : comment la visite muséale s'insère dans ces univers culturels juvéniles ?, cette pratique culturelle est-elle condamnée à devenir une pratique de coulisse ?, ou à ne fonctionner comme pratique de scène qu'au sein d'« une sous-culture du haut » ou pour une fraction de jeunes diplômés pour lesquels l'incitation à la visite aura été prolongée du fait de leur choix de filière ? En d'autres termes, quelles sont les conditions de conversion de la pratique muséale en ressources sociales pour un plus large public que socialement favorisé ou spécialisé dans des domaines intégrant cette pratique comme semi-loisir ? Cette première implication donne la mesure de l'enjeu des jeunes générations pour ces institutions et permet d'envisager l'action culturelle menée au sein

---

sens de la Distinction : elle porte bien plus les marques de l'hétérogénéité des espaces de socialisation fréquentés par les individus. La notion de dissonance culturelle qu'il développe – un éclectisme étendu à la majeure partie de la population – procède d'une singularisation culturelle des individus qui ne reconnaît pas (toujours) les ordres de la légitimité culturelle, pas plus qu'elle ne la défie d'ailleurs : il s'agit plutôt et comme chez H. Glevarec (2005 ; 2013), d'un régime d'indifférence à l'égard de ces hiérarchies légitimes.



des musées comme entreprise de diversification des répertoires culturels du plus grand nombre d'individus.

La seconde implication découle de la dissociation qu'opèrent les analyses de l'éclectisme culturel entre jugements de valeurs et biens culturels. Comme nouvelle norme de la Distinction, l'éclectisme culturel se manifeste comme propension à s'approprier de façon distanciée ou « avertie » une variété de biens culturels (historiquement légitimes ou non) et comme compétence, inégalement distribuée, à mobiliser différents genres et registres culturels selon les scènes sociales d'interaction. Comme singularisation, forme de petite distinction, l'éclectisme culturel met au jour les espaces d'expertise et les arènes de discussion des valeurs culturelles qui s'ouvrent dans une variété de genres culturels, y compris ceux traditionnellement considérés comme illégitimes. Par suite, et si tant est que l'on écarte une action culturelle exclusivement justifiée dans l'ordre de la légitimité médiatique<sup>22</sup>, ce contexte engage à repenser les fins de cette action. En effet, comme le souligne J.-C. Passeron, l'action culturelle ne peut plus se concevoir ni comme diffusion d'un corpus d'œuvres valorisées, stratégie légitimiste dont le projet de conversion a marqué le pas, ni comme réhabilitation de toutes les formes culturelles qui, pour cause de relativisme et « d'un coup de baguette populiste » libérerait de toute hiérarchie et de toute forme d'inégalités (Passeron, 2006 : 445-508). L'alternative à ce double écueil qu'il propose repose sur une acception qualitative du projet de démocratisation culturelle comme « démocratisation d'un rapport social ». Il s'agit d'envisager « comme plus “démocratique” toute diminution de l'autorité d'imposition que possède sur son partenaire le bénéficiaire de la dissymétrie dans une interaction » (Passeron, 2003 : 378). Prolongeant cette définition de la démocratisation comme « institution de régimes de familiarité », L. Fleury énonce ce que serait la médiation : « non pas nécessairement la réduction de la distance [entre des œuvres et des publics], mais bien plutôt l'apprentissage de celle-ci, débutant par sa reconnaissance par les institutions et les publics auxquels elles donnent naissance » (Fleury, 2015 : 78). En procédant d'une reconnaissance de la distance, l'action culturelle viserait d'une part le développement de la capacité à identifier, discuter et élaborer collectivement les formes et valeurs culturelles et d'autre part le soutien à la construction de l'autonomie culturelle des individus et des groupes sociaux. De ce point de vue, l'action culturelle aurait pour enjeu la mise en œuvre d'une démocratie ou citoyenneté culturelle au sens où C. Poirier définit cette notion : « en tant que citoyenneté active [...] associée à la capacité de comprendre ce qu'est la culture et ce qui est donné à voir comme culture, ainsi qu'à la possibilité d'interpréter une variété de contenus culturels » (Poirier, 2017 : 161). Comme le souligne cet auteur, l'enjeu peut se conjuguer à celui de

---

<sup>22</sup> Suivant cette stratégie, la production muséale s'orienterait alors plus avant vers les logiques de la spectacularisation : en étalonnant l'action muséale et son efficacité sur les critères d'une légitimité médiatique, la production muséale favoriserait « la montée rapide des succès » au détriment « des produits non immédiatement performants » (Ménard, 2004 : 72). Cette logique sans aucun doute encourt le risque de voir s'imposer les plus médiatiques de ces institutions – celles où s'alimentent mutuellement notoriété, fréquentation, ressources matérielles, financières et humaines – au détriment des autres, suivant la logique « des situations de marché où “le gagnant rafle tout” » (*ibid.*).

démocratisation culturelle (entendue comme diffusion au plus grand nombre d'une culture historiquement légitime), celle-ci devenant l'un des moyens de mise en œuvre d'une démocratie culturelle (*id* : 163).

L'infléchissement actuel de la médiation culturelle dans le sens d'une « *médiaculture* » (Lafortune, 2008 ; 2012) traduit cette orientation progressive vers une acception qualitative de la démocratisation culturelle. Définie comme « enculturation », la *médiaculture* « insist[e] [...] sur les processus d'appropriation de la culture menant à l'exercice d'une citoyenneté culturelle » par opposition à une médiation institutionnelle entendue comme « acculturation » attachée à la transmission d'une culture valorisée par l'offre. En effet, suivant le principe de la *médiaculture*,

*les médiateurs culturels [...] participent à la diffusion d'une culture pour et par le plus grand nombre. Alliant démocratisation et démocratie culturelles, leurs interventions s'ancrent dans une promotion des œuvres et des goûts à la fois reconnus et à reconnaître. Ce travail doit intégrer non seulement les commentaires des spécialistes et des publics, mais aussi les formes d'expression créatrice issues des groupes sociaux concernés, en lien étroit avec les pratiques en amateur. [...] [Leurs interventions] se donnent pour but d'intégrer la parole des citoyens dans des démarches artistiques visant à en faire des acteurs du développement culturel, ou du moins de leur propre vie. (Lafortune, 2012 : 42-43).*

On perçoit ce que cette acception de la *médiaculture* doit aux procédés mis en œuvre dans les réseaux de l'éducation populaire que nous présentons plus haut. De la même manière, la *médiaculture* participe d'une « mise en contiguïté » d'une diversité de formes culturelles. Néanmoins, celle-ci ne vise pas la « contamination » à la haute culture, objectif dont était également partie prenante l'éducation populaire, mais l'exercice d'une citoyenneté culturelle soutenant la capacité critique des individus et la construction de leur autonomie culturelle. Nous verrons au chapitre suivant que les actions muséales d'incitation à la visite menées en direction des jeunes adultes s'apparentent à cette acception qualitative de la démocratisation culturelle comme institution de régimes de familiarité avec ces lieux. La question étant : en quoi ces actions culturelles visant à instaurer des régimes de familiarité avec ces lieux peuvent-elles participer d'une démocratisation des publics (entendue comme élargissement, diversification et fidélisation des publics) des institutions culturelles ? Pour tenter d'apporter des éléments de réponses à cette question, revenons à présent sur les instruments de mesure (et leurs évolutions) des effets des politiques de démocratisation culturelle.

## 1.2. Mesures des effets des politiques des publics

La structuration d'un champ de recherche statistique sur les pratiques culturelles est étroitement liée à l'institutionnalisation de la culture comme catégorie d'intervention publique (Dubois, 2012). À partir de 1961, un Service des études et recherches<sup>23</sup> parvient à s'implanter sous l'égide d'A. Girard comme outil du ministère de la culture : les recherches qui y seront menées serviront dans un premier temps à mettre au jour et à légitimer la nécessité des politiques de démocratisation culturelle lancées par le jeune ministère. À mesure que les résultats des enquêtes sur les pratiques culturelles des publics réitérent l'impression du « toujours pareil », ces enquêtes vont progressivement se retourner contre ces politiques culturelles ministérielles. Comme le montre V. Dubois au travers de la réception de ces enquêtes véhiculée dans les médias, la statistique culturelle menée au ministère ne servirait plus aujourd'hui qu'à alimenter « la mauvaise conscience de ceux qui, au sein du ministère et dans les institutions culturelles publiques, auraient failli dans la mission prosélyte à laquelle ils étaient supposés se consacrer » (Dubois, 2003 : 32).

En dépit de ce discours médiatique, ces enquêtes témoignent au contraire de dynamiques d'évolution des publics qui se font jour et nuancent l'implacabilité du constat d'échec de la démocratisation culturelle. Par suite, les recherches menées sur les mécanismes de transmission culturelle conduisent à se situer au plus près de la culture vécue des individus pour analyser la manière dont des politiques culturelles peuvent conforter ou contrarier les dynamiques sociales qui façonnent les pratiques culturelles et le rapport des publics à celles-ci. Aussi, après avoir rendu compte de ce constat d'échec relatif de la démocratisation culturelle, nous présenterons les recherches récentes menées sur les publics qui peuvent constituer le socle d'un cadre interprétatif élargi pour mesurer les effets des politiques culturelles de démocratisation.

### 1.2.1. Démocratisation culturelle : un cadre interprétatif des effets des politiques des publics

- **Les schémas d'évolution de la structuration sociale des publics**

La mesure des effets d'une politique de démocratisation culturelle sur les publics des institutions culturelles suppose que soient comparés deux états séparés dans le temps. Par suite, Sylvie Octobre (2001) formule un cadre interprétatif des évolutions possibles de la structure sociale des publics en identifiant cinq schémas :

- le renouvellement des publics : dans ce cas, la part des publics des classes sociales les plus et les moins favorisées restent inchangées sur la période. Ce schéma correspond au processus générationnel par lequel les nouveaux arrivants de chaque groupe social viennent remplacer leurs aînés ;

---

<sup>23</sup> Qui deviendra ultérieurement le Département des Études et de la Prospective (DEP) puis le Département des Études, de la Prospective et des Statistiques (DEPS).

- l'élitisation : ce schéma correspond au cas où la part des publics des classes les plus favorisées augmente en même temps que diminue celle des publics les moins favorisés (l'élitisation sera alors dite absolue) ou qu'elle se maintient au même niveau sur la période (auquel cas, l'effet sera dit relatif)
- la popularisation, soit le schéma inverse : la part des publics populaires augmente tandis que se maintient ou que diminue celle des publics des classes supérieures. Là encore, on parlera respectivement de popularisation relative ou absolue ;
- la banalisation : dans ce cas, la part respective des publics des classes supérieures et populaires augmentent dans les mêmes proportions sur la période ;
- la désaffection : symétriquement opposé au précédent, ce cas est celui où la part des publics des classes supérieures et populaires diminuent dans les mêmes proportions.

Seuls les schémas de la banalisation et de la popularisation relative peuvent être considérés comme une forme de démocratisation : ces deux cas sont les seuls où l'augmentation de la part des publics les moins favorisés ne s'accompagne pas d'un repli des publics les plus favorisés. Cette évolution de la structure des publics ne suffit pas toutefois à décrire un effet de démocratisation : il est nécessaire pour cela que le volume de fréquentation des publics augmente en même temps. Aussi, lorsque ces deux conditions sont réunies, S. Octobre propose de distinguer la démocratisation absolue soit une augmentation du volume qui s'opère par réduction des écarts et la démocratisation relative lorsque l'augmentation du volume de fréquentation s'accompagne du maintien des écarts ou de leur creusement dans le cas où la fréquentation des plus favorisés augmenterait plus vite que celle des moins favorisés.

Les schémas proposés par S. Octobre pour l'analyse de la démocratisation des publics des institutions culturelles restent théoriques dans la mesure où ils ne tiennent pas compte des évolutions en volume et en structure de la population de référence. De ce point de vue, comme le rappelle J-C. Passeron (2003), il est préférable de raisonner non pas seulement à partir des évolutions de la composition sociale des publics d'un équipement culturel mais sur celle des taux de pratique au sein de chaque catégorie sociale. De la sorte, il est possible d'établir les chances de chacune des catégories sociales d'avoir ou non effectué une pratique et, de là, le rapport de chances entre les différentes catégories de la population<sup>24</sup>. Une démocratisation des publics de la culture se déduira alors d'une réduction des écarts de chances de faire partie des publics d'un équipement culturel. Cette mesure des chances et des rapports de chances, lorsqu'on les compare sur une longue période, permet ainsi de tenir compte des évolutions démographiques et structurelles de la population de référence. Car, comme le rappelle O. Donnat, la stabilité sur une longue période d'un taux de pratique peut en réalité masquer des évolutions structurelles de la population nationale ou d'une fraction de celle-ci, de même qu'elle peut recouvrir en réalité

---

<sup>24</sup> Le taux de pratique (ou taux d'incidence, de fréquentation, de pénétration) au sein d'une catégorie de population correspond à la proportion d'individus de cette catégorie ayant effectué une pratique donnée. La mesure des chances relatives est obtenue en divisant la probabilité d'avoir effectué une pratique par la probabilité contraire au sein de chacune des catégories de population. Par suite, le rapport de chances relatives (ou *odds ratio*) est établi en divisant les chances relatives d'une catégorie de population par les chances relatives d'une autre catégorie de population. Voir la note méthodologique d'A. Darbel dans (Bourdieu et Passeron, 1964 : 139-142) et (Mercklé, 2016)

un nombre plus grand d'individus, en vertu de la seule croissance démographique de la population, sans que les comportements culturels des catégories de population observées n'aient nullement changé<sup>25</sup> (Donnat, 2011 : 3).

- **La visite comme « pratique intemporelle »**

Compte tenu de ce cadre interprétatif, O. Donnat et F. Lévy livrent en 2011 une analyse longitudinale des cinq éditions d'enquêtes *Pratiques culturelles des Français* menées sur 35 années et proposent ainsi de suivre les comportements culturels de chaque génération au cours du temps. Cette approche permet ainsi de différencier les effets d'âge, entendus comme l'évolution d'un comportement culturel au cours du cycle de vie, et les effets de génération lorsqu'un comportement culturel caractéristique d'une génération se maintient dans le temps à mesure que les membres de cette génération avancent en âge.

De ce point de vue, plusieurs schémas d'évolution des pratiques émergent selon que les effets générationnel et d'âge convergent (en faveur<sup>26</sup> ou en défaveur<sup>27</sup> d'une pratique culturelle) ou qu'ils divergent entraînant alors le déclin de la pratique en l'absence de renouvellement générationnel de ses pratiquants<sup>28</sup> ou bien son expansion lorsque les jeunes générations s'en emparent davantage que leurs aînés et conservent ce taux de pratique en avançant en âge<sup>29</sup> (Donnat et Lévy, 2007 : 5-6). Enfin, un dernier schéma apparaît : celui de la visite de musée et globalement de la fréquentation des équipements culturels pour lesquels les effets générationnels et d'âge fonctionnent comme un jeu à somme nulle donnant de la visite muséale l'image d'une « pratique intemporelle » (*id.* : 6). En effet, chaque génération affiche un taux de visite annuelle semblable à celui de la génération qui la précède et, une fois passés les premiers temps de la jeunesse, ce taux de visites annuelles reste relativement stable tout au long de la vie. Seule exception, perceptible depuis l'édition 1997 de l'enquête, la pratique de visite connaît une progression dans la seconde partie de la vie chez des seniors dont les loisirs sont aujourd'hui plus tournés vers l'extérieur : le vieillissement des publics des musées qu'elle induit est en partie accusé par le recul récent de cette pratique chez les plus jeunes (-5 points en 2008).

---

<sup>25</sup> Il rappelle à ce titre que « le nombre de Français âgés de 15 ans et plus est passé de 40 millions à plus de 50 millions en 2008, ce qui signifie que 1% de la population enquêtée lors de l'édition *Pratiques culturelles* de 1973 représentait 400 000 personnes contre 500 000 trente-cinq ans plus tard. Aussi [...] une activité dont le taux de pénétration serait resté stable autour de 10% tout au long de la période aurait en réalité "gagné" un million de personnes » (Donnat, 2011 : 3). Ce point est l'une des raisons pour lesquelles l'augmentation de la fréquentation des musées ne peut être tenue comme un indicateur à elle seule de la démocratisation de leurs publics (Donnat, 1994).

<sup>26</sup> C'est le cas de la télévision que chaque génération consomme plus fortement que la précédente aux mêmes âges (même si cette tendance semble aujourd'hui céder le pas) et dont la consommation augmente également avec l'avancée en âge (Donnat et Lévy, 2007 : 20-21).

<sup>27</sup> C'est le cas du livre et plus précisément de la forte pratique de la lecture dont le taux décroît à chaque nouvelle génération et diminue également avec l'avancée en âge (op. cit. : 11-12)

<sup>28</sup> C'est le cas de la lecture de la presse quotidienne qui apparaît aujourd'hui comme une pratique senior du fait de la désaffection des jeunes générations (op. cit. : 10-11).

<sup>29</sup> C'est le cas de la musique enregistrée dont le taux de pratique s'établit à chaque génération plus haut qu'à la génération précédente aux mêmes âges et ne décroît pas avec l'avancée en âge (op. cit. : 19-20).

Rétrospectivement, cette analyse montre que les pesanteurs sociales l'emportent sur les dynamiques générationnelles du changement. En 35 années d'enquêtes sur les *Pratiques culturelles des Français*, les taux de fréquentation annuelle des musées et des expositions ont peu évolué, concernant environ un tiers des Français de 1973 à 2008. De même, l'analyse de la composition des publics des équipements culturels en 2008 réactualise la typologie des rapports à ces lieux<sup>30</sup> établie en 1997. Celle-ci découpe la population en quatre groupes définis par le taux de pratique dans l'année écoulée. Le premier rassemble la population n'ayant fréquenté aucun équipement culturel (24% en 1997, 23% en 2008), le deuxième correspond aux pratiquants exceptionnels qui se sont rendus ponctuellement au cinéma ou dans un lieu patrimonial, souvent à l'occasion d'un déplacement (27% en 1997, 29% en 2008), le troisième est formé par les pratiquants occasionnels des équipements culturels (28% en 1997 et 27% en 2008) et un dernier groupe est constitué des pratiquants habituels qui fréquentent régulièrement les équipements culturels (12% en 1997 et 13% en 2008) voire de façon très assidue (10% en 1997 et 9% en 2008). Chez ces derniers, la logique de cumul s'exprime à plein amenant O. Donnat à affirmer que ces 10% de la population sont le véritable socle de la vie culturelle en France : « la diversité de leurs centres d'intérêt et leur rythme souvent élevé de fréquentation font qu'ils représentent plus de la moitié des entrées des salles de concert et des musées et environ 60 % de celles des théâtres et des concerts classiques » (Donnat, 1998 : 221).

Ce dernier groupe peut être qualifié d'habituel à double titre : par le rythme et la diversité de sa fréquentation des établissements culturels nous l'avons vu mais aussi par son profil socio-démographique. Car faire partie de ces quelques 10% de la population dont la fréquentation des équipements culturels est à la fois régulière et variée suppose de cumuler la plupart des atouts en matière culturelle : ressources économiques et culturelles, proximité de l'offre, et dans une moindre mesure faibles contraintes familiales et de temps (qui peuvent être tour à tour liées à la jeunesse, au célibat ou au temps de la retraite). Les corrélations de la participation culturelle avec les niveaux de diplôme, de revenus et le lieu de résidence ne perdent ici rien de leur force. Ainsi, la probabilité d'appartenir à cette frange de la population augmente considérablement :

- parmi les détenteurs d'un diplôme de l'enseignement supérieur par rapport à ceux titulaires du baccalauréat (deux fois moins de chance) ou sortis du système scolaire sans diplôme (six fois moins de chance) ;
- selon l'importance du capital culturel transmis dans le milieu social d'origine ;
- parmi les populations à forts revenus, même si cette corrélation est plus relative que celle établie avec le niveau de diplôme puisque, d'une part, une minorité de faibles revenus a un fort investissement dans la fréquentation des établissements culturels (étudiants ou personnes en recherche d'emploi) et que, d'autre part, la population à forts revenus a des comportements moins homogènes qu'au sein de la population diplômée. Ils partagent avec ces derniers une fréquentation régulière du cinéma mais leur

---

<sup>30</sup> Cette typologie est construite sur la base d'un indicateur synthétique de la fréquentation au cours des 12 mois précédant l'enquête des institutions suivantes : cinémas, bibliothèques, lieux de spectacle, lieux d'exposition et lieux de patrimoine. Voir Donnat, 1998 : 220-227 et 2009 : 163-175

taux de fréquentation des bibliothèques, lieux de spectacle et de patrimoine sont inférieurs à ceux observés chez les populations les plus diplômées<sup>31</sup> ;

- à mesure que la taille de la commune de résidence croît : le rattrapage des ruraux dans les années 1970-1980 n'a pas suffi à compenser la distance prise par les Parisiens. Cette exception parisienne ne s'explique pas seulement par la profusion de l'offre dans la capitale car le lieu de résidence a tendance à redoubler la position dans l'espace social de sorte qu'habiter Paris *intra-muros* va souvent de pair avec la détention d'un fort capital économique et culturel (Donnat, 2009 : 170-172).

Ces mêmes mécanismes s'appliquent à la fréquentation des musées comme en témoigne la hiérarchie des catégories sociales demeurée inchangée à chaque édition d'enquête. L'analyse rétrospective des taux de fréquentation annuelle des musées (Donnat et Lévy, 2011 : 26-27) montre qu'en 2008 comme en 1973, les publics des musées se recrutent avant tout : chez les cadres supérieurs et les fractions dominantes des professions intermédiaires plutôt que chez les employés et les ouvriers ; chez les parisiens *intra-muros* plutôt que chez les ruraux même si cette tendance est moins franche que dans d'autres équipements culturels, les visites muséales s'effectuant souvent à l'occasion de déplacements et étant par conséquent relativement moins dépendantes de l'offre de proximité ; chez les étudiants plutôt que chez les 60 ans et plus, même si, comme nous l'avons vu plus haut, une augmentation de la pratique de visite dans la seconde partie de la vie tend aujourd'hui à confronter les musées au vieillissement de leurs publics. Outre que les effets d'âge sont relativement faibles pour cette pratique culturelle, cette absence d'évolution du taux d'incidence de cette pratique au sein de chaque groupe social s'apparenterait au premier des schémas énoncés par S. Octobre : celui du renouvellement des publics par lequel les jeunes générations de chaque groupe social viennent remplacer les générations plus âgées de même groupe sans que se résorbent les écarts sociaux d'accès à cette pratique.

- **Un effet propre du diplôme : « culturalisation » des classes moyennes et féminisation des publics**

Ce constat se nuance néanmoins en rapportant ce schéma aux évolutions qu'a connu la société française sur la période. En effet, le niveau moyen de formation a augmenté d'une génération à l'autre en particulier à la suite de la seconde massification scolaire des années 1985-1995 : alors que le quart d'une génération atteignait le niveau du baccalauréat en 1980, 60% y accède après cette décennie (Chauvel, 1998 ; Coulangeon, 2007). Aujourd'hui, 70% d'une génération accède au niveau du bac et 64% l'obtiennent (Afsa, 2009 : 34). Un jeune sur deux accède à l'enseignement supérieur – avec des taux variant de 80% pour les enfants d'enseignants et de cadres supérieurs à 40% pour les enfants d'ouvriers – et 42% de ces jeunes en sortent avec un diplôme (*ibid.* : 36-37). Or, cette évolution aurait dû induire une augmentation conséquente

---

<sup>31</sup> Coulangeon le montre : une dissociation entre élite intellectuelle qui a perdu de son capital économique et nouvelle élite économique : l'une plus portée à des appropriations symboliques, l'autre à l'appropriation matérielle actualisant le principe de consommation ostentatoire mise en avant par T. Veblen au siècle dernier.

du taux de fréquentation des équipements culturels ainsi que l'envisageaient P. Bourdieu et A. Darbel au moment de conclure *L'amour de l'art* :

*Si l'on imagine que l'on élève de trois années (soit d'un niveau) le niveau culturel des Français qui sont à l'heure actuelle au niveau du C.E.P. et qu'on les hausse ainsi au niveau du B.E.P.C., tandis que l'on porterait les détenteurs du B.E.P.C. au niveau du baccalauréat, on voit par un calcul élémentaire que, à très long terme, c'est-à-dire, en l'espace de trois générations, le taux de fréquentation global des Français s'accroîtrait de 150%. (Bourdieu, Darbel, et Schnapper, 1969 : 155)*

Cette projection postule un effet propre du diplôme que l'on peine à percevoir dans la stabilité de la structuration sociale des publics sur 35 années. Pourtant, dans l'hypothèse où le niveau de diplôme obtenu n'aurait pas d'effet propre sur la propension à fréquenter les lieux culturels, c'est-à-dire dans l'optique où le diplôme ne serait que la sanction institutionnelle de l'origine sociale des individus, le doublement de la population des bacheliers et diplômés du supérieur sur la période aurait induit une baisse du taux de fréquentation des équipements culturels : les nouveaux entrants d'un enseignement secondaire et supérieur moins sélectif ne recevant pas de leur milieu social d'origine le capital culturel nécessaire à l'appropriation de ces lieux. Or, comme le montre P. Coulangeon la stabilité observée de ce taux de fréquentation est principalement due à l'effet structurel produit par l'augmentation des effectifs de diplômés sur la période (Coulangeon, 2003 : 257). En d'autres termes, si au sein des populations diplômées actuelles,

*[le] taux de fréquentation est demeuré égal ou supérieur à ce qu'il était trente-cinq ans auparavant, et cela en dépit de la forte croissance de leurs effectifs, [c'est] que celles et ceux qui ont accédé au statut de cadre moyen ou supérieur en bénéficiant de l'abaissement des conditions d'accès à l'enseignement supérieur ont eu tendance à adopter les comportements de leur niveau de diplôme. (Donnat et Lévy, 2011 : 31)*

Par suite, en contrôlant les effets du niveau de diplôme et de l'origine sociale, P. Coulangeon montre qu'« à l'intérieur de sous-populations homogènes sous le rapport de l'origine sociale, le diplôme introduit plus de disparité dans les comportements [culturels] que l'introduction de la variable de l'origine sociale dans des sous-populations de même niveau de diplôme. » (Coulangeon, 2003 : 252). Il est ainsi possible d'isoler un effet propre du diplôme c'est-à-dire de le dissocier de l'effet produit par le milieu social d'origine et du capital culturel transmis que l'école ne ferait que sanctionner.

En ce sens, J-C. Passeron souligne qu'une démocratisation des publics de la culture s'est opérée à la faveur notamment de l'expansion scolaire : elle a avant tout procédé d'une « "culturalisation" accrue des classes moyennes » (Passeron, 2006 : 461-462). Face à l'allongement de la scolarité obligatoire et l'homogénéisation de l'enseignement secondaire, celles-ci ont en effet surinvesti les filières les plus sélectives (filiale générale du secondaire, diplôme du supérieur) et maintenu ainsi leur avance sur les catégories plus modestes (Goux et Maurin, 2012 : 60-62, 78-



80). Le phénomène induit de « translation vers le haut » des inégalités sociales que décrivaient P. Bourdieu et J.-C. Passeron (1970 : 259-267) dans les années soixante se poursuit ainsi lors de la seconde expansion scolaire (Duru-Bellat et Kieffer, 2008). Au sein des équipements culturels, il se traduit dans le fait que le baccalauréat est aujourd'hui moins discriminant que la détention d'un diplôme de deuxième ou troisième cycle à l'entrée des équipements culturels et que, par ailleurs, l'écart se soit creusé entre diplômés du supérieur et non-diplômés : les diplômés de l'enseignement supérieur ont deux fois plus de chances de fréquenter les équipements culturels que les bacheliers et cinq à six fois plus de chances que les non-diplômés (Donnat, 2009 : 170). De même, la féminisation des publics observée depuis plusieurs décennies est, en partie, l'un des effets de cette expansion scolaire dont elles ont été les principales bénéficiaires (Donnat, 2005).

Si la démocratisation scolaire a surtout participé d'une translation et d'une reconfiguration des clivages, le maintien du taux de pratique au sein de la population n'en nuance pas moins les lectures pessimistes d'une inflation scolaire comme dévaluation du niveau scolaire et culturel des nouvelles générations de diplômés. Le diplôme, par l'acquisition de savoirs et l'acculturation à la culture scolaire, augmente la probabilité de fréquentation des équipements culturels et compense en partie les handicaps liés à l'origine sociale. En partie seulement, car cet effet propre du diplôme ne s'est pas traduit dans une augmentation spectaculaire des entrées dans les musées, telle que calculée par P. Bourdieu et A. Darbel, mais a offert l'image de jeunes diplômés plus éloignés de la culture cultivée d'hier, « moins friands de culture "classique", ancrés dans un rapport moins ascétique à la culture » (Coulangeon, 2011 : 77). En abaissant le degré de sélection scolaire, en décorrélant l'accession aux études supérieures de la maîtrise de cette culture classique, l'expansion scolaire a aussi introduit plus d'hétérogénéité sociale et culturelle au sein des jeunes générations de diplômés. En d'autres termes, il faut tenir ensemble deux constats ambivalents : l'effet propre de l'élévation du niveau de diplôme sur la propension à fréquenter les équipements culturels *et* l'effet induit par l'abaissement du niveau de sélection scolaire. Aussi, P. Coulangeon montre que le constat d'échec de la démocratisation scolaire argumenté par la baisse du niveau des nouvelles générations de diplômés procède essentiellement d'une « illusion d'optique statistique » (*id.* : 76) qui consiste à comparer dans le temps des cohortes de diplômés ayant eu accès au baccalauréat et aux études supérieures dans des contextes où la sélection scolaire s'exprimait de façon différenciée. Plus justement, il conviendrait de comparer les comportements des diplômés actuels, non à ceux des diplômés de même niveau hier, mais à ceux qui, à caractéristiques sociales données et, en particulier, à origine sociale donnée, n'ont pas eu les mêmes chances objectives d'accéder aux niveaux d'études supérieures auxquels l'abaissement de la sélection scolaire leur donne aujourd'hui accès (*id.* : 78-79). Cette comparaison donnerait la mesure des bénéfices culturels de l'expansion scolaire et traduirait l'effet de l'élévation du diplôme en dépit d'une part des dissemblances culturelles d'une génération de diplômés à l'autre et d'autre part de la stabilité des comportements culturels de chaque groupe social.

### 1.2.2. Démocratie culturelle : un cadre interprétatif révisé à l'aune de la « culture vécue »

Plusieurs recherches en sociologie de la culture ont contribué à nuancer le constat du toujours pareil. Nous en examinons les principaux apports ici de façon à construire le cadre élargi de l'interprétation d'effets de ces politiques culturelles.

- **Expansion patrimoniale et poids des pratiques déclarées par les visiteurs occasionnels**

Remplissant la première condition d'observation d'un effet de démocratisation des publics, la fréquentation des musées a considérablement augmenté à partir des années quatre-vingt. J. Eidelman distingue ainsi deux phases d'évolution de la fréquentation : celle de son envolée au cours des années quatre-vingt et de sa consolidation à la décennie suivante. Ainsi, dans les seuls musées nationaux, la fréquentation globale (gratuite et payante) passe de 11 millions en 1985 à 15 millions en 1990 quand elle s'établissait à 7 millions d'entrées en 1970. Au terme des années quatre-vingt, le ministère de la culture estime que la fréquentation des musées sur l'ensemble du territoire aurait dépassé le seuil des 50 millions d'entrées. Ce niveau de fréquentation se consolide à la décennie suivante : la fréquentation de 1266 musées publics est estimée à 52 millions d'entrées à la fin des années quatre-vingt-dix (Eidelman, 2005 : 43-59). Cette augmentation de la fréquentation constituerait en cela une démocratisation relative compte tenu du maintien des écarts sociaux d'accès à cette pratique. Néanmoins, comme le signale J. Eidelman, ces données de fréquentation semblent paradoxales vis-à-vis d'une pratique dont le taux de pénétration au sein de la population stagnerait depuis les années 1970. Pour la période 1973-1997 au cours de laquelle les enquêtes PCF signalent une augmentation du taux de fréquentation des musées et des expositions d'art (3 points chacune), l'auteure remarque en effet que

*ces taux de pratiques de visite, qui, en tendance, suivent les évolutions apparues avec le relevé des chiffres d'entrées dans les différents équipements, en atténuent néanmoins singulièrement l'ampleur : les augmentations de 6 points pour la déclaration d'une sortie au musée ou dans une exposition ne correspondent qu'à un accroissement de 3 millions des pratiquants sur quelques vingt ans. (Eidelman, 2005 : 62)*

Dès la troisième enquête PCF en 1989, Olivier Donnat apporte plusieurs éléments d'explication sur cette incompatibilité apparente entre données de fréquentation et mesure du taux d'incidence de la pratique au sein de la population nationale (Donnat, 1994 : 169-175). Tout d'abord, ce décalage tient au fait que ces deux séries de données ne sont pas établies sur un même périmètre : d'un côté, la population française âgée de 15 ans ou plus et de l'autre les publics des musées comptabilisant non seulement la fréquentation des moins de 15 ans mais également celle du tourisme international. Ensuite, l'auteur rappelle que les données de fréquentation concernent le nombre d'entrées et non le nombre de visiteurs uniques tandis que les enquêtes PCF prennent l'individu pour unité statistique : l'augmentation du nombre moyen de visites par visiteurs au cours des années 1980 (de 3 à 4 visites annuelles entre PCF-1981 et PCF-1989) serait à elle seule responsable d'une augmentation de plus de 30% du nombre d'entrées

dans les musées. Enfin, ces deux séries de données ne procèdent pas d'un même type d'analyse sur les publics : l'une porte sur le taux d'incidence d'une pratique au sein de la population française et au sein de différentes catégories de population, l'autre observe les évolutions du volume et de la structuration des publics. Ainsi, si les données de fréquentation enregistrent de fait les évolutions structurelles et démographiques de la population, l'enquête PCF les occulte partiellement en mesurant le taux d'incidence au sein de la population quelle qu'en soit l'évolution d'une édition à l'autre.

Un dernier argument interroge la possibilité de mesurer des effets de démocratisation des publics sur de longues périodes lors même qu'évolue la définition du champ de la culture et des représentations de ce champ, tant du point de vue des politiques institutionnelles que de celui des individus. En effet, les pratiques déclarées dans la réponse à ces enquêtes

*relèvent d'un registre hybride, situé entre les pratiques réelles et les représentations, car elles dépendent pour une part du sens accordé aux termes du questionnement et de l'image que les intéressé(e)s souhaitent donner d'eux-mêmes. [...] [L]a réalité qu'elles sont censées désigner peut très bien changer d'une édition à l'autre, si bien qu'il est toujours difficile de savoir avec certitude dans quelle mesure les évolutions constatées traduisent une modification des comportements ou une transformation dans la façon d'en rendre compte. (Donnat, 2011 : 2-3)*

Aussi, d'une part, l'écart entre données de fréquentation et d'enquêtes pourrait tenir de la diversification du champ patrimonial enregistrée de fait par les premières et en partie ignorée par les secondes. Dès l'enquête de 1997, O. Donnat signale que, si l'on tenait compte des élargissements qu'a connus la notion de patrimoine et de la diversification des modes de visite patrimoniale qui a en découlé, le taux de fréquentation annuelle tendrait à doubler et concernerait six Français sur dix (Donnat, 1998 : 222). La sous-estimation de la pratique de visite dans les dispositifs d'enquête statistique apparaît avec d'autant plus d'acuité au regard des recherches de C. Ghebaur. L'observation ethnographique qu'elle réalise au sein d'expositions de plein air montre en effet la difficulté à circonscrire les publics du patrimoine. On a d'ailleurs peine à les qualifier comme tels tant il est commun chez eux de rétorquer un « “mais... je ne visite pas !” » aux questions de l'ethnographe sur leur visite. Comme le souligne l'auteure, « cette phrase [...] ne nie pas les regards qu'ils portent sur les œuvres ou la réalité de la réception artistique. Elle affirme simplement que cette activité n'est pas dominante dans la situation telle qu'ils la perçoivent », « la relation aux œuvres intervenant [...] à la marge, dans les interstices – les plis et replis – des situations et interactions du quotidien » (Ghebaur, 2013 : 10).

D'autre part, cet écart entre les données pourrait être lié aux évolutions des représentations des pratiques culturelles. O. Donnat explicite ce point en prenant l'exemple de la lecture : le questionnement sur le nombre de livres lus dans l'année « ne précise en aucune façon si les bandes dessinées, les mangas, les livres pratiques, etc., doivent ou non être intégrés dans le calcul » (Donnat, 2011 : 2). Apparaît ici les limites de cet indicateur quantitatif qui, en l'absence d'une élucidation (par entretiens), ne permet pas de savoir ce que recouvre cette catégorie des

livres au moment où les personnes interrogées procèdent au calcul ni si le sens de cette catégorie a évolué au fil du temps. Une équipe du Centre d'Études et de Recherche sur les Liens Sociaux (CERLIS) de l'université Paris Descartes a ainsi mené pour le compte du DEPS une recherche qualitative sur les pratiques patrimoniales afin de confronter ces catégories statistiques à celles construites par les acteurs dans la diversité de leurs expériences. Procédant par entretiens de type biographique, cette recherche montre, « chez toutes les personnes interrogées, un fort décalage entre les représentations spontanées de ce qu'elles ont visité et ce qu'elles redécouvrent au fil de l'entretien » (Eidelman, Cordier, et Letrait, 2003 : 195). Ce résultat met en évidence l'importance de la durée de l'entretien dont la longueur est nécessaire pour que se recompose par associations d'idées le souvenir de visites au-delà de celles qui parviennent immédiatement à la mémoire (souvent les plus récentes). Bien plus, ces « chaînes associatives » conduisent les répondants à élargir au cours de l'entretien ce qu'ils intègrent dans la catégorie des visites patrimoniales. Ces deux « phénomènes de réinterprétation et de réestimation des catégories de classements » font apparaître d'un côté l'instabilité « des notions et des cadres de référence utilisés pour définir les différentes pratiques de visites [...] d'une personne à l'autre [voire] chez un même individu » et, de l'autre que « de manière quasi systématique, il y a une forte sous-estimation tant du nombre que de la variété des visites pratiquées » (*ibidem*). Comme le montre cette recherche, la sous-estimation des pratiques est d'autant plus forte que les enquêtés réalisent peu de visites. Cette sous-estimation illustrerait alors

*le fait que la manière de la pratiquer (en vacances, en dilettante, pour se distraire, mais également avec un sentiment d'échec, de ne pas être à sa place ou à la hauteur), le genre de plaisir qu'on y prend (on a passé un bon moment avec les enfants, les copains, la petite amie...) ne sont pas, eux, considérés comme légitimes et ne méritent peut-être pas d'être mentionnés.* (Eidelman, 2005 : 101)

Ce résultat donne sur la déclaration de pratiques de visite une perspective inversée par rapport à celle livrée dans *L'amour de l'art* : là, P. Bourdieu et A. Darbel signalaient que les visiteurs avaient tendance à « surévalu[er] d'autant plus le rythme de leur pratique que leur fréquentation est plus faible et que leur niveau d'instruction est plus bas » (Bourdieu, Darbel, et Schnapper, 1969 : 70) par conformité à ce qu'il serait légitime de déclarer dans une situation d'enquête assimilée à « une situation d'examen culturel » (Mauger, Poliak, et Pudal, 1999 : 15). En d'autres termes, d'un côté le « bluff culturel », de l'autre « l'autocensure » (Eidelman, 2005 : 101) mais de l'un à l'autre c'est le poids des pratiques déclarées par les plus faibles pratiquants qui varie et, de là, l'interprétation des données d'enquête dans le sens ou non d'une démocratisation des publics des institutions culturelles.

Aussi, cette recherche souligne qu'en matière de visites muséales, l'enquête *Pratiques culturelles des Français*, bien que le questionnaire en a été revu à partir de l'édition de 1997, repose sur un « biais heuristique. D'abord, parce qu'elle prend pour acquis une coïncidence parfaite entre représentations et désignations des pratiques, c'est-à-dire procède de l'hypothèse d'une congruence entre catégories administratives et catégories forgées par les acteurs à partir de la réalité

des usages » (Eidelman, 2005 : 62). Ensuite parce qu'elle n'interroge la diversité des pratiques de visites muséales (détaillée en différents genres : musées d'art, d'histoire, de sciences et techniques, etc.) que pour les seuls pratiquants, soit, selon la définition du DEPS, ceux qui ont déclaré avoir visité un musée au cours des douze derniers mois dans une question préliminaire où ce que recouvre la catégorie « musée » n'est pas explicité (*id.* : 63).

L'hypothèse d'un sens large du terme « patrimoine » a d'abord été éprouvée dans l'analyse secondaire des données de l'enquête PCF-1997 menée par J. Eidelman. Dans son analyse, le calcul du taux d'incidence de la pratique patrimoniale ne porte plus exclusivement, comme c'est le cas au DEPS, sur les seuls musées et monuments, mais s'ouvre à la fréquentation d'autres lieux listés dans l'enquête PCF mais qui ne sont pas interprétés comme pratique de visite patrimoniale<sup>32</sup>. La pratique patrimoniale dans son sens élargi aurait ainsi concerné 42% de la population dans l'année précédant l'enquête, taux qui s'élève à 64% de la population si l'on ouvre cette pratique à la fréquentation du patrimoine vivant (parcs et jardins historiques, zoos et parcs animaliers) (Eidelman, 2005 : 64). Le département de la Politique des Publics (DPP) au ministère de la Culture a ensuite intégré ces résultats dans son dispositif d'enquête nationale auprès des publics des patrimoines, intitulé *À l'écoute des visiteurs* (AEV). Une série de questions (figure ci-dessous) permet d'y mesurer la familiarité muséale : elles explicitent pour l'ensemble des visiteurs interrogés ce que les catégories « musée » et « monument » peut recouvrir en listant différents genres muséaux et patrimoniaux.

Figure 1. La familiarité muséale et patrimoniale dans le questionnaire d'enquête *À l'écoute des visiteurs*, édition 2012

	Ces 12 derniers mois	Au moins 1 fois dans votre vie	Jamais
<b>37a. Avez-vous visité une exposition ou un musée de ...</b>			
beaux arts (peinture, sculpture)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
art moderne ou contemporain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sciences, techniques et industrie (muséums, Cité des Sciences, planétarium)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
histoire, mémoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
archéologie, préhistoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sociétés et civilisations (arts et traditions populaires, ethnologie, arts premiers)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
architecture, design, arts décoratifs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
photographie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>37b. Et avez-vous visité...</b>			
un monument religieux (cathédrale, abbaye, église, temple, mosquée, synagogue)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un château, des fortifications, un palais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un champ de bataille, un mémorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
une maison historique (d'écrivain, d'homme politique, d'artiste, de savant...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
une grotte préhistorique, un site archéologique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un jardin remarquable, un parc historique, des serres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un site industriel (ancienne usine, exploitation minière...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
une ville d'art et d'histoire, un quartier historique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cette série de questions, si elle ne rend pas raison des re-catégorisations des lieux de visite auxquelles procèdent les acteurs en entretien, facilite néanmoins la remémoration des visites dans le temps court de la réponse à un questionnaire et permet ainsi d'enregistrer des taux de

<sup>32</sup> La visite d'un lieu d'exposition intègre ainsi cinq types de sorties présentes dans le questionnaire PCF : « aller dans un parc comme le Futuroscope ou la Cité des Sciences de la Villette », « voir une exposition temporaire de peinture ou de sculpture », « voir une exposition de photographies », « aller dans une galerie d'art », « visiter un musée ». La visite d'un lieu patrimonial regroupe trois types de sorties proposées dans le questionnaire : « visiter un monument historique », « visiter un site archéologique ou un chantier de fouilles » et « assister à un son et lumière ».

pratiques plus conformes avec les observations faites lors des enquêtes qualitatives. En témoignent les résultats d'enquêtes nationales commandées au CREDOC par le département de la Politique des Publics en 2012 et en 2014 qui utilise ce questionnaire. Au total, six Français sur dix ont effectué une visite culturelle (musée ou monument) au moins une fois dans l'année : 57% de la population a visité au moins une fois un monument et 35% un musée (Bigot *et al.*, 2012). Dans la réitération de cette enquête en 2014, ce taux de visite culturelle (monument ou musée) gagne 3 points et plus encore parmi les ouvriers (+8 points), les employés (+4 points) et les personnes peu diplômées (Bigot, Hoibian, et Müller, 2016 : 23). Cette augmentation est d'autant plus significative que la population de référence des enquêtes du CREDOC est plus réduite que dans les enquêtes PCF : elle concerne les Français âgés de 18 ans et plus et ce, afin d'écartier les 15-17 ans, publics souvent captifs et dont la fréquentation dans le cadre scolaire pèse fortement sur la mesure du taux d'incidence de la pratique muséale au sein des enquêtes PCF (Donnat, 1998 : 257).

À cette première révision du cadre interprétatif des effets de démocratisation culturelle, portant sur les formes mêmes du questionnaire, s'ajoute une seconde tenant à l'analyse des déterminants sociaux de la pratique de visite et aux mécanismes de transmission de cette pratique culturelle.

- **La carrière de visiteur ou les dynamiques de la transmission culturelle**

Plusieurs recherches portant sur la transmission culturelle ont contribué à atténuer le caractère prédictif du milieu social d'origine et du niveau de diplôme sur les mécanismes de la transmission. S'ils restent des facteurs explicatifs majeurs, ils n'entrent pas moins en interaction avec un ensemble de variables, généralement tenues pour secondaires, qui fléchissent la manière dont ils s'expriment. Ces recherches ont mobilisé la notion de « carrières »<sup>33</sup> pour permettre de

---

<sup>33</sup> Les termes de « carrière », « trajectoires », « itinéraire » sont fréquemment employés comme synonymes dans ces recherches (Mauger, Poliak, et Pudal, 1999 ; Eidelman, 2005 ; Djakouane, 2006 ; 2011 ; Octobre *et al.*, 2010). Si, comme le rappelle J-C. Passeron ces termes ne sont pas neutres théoriquement (celui de « carrière » affiliant par exemple ces recherches à l'approche interactionniste), leurs auteurs adoptent une perspective semblable en analysant ce que les individuations doivent à la structuration sociale des biographies et réciproquement ce que les structurations sociales doivent à leur actualisation dans des biographies. En d'autres termes, ceux de J-C. Passeron, ces recherches conduisent la double analyse de « l'objectivation de la subjectivité et de la subjectivation de l'objectivité » (Passeron, 1990 : 20). En cela, cette perspective, rappelle G. Mauger, n'est guère éloignée (sinon par l'ambition d'atténuer le caractère prédictif des (pré)dispositions sociales) de celle que formulait P. Bourdieu au sujet des trajectoires sociales. En considérant une trajectoire biographique comme « comme un ensemble de parcours simultanés et/ou successifs dans divers cadres institutionnels, dans différents champs de l'espace social qui sont eux-mêmes en perpétuel changement » (Mauger, 1995 : 23-24), ces analyses en termes de « trajectoires », « itinéraires » ou « carrières » adoptent en effet la position de P. Bourdieu à l'encontre du récit de vie porteur de l'illusion de son autosuffisance explicative. La perspective en termes de « carrières » rejoint ainsi celle de P. Bourdieu quand il définit la trajectoire sociale « comme série des positions successivement occupées par un même agent (ou un même groupe) dans un espace lui-même en devenir et soumis à d'incessantes transformations. [...] Les événements biographiques se définissent comme autant de *placements* et de *déplacements* dans l'espace social, c'est-à-dire, plus précisément, dans les différents états successifs de la structure de la distribution des différentes espèces de capital qui sont en jeu dans le champ considéré. Le sens des mouvements conduisant d'une position à une autre [...] se définit, de toute évidence, dans la relation objective entre le sens et la valeur au moment considéré de ces positions au sein d'un espace orienté » (Bourdieu, 1986 : 71-72). Néanmoins, les analyses de « carrières » infléchissent cette définition en l'ouvrant à l'observation des interactions entre variables explicatives et à l'expression différenciée des

« saisir la structuration des biographies *à la fois* comme un effet des structurations longitudinales qui se résument en amont dans “l’institution biographique” *et* comme le produit agrégé que l’action sociale des individus inscrit, en aval, dans le maintien ou la transformation de ces structures longitudinales » (Passeron, 1990 : 20).

Comme le montre J. Eidelman, en matière de visites muséales et patrimoniales, « il ne paraît pas y avoir de relation directe, ayant une valeur de causalité, entre l’intervention d’un seul facteur de socialisation, qu’il soit simple ou complexe, et le déclenchement d’un processus qui lui serait cohérent » :

*qu’il s’agisse du milieu familial, du cadre scolaire ou encore de la conjugalité ou du milieu professionnel, chacune de ces instances est susceptible de générer aussi bien une relation positive que négative avec la culture dans son ensemble, qu’avec la pratique des espaces muséaux et patrimoniaux (les deux n’étant pas forcément liés). On le voit dès qu’on examine ce qui se passe plus en détail : ainsi dans une même famille, des frères et sœurs qui partagent le même type d’éducation, la même ambiance culturelle et les mêmes expériences de visites s’engagent précocement dans des rapports à la culture et dans des carrières de visiteurs qui peuvent beaucoup diverger. » (Eidelman, 2005 : 102)*

L’étude longitudinale portée par les départements de recherche des ministères de l’Éducation nationale et de la Culture entre 2002 et 2008 offre une modélisation de ces carrières de consommateur culturel et des trajectoires empruntées par les différentes pratiques culturelles avec l’avancée en âge (Octobre *et al.*, 2010). Portant sur un échantillon de près de 4 000 jeunes de 11 à 17 ans interrogés lors de quatre vagues d’enquête, cette étude a permis d’interroger cette évolution des pratiques culturelles en les rapportant au jeu d’influences croisées qu’exercent sur elles le climat familial d’éducation, la fratrie, le réseau social des pairs, l’école. Chacune de ces influences varie selon l’âge, le genre, le milieu social d’origine des enfants. L’analyse met en évidence la part jouée par ces jeunes pour naviguer dans le jeu croisé de ces influences et orienter le sens de leur carrière de consommateur culturel : « la transmission n’existe qu’au pluriel dans un mécanisme qui n’est pas d’assimilation passive pour l’enfant mais une logique de tri, d’aller-retour entre des influences qui peuvent être contradictoires et dont les poids relatifs varient dans le temps » (*id.* : 246).

Aux plus jeunes âges, la visite des musées et de monuments répond principalement de deux influences : l’école, en tête, constitue le principal vecteur de fréquentation aux plus jeunes âges avant même la famille. L’influence scolaire

*agit, ne serait-ce peut-être que dans ce domaine, comme un facteur de démocratisation culturelle en participant à la compensation des inégalités liées à la stratification des sorties*

---

(dis)positions sociales. Ce type d’analyse, comme le souligne H. S. Becker, tient compte que « les modes de comportement *se développent* selon une séquence ordonnée » et s’oppose en cela à « l’analyse multivariée [qui] présuppose [...] que tous les facteurs qui contribuent à produire le phénomène étudié agissent simultanément » (Becker, 1985 : 46).

*culturelles familiales, [...] Les sorties culturelles ayant lieu avec les classes entières et celles-ci étant mixtes, les quelques différences observées entre filles et garçons dans le rôle de l'école sur la fréquentation des équipements culturels semblent difficilement explicables, sinon par des effets différentiels de mémorisation ou de présentation de soi, qui valoriseraient le métier d'élève plus chez les filles que chez les garçons, et, partant, le rôle des enseignants. (id. : 234-235)*

Vient ensuite la famille qui exerce son influence de deux façons : implicitement par les représentations et comportements culturels des parents constituant un socle de références qui imprègnent les enfants au quotidien et explicitement au travers du projet éducatif soit « les normes, projets, injonctions que les parents nourrissent à l'égard de l'enfant en matière de loisir culturel » (*id.* : 162). Ces deux formes d'influence au sein de la famille sont structurées tant par la position sociale du parent, son sexe que par la catégorisation sexuée des différentes activités de loisir et les bénéfices qui en sont attendus (*id.* : 166). Considérant les comportements culturels parentaux, il apparaît ainsi que les divisions sexuées s'expriment peu, voire pas, dans les milieux de cadres contrairement aux milieux ouvriers où la pratique de visite caractérise plus souvent les comportements culturels des mères que des pères (*id.* : 175). De même, et contrairement à l'action démocratique de l'école pendant l'enfance en matière de visites, il apparaît que la socialisation culturelle précoce à cette pratique fasse le lit de la stratification sociale des publics : la visite de musée ou de monument occupe plus souvent une place centrale dans les projets éducatifs des milieux cadres (87% d'entre eux déclarent s'y rendre souvent avec leurs enfants) que dans les milieux ouvriers (47%), et ce sont plus souvent les mères que les pères qui prennent en charge cette activité (58,5% contre 47,5%). En revanche, considérés globalement, ce sont autant les filles que les garçons qui, au sein de la famille, font l'objet d'une socialisation précoce à cette activité (60,5% dans les deux cas). Aux plus jeunes âges de cette enquête, l'influence de la fratrie et des pairs n'intervient que secondairement (*id.* : 241-242).

L'étude modélise ensuite les trajectoires culturelles de ces jeunes au sortir de l'adolescence en les catégorisant selon l'évolution prise par les différentes pratiques, consommations et sorties culturelles et de loisirs. Cinq trajectoires se distinguent (*id.* : 262). Deux d'entre elles voient le taux de visite muséale se maintenir à une intensité relativement faible pendant la période au sein de trajectoires culturelles où se cumule une grande diversité d'activités culturelles et de loisirs. Une trajectoire est caractérisée par le développement de la pratique de visite : ce développement correspond à un effet de rattrapage pour des jeunes qui, en fin de primaire, ne fréquentait pas ou très peu ces lieux et s'inscrit dans une trajectoire globale où les activités culturelles et de loisirs sont rares (*id.* : 306). Deux trajectoires enfin voient le taux de visite muséale décroître sur la période : pour l'une la déprise survient très tôt (au collège ou avant) lors même que cette pratique faisait l'objet d'une socialisation précoce tandis que, pour la seconde, le retrait s'inscrit dans une distance globale à l'égard des équipements culturels que l'incitation scolaire peine à résorber (*id.* : 287 et 297).



Ramenée aux rapports de chances de suivre l'une ou l'autre trajectoire (*id.* :320-324), il apparaît que le diplôme de la mère constitue le facteur le plus discriminant : il double les chances d'emprunter une trajectoire favorable à la pratique. Le second facteur est le genre : le fait d'être une fille neutralise en effet le facteur du diplôme de la mère. Ainsi les filles de mère diplômées et non diplômées ont autant de chances de suivre ce type de trajectoire. Le poids de ces deux facteurs est d'autant plus prégnant que leur combinaison – être fille d'une mère diplômée – double les chances de suivre une trajectoire favorable à la pratique par rapport aux garçons de mère diplômée. En retour, la prédominance de ces deux variables dans le rapport de chances montre qu'en dépit de l'existence de trajectoires exceptionnelles (statistiquement improbables), « les effets négatifs d'un faible niveau de diplôme de la mère sur les trajectoires culturelles des enfants ne sont pas totalement compensés par le jeu positif de certains autres facteurs : socialisation scolaire, socialisation juvénile, PCS du chef de famille, ou diplôme du père... » (*id.* : 321). Le poids de ces facteurs met ainsi en évidence le caractère paradoxal de l'action scolaire sur la démocratisation des publics des musées : comme le soulignent H. Gottesdiener et J-C. Vilatte, la fréquentation scolaire, qu'elle ait été occasionnelle ou régulière, ne se traduit pas systématiquement dans une appétence pour cette pratique au moment de la jeunesse adulte (Gottesdiener et Vilatte, 2006 : 65). Aussi, rappelle S. Octobre,

*si le nombre de jeunes qui vont dans les musées augmente de génération en génération [...], avec l'avancée en âge, leur désamour va croissant à l'égard de ces équipements qu'ils associent trop à l'école. La pédagogisation des activités culturelles sert certes leur démocratisation obligée puisque les élèves sont des publics captifs, mais rarement la construction durable d'un goût pour l'activité.* (Octobre, 2009 : 7)

L'analyse qualitative qu'A. Jonchery livre sur la pratique de visite familiale donne corps à ce jeu d'influence modélisé par le DEPS (Jonchery, 2010 ; 2016). En effet, ses recherches montrent la manière qu'ont les enfants de s'affilier à cette pratique selon la carrière de visiteur de leurs parents, les formes empruntées par les visites familiales, la congruence ou non des influences familiales et scolaires, la position scolaire de l'enfant, etc. Son analyse souligne que les enfants adhèrent plus facilement à cette pratique lorsqu'elle laisse place à leur autonomie (tant au cours de la visite que dans le choix de la visite). À l'inverse, un projet éducatif omniprésent et une pression familiale trop pesante ont plutôt tendance à susciter le rejet des enfants face une pratique qui ne donne pas prise à leur autonomisation culturelle. Enfin, lorsque, chez les parents, les visites familiales ne font pas écho à une pratique ou un intérêt antérieur à la parentalité, une difficulté d'appropriation par l'enfant peut renvoyer à celle éprouvée par les parents pendant la visite : « la visite familiale peut donc aussi être un lieu de transmission de la distance parentale, empêchant l'appropriation de la pratique par l'enfant » (Jonchery, 2010 : 72).

De même, la réception des visites en contexte scolaire dépend pour une grande part de la diversité des modes de socialisation à cette pratique (Jonchery, 2010 : 75-76). Lorsque l'enfant cumule socialisation scolaire et familiale, son regard est plus critique à l'égard de la visite scolaire jugée plus contraignante que celle menée en famille. Pour ceux qui ne connaissent le musée

qu'au travers de l'école, l'adhésion à cette pratique culturelle est souvent conditionnée par la position scolaire de l'enfant qu'elle vient en quelque sorte redoubler. Ainsi la majorité des enfants de son étude qui ont apprécié la visite scolaire se classent-ils dans la catégorie des bons élèves. À l'inverse, les enfants en difficulté scolaire apparaissent plus réfractaires à ces visites surtout si elles reproduisent les modalités d'apprentissage ayant cours à l'école. Quel que soit leur position scolaire, lorsque ces enfants ne fréquentent le musée que sur incitation scolaire, le musée paraît être indissociable de l'école dans leurs représentations comme s'il était régi par les mêmes règles et fonctionnait également par sanction des apprentissages.

Allant dans le même sens, une étude que j'ai menée<sup>34</sup> auprès d'adolescents familiers et peu familiers des musées a permis de souligner l'importance de la pluralité des modes de socialisation à la pratique de visite muséale comme facteur de son intégration au rang de loisirs ordinaires. Cette recherche réalisée en vue de l'ouverture du *Studio 13/16* au Centre Georges Pompidou à Paris, comportait deux volets – l'une à l'intérieur auprès d'adolescents visiteurs du Centre (Muller, 2008), l'autre autour du Centre auprès d'adolescents qui ne fréquentaient pas le Centre mais seulement son quartier (les Halles). Ces deux échantillons d'adolescents se différenciaient en particulier par les contextes dans lesquels a lieu la pratique muséale. Au Centre Pompidou, c'était le plus souvent en famille (66 %) et/ou entre amis (36 %) que s'effectuait la visite le jour où les adolescents nous avaient répondu<sup>35</sup>. Ces modes de socialisation se confirmaient et se renforçaient à l'échelle des adolescents les plus familiers du Centre (ceux qui n'étaient pas des primo-visiteurs) : famille et amis constituaient les principaux accompagnateurs (respectivement 79 % et 55 %), loin devant l'école prescriptrice de la visite pour seulement 18 % d'entre eux. À l'inverse, pour les jeunes rencontrés dans le quartier des Halles, la visite de musée se déroulait principalement en contexte scolaire – 42 % d'entre eux n'allaient d'ailleurs au musée qu'à l'occasion de sorties scolaires. Cette socialisation spécifique semblait affecter la capacité des adolescents des Halles à s'appropriier pendant leur temps libre une pratique qu'ils ne partageaient ni avec leur famille ni avec leurs amis, sinon lorsqu'ils s'y rendaient avec la classe.

L'organisation du temps libre, différente entre ces deux échantillons d'adolescents, en témoignait. En effet, au Centre Pompidou, les adolescents, visiteurs individuels de musées, pratiquaient la majorité des activités du répertoire proposé dans le questionnaire à une fréquence

---

<sup>34</sup> Cette étude est issue du master de recherche en muséologie que j'ai réalisé à l'École du Louvre. Le premier volet de l'enquête a été réalisé de janvier à mars 2008 par questionnaire administré en face-à-face auprès de 411 adolescents en visite libre au Centre Pompidou (Nouvellon, 2008). Le second volet a eu lieu de janvier à juin 2009 auprès d'adolescents qui ne visitaient pas le Centre Pompidou mais seulement le quartier des Halles dans un périmètre dessiné par la fontaine des Innocents et les rues Lescot, Saint-Denis et de la Cossonnerie (Nouvellon, 2009). Le questionnaire, adapté de la première enquête, a été administré en face-à-face auprès de 303 adolescents. Ces deux volets composent une photographie des visiteurs et des non-visiteurs adolescents du Centre Pompidou, en amont de l'inauguration du *Studio 13/16*. Cette recherche a donné lieu à la publication d'un article co-écrit avec A. Jonchery qui en fournit une synthèse et dont le passage qui suit est extrait. Voir : Nouvellon, Jonchery. 2014. « Musées et adolescents : l'impossible médiation ? Une enquête à l'intérieur et autour du Centre Pompidou ». In « Les adolescents face aux dispositifs de médiation culturelle », Dossier coordonné par C. Dahan, F. Labadie et S. Octobre, Agora, Débats / Jeunesses, n°66, p.91-106

<sup>35</sup> L'école ne pouvait pas figurer parmi ces accompagnateurs le jour où nous interrogeons les adolescents, l'enquête portant uniquement sur des adolescents en visite libre.

moyenne, de telle sorte que, dans cet univers culturel, la visite muséale et la lecture y étaient pratiquées avec une intensité similaire à celle de la sortie au cinéma. Hors du Centre Pompidou, les adolescents, plus souvent visiteurs scolaires de musées, avaient une pratique plus intense d'un nombre plus restreint d'activités : les activités audiovisuelles et les sorties entre amis occupaient une place prépondérante, loin devant des activités culturelles telles que la visite de sites patrimoniaux (musées et monuments) et la lecture. Se dessinaient alors deux univers culturels – diversifié pour les jeunes rencontrés au Centre Pompidou, plus sélectif pour ceux rencontrés au dehors –, dans lesquels la pratique muséale faisait partie intégrante des loisirs pour les uns ou se trouvait reléguée en dernière position des activités de loisirs pour les autres.

Cette étude attirait en outre l'attention sur l'influence des pairs qui, si elle reste un facteur secondaire pour cette pratique dans les premiers temps de la jeunesse, n'en joue pas moins un rôle tantôt bridant tantôt soutenant la construction d'une pratique autonome et intégrée dans le temps libre et personnel. En effet, les adolescents rencontrés au Centre décrivaient une pratique déjà inscrite dans ce temps libre des loisirs, notamment celui que l'on passe entre amis – 36 % étaient accompagnés d'amis lorsque nous les avons interrogés. Pour les adolescents rencontrés aux Halles, en revanche, ce n'était pas une activité qu'ils ancreraient pour le moment dans le quotidien de leurs loisirs assimilé dans leurs représentations au temps passé entre amis. Or, la visite du musée n'était pas une activité qu'ils pouvaient, selon eux, faire valoir au sein de leur cercle d'amis : même si une majorité (74 %) concevait la possibilité de conseiller à un ami d'aller visiter un musée, plusieurs faisaient remarquer que « ça ne se fait pas trop », et rares étaient ceux à l'avoir déjà fait (16 %). Classant cette activité au rang des « pratiques de coulisse », un adolescent commentait : « en général, on dit que c'est nul les musées. Si on demande à quelqu'un ce qu'il a fait le week-end et qu'il est allé au musée, il va pas dire “ ouais j'étais au musée”, tout le monde va lui dire que c'est nul. » Pourtant, à juger de leurs préférences en termes d'accompagnement, la visite muséale ne saurait s'intégrer dans leurs loisirs qu'à la condition de se faire entre amis, visite qui « laisse une large place à l'échange, au respect du rythme de la visite et à la discussion » (Timbart, 2007 : 522).

- **La sociabilité culturelle ou la part du « public médiateur » dans la transmission culturelle**

Plus souvent analysée pour les usages des médias et des nouvelles technologies, la sociabilité culturelle est encore relativement peu étudiée dans le champ de la sociologie de la culture dite « légitime » (Gire, Pasquier, et Granjon, 2008 : 163-164). Pionnière en la matière, la recherche en muséologie a principalement développé deux axes permettant de comprendre les liens entre sociabilité et visite muséale.

Le premier a trait au rôle de l'accompagnement dans l'expérience de visite et à l'impact des interactions sociales sur l'appréhension des contenus de la visite. Plusieurs travaux ont ainsi mis en exergue que l'accompagnement lors de la visite assume au moins trois fonctions (Gottesdiener, 1992 ; Silverman, 1995 ; Debenedetti, 2003b) : une fonction cognitive, tout d'abord : le fait d'être accompagné offre la possibilité de découvrir à plusieurs les collections et d'en co-

construire le sens ; une fonction récréative ensuite : la présence de compagnons permet de ménager des temps de pause pendant la visite qui peut favoriser la découverte des collections ; une fonction affective enfin : les compagnons de visite ont un rôle de réassurance en particulier lorsque la visite de musées intimide de prime abord. D'autres recherches ont également souligné l'impact de l'accompagnement sur les comportements des visiteurs au musée : en particulier sur les apprentissages faits dans les salles et sur la propension des visiteurs à faire usage des outils de médiation (McManus, 1994 ; Packer et Ballantyne, 2005) mais aussi sur l'utilisation par les visiteurs des services annexes tels que les lieux de restauration, les boutiques des musées, etc. (Debenedetti, 2010).

Le second axe concerne l'impact que peut avoir l'entourage personnel des visiteurs dans la décision de visite voire dans la construction d'une carrière de visiteur. Plusieurs recherches ont souligné l'importance de la dimension sociable de la visite dans la décision de visiter voire dans l'appétence pour cette pratique : celle-ci peut constituer une motivation sinon première du moins essentielle pour se rendre au musée (Falk, Dierking, et Boyd, 1992 : 14), en particulier pour certaines catégories de visiteurs tels que les adolescents (Lemerise, Lussier-Desrochers, et Soucy, 2000 ; Timbart, 2007) ou encore les visiteurs occasionnels de musées (Hood, 1983 ; 1994). Outre les recherches d'A. Jonchery sur le rôle de la visite familiale dans la construction du rapport des enfants à la visite muséale, H. Gottesdiener et J-C. Vilatte mettent en évidence que certains membres de l'entourage peuvent jouer le rôle d'initiateur à la visite muséale en particulier des musées d'art (Gottesdiener, 1992 : 41-44 ; Gottesdiener et Vilatte, 2006 : 68-72). Cette personne fait généralement partie de l'entourage le plus proche comme en témoigne l'impact du couple sur le déclenchement d'une pratique de visite et la relation avec cette personne doit être durable pour que la pratique s'installe. De ce point de vue, comme le souligne J. Eidelman, ces formes de socialisation secondaire permettent de distinguer deux types de carrières de visiteur. L'une est continue (en faveur ou en défaveur de la visite) et son mouvement semble imprimé dès la prime jeunesse. La seconde, discontinuée, est caractérisée

*par le rôle déterminant joué par un facteur dont l'effet s'apparenterait, dans un sens large, à celui d'une "socialisation secondaire". Cette intervention permet de faire s'épanouir ou bien de rattraper une "socialisation primaire" à la pratique des visites qui était selon les cas soit faible ou partielle, soit absente ou contre-productive. Elle a pour cadre des changements d'ordre professionnel, de mode de vie, de statut familial qui occasionnent des rencontres à la faveur desquelles la carrière de visiteur est réorientée. Ce rôle de rattrapage peut être progressif, ou bien correspondre à un important tournant de l'existence : un nouveau processus d'acculturation prend forme, qui permet la commutation de représentations négatives et à portée ségréatives en système pro-actif.* (Eidelman, 2005 : 105)

Bien entendu, ces carrières de visiteur discontinuées peuvent également prendre un sens opposé et s'apparenter à « des trajectoires qui sont comme brisées », là encore en lien avec les parcours de vie et les modes de socialisation et de sociabilité qu'ils engendrent : « l'arrêt quasi-

total de la pratique intensive [dans ces trajectoires] traduit, pour ainsi dire, une désocialisation culturelle » (*ibid.*).

Ce deuxième axe de recherche attire ainsi l'attention sur le rôle que peut prendre l'entourage en tant que « public médiateur » (Ethis, 2003 ; Ethis, Fabiani, et Malinas, 2008). Or, comme le souligne S. Debenedetti, peu de recherches se sont penchées sur la manière dont les visiteurs élisent leur compagnon de visite, axe de recherche qui permettrait d'analyser le rôle joué par les visiteurs dans la diffusion de cette pratique. Concernant la constitution du groupe de co-visiteurs, on ne sait par exemple si ces groupes sont stables, s'ils se construisent toujours autour d'un leader à l'initiative de la visite, si ce rôle de leader désigne des catégories de population en particulier ou s'il est toujours endossé par les mêmes personnes dans le cercle de sociabilité, si cette pratique est partagée indistinctement dans l'ensemble des cercles constitutifs du réseau de sociabilité d'un individu, etc.

Parmi les éléments dont la recherche dispose sur ce point, d'une part, les travaux de S. Debenedetti (2010) soulignent que le choix de se rendre accompagné ou non au musée est fortement corrélé à la familiarité des individus avec cette pratique (les plus familiers ayant plus souvent tendance à s'y rendre seul), tandis que le choix du compagnon de visite (amis, membre de la famille, conjoint) dépendrait plutôt des caractéristiques sociodémographiques (âge, genre, milieu social). D'autre part, la recherche de S. Ghlamallah laisserait entendre que la pratique de visite « relève des pratiques communes de la famille, du cercle familial élargi constitué par les amis proches, et du couple » (Ghlamallah, 2010 : 29) compte-tenu que les groupes de co-visiteurs rencontrés dans son enquête étaient le plus souvent constitués de personnes qui entretenaient un lien fort et avaient l'habitude de visiter ensemble. Enfin, la recherche de Jordi Lopez Sintas, Ercilia Garcia Alvarez et Elena Pérez Rubiales (2014) sur les musées d'art souligne que le choix du compagnon de visite relève de stratégies des visiteurs pour partager l'expérience de visite et leur goût pour l'art. Ces stratégies ne dépendent pas seulement de la familiarité des visiteurs avec cette pratique mais aussi de la composition du cercle social de ces visiteurs plus ou moins proluxe en amateur de visite muséale et d'art. Il apparaît ainsi que les visiteurs les plus familiers ont dans leur entourage un plus grand nombre d'amateurs de la visite muséale ou d'art par rapport aux visiteurs occasionnels. Pour les premiers, le compagnon idéal de visite est décrit comme une personne « cognitivement et émotionnellement semblables à eux » : elle est susceptible de partager leur goût pour la pratique ou son contenu et est capable d'en discuter dans des termes appropriés. À l'opposé, les visiteurs occasionnels paraissent moins sélectifs mais le profil du compagnon choisi influence la forme que prendra leur visite : d'un côté, si le compagnon est aussi un visiteur occasionnel, il s'agit avant tout de partager une activité sociable au cours de laquelle les visiteurs échangent leurs opinions respectives ; de l'autre côté, lorsque le compagnon de visite est plus familier qu'eux et plus connaisseur, celui-ci endosse le rôle de guide et permet d'approfondir le regard sur les œuvres.

Aussi ces recherches invitent à prendre en considération la manière dont la pratique de visite se partage dans les relations interpersonnelles des visiteurs et en particulier l'activité de

conseil et d'entraînement dans la visite exercée par les individus. Plusieurs travaux ont ainsi souligné comment certaines catégories de publics, spectateurs ou lecteurs endossent un rôle dans la diffusion de leurs pratiques et goûts culturels auprès de leur entourage. Le poids de cette activité de conseil est variable selon les pratiques culturelles considérées : ainsi dans le cas de la lecture, M. Burgos, C. Evans et E. Buch soulignent que « le circuit prête-main », le fait de prêter ou se faire prêter des livres par son entourage, est une activité largement répandue comme l'indiquent les enquêtes *Pratiques culturelles des Français* (1996 : 33). Il en va de même dans la pratique cinématographique comme le souligne l'étude sur la critique amateur en ligne de D. Pasquier, V. Beaudouin, T. Legon et A. Mallard : le choix des films chez les adolescents s'établit moins à partir des réseaux professionnels de la recommandation sur les plateformes dédiées en ligne ou à partir des critiques amateurs qu'elles agrègent, que par les avis échangés dans le cercle des pairs (Pasquier *et al.*, 2014 : 93-97). À l'inverse, dans le cas du théâtre, tant A. Djakouane (2011) que D. Pasquier (2013) montrent que le conseil des proches n'a que peu de poids dans la propension à se rendre au spectacle ou dans le choix des pièces : peu de spectateurs citent le conseil de l'entourage comme moteur de leur décision. En revanche, plus souvent, les spectateurs déclarent parler à leur entourage de ce qu'ils ont vu indiquant que « le prosélytisme est une attitude très répandue chez les pratiquants du théâtre, plus répandue en tout cas que ne l'est la probabilité d'être eux-mêmes incités par leur entourage » (Pasquier, 2013 : 76). Quelle que soit l'ampleur de cette activité, les auteurs s'accordent à reconnaître son « importance qualitative » en particulier pour les faibles pratiquants. Comme le souligne l'étude des circuits prête-main dans le cas de la lecture, « sans ce recours, certains faibles lecteurs liraient encore moins » (Burgos, Evans, et Buch, 1996 : 40). Chez eux, il apparaît d'ailleurs que « ce soit souvent le livre qui aille à leur rencontre plutôt que l'inverse. [...] La relation aux livres et surtout la relation à autrui par le truchement du livre ou des lectures partagées, est plus rarement le fruit d'une stratégie réfléchie et intentionnelle – qu'elle soit délibérée ou non –, contrairement aux “gros lecteurs” plus familiers des livres et de leurs usages directs et indirects ‘des livres “supports de lecture” pour soi-même, mais également de discussions éventuelles avec autrui) » (*id.* : 39). Cette analyse comme celle des modes d'accompagnement au musée présentée plus haut souligne l'importance de la sociabilité culturelle pour les lecteurs ou visiteurs occasionnels : la possibilité de partage qu'occasionne la pratique culturelle prend le pas chez eux sur une pratique de « premier degré » pour reprendre les termes de B. Lahire, c'est-à-dire effectuée par goût personnel et pour son propre plaisir.

Par suite, ces études sur l'activité de conseil profane relèvent deux points. Le premier concerne le profil des conseillers ou ambassadeurs de pratique ainsi que les voies de cette activité. D'une part, et comme le souligne déjà la citation précédente, ces ambassadeurs ne désignent pas les mêmes profils d'individus que ceux qui se laissent entraîner : leur pratique est plus intense et leur profil recoupe les facteurs qui rendent plus probables l'intensité de cette pratique. De ce point de vue, comme le montre D. Pasquier pour la sortie au théâtre, ces ambassadeurs jouissent auprès de leur entourage « d'une confiance fondée sur des expériences passées [...] [et] ces conseillers occupent une place particulière dans la cartographie des liens : ce ne sont pas forcément

les amis les plus proches. Ce sont des amis pour conseiller des pièces, avec lesquels on a une intimité spécifique sur le théâtre » (Pasquier, 2013 : 77). D'autre part, et dans le sillage des analyses menées par E. Katz et P. F. Lazarsfeld du flux de communication en deux temps (Katz *et al.*, 2008), les études montrent que ces ambassadeurs sont plus directement en relation avec les informations véhiculées par les institutions culturelles. Comme le montre A. Djakouane, « à moins d'être dans une démarche spécifique de recherche, ou d'être accompagné par quelqu'un, le message institutionnel dépasse difficilement le cercle des habitués [du théâtre à l'étude]. Pour les autres, les réseaux sociaux jouent donc un rôle central dans l'accès à l'information et à l'offre culturelle » (Djakouane, 2011 : 11). C'est à ce titre qu'E. Ethis souligne que le festival d'Avignon constitue une ressource dans laquelle puisent les publics médiateurs afin d'orienter ensuite leur activité de conseil (Ethis, 2003). Ces informations et conseils sont ensuite relayés de façon ajustée aux interlocuteurs que ces ambassadeurs entraînent :

*il n'y a pas de "bonnes" pièces, il y a des pièces plus ou moins adaptées au type d'expérience théâtrale que recherche un spectateur. Un conseiller doit donc connaître très bien les goûts et les attentes de ceux qu'il conseille. Et ces derniers ne peuvent lui faire confiance que si les conseils passés ont débouché sur des expériences satisfaisantes. La relation de conseil n'est jamais donnée d'emblée au nom d'une compétence supérieure, elle est relative et se crée dans la durée. (Pasquier, 2013 : 77)*

Deuxièmement, ces études montrent que l'activité de conseil profane ne prend pas place indistinctement dans tous les cercles de sociabilité des individus. Le conseil se fait le plus souvent auprès de l'entourage des proches : « on ne se hasarde pas à parler d'une pièce à quelqu'un avec qui on n'a pas de liens forts, ce qui indique que le conseil est vécu comme un engagement dangereux » (*ibid.*). Ce point rapproche une fois encore ces études de l'analyse des formes d'accompagnement au musée montrant que la visite prend place le plus souvent dans le cercle des proches. Ces analyses tendraient ainsi à limiter l'influence de l'activité de conseil sur les dynamiques de renouvellement des publics. En effet, si cette activité est plus souvent dirigée vers les moins familiers et les moins pratiquants, elle s'arrête néanmoins là où l'intimité entre les individus n'est plus assurée, de sorte à ne pas accroître le risque qu'implique le conseil par lequel « on peut [...] perdre des amis ou du crédit social » (*id.* : 79). D. Pasquier évoque ainsi trois formes d'engagement dans le conseil profane. La première désigne des individus « organisateurs » : ils « agissent auprès d'un groupe où l'homologie des goûts en matière de théâtre est très forte. Ils jouent plus un rôle de catalyseur que de conseiller car leur expertise n'est pas plus grande que celle des autres » (*ibid.*). Ils mobilisent leur groupe pour se rendre au spectacle et se font les organisateurs pratiques de la sortie. La seconde forme est celle des « informateurs » : ceux-là « cherchent plus souvent à faire de nouvelles propositions à leur entourage qu'à conforter les goûts déjà existants. [...] Il s'agit d'individus qui se sentent en position légitime de conseil, parce qu'ils pensent en savoir plus. Et qu'ils sont reconnus comme tels par ceux qu'ils conseillent » (*id.* : 80). Leurs conseils sont sollicités par les membres de l'entourage qui conservent néanmoins une marge de liberté dans le choix final. Enfin, la troisième forme d'engagement dans le conseil désigne un niveau d'implication plus fort : il s'agit des « conseillers relais » dont l'activité vise

une véritable initiation d'autres spectateurs. Pour cette forme, D. Pasquier décrit avant tout les relais officialisés : elle évoque en particulier les enseignants et les responsables de groupes d'amis, forme de conseillers relais institutionnalisés par certains théâtres pour jouer sur ce ressort de la sociabilité culturelle. Sous cette forme, les conseillers sont « des leaders officialisés désignés par un groupe pour les représenter et agir en leur nom ». Aussi, ces conseillers relais qu'analyse cette chercheuse relèvent avant tout d'une activité de conseil semi-professionnelle. Or, les travaux d'A. Djakouane montre que cette forme d'engagement dans le conseil, celle de l'initiation, peut également opérer dans la sphère privée et profane comme en témoigne le rôle de membres de l'entourage dans l'amorce de carrières de spectateur (Djakouane, 2011 : 9-10). Aussi, ces recherches de même que celles menées sur l'accompagnement des visiteurs invitent à investiguer plus avant la manière dont les publics se constituent en public médiateur de la visite muséale. Il s'agirait de comprendre jusqu'à quel point cette activité de conseil peut rencontrer ou au contraire entraver les dynamiques que tentent d'impulser les politiques culturelles mises en œuvre dans les musées pour renouveler leurs publics. La question se pose d'autant plus que l'on considère les pratiques de visite de jeunes pour lesquels la dimension sociable des activités culturelles et de loisirs est cruciale.

- **Les univers culturels ou la question de l'autonomie culturelle**

La notion d'univers culturel constitue un troisième élément par lequel la sociologie de la culture a élargi le cadre de compréhension des pratiques et de leurs interrelations par la réhabilitation des notions de goûts et d'usages sociaux des biens culturels.

Concernant l'études des pratiques culturelles des jeunes, les études statistiques développent deux perspectives partant de cette notion d'univers : l'une tend à mettre en évidence les dynamiques générationnelles qui transforment les rapports à la culture. Il s'agit en ce sens de spécifier les contours des cultures jeunes en comparant les taux d'incidence de différentes pratiques chez les jeunes générations et chez leurs aînés. L'autre vise à différencier, au sein des jeunes générations, les rapports aux pratiques culturelles selon les catégories de publics. Il s'agit alors de mettre au jour les variations des comportements et goûts culturels selon l'âge, en supposant leur évolution avec l'avancée en âge, mais aussi selon les caractéristiques sociodémographiques des jeunes (genre, statut, origine sociale, lieu de résidence) afin d'identifier les facteurs influant sur les mécanismes de la transmission culturelle.

En nous appuyant sur la synthèse qu'en donne S. Octobre à partir des enquêtes *Pratiques Culturelles des Français* de 1973 à 2008, rappelons quelques caractéristiques des cultures juvéniles que les travaux sur cette période de la vie mentionnent de façon récurrente car elles paraissent stables dans le temps (Octobre, 2014 : 71-86).

Il s'agit en premier lieu du goût pour la sociabilité et les pratiques qui la favorisent au premier rang desquelles les sorties hors du domicile. Les moins de 30 ans déclarent ainsi une prédilection pour les loisirs qui les portent à sortir de chez eux (78% font cette déclaration en 1988 et 80% en 2008) et à rencontrer leurs amis (Octobre, 2014 : 82 ; Ripon, 1995 : 28 ; Héran,



1988) : c'est principalement chez des amis qu'ils se rendent lorsqu'ils sortent le soir (76% des moins de 30 ans le déclarent en 1988 et 81% en 2008) et ceux-ci constituent les principaux accompagnateurs de leurs sorties en particulier entre 20 et 25 ans (Octobre, 2014 : 162-163).

Deuxièmement, les cultures juvéniles apparaissent friandes de technologies : les jeunes constituent en effet un puissant vecteur de leur diffusion. S. Octobre relève qu'en 1988 comme en 2008, les moins de 30 ans affichent des taux d'équipement plus fort que leurs aînés, la présence des plus jeunes au sein du foyer familial justifiant en partie l'acquisition de ces équipements tant à des fins distractives qu'éducatives. Elle note que cette « technophilie s'accélère » depuis la téléphonie mobile et l'internet auxquels il n'aura fallu que quinze et dix ans pour se propager massivement au sein de la population française (Octobre, 2014 : 72-73). Loin de concurrencer leur appétence pour les sorties culturelles et la sociabilité, cette technophilie, de même que les pratiques culturelles domestiques, supportent et enrichissent la dimension sociable des cultures juvéniles : c'est ce que montre H. Glevarec dans ses études sur la « culture de la chambre » et sur le moment radiophonique des adolescents (Glevarec, 2009 ; 2003). De même, L. Allard formule la notion d'« individualisme expressif » pour désigner les usages de l'Internet, fondés sur l'expression de soi et tournés vers la sociabilité, chez les jeunes (Allard, 2005). À ce titre, en suivant S. Octobre, la préférence des jeunes générations pour des médias « expressifs, interactifs ou innovants » permet de démarquer les médias « jeunes » des médias « vieillissant » ou « âgés » (la télévision, la radio, la presse écrite) (Octobre, 2014 : 74-79). Troisième trait caractéristique : la prégnance des pratiques en amateur chez les jeunes générations en lien avec la démultiplication de l'offre depuis les années quatre-vingt et aujourd'hui la facilitation de l'accès à ces pratiques avec les outils numériques. Quel que soit le domaine de pratique considéré, les jeunes générations y occupent une place prépondérante (Octobre, 2014 : 79-80 ; Donnat, 1996 : 29-34) renvoyant d'après S. Octobre au « désir d'expérimentation » caractéristique des cultures juvéniles.

Au-delà de ces caractéristiques des cultures juvéniles, ces études statistiques mettent au jour différents rapports ou univers culturels par l'analyse des systèmes combinatoires qui associent ou excluent les pratiques culturelles à l'étude, systèmes qui sont ensuite rapportés aux facteurs les déterminant.

La visite muséale n'occupe pas la même place dans les différents univers culturels. Se centrant sur l'année 1988, S. Octobre met en évidence trois univers, l'univers de la distraction, du centrage domestique et l'univers culturel médiatique, où la fréquentation des équipements culturels reste marginale, y compris la sortie au cinéma pourtant si caractéristique des cultures juvéniles (Octobre, 2014 : 131-135). Les jeunes qui relèvent de ces trois univers déclarent à 69%, 80% et 56% ne pas avoir fréquenté de lieux patrimoniaux dans l'années écoulée. De même, ces trois univers se démarquent par l'absence de pratiques en amateur alors que l'on sait la place de choix qu'elles occupent dans les cultures juvéniles : environ 9 jeunes sur dix dans ces trois univers déclarent ne pas pratiquer la danse, la musique, le théâtre ou les arts plastiques. Leurs loisirs

se polarisent autour des pratiques audiovisuelles au sein du foyer : ils sont de forts consommateurs de télévision, de radio (surtout pour les deux derniers univers) voire de jeux vidéo pour l'univers culturel médiatique. Lorsque la lecture n'est pas rare (comme c'est le cas dans l'univers du centrage domestique), elle les porte plutôt vers la presse quotidienne, les magazines, les romans policiers et la bande dessinée. Les jeunes de ces trois univers ont en commun d'être peu diplômés et issus de milieux sociaux populaires. Ils se distinguent en revanche : par l'âge : l'univers culturel médiatique étant plus souvent composé d'adolescents que les deux autres univers où les jeunes sont plus âgés et déjà insérés dans le monde du travail voire, pour certains, déjà parents ; par le genre : l'univers de la distraction étant plus fortement féminin que les deux autres majoritairement composés d'hommes ; par leur lieu de résidence : les univers de la distraction et médiatique désignent plus souvent des jeunes résidant dans des villes moyennes quand l'univers du centrage domestique est plus souvent composé de jeunes ruraux.

Dans ce panorama des cultures juvéniles en 1988, deux univers taillent une place de choix à la fréquentation des équipements culturels : l'univers culturel engagé et l'univers culturel du cumul (Octobre, 2014 : 135-137). Là, les jeunes déclarent à 91% et 73% (respectivement) avoir fréquenté des lieux patrimoniaux dans l'année écoulée. Ménageant peu de place à la radio, la télévision, ou aux vidéos, ces deux univers culturels se caractérisent par l'articulation de pratiques et goûts juvéniles avec des pratiques à consonances savante ou légitime. Ainsi, par exemple, leur appétence pour la lecture les conduit tout autant vers les classiques de la littérature que vers la bande dessinée citée comme genre de livre préféré par les tenants de l'univers culturel engagé. De même, en matière musicale, ces deux univers affirment des goûts variés allant du rock au jazz en passant par la musique classique, détour d'autant plus remarquable que ce dernier genre est l'un des moins appréciés des jeunes générations (Ripon, 1995 ; Glevarec et Pinet, 2009 : 602 ; Dorin, 2013 : 102-103). Enfin, c'est au sein de ces deux univers que les pratiques en amateur sont les plus répandues, pratique musicale en tête suivie de près de la pratique des arts plastiques. Là encore, ces deux univers se différencient l'un de l'autre et par rapport aux univers présentés plus haut par les caractéristiques sociodémographiques des jeunes qu'ils regroupent. Ces deux univers rassemblent des jeunes souvent issus de milieux sociaux intermédiaires ou supérieurs et qui vivent à Paris. Ils se différencient par le genre, l'âge et le statut des jeunes qu'ils désignent : plus souvent des étudiants de 20 à 24 ans pour ce qui est de l'univers culturel engagé tandis que l'univers du cumul se compose surtout d'adolescents scolarisés, entre 15 et 19 ans et est plus fortement féminin.

En 2008, sept univers culturels émergent à l'analyse quand on en comptait cinq vingt ans auparavant. Le fait s'explique en particulier par les reconfigurations des pratiques culturelles en lien avec l'essor du numérique, nouveau canal de diffusion démultipliant les accès possibles à certains biens et pratiques culturels. Apparaît par exemple un univers culturel que S. Octobre dénomme le « web-télé » dont l'une des caractéristiques principales est la forte consommation télévisuelle reportée de l'écran cathodique à la consommation en flux sur le web (Octobre, 2014 : 139).

Si, à une échelle globale, la fréquentation des équipements culturels ont peu souffert de la montée de cette culture numérique (Donnat, 2009 : 165), il apparaît néanmoins dans certains univers culturels des jeunes que les pratiques numériques, comme hier les consommations médiatiques, entrent en concurrence avec la fréquentation des lieux patrimoniaux. Il s'agit en particulier de cet univers du « web-télé » et de l'univers des médias où l'usage du web domine, se combine avec une forte consommation télévisuelle et une faible propension aux sorties hors du domicile ainsi qu'aux pratiques en amateur (à l'exception des pratiques sportives).

Dans cinq univers cette concurrence avec la culture numérique n'a pas lieu. D'une part, parce que les jeunes de deux de ces univers (celui du centrage domestique et l'univers de la détente) sont globalement restés à l'écart de la montée en puissance de la culture numérique. Dans l'un domine la consommation télévisuelle, dans l'autre une forte appétence pour les jeux vidéo et dans les deux, 8 jeunes sur 10 déclarent ne pas avoir fréquenté de lieux patrimoniaux dans l'année écoulée (Octobre, 2014 : 138). D'autre part, parce que c'est la logique du cumul qui s'exprime dans les trois autres univers : une forte fréquentation des lieux patrimoniaux (8 jeunes sur 10 s'y sont rendus dans l'année) accompagne un ensemble varié de pratiques culturelles. Il s'agit comme en 1988 de l'univers de l'engagement culturel et de l'univers culturel du cumul auxquels s'ajoute, vingt plus tard, l'univers du multimédia (Octobre, 2014 : 143-148).

Comme en 1988, ces univers culturels se comprennent comme des rapports sociaux aux pratiques culturelles. La démultiplication de ces univers en 2008 traduit à ce titre un renforcement des clivages sociaux : le poids du niveau de diplôme s'est accru, la détention d'un diplôme du supérieur jouant plus fortement qu'hier sur la différenciation des univers culturels. Traduisant cette évolution ainsi que l'accroissement des effectifs d'étudiants sur vingt ans, « le statut étudiant et élève devient un espace des possibles culturels plus nombreux » (Octobre, 2014 : 112, 149). De même, ce sont les clivages de genre qui se sont considérablement accrus sur la période : là où ils ne démarquaient que trois des cinq univers en 1988, cette variable émerge comme facteur de différenciation de l'ensemble des univers culturels de 2008.

Comme le montre cette analyse des cultures juvéniles, la notion d'univers culturels constitue une retraduction des styles de vie analysés par P. Bourdieu : si elle procède d'une réhabilitation du goût par l'analyse des préférences déclarées et/ou des intensités de pratiques, elle procède également à son explication par la cause sociologique. L'éclectisme des univers culturels y apparaît également comme un marqueur social. Relevant d'une analyse typologique, ces univers fonctionnent comme agrégats statistiques dans lesquels les interrelations entre les pratiques culturelles et sociales des individus sont analysées en termes de cumul ou de concurrence des pratiques.

Or, comme le soulignent les travaux d'A. Hennion (1993) et ceux portant sur des approches qualitatives de l'éclectisme culturel (Lahire, 2006 ; Bergé et Granjon, 2005 ; 2007), si l'on prend au sérieux le goût des individus, qu'on ne le renvoie pas uniquement à l'expression de prédispositions sociales naturalisées comme le fait P. Bourdieu dans *La Distinction*, il est possible d'en faire le principe unificateur des univers culturels. De la sorte, certaines pratiques

culturelles peuvent ponctuellement intégrer un univers culturel parce qu'elles font écho à un goût ou un centre d'intérêt de la part des individus. De cette façon, A. Bergé et F. Granjon proposent d'en faire un facteur d'éclectisme culturel – une passion, un goût, un intérêt pouvant se décliner sur différents supports et en différents lieux – et invitent à lire à l'échelle des individus la cohérence de ces univers culturels dits « éclectiques ». Il s'agirait ainsi de « mettre au jour les *appuis* tant matériels que dispositionnels de la consommation culturelle et [de] considérer avec plus d'attention les significations d'usages qui lui sont liées » (Bergé et Granjon, 2005 : §8).

## En résumé

En considérant le temps long des politiques culturelles mises en œuvre par l'État, ce chapitre présente les modèles d'action pour la démocratisation des publics des musées et pour la démocratisation du rapport à ces lieux. L'histoire de ces modèles montre le progressif renversement des logiques d'action : d'une démocratie culturelle entendue comme moyen de conduire le plus grand nombre d'individus à se constituer en public de la culture dite « cultivée » à la démocratie culturelle pensée comme finalité de l'augmentation, de la diversification et de la fidélisation des publics. Dans ce renversement, l'acceptation de la culture change. Elle n'est plus résumée à la culture dite « cultivée » et socialement légitime mais englobe la diversité culturelle par laquelle sont reconnues toutes les pratiques culturelles qui toutes fournissent le support d'un exercice critique de la raison et de la construction collective des critères de la qualité culturelle. Ce faisant, le concept de légitimité culturelle s'autonomise par rapport au concept de légitimité sociale : il se recentre sur cette activité délibérative indépendamment du profil social des publics et des instances qui produisent les biens culturels.

La seconde partie de ce chapitre expose les évolutions de la recherche sur les publics et leurs pratiques culturelles. D'une part, les travaux qui ont trait aux cultures juvéniles montrent en quoi la jeunesse adulte est un analyseur privilégié pour comprendre la formation des publics. En premier lieu, elle est envisagée comme une période de transition de la socialisation primaire à la socialisation secondaire. De ce point de vue, la jeunesse adulte permet l'analyse de l'autonomisation des pratiques culturelles et est l'occasion d'un premier bilan des effets des socialisations primaires à la pratique de visite. En second lieu, elle est considérée comme une génération qui évolue dans un espace social reconfiguré sous l'effet de la démocratisation de l'enseignement secondaire et supérieur et dans un espace culturel dans lequel les instances de légitimation de la culture dite « cultivée » (en premier lieu desquelles l'école) se voient concurrencées par d'autres instances. À ce titre, ces recherches désignent les sociabilités de réception comme échelle d'analyse pertinente pour comprendre le jeu croisé de ces instances de légitimation dans la formation des univers culturels et l'orientation des trajectoires culturelles.

D'autre part, les recherches sur les pratiques culturelles permettent de définir un cadre interprétatif élargi susceptible de donner la pleine mesure des effets des politiques des publics. Ce cadre alterne entre un questionnement orienté par le concept de la légitimité sociale et une interrogation des effets à l'échelle de l'individu. À cette échelle, l'analyse tient compte, d'une part, que les processus par lesquels les publics se forment sont dynamiques et, d'autre part, qu'un univers culturel est « à la fois hétéronome (résultante d'un rapport de domination) et autonome (constituant un système cohérent à lui seul) » (Grignon et Passeron, 1989 : 71). Une interprétation large des effets des politiques des publics relèverait donc d'une analyse de leur impact sur la structuration sociale des publics (modèle d'une légitimité culturelle hétéronome) et de leur rôle dans les dynamiques de formation des publics et la construction des univers de goût à l'échelle individuelle (modèle d'une légitimité culturelle autonome).



## **CHAPITRE 2. Inciter les jeunes adultes à la visite : des actions muséales et des outils pour l'analyse de leurs effets**

- 2.1. Une « politique d'intégration culturelle des jeunes » en trois volets au musée du Louvre**
- 2.2. Diffusion des actions d'incitation à la visite dans les Musées de France**
- 2.3. Prendre la mesure des effets des actions d'incitation à la visite**





*« Voilà on pose des grands concepts par rapport à l'air du temps et par rapport à ce qu'on a envie que le musée soit et quel genre de relation le musée ait avec ses visiteurs. Et du coup on essaie après de trouver des pratiques qui le permettent. C'est vrai qu'on part souvent de grands principes creux et après on essaie de les mettre... on essaie de pas les faire trop creux. Parce que, par exemple, de parler de "démocratisation culturelle" et de la "culture pour tous", c'est tellement vague et tellement tarte à la crème que, finalement, après on peut mettre tout dedans. Par contre, parler d'"autonomie" ou d'"auto-médiation", c'est plus facile à mettre en œuvre. »*

Entretien avec Flora, la chargée du développement des publics et de l'accessibilité dans l'établissement organisant *Le mois des étudiants au musée*

## Introduction

Depuis les années quatre-vingt-dix, à la suite du musée du Louvre, plusieurs institutions développent des actions spécifiques pour inciter les jeunes adultes à se rendre au musée. Il s'agit, d'abord, d'une politique de gratuité catégorielle adressée, dans les musées nationaux, aux moins de 26 ans et de gratuité événementielle. Ensuite, à l'occasion de ces événements gratuits, une médiation culturelle est formalisée de façon à s'adapter aux attentes des publics jeunes : elle met en œuvre une transmission horizontale, de pairs à pairs, et prend appui sur leurs intérêts et goûts culturels. Dans certains établissements, ces actions d'incitation à la visite sont complétées d'un système de fidélisation à l'établissement (cartes, Pass, abonnement).

Dans ce chapitre, nous proposons de revenir sur la manière dont ces actions muséales ont été élaborées. Nous examinerons le contexte dans lequel elles émergent en ce qu'il met en lumière les logiques, hybrides, pour lesquelles elles ont été conçues. Au travers d'une recension de ces actions dans les Musées de France, nous analysons ensuite comment elles se sont diffusées.

En nous attachant plus particulièrement aux événements gratuits, nous présentons la manière dont s'est progressivement développée une formule d'adresse aux jeunes adultes. Les discours qui accompagnent ces programmations en témoignent : toutes misent sur la convivialité et le caractère festif de ces événements gratuits et, le plus souvent, elles font appel aux pratiques en amateur pour renouveler le regard porté sur les collections. Aussi ces analyses nous amèneront à considérer ces actions d'incitation à la visite comme emblématiques des *médiations culturelles* et, plus largement, des politiques culturelles visant à instituer des régimes de familiarité avec ces lieux.

Enfin, cette recension nous a permis de définir les terrains d'enquêtes auprès des publics qui se saisissent de ces offres pour visiter. Aussi, dans la dernière partie de ce chapitre, nous présentons les enquêtes que nous avons mobilisées ou produites pour l'analyse de ces politiques culturelles.

## 2.1. Une « politique d'intégration culturelle des jeunes » en trois volets au musée du Louvre

Si nous ouvrons la période sur le début des années quatre-vingt-dix au cours desquelles les premières nocturnes gratuites adressées aux jeunes ont été créées, il nous faut remonter brièvement une décennie plus tôt pour rendre compte des logiques qui sous-tendent leur création. Celles-ci renvoient d'une part aux évolutions des politiques tarifaires au cours des années quatre-vingt en lien avec le nouvel essor et l'autonomisation des musées sur la période et d'autre part, à la structuration de la recherche sur les publics au sein des musées comme moteur des actions qui leur sont adressées.

### 2.1.1. De l'idéal de la gratuité à la gratuité-événement

- **Modernisation et autonomisation des musées en France**

Dans le sillage des projets muséaux initiés sous Georges Pompidou et Valéry Giscard d'Estaing, l'État lance à partir de 1981 l'opération des Grands travaux. Trois projets concernent les musées : le Grand Louvre, le musée d'Orsay et la Cité des sciences et de l'industrie. Concomitamment à cette politique essentiellement concentrée à Paris, un programme de modernisation des musées sur l'ensemble du territoire s'amorce : le ministère de la Culture apporte un concours administratif, scientifique, technique et financier à 258 chantiers d'aménagement, d'extension ou de construction d'établissements tant à Paris qu'en région (Eidelman, 2005 : 39-42 ; Ministère de la Culture et de la Communication, 1991). Les inaugurations rythment la décennie : la loi-programme de 1978 pour la restauration du musée et domaine de Versailles se termine en 1985, le musée d'Orsay et la Cité des Sciences et de l'industrie sont inaugurées en 1986, la première tranche des travaux du Grand Louvre, opération lancée en 1983 s'achève en 1989 par l'inauguration de l'accueil sous la pyramide. Les crédits accordés par l'État visent en priorité la rénovation des musées les plus importants (toutes catégories confondues), l'implantation locale de l'art contemporain (entre autres exemples, création du musée d'art moderne et contemporain de Strasbourg, du CAPC de Bordeaux, renforcement des Fonds régionaux d'art contemporain) et la mise en valeur du patrimoine technique et industriel (Ministère de la Culture et de la Communication, 1991 : 80). Parallèlement, l'État encourage les politiques d'expositions temporaires des établissements parisiens et régionaux : celles-ci sont à la fois plus nombreuses qu'aux décennies précédentes et plus ambitieuses. Devenue l'activité de référence de ces institutions (Davallon, 1992b), l'exposition temporaire impose des moyens financiers sans commune mesure avec les budgets que nécessite la seule gestion de collections permanentes (Jacobi, 2012 : 137-138).

Le nouvel essor muséal à partir des années quatre-vingt ravive les discussions sur le mode de gestion de ces institutions et l'organisation de leurs rapports avec leur administration de tutelle, en particulier en ce qui concerne les musées nationaux. En effet, depuis l'ordonnance de

1945, les musées répartis en trois catégories – musées nationaux, classés et contrôlés – sont réunis sous la tutelle de la Direction des musées de France (DMF) au ministère de la Culture. Celle-ci centralise la gestion des musées dans un système mutualiste, coopératif et solidaire (Labourdette, 2015 : 41) permettant « une redistribution des bénéfices des plus grands établissements au profit des plus modestes, en province notamment, et [...] [la constitution d']un maillage dynamique et équilibré de l'action culturelle publique ». En revanche, ce système prive d'autonomie les plus grands établissements. Dépourvu de personnalité morale de droit public, leur gestion administrative et financière est centralisée au sein de deux organes, la DMF et la Réunion des musées nationaux. L'enjeu est alors de s'affranchir de la dépendance à la tutelle et à ses subventions en obtenant la main sur le développement des ressources propres qui, « même limitées, ont l'immense avantage de pouvoir être utilisées par le musée à sa guise et représentent donc une marge de manœuvre essentielle en périodes de restrictions budgétaires » (Bayart et Benghozi, 1993 : 169). Un projet de loi en ce sens est discuté dès 1990 qui ne trouvera de concrétisation que dix ans plus tard avec la loi-musées du 4 janvier 2002 portant création du label « Musées de France » et du statut juridique d'établissement public de coopération culturelle. Néanmoins, deux établissements obtiennent le statut d'établissement public dès les années quatre-vingt-dix : le musée du Louvre en 1993 et le château et domaine de Versailles en 1995. Constituant l'une des traductions des évolutions economicistes du champ culturel évoquée au premier chapitre, on peut se demander jusqu'à quel point cette transformation des modes de gestion et la mobilisation d'autres sources de financement (non seulement les droits d'entrées mais encore le mécénat privé) confère aux musées une plus grande marge de manœuvre pour mener à bien les missions de service public qui leur incombent. Plus probablement, on peut imaginer que cette évolution de la production culturelle encourt le risque de lancer les établissements dans une course concurrentielle à « l'audit culturel » afin de développer tant leurs ressources propres que les financements du secteur privé. Les cas des expositions-spectacles ou des « publi-expositions »<sup>36</sup> fournissent un exemple de cette dérive possible. C'est dans ce contexte d'autonomisation des établissements culturels subventionnés que la question tarifaire émerge à nouveau et, avec elle, le balancement entre deux logiques – celle du secteur marchand et celle du service public – qu'incarne le débat autour d'une gratuité qui correspondrait tout à la fois à l'idéal de partage démocratique de cette culture et à un outil de promotion, un produit d'appel, pour la fréquentation de ces lieux (Rouet, 2002).

---

<sup>36</sup> Le terme de « publi-exposition » est proposé par B. Hasquenoph en référence au domaine de la presse où « un publi-reportage qualifie une publicité payée par un annonceur se présentant sous la forme d'un article, destiné à faire la promotion d'une marque, d'une région ou de tout autre produit ». De même, « sur le modèle du publi-reportage, une publi-exposition serait une exposition qui, mettant en scène une marque, une entreprise ou un produit, sans objectivité scientifique ou avec une telle bienveillance, qu'elle s'apparente à une opération publicitaire » (Hasquenoph, 2013 : §1 et 2). L'auteur cite plusieurs expositions en exemples possibles de ces logiques que l'on rencontre dans une grande diversité d'établissements muséaux : *Il était une fois Playmobil* au musée des arts décoratifs à Paris en 2010, *N°5 Culture Chanel* au Palais de Tokyo à Paris en 2013, *Air France, France is in the air*, au Grand Palais en 2014, etc. Voir : Hasquenoph, 2013, « Publi-expositions, des expos publicitaires dans les musées et ailleurs », sur Louvre pour tous : <http://www.louvrepour tous.fr/Louis-Vuitton-aux-Arts-decoratifs,633.html>

- **La gratuité comme action-prix**

Selon A. Gombault, l'autonomisation des musées conditionne l'émergence du prix comme variable stratégique pour leur développement : « pas d'autonomie de gestion possible sans maîtrise de la décision de prix, carrefour des enjeux financiers et commerciaux de toute organisation » (Gombault, 2002 : 169). En 1981, la Réunion des Musées Nationaux (RMN) obtient des pouvoirs publics la délégation de la décision tarifaire dans les musées nationaux dont elle a la charge, pouvoir qui était jusque-là dévolu à l'administration centrale (Fourteau, 1998 : 149). Un virage est alors pris. Jusqu'à cette décennie, les tarifs d'entrée au musée évoluaient peu voire avaient eu tendance à diminuer au cours des années soixante-dix.

Avant 1980, comme le souligne A. Gombault (2002 : 165-168), le droit d'entrée ne peut encore véritablement être assimilé à un prix « résultant de la confrontation classique entre l'offre et la demande mais [correspond plutôt à] des tarifs, simples contributions donnant un droit d'accès à ses produits/services » :

*la plupart des [musées] ouvrent leurs portes au public gratuitement ou moyennant des droits d'entrée symboliques. Ils sont suffisamment financés par des subventions publiques ou des fonds privés [le plus souvent dans les musées anglo-saxons à l'étude] et les prix, se réduisant essentiellement aux droits d'entrée, servent une logique de politique culturelle. [...] L'esprit de la gratuité, associée à la définition même du musée, domine.*

Passé cette date, la dynamique d'expansion des musées modifient profondément la logique de fixation des droits d'entrée dans les musées : « la notion de tarif, déconnectée des coûts et sans référence à la concurrence et au marché devient caduque » : comme « variable subalterne au service d'une politique culturelle, [elle] laisse place à la notion de prix, variable stratégique qui s'inscrit à des degrés divers dans une logique de marché » (Gombault, 2002 : 167-169). Du début des années quatre-vingt jusqu'au milieu des années quatre-vingt-dix, la RMN et les musées nationaux s'engagent alors dans une logique de rattrapage en matière tarifaire de façon à soutenir leur développement. Les augmentations se font à la fois plus régulières et plus rapides que par le passé en se concentrant d'abord sur les plus grands musées (Samsoen, 2002 : 295). Prenant l'exemple du musée du Louvre, C. Fourteau souligne que le billet moyen d'entrée a pratiquement doublé entre 1988 et 1996 (Fourteau, 1998 : 149). Parachevant cette logique de revalorisation des droits d'entrées, la gratuité dominicale est abrogée au musée du Louvre en 1990 et en 1995 au Centre Georges Pompidou compte-tenu du manque à gagner non négligeable qu'elle représente<sup>37</sup>. Cette gratuité hebdomadaire avait été instaurée comme mesure compensatoire à l'introduction d'un droit d'entrée en 1922. Elle avait déjà cédé le pas en 1935 à une entrée à demi-tarif pour tous le dimanche et n'était plus maintenue qu'aux musées du Louvre et du Luxembourg et au Centre Georges Pompidou à sa création (Samsoen, 2002 : 297).

---

<sup>37</sup> En 1995, au musée du Louvre, les recettes de billetterie du dimanche s'élevaient à 13 millions de francs pour un prix d'entrée fixé au demi-tarif de 20 francs (Fourteau, 1998 : 149).

La disparition de cette gratuité hebdomadaire est soutenue par une série d'arguments d'ordre politique, économique et gestionnaire qui mettent en doute l'efficacité de la gratuité pour l'élargissement et le renouvellement des publics. D'abord, son impact sur la fréquentation ne se manifesterait qu'à court ou moyen terme (effet lune de miel) et aurait tendance à s'amoindrir ensuite. D'ailleurs, la gratuité n'expliquerait que marginalement les évolutions à la hausse de la fréquentation muséale (Gombault *et al.*, 2008 : 3) : bien plus probant serait l'impact du développement du tourisme culturel, celui du renouvellement et de l'événementialisation de l'offre muséale, des efforts de promotion fournis par les établissements pour la valorisation de ces offres, etc..

Ensuite, la gratuité serait contre-redistributive (Benhamou, 2012 : 40) : financée par le contribuable, elle bénéficierait surtout à une minorité de la population qui visitent ces institutions soit environ un tiers des Français de plus de 15 ans comptant principalement parmi les classes aisées de la population (Donnat, 1994 : 164). À ce titre, le prix d'entrée au musée est considéré comme un facteur non déterminant pour la visite. D'une part, il ne représenterait que 17% du coût global de la visite (Benhamou, 2012 : 36) comprenant, outre le prix d'entrée, des coûts monétaires correspondant à l'ensemble des dépenses liées à la visite (déplacement, restauration, pour certains, hébergement, etc.) et non monétaires tels que le coût en temps et celui lié au risque d'une éventuelle insatisfaction engendrée par la visite, coût inversement proportionnel à l'expertise et la familiarité des individus avec cette pratique. D'autre part, la levée de la barrière pécuniaire n'aurait que peu de poids par rapport à d'autres facteurs nettement plus prédictifs de la pratique tel que le capital culturel des individus qui, en augmentant, accroît le consentement à payer ce coût global de la visite en diminuant en particulier le sentiment de risquer une visite. En ce sens, la gratuité n'aurait qu'un effet marginal sur l'accessibilité des musées qui ne se résume pas à la question monétaire mais a aussi trait, et peut-être surtout, à l'accès cognitif et sensible aux contenus de la visite comme le montraient à la fin des années soixante P. Bourdieu et A. Darbel dans *L'amour de l'art* (1969).

Enfin, la gratuité, contre-redistributive, engendrerait en outre un effet d'aubaine en particulier pour le tourisme international en net développement sur la période. La gratuité serait une mesure paradoxale au vu du consentement à payer des visiteurs notamment touristiques et de la faible élasticité-prix de cette consommation culturelle. En reprenant la définition qu'en donne X. Dupuis (2002 : 52), l'élasticité-prix désigne

*traditionnellement la capacité de la demande à réagir à des variations de prix, le mouvement naturel [...] étant qu'une augmentation de prix se traduit par une diminution de la demande et qu'inversement, une réduction de prix infère un accroissement. Plus la sensibilité de la demande à ces variations sera grande, plus celle-ci sera réputée "élastique" ; a contrario, on la dira "rigide" ou "inélastique".*

Or, les publics touristiques ont une faible sensibilité au prix de la visite culturelle : « l'élasticité-prix est [chez eux] inversement corrélée à la distance parcourue » et d'autant plus que ces publics sont souvent plus âgés et plus aisés que la moyenne de la population (Benhamou, 2012 :

35). De même, alors que le droit d'entrée augmentait dans les musées nationaux, la fréquentation payante croissait elle aussi : de 1980 à 1996, elle s'est accrue globalement de 63%, soit de 3% en moyenne par an (Dupuis, 2002 : 59). Aussi, la gratuité permanente et pour tous paraît d'autant plus incohérente qu'elle priverait les musées d'une manne que les publics semblent prêts à leur fournir.

Dans ce contexte d'autonomisation de gestion des établissements, comme le souligne C. Fourteau, « la passion n'est jamais bien loin dans la controverse qui oppose les tenants de la gratuité à ceux du paiement de l'accès aux biens culturels, et les arguments échangés frappent plus souvent par le poids des convictions que par le recours à la preuve » (Fourteau, 2007 : 15). À ce titre, il est remarquable que plusieurs des arguments de ce débat sont réversibles. Ainsi du lien qui unit gratuité et marchandisation des musées : pour les uns, la mesure préserverait l'accès de tous à ce bien commun et constituerait ainsi un rempart à l'emprise croissante des lois du marché sur le secteur patrimonial, quand, pour les autres, elle pourrait accentuer cette tendance à la marchandisation en poussant les institutions à augmenter les tarifs de leur offre périphérique (expositions temporaires, activités commerciales) en compensation du manque à gagner (Benhamou, 2012 : 40). La même réversibilité se fait jour au sujet du rapport entre gratuité et valeur perçue du patrimoine. Pour les uns, la gratuité symbolise la noblesse du musée et lui est consubstantielle. Pour les autres, comme le rappelle F. Mairesse, elle entrerait en contradiction avec le principe de la consommation ostentatoire qu'analysait T. Veblen et selon lequel « un produit cher attire plus que s'il était bon marché » (Mairesse, 2005 : 11, 34). Cet argument était déjà énoncé lors des débats qui précèdent la loi de 1922 portant application d'un droit d'entrée dans les musées (Samsoen, 2002 : 283).

Dans le cadre de l'autonomisation financière des établissements de cette fin du XX<sup>e</sup> siècle, et en l'absence de données d'évaluation de la gratuité au musée, l'argument du pragmatisme économique et financier l'emporte. À ce titre, les analyses sur lesquelles se fondent les arguments du pragmatisme ne traitent qu'une partie de la question : celle de l'évaluation du juste prix d'entrée suivant les ressources des visiteurs, juste prix qui peut être pour certaines catégories un prix zéro. Comme le soulignent F. Benhamou et D. Thesmar, cette « littérature académique a privilégié l'approche dite de la “disposition à payer” » (63). Ces travaux en revanche n'examinent pas, à notre connaissance, les possibilités de financer une gratuité complète (permanente et pour tous) : l'existence d'un droit d'entrée au musée semble constituer une évidence peu mise en cause dans la littérature. Seuls F. Benhamou et D. Thesmar envisagent de consolider le financement du patrimoine en augmentant la participation du secteur du tourisme : étant le principal bénéficiaire financier du patrimoine « il serait plus logique que le tourisme contribue davantage et plus directement à [son] entretien et [sa] valorisation [...]. Ainsi responsabilisés, et voyant les retours directs sur leur activité des investissements dans le patrimoine, les professionnels du tourisme souhaiteraient peut-être même davantage investir et innover » (Benhamou et Thesmar, 2011 70). Les auteurs proposent de porter la taxe de séjour de 1 à 6% de façon à engendrer une recette fiscale de près d'un milliard d'euros par an (*id.* : 71). Par suite, suivant la même logique,



ils envisagent une réforme de la tarification à l'entrée des établissements patrimoniaux en différenciant les visiteurs par leur lieu de résidence : il s'agirait de « permettre aux musées qui le jugent nécessaire d'augmenter significativement les tarifs à destination des non-résidents de l'Union européenne. Cela permettrait d'améliorer les recettes des musées tout en respectant l'impératif de non-discrimination entre consommateurs au sein de l'Union européenne », voire de dégager de la logique du droit d'entrée les résidents de l'UE (*id.* : 74). Dans le même ordre d'idées, certains économistes proposent des réformes possibles de l'imposition sur les revenus et plus particulièrement de l'accentuation de la progressivité de cet impôt. Envisagée par ces derniers pour le financement d'aides et de services publics tels que les allocations de solidarité<sup>38</sup>, cette perspective n'est pas à notre connaissance développée dans la littérature sur l'économie de la culture ou plus particulièrement des musées. Pour ces derniers néanmoins, F. Mairesse envisage qu'au paiement obligatoire se substitue une contribution libre, un don pour lequel un montant est suggéré à la façon des musées anglo-saxons (Mairesse, 2005 ; 2010 : 157-162). De ce point de vue, la gratuité d'accès au musée ne relèverait plus de la décision politique d'une gratuité publique financée par l'impôt mais serait renvoyée à la discrétion des visiteurs.

Aussi, la gratuité devient plus ponctuelle ou plus ciblée dans les musées : en 1991, alors que les *Journées européennes du Patrimoine* ont depuis sept ans connu un fort succès de fréquentation dans les monuments historiques, les musées leur emboîtent le pas par la création de la manifestation *Musées en tête !*, rebaptisée à partir de 1993 *L'invitation au musée*. Dans les premiers temps, la manifestation est organisée pendant le mois d'octobre et propose de visiter gratuitement les musées en France tout en y découvrant des animations variées (expositions, visites guidées, conférences, etc.). Trois actions sont mises en œuvre par la direction des Musées de France et les musées nationaux sous sa tutelle : « un musée national, un jour » proposant chaque jour du mois d'octobre de découvrir gratuitement un musée national ; un laissez-passer d'un jour est distribué par voie de presse comme entrée gratuite pour une personne dans un musée national ; des invitations sont envoyées par voie postale à destination des publics locaux des musées nationaux. C'est dans ce contexte que sont créées les premières *Nocturnes étudiantes du mois d'octobre* au musée du Louvre comme « politique concertée d'intégration culturelle des jeunes, menée sous l'égide du ministère de la Culture et de la Direction des musées de France » (Fourteau, 1996 : 21). Intégrée à l'opération *L'invitation au musée*, cette manifestation propose aux étudiants (toutes disciplines confondues) de découvrir le musée gratuitement en nocturne les quatre mercredis du mois d'octobre. Nées d'une réflexion commune à la direction des Musées de France et au musée du Louvre (nous y reviendrons), la création des *Nocturnes étudiantes du mois d'octobre* témoigne de ces nouvelles formes de rapports entre tutelle administrative et établissements plus ancrées dans une dynamique de coopération pour la définition des politiques culturelles que de leur imposition par le haut.

---

<sup>38</sup> Voir à ce sujet l'article de B. Mylondo, « Financer l'allocation universelle : une utopie à portée de main » dans *Le monde diplomatique*, mai 2013, p.17-18

Ces nocturnes apparaissent ainsi trois ans après la suppression de la gratuité et l'année où, devenu établissement public, le musée du Louvre supprime le demi-tarif adressé aux 18-25 ans. De ce point de vue, la création de ces nocturnes constitue une mesure compensatoire à la disparition du régime tarifaire qui privilégiait cette tranche d'âge et qui s'est réduit ensuite aux seuls étudiants des filières artistiques. Néanmoins, dans ce contexte, cette gratuité n'a plus guère de rapport avec la notion de régime tarifaire qui privilégie traditionnellement les milieux éducatifs et socialement défavorisés (Fourteau, 1998). En effet, en étant « intégrée à la stratégie de développement que les musées comme les monuments mettent désormais en œuvre, la gratuité [...] est devenue aujourd'hui une action-prix comme une autre qui sert un de leurs objectifs principaux, l'accessibilité, tout en jouant un rôle promotionnel » (Gombault *et al.*, 2006 : 23). Mise en œuvre sous une forme événementielle dans les nocturnes, apparentée à un prix-zéro, elle pourrait être comparée à un échantillon promotionnel susceptible de créer une appétence pour la pratique de visite. Pour reprendre l'expression de P. Chantepie<sup>39</sup>, l'heure n'est plus à l'idéal de la gratuité mais au « marketing de la gratuité ».

### 2.1.2. La gratuité ne suffit pas : développement d'une médiation spécifique

Si ces nocturnes renvoient à un usage stratégique de la gratuité, elles prennent également acte d'un argument central du débat sur la gratuité : la politique tarifaire d'un établissement ne résume pas une politique culturelle et ne dispense pas de construire des actions de médiation adaptées aux différents types de visiteurs. Deux des fondatrices de ces nocturnes le soulignent : la gratuité ne « saurai[t], à elle seule, tenir lieu de motivation pour ceux qui sont étrangers aux musées » (Fourteau, 1996 : 22) mais « peut être utilisée pour “créer l'événement” » (Guérin, 1994 : 125).

L'élaboration d'une médiation spécifique pour ces nocturnes prend appui sur un ensemble d'études menées auprès des visiteurs jeunes tant par le musée du Louvre que par le ministère de la Culture. Ce type d'études se fait jour au début des années quatre-vingt-dix au ministère de la culture visant à isoler et comprendre les pratiques culturelles (dont muséales) des moins de 25 ans. Il s'agit en premier lieu de l'étude de F. Patureau publiée en 1992 portant sur les publics de cette tranche d'âge par retraitement des résultats de l'enquête *Pratiques Culturelles des Français* de 1988. En second lieu, il s'agit de l'enquête menée en 1994 sous la direction de J-M. Guy pour le Département des études et de la prospective (DEP) sur la fréquentation et l'image des lieux de spectacle et de patrimoine chez les 12-25 ans.

Au musée du Louvre, un secteur des études et du développement des publics est créé au sein du service culturel en 1990. Plusieurs études ponctuelles en émanent dont deux portent spécifiquement sur les publics jeunes. La première est une enquête statistique sur les motivations à la visite chez les 15-19 ans menée en 1991 en collaboration avec la Direction des musées de

---

<sup>39</sup> Introduction à l'article de J. Eidelman et B. Céroux, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de la mobilisation des visiteurs ». *Culture études*, n°2, 2009

France. La deuxième, une enquête qualitative réalisée par C. Guérin dans le cadre de son DESS en sociologie de la culture, porte sur les modes de représentation et de fréquentation des musées chez les étudiants (Gennetais Lemaitre et Kerdilès, 1997 : 22 ; Dutoyer, 2005 : 3 ; Guérin, 1994). En 1994, un observatoire permanent des publics est mis en place au musée du Louvre dont les résultats viendront corroborer les premières analyses de fréquentation du musée par les jeunes et les étudiants (Fourteau, 1996a : 22). À ces études préalables, s'ajoutent dès les premières éditions des nocturnes deux évaluations, qualitative en 1996 et quantitative en 1998, du dispositif de médiation élaboré pour ces soirées. Elles visent tout à la fois à connaître les publics de ces nocturnes, leur appréciation de ce dispositif de médiation et à apporter des remédiations à ce dispositif naissant. Ces deux enquêtes sont menées sous la supervision de F. Casanova par des étudiants de l'université Paris I qui sont également partenaires de ces nocturnes pour la mise en œuvre du dispositif de médiation.

Il convient de détailler les principaux résultats des études produites pendant cette période car ils ont tout à la fois justifié la création de ces nocturnes, permis d'en définir le format et le public cible et fourni les arguments pour leur pérennisation et leur évolution. En cela, ces actions auprès des jeunes sont tributaires de l'essor des études sur les visiteurs au tournant des années quatre-vingt-dix au cours desquelles « la connaissance instrumentée des publics est devenue un outil indispensable d'orientation et de stratégie culturelle dans la durée » et où le musée du Louvre s'est constitué en figure emblématique et pionnière « d'une production cumulative des données et [de] leur incorporation à une politique des publics » (Eidelman et Roustan, 2008 : 24).

- **La visite muséale dans les « cultures jeunes » : quels enjeux pour quels publics ?**

Si le goût pour les sorties et la sociabilité caractérise la jeunesse, la sortie au musée n'apparaît pas comme une pratique caractéristique des cultures juvéniles. D'après les données du DEP, la fréquentation annuelle d'un musée concerne un jeune sur trois et constitue chez les 12-25 ans une pratique occasionnelle au même titre que chez leurs aînés (Ripon, 1995 : 37). Certes, on observe qu'au fil des générations la part de ceux n'ayant jamais franchi les portes d'un musée tend à se réduire (Donnat et Lévy, 2011) et que le taux de fréquentation annuelle des plus jeunes est plus fort que celui de leurs aînés (Octobre, 2014 : 84). Cependant, ces résultats sont étroitement liés au poids qu'occupent les visites familiales et scolaires chez les plus jeunes. À ce titre, les données du DEP montrent comment l'évolution des modes de socialisation à cette pratique coïncide avec une diminution progressive de la fréquentation annuelle. En effet, le taux de fréquentation des musées au cours des douze derniers mois est au plus fort chez les plus jeunes de l'échantillon (34% des 12-14 ans) : parmi eux, 78% s'y étaient rendus avec l'école, 43% en famille. La fréquentation actualisée dans l'année décroît ensuite – elle est de 31% chez les 15-19 ans – de même que décroissent les incitations familiales et scolaires : 65% d'entre eux avaient réalisé une visite au cours des douze derniers mois avec l'école et 33% en famille. Chez les 20-25 ans, la fréquentation annuelle ne s'établit plus qu'à 24% et c'est à partir de cette tranche d'âge que la visite entre pairs ou seul prend le pas sur la visite familiale ou scolaire : 56% des 20-25 ans qui

avaient visité un musée dans l'année l'avaient fait entre amis, 35% en couple et 19% seul (Ripon, 1995 : 45). Sensible aux évolutions avec l'avancée en âge des modes de socialisation, il apparaît que cette pratique peine à s'inscrire dans les pratiques de la sociabilité entre pairs une fois sortie du cercle d'influence scolaire et familial.

Les données issues de l'observatoire permanent des publics en 1994 au musée du Louvre confortaient cette ambivalence quant à la présence des publics jeunes dans les salles. En effet, au sein des publics de ce musée, les 18-25 ans représentaient environ 20% du public enquêté. Ce résultat confirmait à première vue l'intérêt de ces publics jeunes adultes pour la visite de musées en dehors du cadre scolaire, le dispositif d'enquête excluant les visiteurs venus dans ce contexte. Toutefois, le recoupement des données montrait également que cette part importante des 18-25 ans était surtout imputable à la multiplication des visites par les étudiants des formations artistiques, ceux-ci visitant en moyenne cinq fois plus que d'autres jeunes en une année (Fourteau, 1996a : 22). Aussi, comme le souligne C. Fourteau (*ibid.*), « la très forte fidélisation de quelques-uns masque partiellement la faible présence du plus grand nombre. Ainsi, au Louvre, les 230 000 visites effectuées en 1994 par de jeunes franciliens furent le fait de 90 000 visiteurs distincts, soit moins de la moitié de la présence escomptée ».

L'étude du DEP met en évidence que la visite muséale oscille entre deux attitudes dominantes d'intérêt et de rejet (Ripon, 1995 : 55-56). Que celles-ci renvoient ou non à une pratique effective, occasionnelle ou assidue, elles désignent deux objectifs distincts. Le premier, relatif aux jeunes intéressés par la visite, est de maintenir et augmenter la fréquence des visites. Le second, relatif aux réfractaires, est de convaincre de façon à initier, si ce n'est un goût, du moins un intérêt pour cette pratique. Ces deux objectifs communs à tous les âges se conjuguent à un enjeu plus spécifique aux jeunes adultes : celui de l'autonomisation de la pratique de visite au moment où les influences familiale et scolaire s'atténuent. Il s'agit alors de favoriser l'inscription de la visite au sein des pratiques de la sociabilité juvénile, de « désenclaver les musées, pour reprendre les termes d'O. Bouquillard, et leur image globale par des offres combinées s'appuyant sur les préférences culturelles ou para-culturelles des jeunes », en prenant bien garde, rappelle l'auteur, de rester « compatible avec le niveau d'exigence des musées – évitant par exemple toute confusion démagogique au prétexte de manifestations sportives ou de musique de variété » (Bouquillard, 1997 : 64).

Compte-tenu de cet enjeu d'autonomisation, notamment à l'égard des visites scolaires qui prévalent aux premiers temps de la jeunesse, il peut paraître étonnant que la première cible de ces nocturnes au musée du Louvre ait été les étudiants. Pour le comprendre, il est nécessaire de replacer ces nocturnes dans le contexte de leur élaboration. Cette catégorisation a d'abord été adoptée à des fins de développement du service des études et du développement des publics nouvellement créé. Un travail de fond était à mener afin de structurer un réseau de partenaires capables de soutenir et relayer les actions de ce service pour le développement des publics (Piel, 2002 : 45). Un premier objectif assigné à ces nocturnes était ainsi de multiplier les contacts au sein de l'enseignement supérieur et des grandes écoles. Il est notamment confié à Catherine

Guérin, alors en stage de fin d'étude dans ce service, du fait des liens qu'elle entretenait à ce moment avec le milieu universitaire (Gennetais Lemaitre et Kerdilès, 1997 : 21). Ensuite, cette catégorisation fait écho aux analyses de la fréquentation du musée du Louvre par les jeunes qui faisaient ressortir la surreprésentation des étudiants des filières artistiques : un objectif de ces premières nocturnes était de diversifier ces publics étudiants en rejoignant des non-spécialistes des collections du musée pour leur permettre de découvrir ses lieux et son offre (Guérin, 1994 : 123). Enfin, la volonté d'élargir cette cible de publics était envisagée dès la création de ces nocturnes (Piel, 2002 : 45-46). Le ciblage de la catégorie des étudiants lors des deux premières années de ces nocturnes a surtout permis d'expérimenter cette action. À ce titre, il relève d'un choix pragmatique afin d'assurer un certain succès à l'expérience en ce sens que les étudiants constituent une population numériquement importante, clairement située et structurée. Si l'on tient pour critère la fréquentation de ces soirées, le succès ne se fait pas attendre : dès 1993, le musée du Louvre dénombre 3 000 visiteurs pour les quatre nocturnes du mois d'octobre et 5 000 l'année suivante (Dutoyer, 2005 : 31). Aussi, lorsque l'opération est reconduite en 1995 pour une troisième année, la définition de son public cible évolue passant des étudiants aux moins de 26 ans dans leur ensemble. Envisagé dès le départ, l'élargissement de la cible de ces nocturnes visait à se démarquer de nombre d'institutions culturelles qui concentrent leur attention sur les étudiants au risque de renforcer les inégalités entre étudiants et autres jeunes (Fourteau, 1996a : 24).

Pour autant, même élargie à l'ensemble d'une tranche d'âge, quels sont les segments de population que ces nocturnes peuvent espérer rejoindre ? L'étude de DEP estime que la clientèle potentielle d'actions spécifiques auprès des jeunes s'élèverait à 5,4 millions d'individus : ceux-là représentent la part des jeunes qui ont déclaré être intéressés par la visite de musées et vouloir la pratiquer davantage. Peuvent s'ajouter à cette première base les individus actuellement réfractaires. Comme le souligne le rapport, cette attitude pourrait en effet être transitoire et liée à la période de l'adolescence : « rebelles à la culture de leurs parents et de leurs enseignants, il est fort probable qu'ils se mettent à aimer, une fois leur adolescence révolue, ce qu'ils dédaignent aujourd'hui » (Ripon, 1995 : 92), constituant ainsi une population de jeunes « facilement motivables » (Bouquillard, 1997 : 64). L'hypothèse peut être faite qu'une action muséale adossée aux cultures juvéniles pourrait conduire à modifier chez eux l'image négative de la visite et de ces institutions. En revanche, comme le soulignent les professionnels du musée du Louvre en charge des publics dit du « champ social » que L-E. Piel a rencontrés (Piel, 2002 : 82-83), ces nocturnes apparaissent moins appropriées pour rejoindre les individus les plus éloignés des musées chez qui l'absence de pratique s'accompagne d'une certaine indifférence. Bien que l'information sur ces nocturnes soit communiquée auprès des relais du « champ social », ces individus soulèvent des problématiques sociales qui débordent le seul cadre de l'action muséale et nécessitent, au musée, des actions d'accompagnement plus soutenues (Caillet, 1995 : 139-140 ; Bouquillard, 1997 : 64).

- ***Par et pour les jeunes : la médiation conversationnelle***

Les études menées dans les années quatre-vingt-dix au DEP et au musée du Louvre, outre qu'elles permettent de préciser et de délimiter l'enjeu que représente la jeunesse, font également émerger les moyens d'une action muséale auprès des jeunes. Dans l'étude du DEP, les jeunes qui se déclaraient intéressés par la visite muséale estimaient qu'ils pourraient intensifier leur pratique à la condition qu'ils soient mieux informés sur l'offre des musées ou qu'une offre susceptible de rencontrer leurs centres d'intérêt se développe à proximité de chez eux (Ripon, 1995 : 56, 69).

Pour les jeunes qui rejetaient cette pratique, trois raisons sont principalement avancées. D'abord ces jeunes déclarent éprouver des difficultés de compréhension (47%) et, selon près d'un tiers d'entre eux, ce type de sortie s'adresse surtout à des connaisseurs (31%). Ensuite, un autre tiers juge que les musées « sont des endroits où il ne se passe rien et où l'on s'ennuie ». Enfin, pour un jeune sur cinq, les musées leur rappellent l'école et l'enseignement scolaire (Ripon, 1995 : 56, 63, 138). Selon ces jeunes en rejet de la visite, certaines propositions seraient néanmoins susceptibles de les attirer : si les musées organisaient des animations, telles que des rencontres avec des artistes ou des activités ludiques et pédagogiques en lien avec la visite, s'ils étaient des lieux conviviaux où se rendre en groupe et de détente en offrant par exemple des services de restauration.

Les études menées au musée du Louvre sur les représentations des musées d'art chez les étudiants parvenaient au même résultat. Intéressés par la visite de musée, les jeunes rencontrés déploraient néanmoins le manque d'information et d'accompagnement en leur sein (Guérin, 1994). De plus, ils soulignaient que les musées « rest[ai]ent très distants de la “culture jeune”, leur image étant souvent liée à celle de l'école, avec une connotation d'obligation, d'utilité, voire d'ennui » (Fourteau, 1996a : 22). Ce sont plus particulièrement les visites-conférences qui, selon eux, incarnaient cette image scolaire de la visite et qu'ils décrivaient « comme passablement ennuyeuses, statiques, vieillottes, plutôt rebutantes et peu stimulantes » (Casanova, 1998b : 71). Des jeunes intéressés à ceux en rejet de la visite, le développement de leur fréquentation nécessiterait ainsi, pour les premiers, que l'offre muséale soit mieux qualifiée en proposant plus d'information en amont et sur place (Ripon, 1995 : 69) tandis que, pour les seconds, c'est la nature même de cette pratique qui devrait être requalifiée par le développement d'animations susceptibles de « “rendre vivants” des lieux qui leur semblent en général trop monotones ou dont la fréquentation est trop codifiée » (Ripon, 1995 : 66).

Dès les premières éditions des nocturnes du mois d'octobre, la mesure de gratuité est ainsi assortie d'une programmation de sensibilisation, d'information et d'accompagnement : les films de la série « Palette », films d'initiation à l'histoire de l'art, sont projetés, des fiches-parcours sont distribuées et, des étudiants-médiateurs sont répartis dans les salles et identifiables à leur badge ou leur tee-shirt et peuvent être sollicités à l'envie pour dialoguer des œuvres exposées (Guérin, 1994). Cette dernière proposition constitue le cœur de la première formule des nocturnes à destination des jeunes au musée du Louvre. Intitulée par la suite *Les Jeunes ont la Parole* (JOP), cette médiation par des étudiants constitue selon les termes de C. Guérin et de F. Casanova des

« “visites à la carte” » (Guérin, 1994 : 123 ; Casanova, 1998b : 73) : « en effet, les jeunes visiteurs consultent “à la carte”, au gré de leurs besoins, de leurs envies, de leurs itinéraires, et du hasard. La règle veut que, à l’instar d’un buffet libre, “consomme” qui veut, autant de fois qu’il le veut, et qu’il commence par où lui semble bon ». Pour décrire ce dispositif de médiation, F. Casanova utilise la métaphore du « Louvre-Internet » : « réseau non plus virtuel et délocalisant mais bien “actualisé”, dans lequel les étudiants seraient autant de sites “en chair et en os”, autorisant en leurs dispositions la navigation et le “surfing” de l’un à l’autre, les rapports personnalisés, mais aussi l’élaboration de liens entre des séries d’informations » (Casanova, 1998b : 75).

Les interventions d’étudiants-médiateurs ou visites à la carte sont essentiellement conçues pour se démarquer de la visite-conférence. L’intervention de ces étudiants-médiateurs fonctionne au double titre qu’ils ne sont pas (encore) des professionnels et qu’ils sont jeunes. En effet, comme non-professionnels, les étudiants-médiateurs permettraient d’amenuiser l’« appréhension, en l’absence de tout “savoir constitué” en histoire de l’art, à s’affronter aux œuvres et à leurs spécialistes » (Casanova, 1998b : 75). Plus précisément, c’est par leur discours qu’ils se distinguent de l’image (relativement préconçue) de la visite conférence : la médiation dite « conversationnelle » qui leur est demandée privilégie une approche moins formelle des œuvres que celle que proposerait un guide professionnel dans une visite guidée. Ce style de médiation est définie de la façon suivante par F. Casanova (Casanova, 1998a : 100) :

*Une médiation de type conversationnel repose sur les aller et retour effectués entre les participants, sur la place non dominante de l’intervenant, et sur l’égalité de principe entre les participants. Les relations y sont de type horizontal. Le mode conversationnel se distingue du mode conférentiel en ce qu’avant tout échanges et apprentissages des savoirs y sont indissociables.*

Pour camper le principe d’une médiation conversationnelle, il est conseillé aux étudiants-médiateurs de ne pas lire ou réciter les textes qu’ils ont préalablement écrits et d’éviter autant que possible qu’un trop grand nombre de visiteurs ne se rassemble autour d’eux pendant leurs interventions. Il s’agit avant tout de favoriser la relation interpersonnelle entre le visiteur et l’étudiant-médiateur, d’inciter ce dernier à ajuster en permanence son discours à son interlocuteur, le tout dans un rapport d’égal à égal (Casanova, 1998a). Pour exemple, en 2013, les JOP prenaient pour thématique cette question : « Que vois-tu ? ». L’interpellation du visiteur et l’invitation à exprimer sa propre perception des œuvres devait alors constituer l’amorce du discours des étudiants-médiateurs.

La spécificité de la médiation mise en œuvre dans ces nocturnes est de s’effectuer de pair à pair pour filer la métaphore de l’internet développée par F. Casanova. En offrant la possibilité à ces jeunes médiateurs de communiquer à leurs pairs leur passion pour les collections du musée, elle repose sur le principe d’une transmission horizontale en faisant le pari que celle-ci pourra prendre le relai des transmissions verticales (par l’école ou la famille) qui prévalent aux premiers temps de la jeunesse. En ce sens, la proximité générationnelle entre médiateurs et visiteurs est supposée faciliter les échanges : « ils partagent au moins l’âge, si ce n’est les préoccupations et la

sensibilité inhérentes à une même génération » (Casanova, 1998b : 70). Le recours à des médiateurs jeunes « contribu[er]ait [...] à la création d'une atmosphère favorable, et au côté festif et chaleureux de la découverte » (Fourteau, 1996a : 22). Par suite, il s'agit de stimuler la diffusion de ces nocturnes au sein des réseaux de sociabilité. E. Héran, conservatrice au musée d'Orsay au moment où ce type d'actions pour les jeunes adultes y sont élaborées, le rappelait à L-E. Piel : il s'agit « “que les choses ne passent pas par le cadre scolaire comme quand ils étaient au lycée, et que même le relai des professeurs d'université peut ne pas fonctionner [...]. Il faut donc constituer et faire fonctionner à fond un réseau jeunes qui va permettre de faire passer l'information [...] : “tiens, tel musée organise telle activité, c'est sympa”, disent-ils et ils en parlent à leurs amis...” »<sup>40</sup>.

Devant jouer le rôle d'ambassadeurs du musée, les étudiants qui interviennent lors de ces soirées sont principalement recrutés dans des formations qui ont trait soit aux collections soit à l'accueil des publics (Casanova, 1998a : 101-102 ; Gennetais Lemaître et Kerdilès, 1997 : 27-29). Lors des premières nocturnes, des élèves en BTS tourisme et en école hôtelière sont mobilisés pour accueillir les visiteurs de la nocturne, les renseigner et leur fournir un billet d'accès. Les étudiants-médiateurs sont quant à eux recrutés à l'École du Louvre ou parmi les formations universitaires en histoire de l'art ainsi qu'au sein des formations à la conception et mise en œuvre de projets culturels. Futurs professionnels des musées, comme conservateurs, historiens de l'art ou médiateurs, ces étudiants sont encadrés pour la mise en œuvre des nocturnes par le service culturel du musée et par les équipes pédagogiques des établissements d'enseignements supérieurs partenaires de l'opération. Pour certains de ces étudiants, la participation aux nocturnes fait partie intégrante du cursus universitaire.

Dans le développement ultérieur de ces nocturnes, les étudiants interviendront à plusieurs, démultipliant à la fois les échanges entre eux et avec les visiteurs ainsi que les approches sur les œuvres commentées. À partir de 2004, les JOP intègrent les formations artistiques telles que l'école Boullé, la musicologie : la médiation s'ouvre alors à une approche créative des œuvres et aborde, au travers des métiers d'art sollicités, la démarche de création (Dutoyer, 2005 : 19). Pour exemple, en 2013, des étudiants en histoire de l'art intervenaient aux côtés d'étudiants d'école d'arts appliqués qui présentaient une de leurs créations inspirées de l'œuvre commentée, permettant d'apprécier celle-ci sous un autre angle. Il s'agissait par exemple d'un dispositif audio reconstituant l'ambiance sonore d'une marine, d'un jeu sur tablette numérique invitant les visiteurs à retracer de mémoire les grandes lignes de l'œuvre de W. Vaillant, *Le petit dessinateur*, ou bien encore, dans le cas de l'œuvre de Vermeer *La dentellière*, de la reproduction de broderies selon des techniques traditionnelles ou avec des matériaux contemporains comme le plastique.

Les évaluations menées à partir des nocturnes de 1996 ont souligné la pertinence de cette forme de médiation : « la dimension relationnelle prime sur l'acquisition des connaissances dont

---

<sup>40</sup> Entretien accordé à L-E. Piel par E. Héran et cité dans son mémoire, p.79. Nous coupons. Piel, Laure Estelle. 2002. *Les Jeunes et les musées : un rapport complexe*. Ecole du Louvre. Paris : 93 p.



l'intérêt est par ailleurs largement affirmé. Le plaisir pris à la visite est lié à l'aspect interactif, à la possibilité de questionner, d'échanger, de découvrir, de s'impliquer, et ceci sans obligation ni crainte » (Casanova, 1998b :75). Les jeunes rencontrés y affirment l'importance de cette forme de médiation qui renouvelle voire réhabilite l'image qu'ils ont de la visite muséale. Les interventions des étudiants-médiateurs sont majoritairement jugées nécessaires voire indispensables à la découverte des collections d'un musée tel que le Louvre notamment pour s'aventurer en dehors des sentiers battus que constituent les grands chefs-d'œuvre du musée (Casanova, 1998b : 74-76).

### **2.1.3. De l'incitation à la fidélisation : la carte Louvre jeunes**

Au vu des succès de fréquentation des premières nocturnes et de l'accueil de ces médiations par les publics, la réflexion sur les publics jeunes adultes s'est rapidement déplacée de la question de l'incitation à celle de la fidélisation de ces visiteurs. La carte Louvre jeunes, troisième volet de cette politique d'intégration culturelle de la jeunesse, est alors imaginée de façon à pérenniser les liens initiés ou renoués par ces nocturnes.

- **Résurgence d'un avantage tarifaire : l'adhésion**

Comme le montre C. Fourteau dans son histoire de l'adhésion au musée (Fourteau, 1996b), ce système tarifaire est ancien bien qu'il ait été largement inusité jusqu'à la fin du XX<sup>e</sup> siècle. Ce principe apparaît conjointement à la loi de 1921 instaurant le paiement à l'entrée des musées nationaux, le décret d'application prévoyant la possibilité pour les établissements de mettre en place des cartes d'abonnement valable d'un mois à un an et donnant accès à un ou plusieurs musées (Fourteau, 1996b : 130). Le montant prévu pour ces abonnements était celui du plein tarif appliqué à l'entrée, multiplié par un coefficient proportionnel à la durée de ces abonnements. Pour l'accès à l'ensemble des établissements, le tarif était doublé. D'après C. Fourteau, il est peu probable que les établissements se soient saisis de cette possibilité prévue dans la loi – il n'y en aurait pas de traces dans les archives des établissements nationaux – en raison des tarifs élevés fixés par la loi. Ces systèmes d'abonnement faisaient également doublon avec la cotisation aux sociétés d'amis de musée : celle-ci, deux fois moins chère que les abonnements prévus dans la loi de 1921, donnait, elle aussi, accès gratuitement à l'établissement concerné. C'est principalement en adhérant à ces sociétés que des publics ont pendant longtemps pu bénéficier d'une forme d'abonnement au musée.

Ces systèmes d'abonnement retrouvent une pertinence dans les musées à la fin des années 1970 et à partir des années 1980 en particulier pour favoriser la venue des publics de proximité à un moment où les droits d'entrée augmentent afin de tirer profit de la fréquentation touristique croissante. L'abonnement semble avoir constitué un moyen de préserver les publics locaux des augmentations tarifaires du droit d'entrée plus rapide que celles du tarif de l'adhésion. C. Fourteau souligne qu'« il n'est pas exclu d'ailleurs que l'existence de l'adhésion ait autorisé un accroissement du droit d'entrée portant sur les autres visiteurs » (Fourteau, 1996b : 136).

La résurgence de l'adhésion a d'abord lieu au Centre Pompidou sous l'égide de Georges Guette, ancien collaborateur de Jean Vilar, qui importait au musée les expériences menées au TNP. Ce système y avait été mis en place sous la forme d'adhésion collectives en s'adressant en priorité à des groupements de jeunesse, de travailleurs, etc. Là, le système d'adhésion ne constituait pas seulement un outil de fidélisation de publics déjà familiers mais visait également l'élargissement des publics par la prospection de publics qui ne s'orientaient pas d'eux-mêmes vers ces abonnements ni même *a priori* vers le théâtre (Fleury, 2006 : 141-143). Pour eux, l'adhésion fonctionnait à la fois comme une incitation à la première fréquentation et une fidélisation à l'institution. Comme le rappelle C. Fourteau (1996b : 135-136),

*le projet d'adhésion s'éloigne de l'opinion répandue, selon laquelle il y aurait une opposition entre l'intensification des pratiques et l'élargissement des publics [...]. Que ce premier degré d'approche soit nécessaire est une évidence. Mais pour reprendre l'exemple de Jean Vilar, n'oublions pas que s'il proposait d'emblée aux "publics populaires" des comités d'entreprises des abonnements au TNP avec trois spectacles dans l'année, c'est qu'il misait sur la fidélisation comme condition de l'élargissement. Car on ne peut espérer soutenir un véritable processus d'appropriation sans donner les moyens de progresser dans la familiarité avec le musée par des visites successives et un lien durable.*

À partir des années 1980, le système de l'adhésion annuelle se diffuse dans plusieurs institutions parisiennes notamment dans les musées créés lors de cette décennie : la Carte blanche au musée d'Orsay (1986), le Visa pour la Cité à la Cité des sciences et de l'industrie (1988). Il gagne également des musées plus anciens comme le musée Guimet qui met en place la carte Jade en 1994. Dans ces institutions, l'adhésion concerne tous les publics et offre des avantages similaires. En premier lieu, elle permet l'accès gratuit et illimité pendant un an aux collections permanentes et aux expositions temporaires. Dispensant le visiteur du paiement à chaque visite, le système s'apparenterait ainsi, selon C. Fourteau, à une gratuité prépayée (Fourteau, 1996b : 134). Certaines institutions développent des programmations spécifiquement pour leurs adhérents. L'abonnement donne en outre droit à des réductions sur un ensemble d'activités culturelles, dans les services annexes du musée (boutiques, lieux de restauration), voire dans des établissements culturels partenaires (salles du spectacle vivant par exemple).

Le développement de ces réseaux d'adhérents permet dans l'institution muséale d'instaurer une relation privilégiée avec une partie des publics du musée : « l'adhésion manifeste l'intention d'un musée de prendre en charge, de façon volontariste, la construction d'une relation durable avec un public identifié » (Fourteau, 1996a : 23). À ce titre, la constitution de fichiers de contacts permet aux personnels du musée d'adresser directement et nominativement une communication et des suggestions de visite ajustées au profil des visiteurs et aux centres d'intérêt qu'ils renseignent au moment de leur adhésion.

- **La carte Louvre jeunes : clé de voûte de la « politique d'intégration culturelle des jeunes »**

Adressée à l'ensemble des publics dans la majorité des institutions à cette période, au musée du Louvre, le choix est fait en 1995 de développer l'adhésion en priorité pour les jeunes adultes âgés de moins de 26 ans. La carte Louvre Jeunes, dispositif pour la fidélisation des jeunes adultes, complète ainsi les actions d'incitation à la visite que constituent les nocturnes pour les moins de 26 ans. Promue lors des nocturnes pour les jeunes et au sein des universités, la carte Louvre Jeunes a également bénéficié d'importants efforts de communication dans les médias et par voie d'affichage, à l'image des campagnes de promotion mises en œuvre pour les expositions temporaires du musée du Louvre (Fourteau, 1996a : 25).

15 000 individus adhèrent à la carte Louvre Jeunes la première année, là où l'on en espérait huit mille. 1 000 adultes encadrant souscrivent également une adhésion collective : un correspondant prend en charge l'adhésion et l'animation d'un groupe d'au moins dix jeunes (Fourteau, 1996a : 26). Le principe de ces adhésions collectives, prioritairement adressé aux relais que constituent les travailleurs sociaux œuvrant auprès de jeunes défavorisés, nuance, nous l'avons vu, l'opposition entre actions d'incitation à la visite et système de fidélisation. Elles inscrivent la carte Louvre Jeunes dans la droite ligne des abonnements imaginés au TNP et dans l'ambition de l'élargissement des publics par l'intensification des visites d'un public éloigné du musée.

Gratuité, médiation conversationnelle et adhésion : pensées comme trois volets d'une même politique des publics pour les jeunes adultes au sein du musée du Louvre, ces formes d'actions vont ensuite se diffuser de façon autonome. Comme nous allons le voir, elles sont chacune reprises par des acteurs différents suivant des logiques qui leur sont propres. Dans la seconde partie de ce chapitre, nous passons en revue ces trois formes d'actions auprès des jeunes adultes en détaillant la manière dont elles se sont développées dans les musées et les acteurs qui en ont été les instigateurs.

## 2.2. Diffusion des actions muséales pour les jeunes adultes

### 2.2.1. La gratuité pour les moins de 26 ans ou la réappropriation étatique de la question tarifaire

- **Le retour de la gratuité : un doute persistant**

La gratuité adressée aux moins de 26 ans dans les musées nationaux émerge après que N. Sarkozy, élu à la présidence en 2007, a d'abord relancé la question d'une gratuité complète (permanente et pour tous). Figurant parmi ses promesses de campagne, la mesure est pour le nouveau président élu pensée en référence au modèle des musées anglo-saxons. Comme le souligne la lettre de mission à la ministre de la Culture, « si [la gratuité] est possible et réussie ailleurs, on ne voit pas pourquoi elle ne le serait pas en France »<sup>41</sup>. Il poursuit :

*Celle-ci faisant toutefois l'objet de débats au sein du monde de la culture, vous conduirez d'abord une expérimentation de la gratuité avec un échantillon d'établissements, sans perte de recettes pour les musées concernés. Son objet sera d'en mesurer toutes les conséquences et de déterminer les conditions de réussite de sa généralisation.*

En effet, la mesure qui avait été abrogée en 1990 par la RMN à des fins d'augmentation des recettes de billetterie, avait, dès 1995, fait un retour inattendu au musée du Louvre sous l'impulsion du ministère de la Culture. À cette date déjà, la décision est avant tout un acte politique : la gratuité pour tous les publics chaque premier dimanche du mois était alors proposée comme « un signe fort pour faire comprendre que la culture s'adresse à tous » dans un « lieu symbolique de la culture en France »<sup>42</sup>. La décision faisait suite à l'élection de J. Chirac à la présidence et constituait sur le plan culturel l'une des actions mises en œuvre pour réduire la fracture sociale, l'un de ses principaux thèmes de campagne. La force de cet acte d'ingérence politique dans la gestion administrative et financière, désormais autonome, des établissements peut se mesurer à sa théâtralité : C. Fourteau (1998) et D. Samsoen (2002) racontent le déplacement en personne de P. Douste-Blazy, ministre de la culture, venu faire part de cette décision au conseil d'administration du musée du Louvre, après l'avoir annoncée à la presse, et le jour même où le conseil votait une nouvelle augmentation du droit d'entrée ainsi que la création, en compensation, de la carte Louvre Jeunes. La mesure était alors proposée à titre d'expérimentation pour une période de deux ans au cours de laquelle elle a été financée par une subvention compensatoire de l'État.

---

<sup>41</sup> Lettre de mission à la ministre de la Culture et de la communication du 1<sup>er</sup> août 2007, citée dans le rapport de la Cour des comptes *Les musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010)*, E. Giannesini (rapporteur), p. 168

<sup>42</sup> Procès-verbal du conseil d'administration de l'établissement public du musée du Louvre du 29 septembre 1995 cité par D. Samsoen « Petite histoire de la gratuité dans les musées nationaux ». Dans : *Les tarifs de la culture*. Rouet, F. (dir.). Paris : La Documentation française, 2002, p. 298

Les enquêtes menées alors par l'Observatoire Permanent des Publics du musée du Louvre ont mis en lumière l'impact positif de cette gratuité mensuelle non seulement sur la fréquentation qui augmentait de 60% par rapport aux dimanches payants, mais aussi sur le projet de visite et la composition des publics. D'une part, la mesure est apparue comme une incitation à la visite, voire à la première visite, et comme un moyen de fidéliser les publics à l'institution. Cet effet a surtout été constaté auprès des publics nationaux et locaux dont la part respective était multipliée par 2,3 et 3,1 lors de ces journées de gratuité quand celle des touristes venus de l'étranger n'était multipliée que par 1,2 par rapport aux autres jours. Ce résultat affaiblissait ainsi l'argument fréquemment évoqué dans les débats selon lequel la gratuité constituerait une aubaine pour le tourisme international. D'autre part, la composition sociale des publics les jours de gratuité apparaissait modifiée par rapport aux publics venus en contexte ordinaire : parmi les publics locaux, le nombre de visiteurs issus des classes sociales supérieures était multiplié par 2,6, celui des professions intermédiaires par 2,8 et celui des ouvriers et employés par 3,1 ; de même, la part des jeunes élèves et étudiants ainsi que celle des publics venus en famille augmentait de façon significative ces dimanches de gratuité. Au travers de cette évaluation, la gratuité mensuelle apparaissait ainsi comme « l'instrument le plus puissant qui soit à la disposition des politiques culturelles » (Fourteau, 2007 : 17).

Cependant, et malgré la conviction que peuvent emporter ces résultats, cet impact de la gratuité vaut essentiellement pour des visiteurs déjà impliqués dans cette pratique culturelle. En effet, l'étude menée sous la direction d'A. Gombault et de C. Petr continue d'affirmer que si la gratuité « peut renforcer des intentions existantes, accélérer ou retarder le projet de réaliser une visite, [...] elle ne suffit pas à elle seule, à créer le désir de visiter » (Gombault *et al.*, 2006 : 132-133). Ce point était déjà contenu en creux dans les évaluations de l'Observatoire Permanent des Publics du musée du Louvre. En effet, les effets positifs d'accroissement et de diversification des publics en lien avec la gratuité s'observent sur la base des publics informés de cette mesure (Fourteau, 1998 : 157), le niveau d'information constituant un premier indicateur de l'intérêt et de l'implication des individus dans cette pratique (Gombault *et al.*, 2006 : 49-50 ; Strazzieri, 1994 ; Donnat, 1994 : 34-44). En d'autres termes, et de la même manière que les programmations événementielles à destination des jeunes adultes, la gratuité ne peut se substituer à d'autres formes d'action plus ciblée et ajustée susceptibles de rejoindre les individus les plus éloignés de cette pratique culturelle.

Aussi, en dépit des résultats positifs auprès de certaines catégories de publics pour lesquelles le coût monétaire peut constituer un frein, un certain scepticisme subsiste parmi les professionnels des musées quant à la capacité de cette mesure à diversifier les publics des musées. Une nouvelle expérimentation est alors lancée en 2008 visant à éprouver, une fois encore, l'opportunité de cette mesure.

- **L'expérimentation d'une gratuité complète en 2008**

Cette nouvelle expérimentation de la gratuité est lancée en janvier 2008 et pour une durée de six mois dans 14 musées et monuments nationaux répartis sur l'ensemble du territoire national. La gratuité complète (tous les jours, pour tous les publics) porte sur l'accès aux collections permanentes. Dans ces établissements test, l'étude est effectuée au moyen d'un suivi mensuel de la fréquentation et d'une enquête par sondage (Eidelman et Céroix, 2008 ; 2009).

Parallèlement, en vue d'estimer la réactivité des publics jeunes à cette mesure, quatre musées parisiens (le musée du Louvre, le musée du quai Branly-J. Chirac, le Centre Pompidou et le musée d'Orsay) testent une gratuité ciblée pour les 18-25 ans en organisant à tour de rôle une nocturne gratuite hebdomadaire. Ces nocturnes font elles aussi fait l'objet d'une enquête par sondage (Maresca, 2008).

Les résultats de ces deux enquêtes sont congruents avec ceux présentés au musée du Louvre pour la gratuité des premiers dimanches du mois. Dans les établissements test, les deux tiers de l'échantillon étaient informés avant leur visite qu'ils bénéficieraient d'une gratuité. Pour près de la moitié des répondants, cette mesure a été déterminante dans leur décision de visiter. De même, lors des nocturnes pour les 18-25 ans, les deux tiers déclaraient qu'ils n'auraient pas effectué leur visite sans cette mesure. Dans les deux enquêtes, les visiteurs pour qui la mesure n'est pas entrée en ligne de compte dans la décision de visite représentent une portion congrue des échantillons : 9% des 18-25 ans lors des nocturnes, 17% de l'échantillon dans les 14 établissements test. Ce niveau d'information et la réactivité des publics à cette mesure coïncident avec une hausse significative de la fréquentation : elle augmente de moitié dans l'ensemble des établissements test de même que la présence des jeunes dans les quatre établissements proposant des nocturnes gratuites est considérablement accrue à partir de 18h (multipliée par 4 au musée d'Orsay et par 5 au Centre Pompidou).

Dans les 14 établissements test, l'enquête montre en outre que cette augmentation de la fréquentation n'est pas le simple fait de la multiplication des visites par des visiteurs déjà familiers de cette pratique. En effet, la part des primo-visiteurs s'élève à près des deux tiers des visiteurs rencontrés. Une « culture de la gratuité » se fait jour (Eidelman et Céroix, 2009 : 17), en particulier chez les jeunes jusqu'à 34 ans qui font un usage varié des différentes formes de gratuité proposées dans les musées (catégorielle et lors de manifestations telles que les Journées européennes du patrimoine) pour découvrir des lieux qu'ils ne connaissent pas encore. De plus, dans ces établissements, la gratuité participe à diversifier socialement les publics. Ce sont les visiteurs issus de classes populaires et moyennes inférieures qui apparaissent comme étant les plus fortement mobilisés par cette mesure : pour plus de la moitié d'entre eux, la gratuité a été déterminante dans la décision de visite. À l'inverse, les classes sociales supérieures, de même que les plus familiers de la visite muséale, comptent plus souvent des visiteurs que la gratuité ne motive pas ou qui n'étaient pas informés de la mesure. Les résultats obtenus auprès des jeunes visiteurs lors des nocturnes sont plus nuancés sur cet effet de diversification sociale des publics. On constate en effet parmi les jeunes bénéficiaires de cette mesure, une surreprésentation des

parisiens par rapport aux franciliens résidant hors de Paris, et des étudiants tandis que les jeunes actifs, les peu familiers de la visite muséale et les jeunes employés ou ouvriers sont sous-représentés. Aussi, l'étude rappelle que l'intérêt et l'implication des individus à l'égard de cette pratique culturelle constituent un préalable à la réceptivité des publics à cette mesure.

- **D'une gratuité complète à la gratuité catégorielle**

En dépit de ces différentes évaluations, la gratuité reste une mesure polémique. Moins parce qu'elle n'est pas une solution miracle, s'il en est, pour la démocratisation des publics des musées – le fait est connu bien avant que la gratuité ne fasse l'objet d'une expérimentation dans les musées et il serait naïf de croire que cet objectif puisse être rempli par une seule mesure ou même par ces seules institutions, que parce qu'elle est emblématique de l'apparente contradiction des missions qui incombent à ces institutions. Si elle soutient des processus de démocratisation des publics, elle impose aux établissements de compenser le manque à gagner par d'autres ressources, de billetterie en augmentant la fréquentation payante et le prix d'entrée ou par voie de mécénat. En témoignent les lettres de mission adressées aux chefs d'établissements citées dans le rapport de la Cour des comptes sur la gestion des musées nationaux :

*Dans la lettre de mission adressée au président du musée d'Orsay le 5 août 2009, le ministre prescrit [...] : "Au-delà de l'augmentation de la fréquentation, vous ferez de l'élargissement et de la diversification des publics du musée la deuxième priorité de votre action, en portant une attention particulière à la démocratisation de l'accès à la culture et à l'éducation artistique et culturelle. (...). ". Mais quelques lignes plus loin, il est également demandé au président : "Vous veillerez également à consolider, voire à dépasser, le remarquable niveau de ressources propres atteint par l'établissement, notamment grâce au mécénat.", tandis que les expositions temporaires sont invitées à respecter "un équilibre économique global".*

Comme le conclut l'auteur de ce rapport, si « ces orientations ne sont pas automatiquement contradictoires, [...] elles dessinent une voie étroite, voire très étroite »<sup>43</sup>. Dans ce contexte, la mise en œuvre d'une mesure de gratuité (quelle qu'en soit la forme) sur décision des tutelles politiques n'est acceptée au sein des établissements qu'en raison d'une compensation du manque à gagner par l'État<sup>44</sup>. À ce titre, la restriction de la gratuité en 2009 aux seuls jeunes de moins de 26 ans, si elle fait écho à l'enjeu prioritaire que représente cette catégorie de publics pour les musées, se comprend avant tout au regard du coût qu'implique cette mesure pour l'État. Comme le rappelle la Cour des comptes en 2011, au vu des résultats de l'expérimentation de 2008,

<sup>43</sup> Giannesini, Emmanuel (rapporteur). 2011. Les musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010). Paris : Cour des comptes, p. 159

<sup>44</sup> Comme le souligne le rapport de la Cour des comptes, cette mesure, largement débattue avant sa mise en œuvre, fit rapidement consensus du fait des compensations auxquelles elle donna lieu. Et ce d'autant plus qu'à l'issue de deux années de fonctionnement de la mesure, le ministère de la Culture renonça à réclamer les compensations trop perçues, suggérant aux établissements de les réinvestir dans d'autres actions d'éducation artistiques et culturelles.

*trois solutions étaient envisageables : pérenniser la mesure sous la forme d'une plage hebdomadaire ou horaire de gratuité pour tous ; généraliser la gratuité pour tous, tout le temps ; ou limiter la gratuité permanente aux publics jeunes. C'est cette dernière option qui a été retenue. Bien qu'aucune justification officielle n'ait été formulée par la ministre de la culture, l'argument du coût a, sans le moindre doute, orienté le choix vers cette dernière option, quand bien même elle était la plus éloignée de l'orientation tracée par le Président de la République dans sa lettre de mission du 1<sup>er</sup> août 2007, et quand bien même, en termes de stricte efficacité, les évaluations paraissaient privilégier la gratuité générale.<sup>45</sup>*

Un arbitrage financier donc, que le président N. Sarkozy présentait dans ses vœux aux acteurs de la culture en janvier 2009 comme un moyen de trancher dans le débat sur la gratuité qui n'avait pourtant plus lieu d'être depuis l'expérimentation qu'il avait lui-même missionnée :

*« Je sais qu'il y a un débat sur la gratuité dans les musées, avec ses partisans et ses opposants. Dans la situation qui est la mienne, il faut que j'arbitre, et je pense que la bonne solution est de donner libre accès à tous les professeurs et à tous les jeunes »<sup>46</sup>.*

Tributaire des orientations politiques des tutelles et des financements qu'elles attribuent en compensation, l'existence de ces mesures de gratuité reste fragile et leur pertinence régulièrement mise en cause<sup>47</sup>. Une enquête, dont il est question plus loin, est menée auprès des bénéficiaires de la gratuité accordée aux moins de 26 ans dès le lancement de cette mesure. Un suivi de la fréquentation des 18-25 ans est effectué au sein du dispositif *Patrimostat*. Des études commandées au CREDOC par le département de la Politique des Publics ont réalisées auprès de la population française. L'ensemble de ces données souligne le maintien des effets de la gratuité. Pourtant l'efficacité de la mesure accordée aux moins de 26 ans est à nouveau questionnée par les pouvoirs publics en 2014, entraînant la réalisation d'une nouvelle étude auprès des 18-25 ans dans laquelle est intégré un questionnement sur les réactions de ces publics dans l'éventualité où la gratuité dont ils bénéficient venait à disparaître.

## **2.2.2. Les programmations pour les jeunes adultes : mimétisme muséal et variantes<sup>48</sup>**

À partir de 2009, dans les musées nationaux, la gratuité pour les jeunes devient indépendante des gratuités événementielles que les musées destinent à ces publics au travers des nocturnes. Renforçant ces programmations en permettant un accès gratuit aux collections permanentes à tout moment, cette mesure de gratuité a conduit les institutions culturelles à redéfinir

<sup>45</sup> *Idem*, p.169-170

<sup>46</sup> Discours de N. Sarkozy, vœux aux acteurs de la culture, 13 janvier 2009, Nîmes. Disponible en ligne : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/conferen/albanel/prculture09.pdf>

<sup>47</sup> En témoigne, au musée du Louvre, la décision en 2014 de n'appliquer la gratuité des premiers dimanches du mois que d'octobre à mars, pendant la saison basse.

<sup>48</sup> Cette partie est une version remaniée et étendue de l'article « Des jeunes aux commandes du musée ou la médiation revisitée à l'aune des cultures juvéniles » à paraître dans la revue *Muséologies*



les cibles de publics destinataires des programmations dédiées et des systèmes d'adhésion. Plusieurs d'entre elles ont ainsi élargi la cible passant des moins de 26 ans aux moins de 30 voire 35 ans. Abordons à présent la manière dont se sont diffusées ces actions dans les musées de France et leurs évolutions à partir des années deux mille.

- **Les programmations jeunes dans les « Musées de France » : construction du corpus**

Afin d'analyser la diffusion et les formes des programmations dédiées aux jeunes adultes, nous avons effectué une recension sur la base de 358 musées labellisés « Musées de France ».

La construction du corpus de programmations muséales à destination des jeunes adultes s'est avérée délicate. D'une part, la cible des programmations est parfois vague : elle n'est pas toujours explicite, mais peut être parfois impliquée par les mesures tarifaires mises en œuvre pour l'accès à ces programmations. D'autre part, le travail à partir des sites web des musées interdit toute prétention à l'exhaustivité de ce corpus du fait, en particulier, de la disparition régulière des contenus diffusés en ligne. Ce corpus vise essentiellement à signaler l'existence d'une offre pour les jeunes adultes dans les musées et à en analyser les formes.

La première méthode pour l'élaboration de ce corpus a consisté en une veille sur le web et les réseaux socionumériques, par la recherche par mots clés sur un moteur de recherche et par la mise en place d'alertes avertissant de la parution en ligne de contenus liés à ces mots clés (« musée soirée » ; « musée nocturne » ; « nuit des étudiants » ; « nocturne étudiante » ; « nocturne jeune » ; « musée jeune » ; « musée étudiant », etc.). Nous avons également pris appui dans ce premier temps sur la recherche menée à l'École du Louvre par Emma Fonteneau (2011) qui recensait un certain nombre d'actions muséales à destination des jeunes adultes.

La seconde méthode a permis de systématiser cette recherche. Sur la base des données collectées au sein du dispositif *Patrimostat*, nous avons défini un périmètre de musées de France afin d'en examiner les programmations et d'y repérer celles à destination des jeunes adultes. Dans un premier temps, nous avons passé en revue la programmation des musées nationaux et musées de France recevant plus de 100 000 visites par an. Nous avons considéré d'abord qu'un certain volume de fréquentation était nécessaire pour que soit mise en œuvre une segmentation fine des publics susceptible d'isoler la catégorie des jeunes adultes. Constatant par la méthode de la veille sur le web que certains établissements, sans atteindre ce seuil de visites annuelles, affichaient des programmations pour les jeunes adultes, nous avons élargi dans un second temps le périmètre à l'ensemble des musées implantés dans des villes recevant au moins 50 000 visites par an.

Le périmètre retenu compte ainsi 358 musées de France et leurs annexes répartis sur l'ensemble du territoire national. Les plus petits établissements reçoivent moins de 1 000 visites par an et les plus grands plus d'un million. En cela, le périmètre des musées considérés est représentatif de la diversité des établissements du point de vue de leur envergure (mesurée au volume de fréquentation annuelle), de leur statut et tutelle administrative (musées de France sous tutelle ministérielle ou de collectivités territoriales) et du type de collections qu'ils abritent (beaux-arts,

sciences et techniques, histoire, etc.)<sup>49</sup> : autant de facteurs qui pouvaient selon nous et *a priori* influencer le choix de dédier une programmation à la jeunesse adulte. En outre, leur répartition sur l'ensemble du territoire permet de tenir compte d'un dernier facteur : celui de la présence d'une population étudiante plus ou moins nombreuse. Ces établissements sont ainsi implantés sur des aires urbaines très variées en termes d'effectifs étudiants allant de l'absence de population étudiante à plus de 600 000 étudiants du supérieur<sup>50</sup>.

L'examen des programmations culturelles a été fait en ligne sur les sites internet et pages *Facebook* des établissements. Compte-tenu de la périodicité des programmations (le plus souvent annuelle) et du renouvellement, sur les sites internet, des informations délivrées sur les programmes des établissements, ce recensement a été actualisé à deux reprises (en 2013 et en 2014) en mobilisant systématiquement le logiciel *Zotero* pour réaliser et conserver des captures d'écran des pages web en dépit de leur possible disparition en ligne. Ponctuellement, le site web *Internet Archive* (site qui comme son nom l'indique procède à l'archivage des contenus d'un certain nombre de sites internet) a pu être mobilisé afin de repérer les évolutions de certaines programmations au fil du temps.

En référence au modèle initial qu'ont constitué les *Nocturnes jeunes* du musée du Louvre, sont entrées dans le corpus les programmations qui désignaient de façon explicite ou en l'impliquant par une mesure tarifaire les jeunes adultes comme publics destinataires, quel que soit le critère retenu pour catégoriser cette population (statut d'étudiants, tranche d'âge, etc.). Étaient exclues du corpus les activités culturelles adressées aux jeunes dans le cadre de cursus scolaire ou universitaire (tels que les conférences proposées pour l'enseignement supérieur).

Lorsqu'une programmation dédiée était repérée au sein d'un établissement, nous avons systématiquement enregistré les textes de présentation de ces programmations (plus ou moins prolixes selon les établissements) ainsi que leur programme. Plus ponctuellement, nous avons enregistré d'autres matériaux que textuels : il s'agit en particulier des photographies et vidéos qui rendent compte en images du déroulement des programmations et qui alimentent les pages Facebook des établissements, voire celles ouvertes pour les programmations elles-mêmes.

Pour l'analyse de ces programmations, nous avons relevé un certain nombre d'informations (lorsqu'elles étaient disponibles) : tout d'abord, le format de la programmation (périodicité, soirée événementielle ou action de médiation régulière) ; ensuite, les types d'activités et animations proposées, le statut des intervenants sollicités par l'établissement pour la conception ou la réalisation des programmations, les conditions d'accès et tarification lors de ces programmations pour les publics ciblés et hors cible.

---

<sup>49</sup> Les thématiques des collections que nous avons relevées pour chaque établissement de ce périmètre sont celles décrites dans la base de données en ligne *Muséofile*

<sup>50</sup> Les données sur les effectifs étudiants relevés pour chaque établissement de ce périmètre sont issues de l'Atlas régional, Effectifs étudiants, édition d'avril 2015, publié par le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Disponible en ligne : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid88385/atlas-regional-les-effectifs-d-etudiants-en-2013-2014-edition-2015.html>

Enfin, sur les deux terrains que nous avons sélectionnés pour enquêter auprès des publics de ces programmations, nous avons réalisé plusieurs entretiens avec les personnels des musées organisateurs ou les intervenants.

- **Répartition des programmations dans le paysage muséal français**

Au sein de cet échantillon, 85 établissements développent une programmation pour les publics jeunes adultes. Il s'agit le plus souvent de soirées au(x) musée(s) spécialement dédiées à ces publics et organisées une fois par an, généralement à la rentrée universitaire ou au printemps. Dans quelques établissements, ces programmations peuvent être plus régulières : c'est le cas par exemple au musée du quai Branly-Jacques Chirac où les *Before* ont lieu tous les trimestres pendant l'année universitaire, ou encore au musée des Augustins à Toulouse et à la Piscine à Roubaix où des « visites conversations » ou « surprises » sont organisées de façon hebdomadaire. Majoritairement, ces programmations sont adressées aux étudiants (toutes disciplines confondues) plutôt qu'à une tranche d'âge. C'est principalement dans les établissements parisiens que la cible est définie sur le critère de l'âge en s'adressant aux moins de 30 ans (musée du Louvre<sup>51</sup>, musée du quai Branly-J. Chirac<sup>52</sup>) voire aux moins de 35 ans comme c'est le cas au musée d'Orsay. De même, à l'instar du musée du Louvre, ces programmations sont dans leur grande majorité gratuites pour les publics ciblés.

Nous avons pu distinguer trois formes d'organisation des programmations adressées aux jeunes adultes. Le premier cas de figure (29 établissements sur 85) est celui où, à l'image du musée du Louvre, une programmation émane d'un musée et est organisée uniquement dans celui-ci : notre terrain d'enquête auprès des publics de l'événement *Le mois des étudiants au musée* correspond à cette forme.

Dans un deuxième cas, l'événement est mutualisé à l'ensemble des musées d'un territoire (38 établissements sur 85). *La nuit des musées spéciale étudiants* où nous avons enquêté s'y rapporte<sup>53</sup>. Là, la programmation a été créée sous l'impulsion des tutelles politiques des musées de la ville (la municipalité et la communauté urbaine). Il s'agissait, d'une part, de valoriser la vie étudiante sur le territoire et, d'autre part, d'instaurer des synergies entre les musées du territoire qui relèvent de deux échelons territoriaux différents<sup>54</sup>.

---

<sup>51</sup> Au musée du Louvre, la catégorisation des moins de 30 ans comme public cible de ces programmations fait suite à l'instauration en 2009 de la gratuité pour les moins de 26 ans. Nous y revenons plus loin.

<sup>52</sup> La mention des moins de 30 ans apparaissait sur la page consacrée aux *Before* sur le site internet du musée lors de notre première recension. Cette mention a disparu ensuite. En effet, il est apparu que, selon les thématiques développées dans ces soirées, les *Before* attiraient d'autres catégories de publics (notamment familial). Nous revenons au terme de cette recherche sur ces évolutions de la catégorisation des publics pour ces programmations.

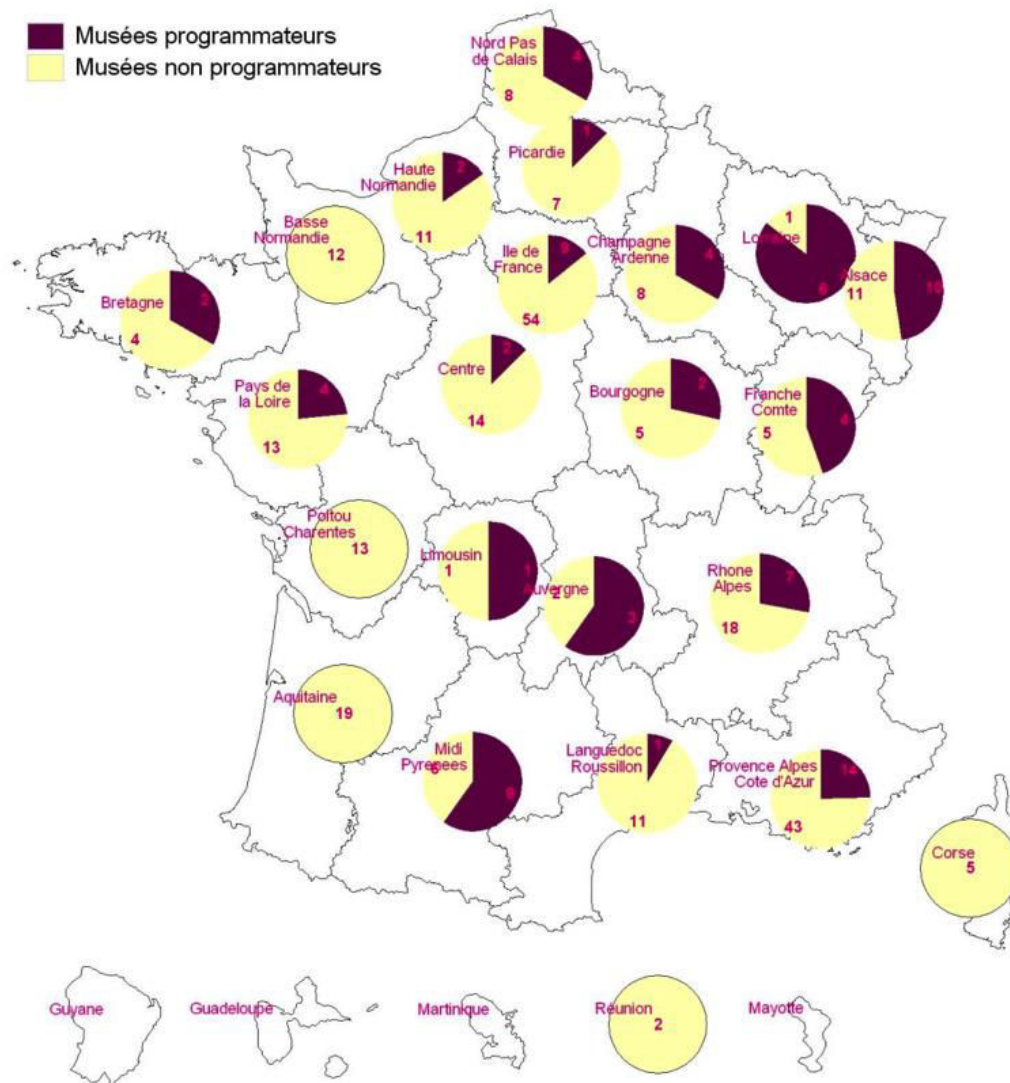
<sup>53</sup> Nous avons renommé ces deux programmations qui ont fait l'objet d'enquête de publics afin de préserver la confidentialité des données collectées. De même, pour des raisons de confidentialité, les noms des professionnels qui nous ont accordé un entretien dans ces établissements ont été anonymisés.

<sup>54</sup> Louise, organisatrice de *La nuit des musées spéciale étudiants* en 2013 et responsable du département accueil d'un des musées intégrés à cet événement, l'explique : « [c'était une volonté des établissements cette nocturne ?] Non, de nos tutelles, parce que visiblement, on n'a guère de moyens et on n'est pas très aidé, mais ils tiennent absolument à ce qu'on la garde et qu'on la fasse [pour quelles raisons ?] parce que c'est une belle vitrine pour eux... Et je vois même au niveau de la communauté urbaine ils ont même créé... ils ont une chargée de mission pour la vie étudiante

Dans le troisième cas de figure (28 établissements sur 85), le musée participe à un événement étudiant développé à l'échelle nationale ou locale par d'autres acteurs que muséaux. Il s'agit par exemple de l'événement *La nuit des étudiants du monde* initié à l'origine par la ville de Lyon et organisé par 22 villes universitaires de France<sup>55</sup> ou bien encore de *La Semaine de l'étudiant*, festival universitaire réunissant les institutions culturelles de 11 villes en Midi-Pyrénées<sup>56</sup>. Généralement, ces événements ne sont pas spécifiques aux institutions muséales, mais concernent une diversité d'établissements culturels et de loisirs (cinéma, salle de concert, équipements sportifs, etc.). Ils ont pour but d'accueillir les nouveaux étudiants sur le territoire.

Au total, ces établissements dans lesquels nous avons recensés une programmation se répartissent comme suit sur le territoire national.

Figure 2. Répartition en France des musées développant une programmation pour les jeunes adultes



[...] je crois que ça a été créé il n'y a pas très longtemps ce poste pour les étudiants, c'est un public qui est important aussi bien pour la ville que pour la communauté urbaine...ils y tiennent... » Entretien du 5 avril 2013

<sup>55</sup> Voir le site internet de l'événement : <http://www.nuitdesetudiantsdumonde.org/nem/>

<sup>56</sup> Voir le site internet du festival : <http://semaine-etudiant.univ-toulouse.fr>

Cette répartition sur le territoire ne semble pas relever d'une logique spécifique. Ainsi, s'il apparaît qu'une fois passé le seuil des 100 000 entrées annuelles, la probabilité de développer ce type de programmations augmente, on compte toutefois 39 établissements qui, sans atteindre les 50 000 entrées, voire les 20 000 entrées annuelles pour 16 d'entre eux, ont néanmoins une programmation à destination des jeunes adultes. Le même constat vaut en ce qui concerne les effectifs étudiants sur les territoires d'implantation des établissements : il n'existe pas de rapport systématique entre la localisation sur un territoire à forte population étudiante et le fait de développer une programmation pour les jeunes adultes. Le cas de Paris est à ce titre exemplaire : tout en étant la plus grande aire urbaine en France en termes d'effectifs étudiants, seuls 9 établissements ont une programmation dédiée aux jeunes adultes sur les 47 recensés dans ce périmètre<sup>57</sup>. Les caractéristiques des territoires d'implantation des musées ne fournissent pas d'éléments probants pour comprendre la répartition de ces programmations. Celle-ci est relativement aléatoire et semble plutôt correspondre à des enjeux locaux spécifiques et à la mobilisation de certaines équipes muséales et services des publics.

En revanche, comme le montre le tableau ci-après, il apparaît que ces programmations ont surtout été développées dans des musées d'art (beaux-arts, art moderne et contemporain) plutôt que dans d'autres catégories thématiques de musées. En particulier, on remarque dans notre échantillon que les musées de sciences et techniques et ceux de société et de civilisation proposent peu ce type de programmations.

Tableau 1. Catégories thématiques des collections et développement de programmations pour les jeunes adultes

nb d'obs.	ensemble	musées	
		programmeurs	musées non programmeurs
beaux arts.....	141	<b>44</b>	97
arts décoratifs.....	109	30	79
art moderne et contemporain.....	57	<b>21</b>	36
histoire et archéologie.....	190	40	150
société et civilisation.....	95	16	79
sciences et techniques.....	101	<u>15</u>	86

**note** : le nombre total est supérieur à 358, les collections d'un même établissement pouvant être relever de plusieurs thématiques. les éléments sur- et sous-représentés sont indiqués respectivement en gras et en souligné

Cette distribution selon les catégories thématiques des collections peut renvoyer à l'histoire respective de ces catégories de musées. On sait par exemple la part importante que représentent les publics jeunes, notamment adolescents, dans les musées de sciences et techniques et l'attrait auprès de ces publics de leur muséologie fondée sur l'interactivité.

Ces programmations sont plus nombreuses dans les musées de beaux-arts. Ce point renverrait, comme nous le soulignons dans le cas du musée du Louvre, à l'image sociale du musée d'art. Dans celui où nous avons réalisé une enquête auprès des publics du *Mois des étudiants au musée*, l'argument est explicitement repris par les professionnels en charge de cette programmation reprenaient explicitement. Selon eux, la visite du musée d'art est étroitement associée à la

<sup>57</sup> Le nombre d'établissements parisiens programmeurs serait aujourd'hui plus grand compte-tenu que les musées de la ville de Paris ont mis en place les événements *Paris musées Off* après notre travail de recension, montrant que la diffusion de ces programmations se poursuit encore aujourd'hui.

sortie scolaire et le lieu lui-même pécherait par son manque de dynamisme dans les représentations qu'en ont ces jeunes<sup>58</sup>.

Pour la suite de cette analyse, nous n'avons retenu que les programmations qui émanent d'un ou de plusieurs musées et écarté celles organisées par d'autres acteurs que muséaux. En effet, il apparaît que ces événements locaux ou nationaux auxquels les musées peuvent être associés sont porteurs de problématiques qui débordent celle de l'incitation à la visite et de la formation des publics des musées. En témoigne par exemple *La nuit des 4 jeudis* à Rennes à laquelle les musées rennais participent ponctuellement et qui a été créée par la ville afin de « proposer aux 18-25 ans “une autre nuit”, [...] une autre manière de faire la fête, en proposant une offre de loisirs, gratuite et sans alcool, alternative au phénomène de “biture express” régulièrement concentrée sur l'espace public du centre-ville de Rennes la nuit, le jeudi soir »<sup>59</sup>.

Plus généralement, ces événements locaux ont vocation à accueillir les nouveaux étudiants sur le territoire. Si *La nuit des 4 jeudis* entend lutter contre l'alcoolisation des jeunes, il arrive que certaines de ces soirées d'accueil constituent des moments de fête bien arrosée. À ce titre, sur notre terrain d'enquête *La nuit des musées spéciale étudiants*, certains musées de la ville ont choisi de ne plus participer à l'un de ces événements locaux dont le caractère par trop festif allait à l'encontre des enjeux d'incitation et de fidélisation à la visite des musées du territoire<sup>60</sup>.

Pour la construction de notre corpus, nous avons écarté ces événements promus ou organisés par d'autres acteurs que muséaux pour nous concentrer sur les programmations qui émanent d'un ou plusieurs musées. Ce corpus regroupe 37 programmations qui impliquent une soixantaine d'établissements différents (cf. tableau 2 ci-après).

---

<sup>58</sup> Virginie, responsable du service des publics de ce musée, explique : « l'image [de ce musée] c'est quand même l'image du musée des beaux-arts, avec toutes les barrières que cela peut véhiculer en termes d'image, d'accessibilité, enfin de facilité de compréhension, d'intérêt aussi... et puis moi j'ai l'impression que les gens qui sont venus [dans ce musée] quand ils étaient jeunes avec leur classe se disent qu'ils l'ont visité et puis c'est tout. Et qu'après, il se passe rien à l'intérieur. Et c'est ça aussi qu'on veut mettre en place, montrer que c'est quelque chose, une institution culturelle dans laquelle il y a une vie, une véritable dynamique et quelque chose qui est aussi tourné vers l'extérieur, plus ancré dans la ville et dans l'action. » Entretien du 16 décembre 2013 avec Virginie, la responsable du service des publics du musée proposant *Le mois des étudiants au musée*

<sup>59</sup> Dossier de presse de présentation du dispositif disponible sur le site de Rennes Métropole : <http://metropole.rennes.fr/actualites/culture-sport-loisirs/loisirs/nd4j-des-soirees-gratuites-pour-les-jeunes/>

<sup>60</sup> Louise, au cours de l'entretien au sujet de *La nuit des musées spéciale étudiants*, explique ce choix : « après, vous savez peut-être qu'il y a une autre nocturne au mois de septembre mais nous on n'y participe pas. Parce qu'on y a participé, au départ c'était une nocturne qui était un petit peu subventionnée par la Fnac et en fait, notre directeur trouvait qu'il y avait beaucoup de personnes ivres, parce que c'est pas du tout le même concept, c'est-à-dire que les jeunes étaient invités, ils avaient une boisson gratuite dans telle boîte... [Parce que cette nocturne de septembre-octobre quel est le principe : un coupon pour un musée-une boisson ?] À l'origine c'était comme ça parce qu'à l'origine, il y avait les boîtes de nuit qui participaient. [...] Au départ, je pense que la participation des musées c'était vraiment un faire-valoir [...] mais je crois que faire des nocturnes dans ces conditions c'est pas intéressant, il vaut mieux... on n'est jamais mieux servi que par soi-même. » Entretien du 5 avril 2013

Tableau 2. Corpus de programmations dédiées aux jeunes adultes dans les musées de France (2013-2014)

<b>Intitulé de la programmation</b>	<b>Lieu</b>
Visit'étudiantes	Centre Pompidou-Metz
Alter Ego	Centre Pompidou-Metz
Les sessions	Centre national d'art moderne - Georges Pompidou, Paris
Carte blanche aux étudiants	Cité nationale de l'architecture et du patrimoine, Paris
Les surprises du vendredi	La Piscine Roubaix
Nocturnes +	MuCEM Marseille
Les soirées du MAN	Musée-aquarium, Nancy
Nuit spéciale étudiants	Musée d'art moderne, Saint-Etienne
Etudiants, osez le musée	Musée de Grenoble
Les nocturnes étudiantes	Musée de l'Image, Epinal
Une soirée au musée	Musée de l'Orangerie, Paris
Soirée Vivez Léopard	Musée national des arts décoratifs, Paris
Les nocturnes étudiantes	Musée des Augustins Toulouse
Les visites conversations	Musée des Augustins Toulouse
La nuit des étudiants	Musées de la ville d'Angers
La nuit des étudiants	Musée des Beaux-Arts, Dijon
Nocturne étudiante	Musée des beaux-arts, Lyon
Un soir à Orsay	Musée d'Orsay, Paris
Nocturnes du Vendredi	Musée du Louvre, Paris
Les Before	Musée du quai Branly, Paris
François-Xavier n'est pas couché	Musée Fabre, Montpellier
Nuit étudiante	Musée Granet, Aix-en-Provence
Soirée étudiante	LAM Villeneuve-D'Ascq
Nocturnes étudiantes	Musée Magnin, Dijon
Nocturne des étudiants	Musée Adrien Dubouché Limoges
Epatez la galerie	Musée national du château Compiègne
Soirée étudiante	Musée Toulouse-Lautrec, Albi
Les singeries du jeudi	Muséum d'histoire naturelle, Rouen
Apartés	Palais des Beaux-Arts Lille
Nocturnes étudiantes	Palais des Beaux-Arts Lille
Nocturne étudiante	Musées de la ville de Montbéliard
Prom'art	Musées de la ville de Belfort
Nuit des étudiants	Musées de la ville du Mans
Nuit des musées spéciale étudiante	Musées de la ville de Reims
Une Nuit Six Musées	Musées de la ville de Nancy
Nuits étudiantes	Musées de la ville de Strasbourg
Mars aux musées	Musées de la ville de Nice

- **Le musée autrement : une formule d'adresse aux jeunes**

Initiées dès le début des années quatre-vingt-dix au musée du Louvre, il faut attendre la fin de cette décennie pour que ces programmations commencent à se diffuser dans les musées de France tant à Paris qu'en région (Piel, 2002 : 52-72).

De la fin des années quatre-vingt-dix au milieu des années deux mille, deux tendances se font jour parmi les musées précurseurs de ces programmations. La première suit explicitement le modèle du musée du Louvre : des étudiants médiateurs accompagnent des jeunes et étudiants dans la découverte des collections. Là, le discours des étudiants médiateurs a directement trait aux disciplines auxquelles se rapportent les collections du musée. Les étudiants sont à ce titre choisis au sein de ces disciplines ou parmi des futurs professionnels du musée. C'est par exemple le cas au musée national du Moyen-âge où les médiateurs des *Soirées portes ouvertes : étudiants*, créées en 1997, sont étudiants en histoire de l'art, en histoire et archéologie, en conception de projets culturels ou en médiation culturelle tant à l'université qu'à l'école du Louvre et à l'école des Chartes. Le niveau exigé pour intervenir comme médiateurs est relativement élevé puisque les étudiants sont recrutés à partir de la quatrième année d'étude (Piel, 2002 : 53-54).

La deuxième tendance se développe plus spécifiquement à partir des musées en région et adjoint au discours spécialisé sur les expôts une approche interdisciplinaire et ludique des collections. Pour exemple de cette tendance, citons les *Nocturnes spéciales étudiants* inaugurées en 1998 à Aix-en-Provence qui réunissent plusieurs des musées de la ville autour d'une soirée thématique (Cheylan, 2000). Les étudiants intervenant comme médiateurs sont sélectionnés dans des filières disciplinaires variées et, pendant ces soirées, plusieurs animations sont proposées pour renouveler l'approche des collections : lors de la seconde édition sur le thème de la séduction, des ateliers d'écriture et lecture des productions pendant la soirée, des récitations de poésie, danse (tango) et musique dans les salles, fabrication d'un élixir, etc. (Piel, 2002 : 65-66). Au terme de la soirée (5 heures du matin), la ville propose aux visiteurs un petit déjeuner.

À partir de 2005, cette tendance à l'interdisciplinarité et à la visite ludique gagne progressivement les programmations pour les jeunes nouvellement créées ou lors d'évolutions de programmations existantes. C'est le cas au musée du Louvre qui, à partir de 2004, met en place les *Nocturnes exceptionnelles* lors des nocturnes du vendredi soir (Dutoyer, 2005 : 8-14). Celles-ci permettent de découvrir les performances inspirées des collections réalisées par des artistes de tous horizons (théâtre, danse, musique, arts du cirque, etc.) invités à intervenir dans les salles afin de développer un « dialogue entre la création contemporaine et [l]es collections », de proposer « un rendez-vous insolite » où les publics peuvent « le temps d'un soir, pren[dre] part à une véritable métamorphose du Louvre ! »<sup>61</sup>.

---

<sup>61</sup> Programme des Nocturnes du vendredi de février 2012 sur le thème « Amour à mort », sur le site internet du musée du Louvre



Tableau 3. Médiations et animations proposées dans les 37 programmations pour les jeunes adultes du corpus

<b>En nb d'obs.</b>	
Visites commentées	35
Dont	
Visites conversations	22
Visites guidées	16
Spectacle vivant	26
Dont	
Concert / soirée dansante	24
Théâtre	13
Danse	12
Conte, lecture, poésie, slam	10
Cinéma	7
Cirque	3
Ateliers (de création, de démonstration, photographiques, radiophoniques)	22
Les coulisses de la création ou du musée	16
Dont	
Rencontres et débats avec des artistes ou des professionnels	9
Exposition inédite d'œuvres, présentation de créations réalisées par les jeunes	7
Jeux	14
Dont	
Jeu de rôle grandeur nature, enquête au musée, jeu de piste	8
Jeux de plateau	1
Non précisé	5
Performances	14
Bar et/ou restauration	10

Comme le montre le tableau ci-dessus, le contenu des programmations étudiées atteste de cette tendance aujourd'hui prégnante à l'interdisciplinarité et à la visite ludique. Certes, les visites commentées se tiennent en bonne place dans ces programmations : 35 programmations sur 37 en proposent soit au cours de soirées événementielles soit de façon plus régulière tout au long de l'année et dans 22 programmations, ces visites sont menées sous la forme d'une médiation conversationnelle.

Néanmoins, lors des soirées, ces visites commentées sont aujourd'hui rarement proposées seules : elles ponctuent un programme d'animations variées et proposées fréquemment sous un angle thématique spécifique parfois en lien avec les expositions temporaires (c'est le cas au musée du quai Branly-J. Chirac) ou plus souvent inventé pour l'occasion et plus ou moins incongru (le doute, le voyage, la jeunesse, les amours, la lumière, les super-héros, etc.).

Pour ces animations, il est principalement fait recours au spectacle vivant pour renouveler les approches des collections (26 des 37 programmations) : le plus souvent il s'agit de concerts (tous genres confondus : musique classique, jazz, rock, musiques électroniques, fanfares, etc.) organisés dans les salles ou dans des espaces d'accueil du musée et qui accompagnent la découverte des collections ou viennent clôturer les soirées. Viennent ensuite les performances théâtrales ou dansées présentées dans les salles, devant les objets des collections et en dialogue avec eux.

Lors des soirées, il est aussi fréquemment proposé de participer à des ateliers (22 des 37 programmations). Il s'agit le plus souvent d'ateliers de créations variant selon les thématiques

des soirées : un concours de fabrication de nids au muséum-aquarium de Nancy lors de la soirée *Viens parader au musée* en 2012, un atelier culinaire lors de la nuit étudiante *Les musées en font tout un plat !* en 2014 dans les musées de la ville de Strasbourg, la fabrication d'un attrapeur de rêve pour la *Before* en lien avec l'exposition *Indiens des plaines* au musée du quai Branly-J. Chirac en 2014 ou des ateliers de dessin lors des nocturnes étudiantes au palais des beaux-arts de Lille. De même, les visiteurs des nocturnes peuvent être invités à se mettre en scène lors d'ateliers photographiques là encore suivant les thématiques des soirées en se costumant et/ou en posant dans les salles avec les objets des collections. Enfin, au rang de ces ateliers, on trouve également le principe de la démonstration par un étudiant-médiateur, un professionnel du musée ou un intervenant extérieur : lors de la nocturne *Une nuit six musées* à Nancy en 2013, les visiteurs pouvaient par exemple suivre la fabrication des bergamotes au jardin botanique, en 2015 au musée du quai Branly-J. Chirac pour la *Before Tatoueurs tatoués* des tatoueurs étaient présents et réalisaient des tatouages éphémères sur place, etc. Seize programmations proposent à ce titre de découvrir les coulisses du musée ou de la création en conviant les visiteurs à rencontrer des artistes, des professionnels ou bien des étudiants et discuter avec de leur métier et de leurs créations. Dans le même ordre d'idée que les ateliers et les rencontres, 14 programmations sur les 37 recensées invitent les visiteurs à prendre part à des performances qui là encore sont adaptées aux thématiques des soirées. C'était par exemple le cas au muséum-aquarium de Nancy lors de la soirée *Zoo dating night* en 2014 où des danseurs conviaient le public de l'événement à reproduire une chorégraphie inspirée de la parade du grand tétras.

14 autres programmations proposent enfin des jeux soit de plateau soit des jeux de rôle grandeur nature souvent sur le format de l'enquête au musée. C'est le cas, entre autres, au musée des Augustins à Toulouse lors des *Murder Party* : deux associations culturelles locales (l'une de promotion d'interventions circassiennes et de théâtre dans l'espace public, l'autre spécialisée dans l'organisation de grandeur nature) conçoivent une intrigue en lien avec les collections du musée que les visiteurs sont amenés à faire évoluer et à résoudre en groupe. Pour exemple, en 2015, le point de départ de l'intrigue était le suivant : les membres d'un forum sur internet (rôles joués par les visiteurs) étaient conviés au musée pour une visite privée. Après quelques commentaires d'œuvres, le guide perd le contrôle de la visite : des événements étranges surviennent, des personnages fantastiques font leur apparition. Les visiteurs sont invités à les questionner pour comprendre ce qu'il se passe, qui ils sont, etc. Chemin faisant, plusieurs indices sont donnés aux visiteurs les conduisant d'œuvre en œuvre ou leur délivrant des informations en lien avec le musée et ses collections utilisées pour faire progresser l'intrigue.

Enfin, comme à Aix-en-Provence, dans 10 des programmations recensées, les musées proposent lors de ces événements de prendre un verre ou de se restaurer sur place de façon à camper une ambiance conviviale.

Figure 3. Sélection de visuels parmi les 37 programmations pour les jeunes adultes du corpus

### Visites conversations



Les jeunes ont la parole au musée du Louvre, Que vois-tu ? session 2012-2013 © Musée du Louvre, Antoine Mongodin

### Performance, théâtre



Mars aux musées, Musée d'art moderne et contemporain à Nice, 2012 © Musée d'art moderne et contemporain

### Danse



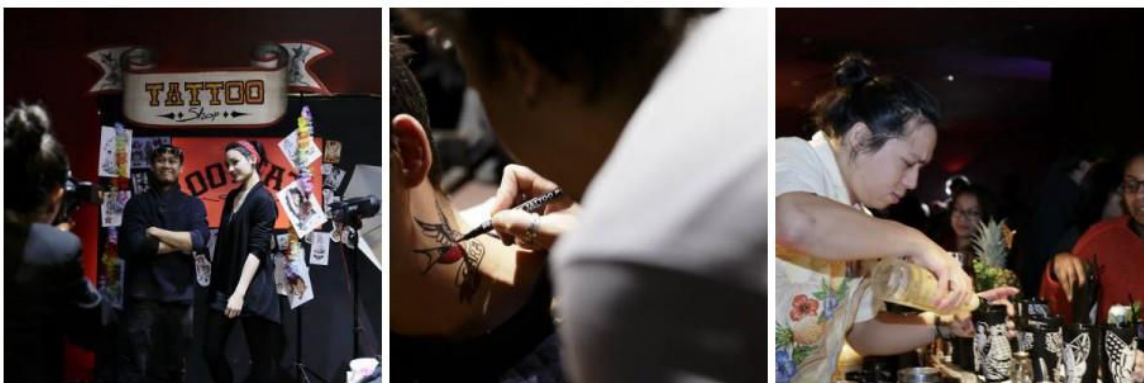
Étudiants, osez le musée ! au musée de Grenoble, mars 2015, © Simone Fratini

### L'enquête au musée



Nuit des étudiants des musées d'Angers, Du bureau d'enquête à l'heure du crime, décembre 2014, © Ville d'Angers, communications et relations internes ; F. Baglin,

### Atelier photographique, workshop, bar



Before au musée du quai Branly-J. Chirac, Tatoueurs, tatoués, 2015, © Cyril Zannettacci

### Créations étudiantes, mise en scène et concert dans les salles



Nuit des étudiants, musée des Beaux-Arts d'Angers, We can be heroes, 2013, © Ville d'Angers, communications et relations internes

Comme le montre le tableau ci-après, le décalage par rapport à une visite dite « traditionnelle » constitue le leitmotiv de ces programmations et de la communication qui les accompagne.

Tableau 4. Qualification des programmations pour les jeunes adultes dans la communication

nb de programmations	
un moment convivial, de partage.....	16
festif.....	11
original.....	10
inédit.....	8
exceptionnel.....	8
pour découvrir le musée autrement.....	8
décalé.....	7
insolite.....	5
ludique.....	5
jamais vu.....	4
inattendu.....	3

La communication sur ces programmations insiste d'une part sur leur caractère festif et ludique : elles sont présentées comme un moment convivial, placé sous le signe du partage (entre amis, entre visiteurs, avec les intervenants de ces programmations). D'autre part, les discours sur ces programmations nourrissent l'image d'une visite alternative : il s'agit de « découvrir le musée et ses collections autrement », comme on ne l'a « jamais vu », de façon « inédite », « inattendue ». De même les animations qui ponctuent ces soirées sont dites « décalées », « insolites », « originales », « inopinées »<sup>62</sup>, « atypiques »<sup>63</sup>. Et lorsque des visites commentées sont proposées, elles sont annoncées comme des « visites éclair »<sup>64</sup>, « à la carte »<sup>65</sup>, des « commentaires express »<sup>66</sup> ou « improvisés »<sup>67</sup>.

Notons ici que le référent par rapport auquel ces programmations sont dites « décalées » n'est jamais véritablement défini. Tout au plus lit-on dans 6 des programmations étudiées que ces soirées se situent « hors des sentiers battus »<sup>68</sup> et « loin des codes de la visite classique »<sup>69</sup>. Deux programmations précisent au sujet des visites commentées qu'« il ne sera pas question d'un mémoire, ni d'un exposé... plutôt d'une intervention personnelle, avec prime à l'atypique »<sup>70</sup> et que le but est de laisser « les audio-guides au placard pour ce soir-là »<sup>71</sup>. Une autre, enfin, explique : « Vous l'aurez compris, pendant cette soirée, parler pendant la visite est autorisé, et même vivement conseillé ! »<sup>72</sup>. En promouvant l'image d'une visite alternative, ces discours activent, et peut-être consolident, l'image en contrepoint d'un référent toujours implicite : celle

<sup>62</sup> *Les soirées du MAN* au musée-aquarium de Nancy

<sup>63</sup> *Nocturne* + au MuCEM

<sup>64</sup> *Nuit des étudiants* des musées de la ville de Strasbourg

<sup>65</sup> *Before* du musée du quai Branly-J. Chirac du 18 avril 2014 lors de l'exposition *Indiens des plaines*

<sup>66</sup> *La nuit des étudiants* des musées de la ville d'Angers

<sup>67</sup> *Étudiants, osez le musée !* au musée de Grenoble

<sup>68</sup> *Épatez la galerie*, Musée national du château à Compiègne

<sup>69</sup> *Étudiants, osez le musée !* au musée de Grenoble

<sup>70</sup> *Nocturne* + au MuCEM

<sup>71</sup> *Nocturne étudiante*, musée des beaux-arts de Lyon

<sup>72</sup> *Les nocturnes étudiantes* au musée de l'image à Épinal



de la visite « traditionnelle » ou plus précisément d'une image préconçue de la visite traditionnelle comme visite moins ludique, moins divertissante, rébarbative.

Les publics jeunes sont alors mis au défi de venir – « osez le musée ! »<sup>73</sup> – dans des interpellations directes et humoristiques :

*Après une dure semaine de cours et de travail acharné (!) le repos t'appelle, mais hors de question de faiblir ! Fais honneur à la réputation des étudiants lyonnais : mets de l'ordre dans tes cheveux, un peu de noir sur les yeux, et viens commencer ta soirée au musée<sup>74</sup>.*

Les présentations de ces événements multiplient alors les formules signifiant que le musée ouvre largement ses portes à la jeunesse pour qu'elle se réapproprie les lieux. À commencer par l'expression du « par et pour les jeunes » qui est présente quasiment dans tous les programmes. « Carte blanche »<sup>75</sup> leur est donnée pour « investir » les lieux, « s'emparer » de ses collections, « prendre les commandes du musée »<sup>76</sup> et « concocter une visite sur mesure »<sup>77</sup>.

D'une programmation à l'autre, la circulation de ce vocabulaire de l'alternative relativement figé peut apparenter ces énoncés à ce que S. Bonnafous qualifie de « tics discursifs » comme le sont certains slogans publicitaires<sup>78</sup>. De même, l'homogénéité du contenu de ces programmations et de leur format traduit la cristallisation d'une formule d'adresse aux publics jeunes adultes dans les musées, qui, nous y reviendrons (chapitre 5), a partie liée avec une forme de mimétisme entre les institutions pour la conception de ces programmations.

- **Un décalage contrôlé**

Comme le montre le tableau ci-après, la sollicitation des étudiants est de rigueur.

Tableau 5. Intervenants lors des 37 programmations pour les jeunes adultes du corpus

nb de programmations	
étudiant·es.....	28
artistes.....	16
associations étudiantes, service culturel d'université.....	13
guides conférencier·ères, professionnel·les et ami·es du musée....	12
associations culturelles locales.....	10

Qu'ils interviennent individuellement ou au sein d'associations culturelles ou étudiantes, les étudiants sont les coorganisateur·s de l'événement et de sa programmation et/ou les médiateurs et performeurs de la soirée. S'ils sont généralement recrutés dans des filières ayant trait

<sup>73</sup> Nom de la programmation pour les étudiants au musée de Grenoble et présent dans une présentation de l'événement *Une nuit six musées* à Nancy

<sup>74</sup> *Nocturne étudiante* au Musée des beaux-arts de Lyon

<sup>75</sup> *Carte blanche aux étudiants* à la Cité de l'architecture et du patrimoine, *Épatez la galerie* au Musée national du Château de Compiègne, *Nuit étudiante* au Musée Granet d'Aix-en-Provence.

<sup>76</sup> *Nocturne étudiante* au Musée Magnin à Dijon

<sup>77</sup> *Nocturne étudiante* au Musée des beaux-arts de Lyon

<sup>78</sup> Citée par A. Krieg-Planque dans *La notion de formule en analyse du discours : cadre théorique et méthodologique*, 2009, p.104

soit aux disciplines représentées dans les collections soit aux activités du musée, il arrive que le recrutement soit plus large. C'est le cas lors des soirées *Les jeunes ont la parole* où la spécialisation en arts (création artistique ou histoire de l'art) qui prévalait jusque-là semble céder le pas à d'autres disciplines en apparence moins liées aux collections du musée. En témoigne la session des JOP d'avril 2016 qui donnait la parole à « de futurs médecins, historiens d'art, musiciens ou designers, [qui] devien[dront] les médiateurs des œuvres, en portant sur elles le regard, parfois surprenant, de leur discipline »<sup>79</sup>. C'est également le cas au musée de Grenoble où l'appel à participer à la médiation invite « le temps d'une soirée, [à devenir] médiateur en présentant une œuvre de [son] choix, d'une manière libre et personnelle » en précisant que « cette proposition est ouverte à tous les étudiants et ne nécessite pas de formation spécifique »<sup>80</sup>. Qu'ils soient ou non recrutés dans des filières spécialisées, les jeunes médiateurs sont invités à construire leur discours « en s'appuyant tout autant sur leur formation universitaire que sur leur sensibilité personnelle »<sup>81</sup> de façon à offrir un autre regard sur les collections : ainsi au musée des Augustins à Toulouse où des étudiants en arts construisent leur visite sous des angles thématiques variés (la mode, le bestiaire, l'opéra, le voyage, etc.) faisant tout autant appel à leur formation qu'à leurs centres d'intérêt ou pratiques culturelles et artistiques en amateur.

Dans la communication de ces événements, il est intéressant de voir qu'en contrepoint de cette image du décalage, les professionnels des musées se positionnent en garant de l'institution et de sa vocation scientifique de transmission du patrimoine. Ainsi, que les jeunes médiateurs soient recrutés parmi de futurs professionnels de la culture ou plus largement, leurs interventions font l'objet d'un encadrement par les professionnels des musées : il est précisé que leurs « médiations [sont] de qualité »<sup>82</sup>, que les étudiants-médiateurs ont reçu une formation préalable<sup>83</sup>, qu'ils intègrent « une équipe qui [les] aid[e] à construire [leur] projet »<sup>84</sup>.

Ces programmations « décalées » semblent en effet se confronter à une représentation normative du musée qui les cantonne à la marge des usages légitimes du musée et s'analyse sous trois aspects. Premièrement, la mission constitutive du musée résiderait dans la conservation des collections et la recherche sur celles-ci. Deuxièmement, le médiateur occuperait un rôle secondaire de « fidèles messagers du monde supérieur de l'art, chargés de transmettre sans altération une information validée dans les instances d'expertise » (Bordeaux, 2008 : 6). Enfin, la visite muséale ne serait valorisée que dans la mesure où elle serait centrée sur les collections et les savoirs qui s'y rapportent. En cela, les programmations dites « décalées » seraient en rupture avec une approche directe et frontale des œuvres. Elles tireraient plutôt parti des « usages

---

<sup>79</sup> Présentation de la session des JOP d'avril 2016 sur le site internet du musée du Louvre

<sup>80</sup> Appel à participation pour la nocturne *Étudiants, osez le musée !* de mars 2016 au musée de Grenoble

<sup>81</sup> *Nocturne étudiante* au Musée des beaux-arts de Lyon

<sup>82</sup> *Mars aux musées*, dans les musées de la ville de Nice

<sup>83</sup> *Les jeunes ont la parole* au musée du Louvre

<sup>84</sup> Appel à participation pour la nocturne *Étudiants, osez le musée !* de mars 2016 au musée de Grenoble

faibles » du musée – soit des appropriations « distraites » ou « sauvages » des œuvres – contrastant avec les pratiques muséales sophistiquées de l'amateur, du connaisseur, de l'érudit (Passeron, 2006).

Le conditionnel est de mise pour décrire cette distribution des légitimités entre différents usages du musée tant elle paraît schématique. Pourtant, lors des entretiens menés dans l'établissement organisant *Le mois des étudiants au musée*<sup>85</sup>, les professionnelles en charge des publics déploient un système d'oppositions qui ravive cette représentation du musée et de ses usages légitimes. Elles renvoient dos à dos la visite traditionnelle « où on ne va parler que des collections », selon Auxane, la chargée des publics étudiants, et la visite décalée où, pour offrir une autre image du musée, « on va pas faire de l'histoire de l'art », selon Virginie, la responsable du service des publics. De même, conservation et médiation sont opposées : la première qualifiée de « scientifique » se distingue de la seconde située « dans l'expérimentation, l'empirique », comme le souligne Virginie. Cette dernière accorde la priorité à la recherche sur les collections, qui intervient avant toute action vers les publics : « on est un musée des beaux-arts et on a des objectifs aussi en termes scientifiques, quand on monte des expositions, elles sont scientifiques », précisant que « forcément il y a ce travail de fond qui est fait, et là, c'est à nous de dynamiser ces expositions, de dynamiser ces collections ». De même, Auxane explique que les étudiants choisis comme médiateurs doivent « justifier d'une base en histoire de l'art pour pouvoir valoriser les collections » et que leur discours est approuvé par les équipes du musée et testé dans un exercice de « mise en médiation ». Ces oppositions surprennent puisque c'est précisément contre cette vision érudite du musée que ces programmations dites « décalées » ont été créées. En ce sens, il semble que l'argumentaire opposant visite muséale « décalée » et érudite corresponde moins à un discrédit jeté sur ces offres et leurs publics qu'il ne sert à désamorcer la critique. Il s'agit en effet de distinguer ces programmations d'une forme de spectacularisation du musée. À ce titre, Flora, la chargée du développement des publics et de l'accessibilité, réfute explicitement cette critique : « on peut être un musée séduisant sans se trahir, on peut être cool et avoir un propos derrière ».

Ces actions traduisent une évolution de la médiation culturelle à la fois en donnant la voix aux publics afin qu'ils élaborent et transmettent un discours sur les collections, et en requalifiant la visite muséale par l'intégration de pratiques culturelles diverses. Ce faisant, le rôle de médiation assumé par les professionnels du musée évolue : ceux-ci ne sont plus les messagers du discours scientifique élaboré par les services de conservation mais accompagnent les publics dans la production du discours sur les œuvres. En ce sens, ces programmations entérinent les évolutions de la médiation culturelle institutionnelle vers une *médiation culturelle* dans laquelle les professionnels jouent plus un rôle d'activateur (Chaumier et Mairesse, 2013 : 136-140) en « condu[sant] des participants à s'approprier les propositions culturelles et artistiques, voire en les incitant à s'impliquer pour en élaborer les formes » (*id.* : 137).

---

<sup>85</sup> Entretiens menés en décembre 2013 auprès des professionnelles en charge des publics dans cet établissement. Pour des raisons de confidentialité, leurs noms ont été anonymisés.



Cette évolution déborde largement les publics jeunes adultes : nous l'avons vu, les adolescents au Centre Pompidou font l'objet des mêmes attentions et pour eux également se développent ces formes de *médiation culturelle*. De même, le format et les discours qui accompagnent les *Nuits européennes des musées* traduisent cette nouvelle logique d'adresse aux publics des musées.

### 2.2.3. Les cartes pour les jeunes : disparité des dispositifs parisiens et régionaux

On remarquera que ces programmations ne vont pas nécessairement de pair avec un dispositif de fidélisation qui serait promu pendant ces soirées, notamment en région. Sur ce point, il apparaît comme nous allons le voir à présent que ces dispositifs de fidélisation ont surtout été développé en régions par les collectivités territoriales plutôt qu'au sein des musées eux-mêmes. Ce point pourrait expliquer la déconnexion que l'on constate entre développement de programmations dédiées et promotion d'un dispositif de fidélisation.

Analysons ainsi les systèmes d'abonnement dans les musées recensés en 2011 et en 2012<sup>86</sup> dans le cadre d'un séminaire inter-musées organisé par ce département sur les politiques tarifaires des musées. Ce recensement a pour périmètre les musées nationaux (sous tutelle du ministère de la Culture ou d'autres ministères) et les musées de France recevant plus de 100 000 visites annuelles.

À l'instar des programmations à destination des jeunes adultes, on trouve deux formats de l'adhésion au musée : l'une est propre à un seul établissement, l'autre mutualise le dispositif d'abonnement à un ensemble de musées (voire de monuments) sur un même territoire. Il peut s'agir d'une même ville ou plus rarement d'un territoire plus large comme c'est le cas pour le passeport des musées du Rhin supérieur permettant d'accéder à 180 musées situés de part et d'autre de la frontière. Ces formes mutualisées d'abonnement sont plus fréquentes en région qu'à Paris.

Les avantages associés à ces abonnements consistent principalement en un accès illimité, le plus souvent pour un an et en coupe-file, aux collections permanentes et aux expositions temporaires des musées. À cela s'ajoutent des tarifs préférentiels pour les activités du musée (audioguides, visites guidées, ateliers, etc.), à la librairie, dans les lieux de restauration ainsi que sur l'ensemble de la programmation culturelle du musée (concerts, conférences, etc.). En dehors de l'institution, ces abonnements donnent également droit à des réductions dans un ensemble d'institutions culturelles partenaires (musée, théâtre, opéra, etc.). Généralement les avantages sont plus nombreux dans les systèmes d'adhésion des musées parisiens qu'en région.

Les abonnements cherchent à favoriser la dimension sociable de la visite. Déjà, à la création de la carte Louvre jeunes, il était possible d'inviter une personne de son choix aux nocturnes.

---

<sup>86</sup> Le premier recensement en 2011 a été effectué par A. Jonchery alors responsable des études au département de la Politique des Publics (DGPat, MCC). Nous l'avons actualisé en 2012 lors d'un stage dans ce département.

Dans les abonnements recensés, ce principe est systématisé au travers d'un tarif « double », « duo » ou « couple » ainsi qu'un tarif famille. Ces formules visant la sociabilité, et notamment la formule duo, se retrouvent plus souvent dans les établissements parisiens qu'en région.

De même, ce sont avant tout les établissements parisiens qui offrent une adhésion à tarif réduit pour les publics jeunes adultes. Ici, la catégorisation de cette population est effectuée sur le critère de l'âge. Les tranches d'âge concernées par ce tarif ont évolué à partir de l'instauration en 2009 de la mesure de gratuité pour les moins de 26 ans. En témoigne la carte Louvre jeunes où deux tarifs sont développés : un tarif plein pour les moins de 30 ans et réduit pour les moins de 26 ans compte-tenu qu'ils accèdent déjà gratuitement aux collections permanentes. Dans les institutions qui développent une programmation pour les jeunes adultes, les tranches d'âge bénéficiant d'un tarif réduit pour l'adhésion sont identiques à celles des programmations.

À titre individuel, ces adhésions fonctionnent principalement comme dispositif de fidélisation. Elles peuvent néanmoins avoir valeur de dispositif d'incitation à la visite, voire à la première visite, au travers des tarifs pour les collectivités. De la même manière que pour la carte Louvre jeunes, il s'agit de la possibilité pour une personne relais de constituer un groupe de visiteurs qui adhèrent ensemble au musée. De tels dispositifs sont conçus dans l'idée de faciliter la venue des publics les moins pratiquants des musées.

Dans les musées en régions, les formules d'adhésion à tarif préférentiel pour les jeunes adultes sont nettement moins répandues : quatre ont été repérées dans ce recensement dont deux sont développées dans des musées liés à une institution nationale parisienne (au centre Pompidou-Metz et au Louvre-Lens). Ainsi que le montre une étude de synthèse sur des dispositifs d'incitation des jeunes aux pratiques culturelles, les collectivités territoriales proposent des cartes et chèques culture incluant éventuellement l'offre muséale du territoire (Mouterde, Lacouette-Fougère, et Massot, 2009 : 6). Plus de la moitié des dispositifs recensés dans cette étude sont développés en direction d'un public « captif » d'élèves ou d'étudiants auxquels ces cartes et chèques culture peuvent dans certains cas être distribués de façon systématique au moment des inscriptions. Parmi ces dispositifs, deux types se font jour : l'un est exclusivement centré sur une offre culturelle, l'autre assortit l'offre culturelle à d'autres services (transports, activités de loisirs, accès aux équipements sportifs, etc.).

Selon cette étude, ces dispositifs visent, pour l'essentiel, à favoriser l'autonomisation des pratiques culturelles des jeunes et démocratiser l'accès des équipements culturels sur le territoire en réduisant voire en annulant le coût monétaire d'accès. Néanmoins, il apparaît que ces dispositifs relèvent d'abord d'une politique à destination de la jeunesse plutôt que de la politique culturelle du territoire. À ce titre, la moitié de ces dispositifs sont pilotés, au sein des collectivités, par les directions chargées de la jeunesse plutôt que celles en charge de la culture. Aussi, « l'approche exclusivement culturelle apparaît secondaire par rapport à des enjeux plus larges à destination de la jeunesse. Lorsqu'elle ne se retrouve pas dissoute dans une offre beaucoup plus ouverte (sports, loisirs, transports, vie pratique...), l'offre culturelle proposée par les dispositifs

favorise d'abord les domaines les plus proches des préoccupations des jeunes (cinéma et spectacle vivant) au détriment d'autres secteurs comme le livre et le patrimoine » (Mouterde, Lacouette-Fougère, et Massot, 2009 : 7). L'étude souligne la faible articulation aux politiques culturelles locales et à celles développées au sein des établissements culturels du territoire : ces dispositifs ont en effet tendance à surajouter aux dispositions tarifaires et aux actions en vue de la démocratisation culturelle que les équipements culturels développent par ailleurs.

C'est notamment ce que nous avons pu constater sur l'un de nos terrains d'enquête, *La nuit des musées spéciale étudiants*, où une carte culture à destination des jeunes a été conçue par la municipalité quelques années après la création de la nocturne étudiante. Cette carte est exclusivement centrée sur une offre culturelle allant de l'accès gratuit dans les établissements patrimoniaux de la ville à des réductions tarifaires conséquentes au cinéma, à l'opéra, ainsi qu'aux programmations culturelles des maisons de la jeunesse et de la culture. Elle s'est ainsi ajoutée aux avantages tarifaires dont les étudiants bénéficient dans les musées de la ville (à savoir une gratuité hebdomadaire). Si ces musées constituent l'un des points de vente de la carte, celle-ci ne fait pas l'objet d'une promotion particulière lors des nocturnes comme c'était le cas pour la carte Louvre jeunes.

## 2.3. Prendre la mesure des effets des actions d'incitation à la visite

La recension et l'analyse de ces actions d'incitation à la visite nous ont permis de définir les terrains d'enquêtes pour mesurer les effets de ces politiques culturelles sur le rapport au musée et pour la démocratisation des publics. La partie qui suit présente les enquêtes produites au sein du département de la Politique des Publics que nous mobilisons pour une analyse secondaire et celles que nous avons produites spécifiquement pour cette recherche.

### 2.3.1. *À l'écoute des visiteurs* : connaissance des publics et évaluation muséale par la satisfaction des visiteurs

*À l'écoute des visiteurs* (AEV) est un dispositif d'enquête mis en œuvre par le département de la Politique des Publics à la Direction générale des patrimoines du ministère de la Culture. Conçu à des fins de connaissance des publics du patrimoine et d'analyse de la satisfaction des visiteurs, ce dispositif est un outil d'évaluation de l'action des établissements patrimoniaux sous tutelle de ce ministère<sup>87</sup>. Il constitue en cela l'une des matérialisations du principe de rationalisation des politiques publiques entériné par la Loi organique relative aux lois de finance (LOLF) et dans le cadre de la révision générale des politiques publiques (RGPP).

Introduisant une logique de performance dans la conduite des politiques publiques, ces réformes portent en effet obligation aux opérateurs publics de rendre compte de l'efficacité de l'utilisation des crédits qui leurs sont alloués. Chaque année, un projet annuel de performances (PAP) est établi en concertation entre les opérateurs et l'administration centrale dont la réalisation est évaluée l'année suivante dans les rapports annuels de performance (RAP). Pour les musées sous tutelle du ministère de la Culture, deux indicateurs de l'enquête AEV sont intégrés à leur évaluation comme mesure de la qualité de l'expérience proposée aux visiteurs.

De même, les enquêtes AEV constituent un outil pour la mission de pilotage stratégique à laquelle se consacre aujourd'hui l'administration centrale depuis que la RGPP a transféré les missions de gestion aux opérateurs publics. Les données d'enquête AEV permettent ainsi au département de la Politique des Publics d'assurer ses fonctions d'expertise, de conseil et d'orientation stratégique des politiques culturelles menées auprès des publics des patrimoines<sup>88</sup>.

Traduisant l'autonomie des établissements culturels à l'égard de l'administration centrale, la mise en œuvre de ces enquêtes AEV est régie par une charte de coopération. Celle-ci définit le

---

<sup>87</sup> Les établissements nationaux sous tutelle du ministère de la Culture sont systématiquement intégrés à ce dispositif d'enquête à chacune de ses éditions. À ces établissements peuvent s'ajouter certaines années des musées placés sous la tutelle d'autres ministères ou des Musées de France régis par les collectivités territoriales.

<sup>88</sup> Le département de la politique des publics est l'un des départements transversaux de la Direction générale des patrimoines créé suite à la RGPP et à la refonte des directions du ministère de la Culture en 2010. Son champ d'action comprend, outre les musées et monuments, les services d'archives, les Villes et pays d'art et d'histoire. Voir la page dédiée à ce département sur le site internet du ministère de la Culture et de la Communication : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Connaissance-des-patrimoines-et-de-l-architecture/Departement-de-la-politique-des-publics>

rôle de chacun des partenaires de l'enquête et encadre l'utilisation des données par le département de la Politique des Publics en stipulant la confidentialité des données de chaque établissement.

- **L'élaboration du dispositif d'enquête *À l'écoute des visiteurs***

À partir de 2006, en vue des réformes statutaires, une réflexion sur la nature de la satisfaction des publics du patrimoine est amorcée au sein du département des publics de la Direction des Musées de France. Le Centre d'études et de recherches sur les liens sociaux (CERLIS) de l'université Paris-Sorbonne Descartes est alors sollicité pour conduire cette étude.

Cette recherche vise à construire un répertoire d'indicateurs permettant de mesurer cette satisfaction en tenant compte des spécificités de cette pratique culturelle. L'examen, dans un premier temps, des enquêtes de satisfaction en France et à l'étranger laissait apparaître une dissymétrie dans la manière d'envisager l'expérience muséale des visiteurs. Comme le soulignent J. Eidelman et M. Roustan, les protocoles d'enquête portent surtout l'accent sur les aspects fonctionnels de la visite en considérant un visiteur usager des lieux patrimoniaux au détriment des aspects culturels de la visite ayant trait à la manière dont le visiteur, auteur de sa visite, élabore le sens de sa pratique : « l'interprétation que donne immédiatement le visiteur de ce qui s'est passé pour lui n'est guère sondée, ni rapportée à la diversité des formes et formats de sa visite, ni mise en relation avec ses motivations et attentes » (Eidelman et Roustan, 2008 : 31). Aussi, le second temps de cette recherche a porté sur la construction d'un outil d'enquête permettant d'envisager le visiteur à la fois comme usager d'un service public et comme visiteur-acteur qualifiant et interprétant son expérience de visite. Pour cela, plusieurs groupes de travail ont été constitués tant avec les professionnels des patrimoines qu'avec des visiteurs recrutés parmi les publics du musée Guimet, du musée de l'Homme, de la Cité des sciences et du musée du quai Branly.

Le questionnaire auquel cette recherche a abouti conjugue ainsi les apports de différents champs de recherche (Eidelman et Jonchery, 2014). En premier lieu, cette enquête adopte le parti des études de réception. Considérant que « le public réel ne s'invente pas » (Passeron, 2006 : 423), l'enquête est menée *in situ* au sortir de la visite. Son outil prend acte que toute analyse de la réception est nécessairement située et ancrée dans un objet particulier (Passeron, 2006) et dans un horizon d'attentes nourri tant par les représentations et conventions sociales attachées à cette pratique culturelle que par les expériences individuelles antérieures de cette pratique (Jauss, 1990). En interrogeant les visiteurs en contexte, à l'issue d'une expérience de visite effective, l'enquête permet ainsi de recueillir un « jugement sur pièce », pourrait-on dire, et de le rapporter aux expériences muséales qu'ont les visiteurs ainsi qu'aux attentes qu'ils formulent l'égard de cette institution et des circonstances de leur visite. Le questionnaire permet ainsi de renseigner les registres d'interprétation et d'appréciation dans lesquels cette expérience s'inscrit. Par suite, en référence aux travaux de N. Heinich (2012), le questionnaire d'enquête tient compte de trois univers dans lesquels l'expérience de visite s'inscrit et par rapport auxquels les visiteurs exercent leur jugement. Il s'agit

*« d'abord, [de] l'univers des perceptions et des émotions : c'est celui des sensations considérées d'un point de vue affectif [dans lequel est intégré] l'émotion esthétique [...]. Ensuite, l'univers de la connaissance expérientielle : il rassemble ce qui relève des savoirs et du confort, en étendant, à l'ensemble du mécanisme de la prise d'information, le principe de la nécessaire coïncidence entre orientation conceptuelle et orientation topographique. [...] Enfin, l'univers axiologique : ce sont les mondes des valeurs, de l'éthique et du civique, de l'engagement et de la réflexivité, de l'identitaire et du politique, de l'individu et du collectif, de la relation à soi et aux autres... » (Eidelman et Roustan, 2008 : 31).*

En second lieu, l'outil de ces enquêtes emprunte aux sciences de gestion des instruments pour l'analyse des mécanismes de la satisfaction. C'est en référence aux travaux dans ce domaine que le questionnaire est structuré par un va-et-vient systématique entre une appréciation d'éléments précis de la visite et des indicateurs de satisfaction globale opérant la synthèse des éléments détaillés en premier lieu. De même, en référence plus particulièrement aux travaux de F. F. Reichheld sur les indicateurs de satisfaction (Reichheld, 2004) ce questionnaire a été pensé de façon à impliquer les visiteurs dans l'expression franche de leur satisfaction : le vocabulaire retenu pour formuler ces niveaux de satisfaction est particulièrement tranché (par exemple sur les œuvres et objets exposés : d'exceptionnels à affreux). De même, les échelles de mesure se présentent systématiquement à quatre niveaux de façon à éviter l'expression neutre du moyen terme, « ventre mou » de la satisfaction. Selon la même logique, et comme le souligne F. F. Reichheld, l'analyse de la satisfaction dans ces enquêtes est menée à partir des niveaux extrêmes des échelles proposées dans le questionnaire, c'est-à-dire sur la base de l'expression la plus enthousiaste des jugements, que ce soit pour plébisciter ou fustiger certains éléments de l'expérience de visite.

- **Un dispositif unifié, des données comparables**

Une première enquête menée en 2009 a permis de tester cet outil et de lui apporter quelques modifications. Elle a permis en outre de valider le mode de passation de l'enquête dit d'« auto-administration assistée » : un enquêteur présent sur site sélectionne les visiteurs selon un pas de tirage défini en fonction de la fréquentation des établissements, leur présente l'enquête et ses objectifs, précise la condition d'anonymat et se tient à leur disposition pour toutes questions ou difficultés rencontrées lors du remplissage du questionnaire.

Depuis 2010, ce protocole d'enquête (questionnaire et mode d'administration) constitue un dispositif unifié utilisé comme baromètre de l'évolution des publics et de leur satisfaction au sein des musées et monuments nationaux. Trois éditions ont eu lieu à intervalles réguliers (en 2010, 2012 et 2015) avant que cette enquête barométrique ne soit actualisée en 2016.

Elle est réalisée pendant six jours à l'automne, à l'exception de l'édition 2015 où l'enquête a eu lieu au printemps dans les musées nationaux sous tutelle ministérielle (de la Culture et d'autres ministères) et dans une sélection de monuments nationaux. Lors de certaines éditions,

ce périmètre d'enquête a pu s'étendre à des Musées de France administrés par des collectivités territoriales : c'est le cas lors de l'édition de 2015.

L'enquête barométrique fait l'objet d'une réception contrastée au sein des établissements partenaires. Elle est généralement plébiscitée dans les institutions patrimoniales où les moyens humains et financiers ne permettent pas de mettre en œuvre une démarche systématique de connaissance des publics et d'évaluation des actions culturelles. En revanche, la réception de cette enquête est plus critique dans les établissements de plus grande ampleur où la culture de l'étude fait partie intégrante du fonctionnement institutionnel. La critique porte en particulier sur la représentativité des données collectées. En effet, menée sur six jours pendant un seul mois de l'année, ces données ne peuvent prétendre être le reflet, pour chaque établissement, de la composition des publics ou des variations de la satisfaction au cours d'une année, ces deux éléments étant particulièrement sensibles à la saisonnalité et aux variations de la fréquentation. Aussi, cette enquête ne peut s'apparenter aux observatoires permanents des publics que certains établissements mettent en œuvre tout au long d'une année.

La valeur heuristique de cette enquête est d'offrir à un moment précis une vue des publics d'un échantillon d'établissements représentatifs de la diversité du paysage muséal et patrimonial en France. À ce titre, et contrairement aux observatoires des publics des établissements, les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* sont les seules menées dans les musées à l'échelle nationale et dont les données sont analysées conjointement<sup>89</sup>. Elle permet ainsi de mettre en regard la composition des publics et les formes d'expérience de visite dans des lieux et des contextes variés. Si elle ne peut remplacer les observatoires permanents de publics mis en œuvre dans les plus grands musées, elle permet de situer chacun d'entre eux par rapport aux autres.

Les données sont à cette fin redressées sur la base de la fréquentation de chaque établissement pendant les six jours de l'enquête rapportée à la fréquentation de l'ensemble des établissements de l'enquête pendant cette période d'enquête. Ce type de redressement permet de restituer le poids de chaque établissement (en termes de volume de fréquentation) qu'ils ont au sein du champ muséal. Par suite, cette enquête, menée auprès de l'ensemble des publics d'une diversité d'établissement et hors événements spéciaux, fournit un étalon pour lui comparer ensuite des enquêtes menées auprès des publics de programmations et d'actions culturelles spécifiques tels que, dans notre cas, les publics de la gratuité ou ceux de la nuit des musées (spéciale étudiants ou tous publics).

---

<sup>89</sup> L'observatoire permanent des publics mis en place par L. Mironer concerne également une grande variété d'établissements sur le territoire nationale. Néanmoins, les données ne sont pas mises en commun et sont analysées établissement par établissement (Mironer, Aumasson, et Fourteau, 2001).

- **Présentation du questionnaire et des partis pris d'analyse**

Le questionnaire de ce dispositif d'enquête<sup>90</sup> se compose de quatre parties qui passent en revue : les attentes et motivations de la visite, l'appréciation des composantes de la visite aussi hétéroclites soient-elles (depuis l'appréciation de la qualité des œuvres et objets exposés jusqu'à l'évaluation de l'entretien des locaux), le lien entretenu avec le musée visité (première visite ou non, année de la dernière visite, etc.), les circonstances de la visite (fréquence des visites dans l'institution, accompagnement le jour de la visite, nature de la visite : touristique ou de proximité, etc.) et le profil socioculturel des visiteurs (partie comprenant les variables sociodémographiques classiques ainsi qu'une variable dite « capital de familiarité muséale et patrimoniale » sur laquelle nous revenons).

### **Les indicateurs de la satisfaction des visiteurs**

Deux questions dans cette enquête intègrent l'évaluation des performances des établissements. Il s'agit d'une part de l'indicateur dit du « rapport aux attentes ». Après que les visiteurs ont renseigné leurs motivations à la visite et représentations de l'institution, une question permet une première évaluation de la visite selon qu'elle a dépassé, correspondu, était en-dessous ou très en-dessous de leurs attentes.

Le second indicateur est celui de la recommandation et renvoie aux recherches sur la satisfaction de F. F. Reichheld (2004). Les répondants y indiquent, sur une échelle de 0 à 10 jusqu'à quel point ils recommanderaient la visite à une personne de leur entourage. Les réponses sont ensuite codées de la façon suivante : de 0 à 6, les répondants sont dits « détracteurs » en ce qu'ils sont peu enclins à recommander la visite voire la déconseilleraient ; à l'opposé, les notes 9 et 10 signalent la plus forte propension des visiteurs à recommander la visite : ceux-là sont les « prescripteurs » ; entre ces deux notes, les répondants qui sélectionnent la position intermédiaire (7 et 8) se situent dans une satisfaction sans enthousiasme : ils sont dits « passifs » en ce qu'ils ne recommanderaient ni ne déconseilleraient la visite. À partir de cette répartition des visiteurs en publics prescripteurs et détracteurs de la visite, est calculé un score de promotion par soustraction de la part des détracteurs à celle des prescripteurs.

Si ces deux premiers indicateurs relèvent d'une appréciation directement déclarée par le répondant, un dernier indicateur, dit de « satisfaction synthétique »<sup>91</sup>, est une variable calculée. Elle est construite à partir de la série de questions qui amènent le visiteur à évaluer l'ensemble des composantes de la visite : apports culturels de la visite, qualité des collections et de leur mise en valeur, appréciation des offres de médiation, mais aussi du confort de visite, de l'accueil par les personnels, des services proposés dans l'établissement, etc. Ces questions comportent un barème valorisant chaque niveau de satisfaction. L'indicateur de la satisfaction synthétique est la moyenne des points obtenus à chacune de ces questions.

---

<sup>90</sup> Voir les questionnaires en annexes.

<sup>91</sup> Cette variable ne figure pas dans les rapports d'évaluation des établissements.



Comme le soulignent J. Eidelman et A. Jonchery (2014 : 318), la mise en relation de ces trois indicateurs fait émerger leur complémentarité et leur concordance de sorte que la prescription est significativement une propension des visiteurs déclarant que leur expérience de visite a dépassé leurs attentes et de ceux pour qui les diverses composantes de la visite ont été très satisfaisantes. Réciproquement, les détracteurs de la visite sont ceux qui significativement jugent que leur visite est en-dessous de leurs attentes et dont l'indicateur calculé souligne la grande insatisfaction quant aux différents aspects de leur visite.

### **Les variables complexes : le groupe social et le capital de familiarité muséale**

#### **Le groupe social**

La variable du groupe social condense une série d'informations du questionnaire : le niveau de diplôme le plus haut obtenu, la profession exercée actuellement ou par le passé, recodée suivant les différentes professions et catégories socioprofessionnelles de l'INSEE, la situation par rapport à l'emploi (étudiants, en activité, au chômage, à la retraite), l'âge des visiteurs. Par recoupement de ces données, les visiteurs au sein de la population active sont classés en quatre groupes sociaux : classes sociales supérieures, moyennes supérieures, moyennes inférieures et populaires.

Dans ces enquêtes tous publics, la position des étudiants dans l'espace social constitue un point aveugle, leur milieu social d'origine n'étant pas interrogé. En revanche, il est renseigné dans les enquêtes menées auprès des jeunes adultes (enquêtes sur la gratuité et sur la nuit des musées spéciale étudiants). Là sont interrogées les professions des deux parents permettant de classer les visiteurs dans les quatre groupes sociaux d'origine. Dans l'enquête menée en 2014 auprès des publics de la gratuité, cette information est complétée par le niveau de diplôme des deux parents.

#### **Le capital de familiarité muséale**

Dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, la familiarité des visiteurs avec la pratique de visite muséale est mesurée par un indicateur dit « capital de familiarité muséale » prenant la forme d'une variable-score. Cet indicateur a d'abord été élaboré lors de la première édition de l'enquête *À l'écoute des visiteurs* en 2008 alors qu'était expérimentée une gratuité d'accès aux collections permanentes pour tous les publics dans quatorze musées et monuments nationaux (Eidelman et Céroux, 2008 ; Eidelman et Céroux, 2009). Il était alors construit sur la base de cinq variables rendant compte des périodes de fréquentation des musées et monuments, de visites réalisées sur internet, de la possession d'une carte ou abonnement dans un établissement patrimonial, de l'appartenance à une société d'amis et de l'exercice d'une profession en lien avec l'art, la culture ou le patrimoine (Eidelman et Céroux, 2009). Le score obtenu par la somme des points attribués à chacune de ces variables distribuait ainsi les visiteurs sur une échelle de la familiarité muséale définie à partir du score moyen.

La généralisation de l'enquête *À l'écoute des visiteurs* dans les musées et monuments nationaux à partir de 2009 a entraîné une modification du traitement de cet indicateur : désormais la familiarité des publics avec la visite de musées est adossée à une question unique. Celle-ci soumet aux répondants huit catégories thématiques de musées : quatre relèvent du champ artistique (musées de beaux-arts, d'art moderne et contemporain, d'arts décoratifs et d'architecture, de photographie) et quatre du domaine des sciences et des sciences humaines (musées d'histoire, d'archéologie et de préhistoire, de sociétés et de civilisations, de sciences et techniques).

Pour chacune de ces catégories, les répondants sont invités à indiquer s'ils l'ont visitée « au cours des douze derniers mois », « au moins une fois dans leur vie » ou « jamais ». La question est ainsi exhaustive puisqu'elle balaye pour chaque catégorie thématique l'ensemble des réponses possibles. Un barème valorise chaque temporalité (respectivement 5, 2 et 0 points). L'indicateur de familiarité muséale est obtenu par la somme de points que totalise chaque catégorie de musées. Les visiteurs se distribuent alors sur une échelle à cinq niveaux allant de la familiarité très faible (moins de 13 points) à la familiarité très forte (de 32 à 40 points).

Tableau 6. Familiarité muséale et taux de réponses aux questions sur la familiarité selon l'âge des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs*, 2012<sup>92</sup>

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	18-25 ans	26-35 ans	36-45 ans	46-55 ans	56-65 ans	plus de 65 ans
<b>Niveau de familiarité avec la visite muséale</b>						
très forte.....	20,6	<b>21,1</b>	19,9	18,2	<u>15,2</u>	<u>12,9</u>
forte.....	<b>23,5</b>	<b>24,4</b>	19	21,6	<u>16,1</u>	<u>16,5</u>
moyenne.....	<u>18,4</u>	22,3	<u>15,8</u>	24,5	<b>27,7</b>	<b>26,9</b>
faible.....	20,2	19,4	<b>24,8</b>	18	18,6	17,4
très faible.....	17,3	<u>12,8</u>	20,6	17,7	<b>22,4</b>	<b>26,4</b>
<b>A répondu pour...</b>						
4 catégories thématiques de musées ou moins..	<u>3,7</u>	<u>4,4</u>	<u>10</u>	<b>16,7</b>	<b>25</b>	<b>32,3</b>
5 à 7 catégories thématiques de musées.....	<u>6,5</u>	<u>8</u>	9,3	12,1	<b>15,7</b>	<b>17,9</b>
les 8 catégories thématiques de musées.....	<b>89,8</b>	<b>87,6</b>	<b>80,8</b>	<u>71,2</u>	<u>59,3</u>	<u>49,9</u>

source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total, n = 4700

Compte-tenu que cette question est exhaustive pour chaque catégorie thématique de musée, nous avons construit nos analyses de cette variable sur la base des visiteurs qui ont donné une réponse pour chacune des huit catégories thématiques muséales. Si elles sont intégrées dans le calcul du capital de familiarité, ces non-réponses sont assimilées à une non-fréquentation, ce qui peut introduire un biais dans l'interprétation. En effet, comme le souligne le tableau ci-dessus, le croisement de l'âge et du niveau de familiarité tendrait à indiquer que les visiteurs les plus âgés sont moins familiers des musées que ne le sont les plus jeunes. Mis en regard avec le taux de réponses à ces questions à chaque âge, il apparaît surtout que ces visiteurs les plus âgés répondent moins que ne le font les plus jeunes. Aussi, compte-tenu de notre questionnement sur les publics jeunes et leur rapport à la visite, notamment par rapport à d'autres tranches d'âge,

<sup>92</sup> Sauf mention contraire, tous les tableaux présentés dans ce travail indiquent les résultats du test du Khi2 de la façon suivante : les éléments en gras et soulignés sont respectivement sur- et sous-représentés. Le surlignage en gris donne le seuil de significativité. Lorsqu'ils sont surlignés en gris, les éléments sont significatifs au seuil de 1%. S'ils ne sont pas surlignés en gris, les éléments sont significatifs au seuil de 5%.

nous avons fait le choix de raisonner sur la base de réponses intégrales à ces questions lorsque nous mobilisons l'indicateur du capital de familiarité muséale.

Pour les analyses qui suivent, soulignons également dès à présent que cet indicateur de la familiarité muséale agrège trois informations distinctes :

- en premier lieu, le degré de connaissance que les publics ont du champ muséal : l'indicateur enregistre la diversité des catégories thématiques de musées et expositions que les visiteurs connaissent pour les avoir visitées au moins une fois au cours de leur vie ;
- en deuxième lieu, l'intensité des visites effectuées au cours des 12 derniers mois : celle-ci est mesurée *a minima* puisque les visiteurs indiquent les catégories thématiques de musées visitées dans l'année et non le nombre de visites effectuées pour chacune de ces catégories ;
- et, en troisième lieu, l'éventail de catégories thématiques de musées et expositions visitées dans l'année écoulée.

Pour la compréhension des rapports que les visiteurs entretiennent avec la pratique de visite muséale, nous mobilisons pour certaines analyses ces trois niveaux d'informations contenus dans l'indicateur.

- **L'analyse secondaire des enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, édition 2012 et 2015**

Compte-tenu de notre questionnement sur les politiques culturelles nationales et leurs effets en termes de démocratisation des publics jeunes adultes, nous avons utilisé dans ces enquêtes un échantillon de visiteurs âgés de 18 ans et plus résidant en France, et considéré comme exploitables les questionnaires pour lesquels il était possible de renseigner un groupe social.

Pour cette recherche, nous exploitons les données de deux éditions d'enquête *À l'écoute des visiteurs* : celle menée à l'automne 2012 et celle réalisée au printemps 2015. L'analyse de ces deux enquêtes souligne en effet la saisonnalité des publics : considérer ces deux enquêtes permet de tenir compte dans une certaine mesure des variations des publics à ces différentes périodes.

L'enquête de 2012 est menée auprès des musées nationaux relevant du ministère de la Culture et de la Communication et d'autres ministères. L'enquête de 2015 intègre à ce périmètre une dizaine de musées labellisés Musées de France. Pour l'analyse secondaire de ces données, et en particulier leur comparaison, nous considérons un périmètre constant de quarante établissements<sup>93</sup>. Ce périmètre rassemble une large diversité de catégories thématiques de musées et permet ainsi d'analyser les représentations et comportements des visiteurs suivant les lieux de leur visite.

Nous avons écarté l'édition de 2010 parce que les indicateurs qui retiennent notre attention (en particulier celui du capital de familiarité muséale) n'y sont pas formalisés de la même

---

<sup>93</sup> Cf. annexes p. 407

manière. L'édition de 2016 a lieu sur un périmètre restreint d'établissements : elle ne permet pas d'avoir un corpus représentatif de la diversité des catégories thématiques des collections muséales (notamment, l'enquête ne comporte aucun musée relevant des sciences et techniques). Elle n'est mobilisée que ponctuellement au troisième chapitre<sup>94</sup> en considérant alors un périmètre constant de vingt musées ayant participé aux éditions de 2012, 2015 et 2016.

En 2012, l'enquête recueille les réponses de 4700 visiteurs de 18 ans et plus résidant en France et 4267 en 2015. Les échantillons se répartissent comme suit dans les musées enquêtés.

Tableau 7. Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, *À l'écoute des visiteurs* en 2012

	effectifs	%
<b>localisation des musées</b>		
à Paris.....	3924	83,5
en Île-de-France.....	570	12,1
en régions.....	207	4,4
<b>catégories thématiques des musées</b>		
beaux arts.....	1960	41,7
architecture et arts décoratifs.....	340	7,2
art moderne et contemporain.....	191	4,1
histoire et archéologie.....	643	13,7
société et civilisation.....	407	8,7
sciences et techniques.....	1159	24,7
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture		
<b>champ</b> : échantillon total des visiteurs de 18 ans et plus résidant en France, n = 4700		

Tableau 8. Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, *À l'écoute des visiteurs* en 2015

	effectifs	%
<b>localisation des musées</b>		
à Paris.....	2854	66,9
en Île-de-France.....	1185	27,8
en régions.....	228	5,3
<b>catégories thématiques des musées</b>		
beaux arts.....	1289	30,2
architecture et arts décoratifs.....	146	3,4
art moderne et contemporain.....	216	5,1
histoire et archéologie.....	1224	28,7
société et civilisation.....	304	7,1
sciences et techniques.....	1090	25,5
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture		
<b>champ</b> : échantillon total des visiteurs de 18 ans et plus résidant en France, n = 4267		

Le traitement secondaire de ces données respecte les principes établis dans la charte de coopération à l'enquête : les analyses sont produites à l'échelle de l'ensemble des établissements et aucun résultat n'est présenté de façon nominative comme émanant d'un établissement donné.

<sup>94</sup> Cf. annexes p. 407

### 2.3.2. Jeu d'échelles sur les publics des actions d'incitation à la visite

Les enquêtes présentées dans cette partie portent sur les publics jeunes adultes venus en contexte de gratuité ou à l'occasion d'un événement qui leur est dédié. Elles permettent de croiser les regards sur les effets de ces mesures en convoquant trois approches : l'enquête statistique, l'étude de réception et une approche de type biographique. Ensemble, elles constituent une proposition pour une interprétation large des effets de ces mesures.

Les enquêtes sur les publics de la gratuité ont été produites par le département de la Politique des Publics. Les enquêtes sur les événements dédiés aux visiteurs jeunes et celle sur les carrières de visiteur chez les jeunes adultes ont été réalisées spécifiquement pour cette recherche.

- **Les 18-25 ans et la gratuité, édition 2009 et 2014**

L'enquête *Les 18-25 ans et la gratuité* a été menée par le département de la Politique des Publics à deux reprises : la première a eu lieu en 2009-2010 au cours de la première année de cette mesure, la seconde en 2014 après cinq années d'existence de cette politique.

Le questionnaire de ces enquêtes porte moins sur la satisfaction retirée de la visite en contexte gratuit que sur la sensibilité à l'offre de gratuité. Ainsi en 2014 l'évaluation des différentes composantes de l'expérience de la visite ont été retirées du questionnaire. Ces enquêtes permettent d'interroger la mobilisation à la visite par cette mesure, la perception et les usages de cette mesure et d'autres formes de gratuité (régulière lors des premiers dimanches du mois ou événementiel en nocturne), ses effets sur l'expérience de visite, sur les usages de différentes mesures de gratuité ainsi que, dans l'édition de 2014, les projections des visiteurs une fois sortis des catégories bénéficiaires de la gratuité.

L'enquête a recueilli les réponses de 1773 bénéficiaires de la gratuité en 2009 et de 1185 en 2014 répartis comme suit entre les musées enquêtés.

Tableau 9. Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, *Les 18-25 ans et la gratuité* en 2009

	effectifs	%
<b>localisation des musées</b>		
à Paris et en Île-de-France.....	1064	60
en régions.....	709	40
<b>catégories thématiques des musées</b>		
beaux arts, art moderne et contemporain.....	214	12,1
histoire.....	518	29,2
société et civilisation.....	432	24,4
sciences et techniques.....	609	34,3
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2009, Département de la politique des publics, ministère de la Culture		
<b>champ</b> : échantillon total des visiteurs résidant en France, n = 1773		

Tableau 10. Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, *Les 18-25 ans et la gratuité* en 2014

	effectifs	%
<b>localisation des musées</b>		
à Paris et en Île-de-France.....	795	67,1
en régions.....	390	32,9
<b>catégories thématiques des musées</b>		
beaux arts.....	390	32,9
art moderne et contemporain.....	144	12,2
histoire.....	410	34,6
société et civilisation.....	241	20,3
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture		
<b>champ</b> : échantillon total des visiteurs résidant en France, n = 1185		

- ***La nuit des musées spéciale étudiants, 2013***

Cet événement est organisé dans une ville moyenne en région dont les musées reçoivent ensemble plus de 100 000 visites par an. Chaque printemps depuis une dizaine d'années, les six musées de la ville sont ouverts en nocturne aux étudiants. Au cours de cette soirée gratuite, ils peuvent découvrir les collections sous un autre jour. Selon les musées, les animations sont menées par des jeunes ou des médiateurs professionnels. Elles mêlent visites conversations et arts du spectacle (concert, danse, théâtre, arts du cirque) dans une ambiance qui mise sur le décalage par rapport à une visite plus « classique ». Par et pour les étudiants, les jeunes sont mobilisés à différents niveaux de l'organisation : en amont, pour la programmation, la communication et l'organisation logistique de l'événement, puis pour l'animation de la soirée voire, en aval, pour l'analyse de cet événement (des étudiants ayant une année produit une étude sur la communication de cet événement et d'autres événements apparentés en France). Le format de cette soirée mutualisée à plusieurs établissements d'un même territoire en fait un exemple caractéristique de ces actions développées au musée pour les publics jeunes.

Nous souhaitions pouvoir mettre en regard cette enquête auprès des publics étudiants avec les enquêtes tous publics *À l'écoute des visiteurs*. Aussi nous avons repris le questionnaire et le protocole de passation (en auto-administration assistée) du dispositif AEV. Certaines modifications ont été apportées aux questionnaires de façon à interroger les spécificités de cet événement : l'appréciation des animations de la soirée, de son organisation, de sa durée, etc.

L'enquête a eu lieu en avril 2013, au sein du musée des beaux-arts de la ville. Ce musée a été choisi d'une part pour l'affluence qu'il connaît lors de la soirée et d'autre part pour la catégorie thématique de ses collections, le recensement de ces offres ayant montré leur diffusion plus grande au sein des musées de beaux-arts. L'enquête a permis de recueillir les réponses de 288 visiteurs.

Ponctuellement, l'analyse de cette programmation a pu être comparée aux données collectées en 2012 lors de la *Nuit européenne des musées*. Cette enquête mobilise également le questionnaire *À l'écoute des visiteurs* et a recueilli les réponses de 2904 visiteurs participant à cet événement.

- ***Le mois des étudiants au musée, 2014***

Le musée des beaux-arts de cette enquête est situé en région et reçoit plus de 100 000 visites par an. La programmation qu'il adresse aux étudiants est imaginée au début des années 2000. En 2014, le service des publics décide de rassembler sur un mois au printemps plusieurs de ces offres pour les étudiants. Ce mois de découverte du musée regroupe en particulier trois programmations qui ont été enquêtées :

- *les visites conversations* : ces visites sont menées par des étudiants, généralement en histoire des arts, recrutés comme stagiaires à cette fin. Chaque année, les étudiants ont ainsi la possibilité de proposer une visite guidée au travers des collections permanentes du musée sur le thème de leur choix. Les projets retenus (5 à 6 étudiants stagiaires par an) sont ceux qui mettent en perspective l'histoire des arts avec d'autres regards portés sur les œuvres : la mode et le costume, le théâtre, le droit, etc. sont parmi les thèmes qui ont d'ores et déjà composé l'offre de ces visites conversations. Ces visites conversations sont hebdomadaires tout au long de l'année universitaire : elles ont lieu le mercredi soir en nocturne. La visite est gratuite et réservée aux seuls étudiants. Quatre visites conversations sont programmées lors du *Mois des étudiants au musée*.
- *Deux nocturnes étudiantes* qui proposent à des étudiants en arts du spectacle et aux stagiaires médiateurs des visites conversations de mettre en scène les collections du musée au travers de scénettes composées et performées par eux. Les nocturnes sont gratuites, réservées exclusivement aux étudiants et nécessitent une réservation.
- *Une soirée d'enquête au musée*. Ces nocturnes occupent une place un peu particulière au sein des offres étudiantes. D'abord réservées aux étudiants, l'engouement qu'elles ont suscité auprès d'un public plus large a conduit les équipes du musée à ouvrir cette programmation à tous. Elle fait toutefois l'objet d'une communication spéciale auprès des étudiants. La nocturne est ainsi ouverte à tous, soumise à réservation et à demi-tarif pour les étudiants.

La programmation de ce musée est, elle aussi, emblématique de ces actions dans les musées de France : parce qu'elle est conçue dans un musée de beaux-arts, adressée aux étudiants voire pour certaines de ces soirées exclusivement réservées à ces publics, et qu'elle propose les trois formats (nocturne, soirée de jeux, visite conversation) caractéristiques de ces offres d'après notre recensement.

Ce musée constitue un cas d'étude intéressant. En effet, les entretiens menés auprès des personnels du service des publics témoignent des interrogations qui les traversent quant à la segmentation des publics et à son bienfondé. Ces questionnements sont d'autant plus exacerbés que tout le personnel de l'institution travaille actuellement à l'élaboration du Projet Scientifique et Culturel de l'institution. Dans ce cadre, plusieurs recherches ont été produites sur les différents segments de publics ciblés au sein du musée.

L'enquête menée dans le cadre du *Mois des étudiants au musée* a ainsi permis de mettre en regard les catégories de public et d'offres telles qu'elles sont conçues par les professionnels du musée et telles qu'elles sont vécues par les publics ciblés. En cela, l'enquête interroge les partis pris pour ces programmations adressées aux jeunes adultes dans les musées : la présentation des collections au travers d'animations croisant les arts, de médiations réalisées par des jeunes, le ciblage des publics jeunes et étudiants pour ces offres, voire l'entre soi lorsqu'elles sont exclusivement réservées à ces catégories de publics, leur caractère gratuit et nocturne. Ce questionnement est mis en regard avec leur familiarité avec la pratique de visite – en évoquant des souvenirs de visites passées dans un temps plus ou moins long (pendant l'enfance, l'adolescence et dans l'année écoulée) et avec le rapport qu'ils entretiennent avec le musée programmateur – en rapportant la perception de cette visite avec la connaissance préalable de cette institution et les suites envisagées à cette visite décalée du musée.

Cette enquête par entretiens semi-directifs a eu lieu tout au long du mois de la programmation en 2014. 28 visiteurs et visiteuses nous ont accordé un entretien<sup>95</sup>. Pour traiter ces données, nous avons procédé à une catégorisation thématique des discours des visiteurs.

- ***Débuts de carrière de visiteur, 2013-2015***

Cette enquête explore plus avant la carrière de visiteurs et la grammaire du loisir dans laquelle s'insère ou s'est insérée la pratique muséale chez ces visiteurs, deux points que les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* n'interrogent que de façon fragmentaire. Conçus comme des récits biographiques (Bertaux, 2010) et présentés aux enquêtés comme des portraits individuels, ces entretiens approfondis (1h30 en moyenne) visaient à susciter la réflexivité de ces acteurs en les enjoignant à un récit d'eux-mêmes afin de faire émerger la manière dont s'organisent leurs univers culturels et la manière dont la pratique muséale s'y insère.

Ces entretiens sont divisés en trois parties. Dans un premier temps, les enquêtés étaient invités à se présenter et à décrire leur réseau social actuel (familial, amical et professionnel) en retraçant les évolutions. Puis, un deuxième temps ouvrait à la description des pratiques de loisirs en portant une attention particulière aux éléments (événements ou personnes) qui ont pu faire évoluer ces pratiques (ce qui incite à la pratique, ce qui pousse ensuite à la poursuivre ou à l'abandonner). Rapportées aux différents membres qui ont composé, à un moment ou à un autre, le réseau social de l'enquêté, ces deux premières descriptions font émerger les rôles portés par chaque membre dans le développement d'une pratique – selon qu'ils l'ont initiée, incitée, imposée, accompagnée, etc. – et les évolutions d'adhésion et de représentations suscitées par ces pratiques.

Ces deux premières descriptions permettent ensuite de situer la pratique de visite muséale, abordée dans un troisième temps, au sein d'un répertoire plus vaste de pratiques culturelles et

---

<sup>95</sup> Cf. annexes p. 410-412



de loisirs. Ce dernier temps de l'entretien était présenté comme portant sur « tout type de visites » qu'elles aient lieu au sein d'un musée ou ailleurs : bibliothèques, galeries, lieux de travail ou de formation, plein air, etc. Le statut de visiteurs ne se construit pas seulement dans les lieux où il y est institutionnalisé. Cet élargissement de la notion de visite permet ainsi à certains enquêtés de s'attribuer le statut de visiteur alors même qu'à l'annonce d'une partie de l'entretien consacrée aux pratiques de visite, ceux-ci auraient eu tendance à s'exclamer « mais... je ne visite ! », pour reprendre le titre de l'article de C. Ghebaur (2013). En outre, cet élargissement de la notion de visite patrimoniale laisse les enquêtés libres d'inclure dans cette catégorie une diversité de pratiques que ne prévoit pas l'enquêteur : il permet, à l'analyse, de lire en creux l'image que se font les visiteurs d'une visite patrimoniale et les représentations suscitées par ces différentes formes de pratiques. Ce dernier temps de l'entretien permet de retracer la carrière de visiteur de ces jeunes par une série de questions sur leurs plus vieux souvenirs de visite, leurs souvenirs de visite pendant l'enfance et l'adolescence et dans différents contextes (en famille, avec l'école), de la première fois qu'ils ont été au musée sans y être accompagnés et sur leurs souvenirs de pratiques actualisées (au cours des 12 derniers mois). Pour ces souvenirs, les enquêtés sont invités à commenter les impressions que ces visites leur ont laissées, les traces éventuelles qu'ils auraient pu conserver de ces visites, les motivations qui les ont poussés à visiter. L'entretien se conclut sur des questions relatives à leur attachement à cette pratique : les projections de soi dans des pratiques de visite à venir, l'attachement à un lieu particulier de visite et les attitudes en cas de frustration de pratique.

31 visiteurs ont été interviewés<sup>96</sup>. Nous les avons recrutés à la suite de leur participation aux événements *La nuit des musées spéciale étudiants* et *Le mois des étudiants au musée* que nous avons enquêtés et lors de l'enquête sur *La gratuité et les 18-25 ans* en 2014. Deux autres programmations adressées aux moins de 30 ans ont été mobilisées afin de diversifier les profils des jeunes interviewés et rejoindre des jeunes actifs.

Notre échantillon se constitue de 15 femmes et 16 hommes ; 25 d'entre eux ont entre 18 et 25 ans, 6 entre 26 et 29 ans, 18 sont étudiants, 9 sont jeunes actifs, 2 personnes sont en interruption d'études et 2 autres en reprises d'études. Parmi ces visiteurs, 8 sont issus des classes sociales supérieures, 8 autres des classes moyennes supérieures, 6 des classes moyennes inférieures et 9 des classes sociales populaires.

Pour le traitement de ces données, nous avons dans un premier temps reconstitué les trajectoires culturelles de ces visiteurs (des premières visites pendant l'enfance et l'adolescence aux visites réalisées dans l'année écoulée). Dans un second temps, nous avons rapporté les pratiques de visites récentes de ces jeunes à leurs pratiques de loisirs et de sociabilité de façon à dégager la place que cette pratique occupe dans leur univers culturel. Nous proposons dans les chapitres qui suivent une analyse typologique des formes de socialisation à cette pratique et de la manière dont ces jeunes font actuellement usage de ces lieux.

---

<sup>96</sup> Cf. annexes p. 414-416

## En résumé

Ce chapitre présente la manière dont les enjeux de démocratisation des musées et des publics des musées ont été traduits en actions muséales concrètes. Dans cet espace de la traduction, il n'est pas possible de faire l'impasse sur les transformations qu'ont connu les institutions muséales et, de là, sur les évolutions des logiques qui président à la mise en œuvre des politiques des publics. Celles-ci renvoient tout à la fois à l'idéal politique de l'action muséale (celui de la démocratie et de la démocratisation culturelles) et au registre économique qui contraindrait l'État et les établissements au pragmatisme. Sous ce jour, les débats autour de la gratuité paraissent bien plus idéologiques que scientifiquement fondés (Fourteau, 2007, Eidelman 2012) : en témoigne, en 2009, le choix d'une gratuité catégorielle plutôt que permanente et pour tous. Dans le même ordre d'idée, l'analyse de la diffusion des programmations dédiées aux jeunes adultes montre qu'il s'agit avant tout de choix stratégiques de la part des établissements ou de leur tutelle, traduisant l'autonomie des musées et des collectivités territoriales pour mettre en œuvre des actions vers les publics.

Le format des mesures d'incitation à la visite est imaginé pour inscrire la visite dans les modes de loisirs et les intérêts des jeunes : gratuité, événements, dispositifs de fidélisation misent sur la sociabilité de la visite pour donner prises à la dimension relationnelle de leurs pratiques culturelles et de loisirs. De même, les événements dédiés visent à jeter des ponts entre le musée et d'autres formes de pratiques culturelles et artistiques. Ces actions donnent ainsi la part belle aux publics dans la construction du discours muséal voire les impliquent directement dans leur conception et leur mise en œuvre. Ce faisant, le rôle des professionnels des musées se transforme : de vulgarisateurs des savoirs élaborés au sein du musée, ils deviennent les activateurs d'une co-construction de ceux-ci. Ces actions traduisent ainsi le passage de la médiation à la *médiation culturelle*, de la démocratisation d'une culture dite « cultivée » à la promotion d'un rapport plus démocratique au musée. Ces mesures d'incitation à la visite proposent alors l'image d'un musée conversationnel où se discutent des points de vue sur les collections qu'il abrite et d'un musée comme lieu de vie et d'interaction sociales.

Dans quelle mesure des politiques des publics conduites sous les auspices de la démocratisation d'un rapport social au musée peuvent être le vecteur d'un renouvellement de ses publics ? Le second temps de ce chapitre propose un cadre pour l'interprétation des effets de ces mesures d'incitation sur les publics jeunes. Celui-ci procède d'un jeu d'échelle : de l'analyse du profil des jeunes adultes et de leur rapport à la pratique de visite que permettent les enquêtes statistiques *À l'écoute des visiteurs* à la comparaison du profil des visiteurs mobilisés par ces actions,

de l'étude de réception du format de ces actions à la compréhension, à l'échelle individuelle, de leur capacité à modeler ou impulser une carrière de visiteur. Jeu d'échelle encore mais cette fois temporelle. Ces enquêtes nous ancrent dans le temps court de la réception de ces actions et des usages que ces jeunes font actuellement des musées. Elles nous renvoient aussi au temps long de la construction des carrières de visiteur dans la prime jeunesse voire de leur développement comme nous convient à le faire, de façon prospective et sur le registre de l'hypothèse, des enquêtes réitérées à plusieurs années d'intervalle.

### **CHAPITRE 3. D'une culture muséale juvénile à sa fragmentation sociale**

#### **3.1. À la recherche d'une culture muséale juvénile**

#### **3.2. Débuts de carrière de visiteur aux premiers temps de la jeunesse**



*« Chaque individu, en réalité, intègre des éléments appartenant aux différents contextes vécus au cours de son parcours biographique et réalise un agencement plus ou moins original en conservant la marque des univers antérieurs qu'il a fréquentés, ou même simplement côtoyés. Aussi faudrait-il, pour traduire la richesse des univers culturels, être en mesure d'identifier la multiplicité des influences qui ont contribué à leur élaboration : la grand-mère institutrice qui a fait découvrir le goût de la lecture, le professeur passionné de peinture qui a montré le chemin des musées, la petite amie mélomane qui a initié à la musique classique, etc. »*

Olivier Donnat, *Les univers culturels des Français*, 2004, p.89



## Introduction

La jeunesse adulte constitue un analyseur privilégié de la formation des publics des musées. Suivant les sociologues de la culture, les instances de légitimation et de socialisation qui façonnent ses univers culturels tendraient en effet à enrayer les mécanismes de la transmission de la pratique de visite. L'action scolaire de sensibilisation à cette pratique induirait une image rébarbative du musée. En conséquence de quoi la jeunesse adulte constituerait une période charnière au cours de laquelle la transition entre socialisation primaire et secondaire entraînerait chez certains un décrochage de la pratique de visite (Octobre, 2009). Ces arguments ont conduit différents musées à isoler cette catégorie de population, définie sur des critères d'âge ou de statut, pour concevoir à leur intention des actions spécifiques d'incitation à la visite. C'est cette hypothèse d'une spécificité des publics jeunes adultes que nous souhaitons mettre à l'épreuve dans ce chapitre.

Dans un premier temps, nous nous appuyerons sur les données issues des éditions 2012 et 2015 de l'enquête *À l'écoute des visiteurs* : nous en livrerons une analyse secondaire par laquelle nous étudierons les profils des visiteurs en fonction de la classe d'âge et comparerons leurs représentations et comportements à l'égard de la pratique de visite. Nous isolons la classe d'âge des 18-35 ans dont les bornes correspondent à l'éventail complet des offres recensées conçues par les services des publics des musées à l'intention des jeunes adultes. Ce bornage nous permet au demeurant d'englober l'ensemble des catégories d'étudiants. Ces publics jeunes adultes donnent-ils une image des publics plus démocratique ? Sont-ils moins clivés socialement que d'autres catégories de public adulte ou plus familiers de cette pratique culturelle du fait du développement de programmes et de la multiplication de dispositifs d'éducation artistique et culturelle à l'École depuis un quart de siècle ? Perçoit-on les signes d'une culture muséale qui pourrait être dite juvénile ? Et si l'âge fait une différence, comment l'interpréter : est-ce là le signe d'un temps social particulier, une marque générationnelle imprimée sur le rapport de ces jeunes au musée ?

Dans un second temps de ce chapitre, nous mobiliserons l'enquête *Débuts de carrière de visiteur* qui permet une compréhension, à l'échelle individuelle, des rapports à la pratique de visite observés à l'échelle statistique. Ici, l'analyse procède à partir de la complexité des voies de la transmission de cette pratique et met en exergue la diversité des facteurs qui façonnent le rapport des jeunes aux musées – autrement dit, à la fois des facteurs exogènes liés à leur profil sociodémographique et leur trajectoire culturelle étant enfant ou adolescent. Au total, il s'agit bien d'analyser la manière dont les cultures muséales juvéniles sont produites aux premiers temps de la jeunesse.



### 3.1. À la recherche d'une culture muséale juvénile

Les analyses qui suivent portent sur les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* menées en 2012 et en 2015. À des fins de comparaison, nous travaillons sur un périmètre de quarante musées ayant participé aux deux éditions d'enquête et sur un échantillon de visiteurs de 18 ans et plus résidant en France. Dans ces deux enquêtes, la majorité des réponses a été collectée dans des musées d'art et dans des établissements situés à Paris et en région parisienne (cf. chapitre 2).

#### 3.1.1. Les jeunes adultes au sein des publics des musées

Entre 2012 et 2015, la composition sociale de l'ensemble des publics rencontrés dans ces deux enquêtes varie peu. 4 visiteurs sur 10 ont entre 18 et 35 ans (soit le double de leur poids au sein de la population nationale<sup>97</sup>), un tiers des visiteurs a entre 36 et 55 ans et un quart a plus de 55 ans. Les deux tiers des publics dans ces deux enquêtes sont des femmes. Plus de la moitié des visiteurs rencontrés en 2012 et en 2015 résident en régions.

La distribution des publics entre population active et étudiante dans ces deux enquêtes reste stable. Les étudiants représentent 17,5% de l'échantillon en 2012 et 19,4% en 2015. 6 visiteurs sur dix sont en activité, 7% sont inactifs (à la recherche d'un emploi ou au foyer) et 15% environ des visiteurs rencontrés sont à la retraite.

En 2012 comme en 2015, les niveaux de diplôme sont élevés pour une majorité des publics rencontrés. Un tiers des visiteurs est titulaire d'un bac+5. Un autre tiers des visiteurs a un niveau au moins équivalent à bac+2. En 2012 comme en 2015, les diplômés du bac ou moins rassemblent moins d'un visiteur sur cinq.

Au sein de la population active de ces deux enquêtes, la part des cadres et professions intellectuelles supérieures est prépondérante (4 visiteurs sur 10) suivie de près par la catégorie des professions intermédiaires. Les employés et ouvriers représentent 15% environ des actifs en 2012 et 2015. Aussi, les classes sociales supérieures et moyennes supérieures occupent une place prépondérante dans ces deux échantillons d'enquête : elles représentent 6 visiteurs sur 10 en 2012 et la moitié de l'échantillon en 2015.

Comparée à la population nationale, cette structuration sociale de la population active au musée souligne le caractère élitaire de la pratique de visite. En effet, à l'échelle nationale, en 2012 comme en 2015, 18% de la population active comptent parmi les cadres et professions intellectuelles supérieures, un quart fait partie de la catégorie des professions intermédiaires et les catégories des employés et ouvriers rassemblent près de la moitié des actifs en France.

---

<sup>97</sup> Les comparaisons avec la population nationale dans ce chapitre sont effectuées à partir des données de l'INSEE du *Bilan démographique* de 2012, du rapport *France, portrait social*, édition de 2013 et de 2016 et des *Tableaux de l'économie française*, édition 2014. Ces données sont disponibles en ligne : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281416> ; <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1288298> et <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1288331>

Tableau 11. Composition des échantillons, enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

<b>% obs. sur 100 pers.</b> (en colonne)	<b>2012</b>	<b>2015</b>
<b>Âge</b>		
18-25 ans.....	23,1	21,4
26-35 ans.....	18,4	18,1
36-45 ans.....	18,4	20
46-55 ans.....	15,2	16,6
56-65 ans.....	15,2	12,7
Plus de 65 ans.....	9,7	11,3
<b>Sexe</b>		
femmes.....	62	62,7
hommes.....	38	37,3
<b>Lieu de résidence</b>		
à Paris (intramuros et banlieue).....	47,9	41,5
en régions.....	52,1	58,5
<b>Situation par rapport à l'emploi</b>		
en activité.....	58,9	59,2
élèves ou étudiant-es.....	17,5	19,4
à la retraite.....	16,7	15,5
inactif-ves (au foyer, à la recherche d'un emploi).....	7,4	7
<b>Niveau de diplôme</b>		
aucun.....	0,5	0,8
moins du bac.....	5,6	5,2
bac.....	9,1	8
bac + 2.....	11,1	10,2
bac + 3 et 4.....	19,2	20,8
bac + 5 et plus.....	36,7	35,6
Etudes en cours.....	17,7	19,5
<b>Profession et catégories socioprofessionnelles au sein de la population active</b>		
agriculteur-trices.....	0,3	0,5
artisan, commerçant-es, chef-fes d'entreprise.....	3,2	2,2
cadres et professions intellectuelles supérieures.....	40,9	44,5
professions intermédiaires.....	40	36,8
employé-es.....	13,1	13,7
ouvrier-ères.....	2,4	2,2
<b>Classes sociales d'appartenance au sein de la population active</b>		
supérieures.....	27,2	19,7
moyennes supérieures.....	34	34
moyennes inférieures.....	23,1	29,7
populaires.....	15,7	16,6
<b>Niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale <sup>(1)</sup></b>		
très fort.....	22,7	21,2
fort.....	23,6	21,5
moyen.....	20,3	23,1
faible.....	19,9	19,7
très faible.....	13,5	14,6
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012 et 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total en 2012, n = 4700 ; échantillon total en 2015, n = 4267 ; (1) hors non-réponses aux questions sur la familiarité muséale		

Près de la moitié des publics de ces deux enquêtes entretient une familiarité forte ou très forte avec la pratique de visite muséale. Un tiers des visiteurs en sont peu ou très peu familiers. Un visiteur sur cinq a avec la visite muséale une familiarité moyenne.

Par rapport à cette vue d'ensemble des publics en 2012 et en 2015, les jeunes adultes, en particulier lorsqu'ils ont entre 18 et 25 ans, se démarquent sur deux points principaux : la proportion d'étudiants dans leurs rangs et la part occupée par les femmes (ces deux éléments allant de pair comme nous allons le voir). Pour caractériser le profil des jeunes adultes au sein des publics des musées, nous analyserons ainsi distinctement la population étudiante et la population active entre 18 et 35 ans.

- **Les 18-25 ans : une population majoritairement étudiante**

Chez les 18-25 ans, la population étudiante est prépondérante : elle rassemble 7 visiteurs sur 10 en 2012 et 8 visiteurs sur 10 en 2015. Après 25 ans, les étudiants deviennent minoritaires (6,6% des 26-35 ans en 2012 et 10,8% en 2015). Le taux de scolarisation des 18-25 ans est bien plus fort qu'il ne l'est au sein de la population nationale (40,4% des 15-24 ans).

Tableau 12. Niveau de diplômes d'ores obtenus par les étudiant·es entre 18 et 25 ans, enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	en 2012	en 2015
aucun.....	1,3	1
moins du bac.....	2,3	6,8
bac.....	20,8	25,9
bac + 2.....	22,2	15,7
bac + 3 et 4.....	33,1	26,4
bac + 5 et plus.....	20,3	24,3

source : À l'écoute des visiteurs, 2012 et 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : population étudiante entre 18 et 25 ans, en 2012 n = 745 ; en 2015 n = 727

En 2012 comme en 2015, plus de la moitié des étudiants entre 18 et 25 ans poursuivent leurs études au-delà de la licence. En ce sens, ces jeunes visiteurs étudiants constituent une population de futurs très diplômés. Ils ont d'ores et déjà obtenu un niveau de diplôme dont les enquêtes sur les *Pratiques culturelles des Français* nous enseignent qu'il est discriminant pour la fréquentation des musées.

À l'échelle des enquêtes *À l'écoute des visiteurs* de 2012 et 2015, il n'est pas possible de qualifier plus finement la position sociale de cette population étudiante. En revanche, l'enquête sur laquelle nous reviendrons plus loin et qui a été menée en 2014 auprès des jeunes bénéficiaires de la gratuité dans les musées nationaux permet de caractériser l'origine sociale des jeunes étudiants en interrogeant la profession et le niveau d'études de leurs parents.

Tableau 13. Profil social de la population étudiante entre 18 et 25 ans, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers.	
<b>Niveau de diplôme</b>	
aucun.....	0,4
moins du bac.....	4,9
bac.....	15,3
bac + 2.....	32,5
bac + 3 et 4.....	31,1
bac + 5 et plus.....	15,8
<b>Niveau d'études des parents</b>	
les deux parents diplômés du supérieur.....	44,7
l'un des deux parents diplômé du supérieur.....	22,3
les deux parents bacheliers ou moins.....	33
<b>Classes sociales d'origine</b>	
supérieures.....	19,6
moyennes supérieures.....	33,9
moyennes inférieures.....	21,7
populaires.....	24,8
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité des musées, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : population étudiante n = 774	

Comme le montre le tableau ci-dessus, une part conséquente des visiteurs étudiants entre 18 et 25 ans est issue des classes sociales populaires et moyennes inférieures (46,5%). Dans un tiers des cas, les deux parents de ces étudiants n'ont pas effectué d'études supérieures. De même que dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, près de la moitié de ces jeunes poursuivent leurs études au-delà de la licence et les diplômés du bac ou moins représentent moins de 6% de l'échantillon. En regard de leur milieu social d'origine, le niveau de certification de ces étudiants peut à la fois indiquer l'élévation du niveau de diplôme au fil des générations et être le signe d'une mobilité sociale ascendante pour une partie de ces publics.

Dans les deux enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, parmi les 18-25 ans, la part des femmes est plus notable qu'elle ne l'est en moyenne : elles représentent 65,8% des visiteurs en 2012 et 70,7% en 2015. Au-delà de 26 ans, les jeunes femmes représentent ensuite 6 visiteurs sur 10, soit une même proportion que dans l'ensemble des publics de ces deux enquêtes.

Tableau 14. Population active et étudiante chez les hommes et les femmes entre 18 et 35 ans, enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015<sup>98</sup>

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	femmes	hommes
<b>en 2012</b>		
en activité.....	<b>45,8</b>	<b>58,4</b>
élèves ou étudiant-es.....	<b>44,2</b>	<b>36,7</b>
inactif-ves (au foyer, à la recherche d'un emploi).....	<b>10,5</b>	<b>6</b>
<b>en 2015</b>		
en activité.....	<b>42,4</b>	<b>49,7</b>
élèves ou étudiant-es.....	<b>52</b>	<b>42,5</b>
inactif-ves (au foyer, à la recherche d'un emploi).....	8,1	8,8
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012 et 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture <b>champ</b> : strate des 18-35 ans : en 2012 n = 1950 et en 2015 n = 1683		

<sup>98</sup> Sauf mention contraire, tous les tableaux présentés dans ce travail indiquent les résultats du test du Khi2 de la façon suivante : les éléments en gras et soulignés sont respectivement sur- et sous-représentés. Le surlignage en gris donne le seuil de significativité. Lorsqu'ils sont surlignés en gris, les éléments sont significatifs au seuil de 1%. S'ils ne sont pas surlignés en gris, les éléments sont significatifs au seuil de 5%.

Cet écart paraît lié à la proportion d'étudiants, plus importante chez les jeunes femmes que chez les hommes. Il correspondrait, d'une part, au cadre incitatif que constitue la poursuite des études, et d'autre part, aux filières suivies par ces jeunes femmes qui, comme le montrent les recherches de M. Duru-Bellat et A. Kieffer, s'orientent tendanciellement vers des études relevant du domaine de la culture, des arts et humanités (Duru-Bellat et Kieffer, 2008 : 151). Ces filières incitent plus fortement à ce type de pratique culturelle que ne le font les filières techniques et scientifiques (Lahire, 2002). À l'échelle de l'enquête *À l'écoute des visiteurs*, il ne peut s'agir que d'une hypothèse compte-tenu que les filières d'orientation des étudiants n'y sont pas renseignées. Elle tendrait à se confirmer néanmoins au travers de l'enquête menée en 2014 auprès des 18-25 ans bénéficiaires de la gratuité où cette information était recueillie. Là, 42,5% des étudiantes sont inscrites dans une filière relevant du domaine de la culture, des arts et humanités<sup>99</sup> contre 33,3% de leurs homologues masculins, ces derniers étant surreprésentés parmi les filières scientifiques et d'ingénierie.

Tableau 15. Distribution des publics de la gratuité par domaine d'études selon le genre, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	femmes	hommes
culture, arts et humanités.....	<b>42,5</b>	<b>33,3</b>
droit, économie et commerce.....	30,9	29,4
sciences, ingénierie.....	<b>15,1</b>	<b>32</b>
sciences médicales.....	<b>11,6</b>	<b>5,2</b>

source : Les 18-25 ans et la gratuité des musées, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : population étudiante n = 774

Aussi, au travers de cet écart entre hommes et femmes chez les plus jeunes visiteurs, nous toucherions au phénomène de la féminisation des publics des musées que la situation majoritairement estudiantine des 18-25 ans tendrait à exacerber momentanément. Cette disproportion de la répartition entre hommes et femmes par rapport à l'ensemble de l'échantillon ne se retrouve plus par la suite, à la fois en lien avec la diminution de la population étudiante et, plus tard, avec le développement de la visite familiale. Cette dernière ne constitue pas seulement un vecteur de diversification sociale des publics, comme le soulignent les travaux d'A. Jonchery (2016 : 18-20), mais participe aussi d'un affaiblissement relatif des clivages de genre au sein des publics des musées.

<sup>99</sup> Le codage des disciplines d'études dans l'enquête *Les 18-25 ans et la gratuité* reprend celui établi par M. Duru-Bellat et A. Kieffer. Voir (Duru-Bellat et Kieffer, 2008 : 147-154)

- **Population active entre 18 et 35 ans**

Entre 18 et 35 ans la population active<sup>100</sup> représente 6 visiteurs sur dix en 2012 et 5 sur dix en 2015. Dans les deux enquêtes, cette population active se concentre chez les 26-35 ans plutôt que chez les 18-25 ans parmi lesquels elle ne rassemble que 31,7% des visiteurs en 2012 et 21,3% en 2015.

Au sein de la population active, les trois quarts des 18-35 ans détiennent un niveau au moins équivalent à la licence : un quart environ de ces jeunes détient un diplôme de niveau bac+3 et la moitié d'entre eux a poursuivi ses études au moins jusqu'à bac+5 (52,7% en 2012 et 53% en 2015). La part des visiteurs moins diplômés reste globalement faible : en 2012 et en 2015, 11% de la population active à ces âges détiennent un niveau bac+2 et une même proportion est diplômée du bac ou moins. Dans les deux enquêtes, moins d'1% de la population active entre 18 et 35 ans est sorti de l'enseignement sans diplôme.

Tableau 16. Niveau de diplôme selon l'âge des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	18-35 ans	36-55 ans	Plus de 55 ans
aucun.....	0,3	0,5	<b>1,2</b>
moins du bac.....	<b>3,8</b>	6	<b>10,9</b>
bac.....	<b>8,1</b>	11,2	<b>13,9</b>
bac + 2.....	<b>11,5</b>	<b>15,1</b>	13,3
bac + 3 et 4.....	23,6	<b>25,2</b>	<b>20,6</b>
bac + 5 et plus.....	<b>52,7</b>	<b>41,9</b>	<b>40,2</b>

source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : population active, n = 3885

Traduisant l'élévation globale du niveau de formation au sein de la population au fil des générations, il apparaît que les publics sont d'autant plus diplômés qu'ils sont jeunes : la part des plus diplômés décroît significativement des plus jeunes aux plus âgés des visiteurs de l'échantillon parmi lesquels les diplômés du bac ou moins sont significativement plus nombreux (un quart des plus de 55 ans en 2012 et en 2015).

En 2012, au sein de la population active entre 18 et 35 ans, sur 10 visiteurs, 4 sont cadres ou exercent une profession intellectuelle supérieure, 4 autres relèvent de la catégorie des professions intermédiaires et 14,5% comptent parmi la catégorie des employés et ouvriers (en cumulé). En conséquence, 6 jeunes actifs sur 10 appartiennent aux classes sociales supérieures et moyennes supérieures tandis que les classes sociales plus populaires en rassemblent 4 sur 10.

En 2015, au sein de la population active à ces âges, 36% se rangent parmi les cadres et professions intellectuelles supérieures, 43,8% parmi les professions intermédiaires et 19,2% parmi les employés et ouvriers. Par rapport à 2012, la part des publics les plus favorisés diminue : les classes sociales supérieures et moyennes supérieures ne représentent plus que 42% des jeunes

<sup>100</sup> La population active, telle que définie par l'INSEE, regroupe les personnes en emploi (population active occupée) et les chômeurs. Dans notre cas, nous considérons ensemble les actifs et inactifs (en recherche d'emploi, au foyer et, pour les visiteurs plus âgés, à la retraite).

actifs. En contrepoint, la proportion des classes moyennes inférieures et populaires est accrue pour s'élever respectivement à 38% et 20%.

Au sein de la population active, les visiteurs entre 18 et 25 ans apparaissent plus populaires que ne le sont les 26-35 ans. La moitié d'entre eux appartient aux classes sociales moyennes inférieures et populaires en 2012. En 2015, ces deux classes rassemblent près de 9 visiteurs sur dix parmi eux. Moins qu'une réduction des écarts sociaux au sein de la jeune génération, ce résultat pointe une minorité de jeunes entrés dans l'emploi en ayant obtenu des diplômes plus bas que la majorité de leurs pairs. De ce point de vue, s'ils viennent grossir les rangs des classes les plus populaires entre 18 et 25 ans, ce résultat ne se maintient pas. Chez les 26-35 ans, les jeunes actifs deviennent majoritaires, leurs diplômes sont plus élevés et la population active se structure de façon semblable à l'ensemble des publics de ces deux enquêtes : entre 26 et 35 ans, 6 jeunes actifs sur dix appartiennent aux classes sociales supérieures et moyennes supérieures en 2012 et près de 5 sur dix en 2015.

Tableau 17. Niveau de diplôme et classes sociales au sein de la population active entre 18 et 35 ans, enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	ensemble	18-25 ans	26-35 ans
<b>Niveau de diplôme au sein de la population active</b>			
aucun.....	0,3	0	0,4
moins du bac.....	3,8	2,9	4,1
bac.....	8,1	<b>13,2</b>	<b>6</b>
bac + 2.....	11,5	11,4	11,5
bac + 3 et 4.....	23,6	23,2	23,8
bac + 5 et plus.....	52,7	49,4	54,1
<b>Classes sociales d'appartenance au sein de la population active</b>			
supérieures.....	20,5	<b>14,2</b>	<b>23,1</b>
moyennes supérieures.....	37,8	35,1	39
moyennes inférieures.....	27,3	30,6	25,9
populaires.....	14,4	<b>20,1</b>	<b>12</b>
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : population active entre 18 et 35 ans, n = 1149			

Tableau 18. Niveau de diplôme et classes sociales au sein de la population active entre 18 et 35 ans, enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	ensemble	18-25 ans	26-35 ans
<b>Niveau de diplôme au sein de la population active</b>			
aucun.....	0,9	0,2	1,1
moins du bac.....	5,1	6,6	4,7
bac.....	8,4	<b>21,4</b>	<b>5,1</b>
bac + 2.....	11,2	<b>18,8</b>	<b>9,2</b>
bac + 3 et 4.....	21,5	22,2	21,3
bac + 5 et plus.....	53	<b>30,9</b>	<b>58,6</b>
<b>Classes sociales d'appartenance au sein de la population active</b>			
supérieures.....	8,3	<b>0</b>	<b>10,5</b>
moyennes supérieures.....	33,7	<b>12,7</b>	<b>39,3</b>
moyennes inférieures.....	38	<b>49,7</b>	<b>34,9</b>
populaires.....	20	<b>37,6</b>	<b>15,3</b>
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : population active entre 18 et 35 ans, n = 874			



- **Construction de la familiarité muséale des plus jeunes aux plus âgés**

Concernant leur niveau de familiarité muséale, les visiteurs entre 18 et 35 ans ne se démarquent pas de l'ensemble des publics : près de la moitié d'entre eux a une familiarité forte ou très forte avec la pratique de visite et un tiers en est faiblement ou très faiblement familier. En revanche, la familiarité muséale varie des plus jeunes aux plus âgés des visiteurs. Dans les deux enquêtes, les visiteurs peu familiers de la visite sont sous-représentés parmi les visiteurs de plus de 55 ans tandis qu'ils représentent un tiers des visiteurs chez les jeunes adultes. Ce résultat est étonnant lorsqu'on sait les efforts conjoints des musées et de l'école pour sensibiliser les plus jeunes à la visite. À quoi tient cette moindre familiarité des visiteurs jeunes dans l'enquête ?

Comme nous l'avons souligné plus haut (chapitre 2), la variable de la familiarité muséale agrège deux informations distinctes : le degré de connaissance de la sphère muséale et l'intensité de la fréquentation pendant l'année. En dissociant ces deux informations, il apparaît que, quel que soit leur âge, les trois quarts des visiteurs déclarent s'être déjà rendus au moins une fois dans un établissement relevant de l'ensemble des catégories. Rares sont les visiteurs qui n'ont qu'une connaissance partielle de ce paysage muséal : en cumulé, ceux qui connaissent moins de la moitié des catégories muséales proposées, ou aucune, représentent moins de 10% des visiteurs. De ce point de vue, les visiteurs les plus jeunes sont tout autant connaisseurs des musées que le sont les visiteurs de plus de 55 ans. En revanche, dans les deux enquêtes, les 18-35 ans apparaissent comme un public moins assidu. En effet, parmi eux, 2 visiteurs sur cinq déclarent n'avoir réalisé aucune visite pendant l'année. Parmi les plus de 55 ans, seul un visiteur sur sept le déclare. Aussi, si la variable de la familiarité muséale donne à voir un public jeune moins familier des musées, cela tient avant tout à la pratique moins intense dans l'année d'une partie de ces 18-35 ans.

Globalement caractérisés comme un public moins familier que leurs aînés, ces jeunes adultes n'affichent néanmoins pas la même familiarité suivant leur profil sociodémographique. Ainsi, les jeunes adultes résidant à Paris ou dans sa proche banlieue apparaissent plus familiers de la visite muséale que ne le sont les visiteurs vivant en régions. De même, lorsque les jeunes actifs appartiennent aux classes sociales les moins favorisées, la part des visiteurs peu familiers est plus importante : au sein des classes populaires, ils représentent plus de la moitié des visiteurs, et au sein des classes moyennes inférieures, 4 sur dix. Chez les étudiants, la forte proportion de visiteurs très familiers des musées se maintient de 2012 à 2015.

Tableau 19. Niveau de familiarité muséale selon l'âge, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>en 2012</b>			
très fort et fort.....	47,1	46	44,7
moyen.....	18,9	19,5	<b>25,6</b>
faible et très faible.....	34	34,6	<u>29,7</u>
<b>en 2015</b>			
très fort et fort.....	43,1	<u>39,4</u>	<b>49,1</b>
moyen.....	22,9	23,1	23,6
faible et très faible.....	34	<b>37,5</b>	<u>27,4</u>
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012 et 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total hors non-réponses aux questions sur la familiarité, en 2012, n = 3505 ; en 2015, n = 2642			

 Tableau 20. Degré de connaissance des musées selon l'âge, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>en 2012</b>			
3 catégories ou moins.....	7,7	7,7	6,6
4 à 6 catégories.....	15,9	14,6	14,2
7 à 8 catégories.....	76,4	77,7	79,1
<b>en 2015</b>			
3 catégories ou moins.....	7,5	7,6	5,8
4 à 6 catégories.....	16,5	19,5	11,2
7 à 8 catégories.....	76,1	73	83
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012 et 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total hors non-réponses aux questions sur la familiarité, en 2012, n = 3505 ; en 2015, n = 2642			

 Tableau 21. Nombre de catégories de musées visitées dans l'année selon l'âge, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>en 2012</b>			
aucune visite dans l'année.....	20	19,5	<u>14,9</u>
1 à 2 catégories visitées.....	20,4	22,3	22,9
3 à 4 catégories visitées.....	23,5	23,7	<b>28,5</b>
plus de 5 catégories visitées.....	36,1	34,5	33,7
<b>en 2015</b>			
aucune visite dans l'année.....	21,4	<b>24,1</b>	<u>13,3</u>
1 à 2 catégories visitées.....	20	22,2	23,6
3 à 4 catégories visitées.....	<u>23,1</u>	26,3	26,9
plus de 5 catégories visitées.....	<b>35,5</b>	<u>27,4</u>	36,2
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012 et 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total hors non-réponses aux questions sur la familiarité, en 2012, n = 3505 ; en 2015, n = 2642			

Ces deux lignes de clivages se rencontrent de la même manière à l'échelle générale des populations enquêtées (cf. figure 4 et 5 ci-après) et à chaque tranche d'âge. Les visiteurs les moins familiers de la visite muséale ont une part systématiquement et significativement plus grande au sein des publics résidant en régions et parmi les classes les plus populaires, en 2012 comme en 2015, chez les plus jeunes comme chez les plus âgés. Observé à milieu social donné, la distribution des publics par niveau de familiarité ne varie pas de façon significative d'une tranche d'âge à l'autre. Dans les classes sociales supérieures et populaires et, dans une moindre mesure au sein des classes moyennes, chaque âge affiche une part équivalente de visiteurs très familiers et peu familiers. Aussi, des plus jeunes aux plus âgés, les visiteurs des classes supérieures sont aussi souvent des visiteurs très familiers et ceux des classes populaires aussi souvent peu familiers. D'une génération à l'autre, et d'une édition de l'enquête à l'autre, ni l'atout que représente le fait de vivre à Paris, ni le poids des ressources économiques et culturelles ne sont démentis. Comme le montrent ces deux figures, la distribution des publics par niveau de familiarité muséale n'enregistre pas de clivage selon le genre, ni chez les jeunes adultes ni aux autres âges.

Chez les plus jeunes des visiteurs de l'enquête, du fait de leur âge, le niveau de la familiarité muséale peut s'interpréter comme un indicateur des socialisations à la pratique de visite pendant les premiers temps de la jeunesse. En allant vers les plus âgés des visiteurs, cet indicateur de la familiarité muséale intègre toutes les expériences de visite qu'ont eues les individus au-delà de la socialisation primaire. De ce point de vue, la distribution des niveaux de familiarité muséale selon l'âge, y compris à milieu social donné, peut également se lire de la façon suivante : les visiteurs entre 18 et 35 ans ont acquis, dès ce jeune âge, par la socialisation primaire à la visite, un niveau de familiarité équivalent à celui des visiteurs les plus âgés de l'échantillon.

À cette lecture, deux interprétations sont possibles. Soit, dans le sens de la visite comme pratique intemporelle, on considère que l'âge (ou la génération) n'a que peu de poids dans la construction de la familiarité muséale : des plus jeunes aux plus âgés, la familiarité muséale des individus dépend surtout de leur classe sociale d'appartenance et se maintient au même niveau tout au long du cycle de vie. Soit, en réintroduisant la variable du temps, on considère que les jeunes générations de publics débutent leur carrière de visiteur au niveau auquel les plus âgés la terminent. Cette dernière interprétation renverrait à l'action démocratique de l'école qui sensibilise plus fortement que par le passé les jeunes générations comme le soulignent les travaux de S. Octobre. Il n'est pas possible à l'échelle de ces données d'abonder vers l'une ou l'autre interprétation. Il faudrait pour cela connaître le niveau de familiarité des individus les plus âgés de cet échantillon lorsqu'ils étaient plus jeunes<sup>101</sup>.

---

<sup>101</sup> Ce que permettrait une enquête longitudinale ou, sur la base de plusieurs années d'enquête *À l'écoute des visiteurs*, une lecture rétrospective des données à la manière de l'analyse produite par O. Donnat et F. Lévy sur 35 années d'enquêtes *Pratiques culturelles des Français*.

Figure 4. Familiarité muséale selon le profil des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

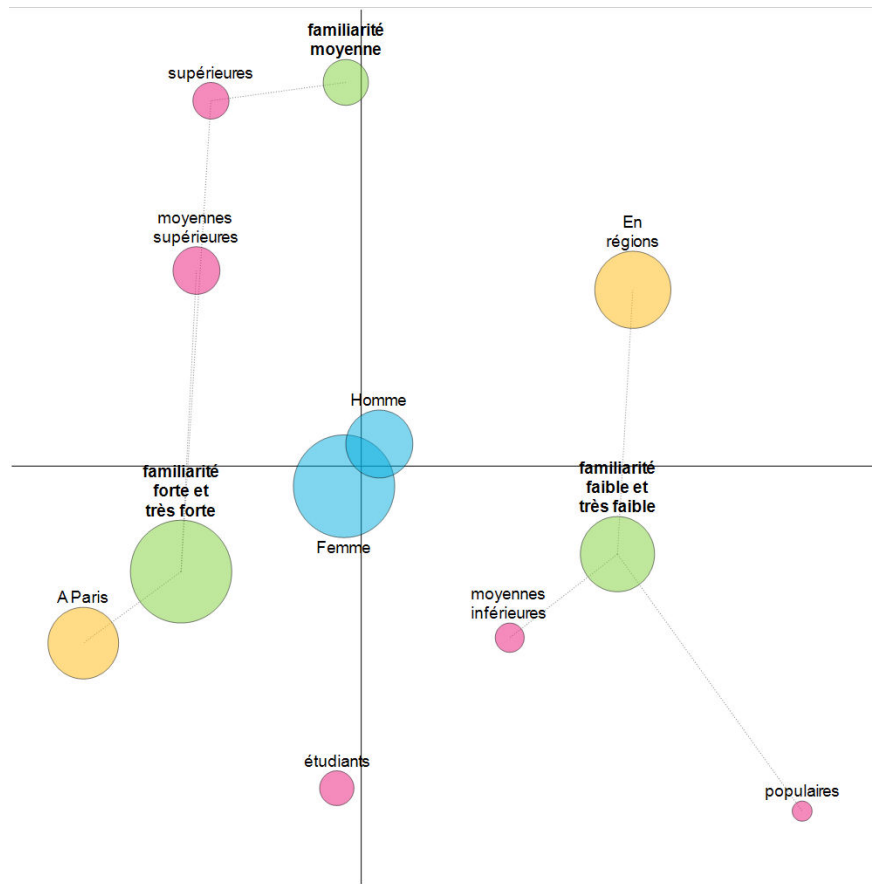


Figure 5. Familiarité muséale selon le profil des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

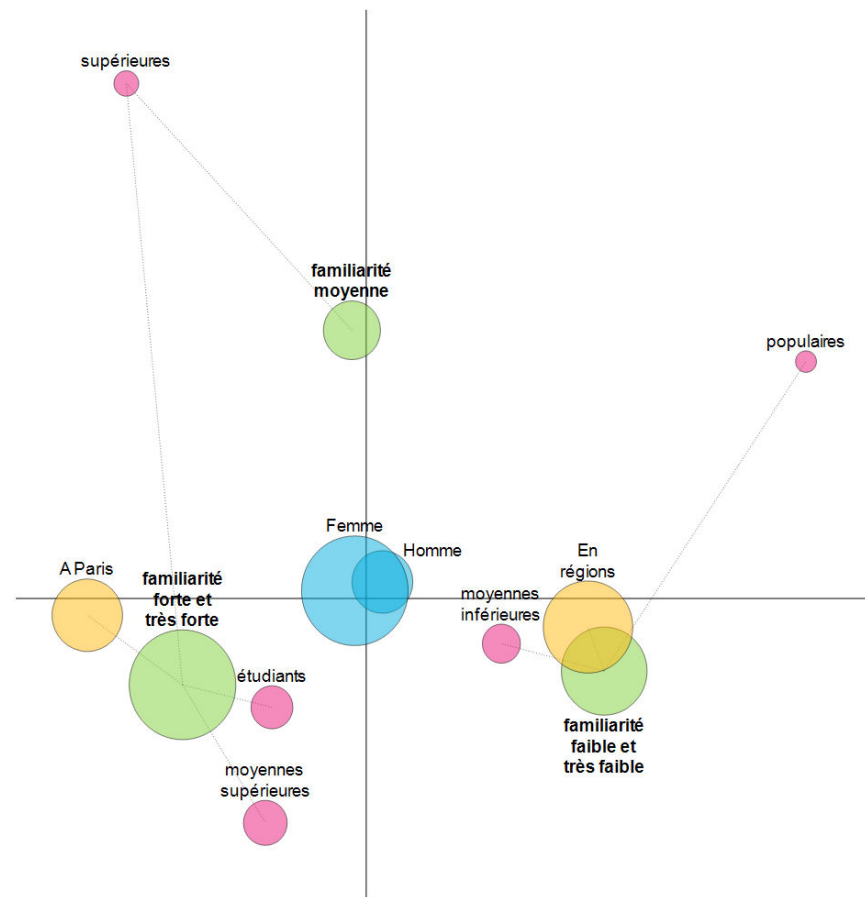


Tableau 22. Familiarité muséale selon le groupe social d'appartenance et l'âge des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en ligne)	familiarité forte et très forte	familiarité moyenne	familiarité faible et très faible
<b>Parmi les 18-35 ans</b>			
supérieures.....	47,9	21,7	30,4
moyennes supérieures.....	<b>56,1</b>	19,5	<u>24,4</u>
moyennes inférieures.....	<u>40,2</u>	18,4	<b>41,4</b>
populaires.....	<u>28,7</u>	18,4	<b>52,9</b>
<b>Parmi les étudiants entre 18 et 35 ans</b>			
	48,4	18,2	33,5
<b>Parmi les 36-55 ans</b>			
supérieures.....	47,1	22,9	<u>30</u>
moyennes supérieures.....	<b>50,6</b>	19,2	<u>30,2</u>
moyennes inférieures.....	45,8	16,6	37,6
populaires.....	<u>35,3</u>	17,2	<b>47,4</b>
<b>Parmi les plus de 55 ans</b>			
supérieures.....	<b>58</b>	24,2	<u>17,8</u>
moyennes supérieures.....	45,1	<b>30,7</b>	<u>24,2</u>
moyennes inférieures.....	<u>34,9</u>	25	<b>40,1</b>
populaires.....	<u>23,3</u>	<u>16,2</u>	<b>60,4</b>

source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total hors non-réponses aux questions sur la familiarité, n = 3505

Tableau 23. Familiarité muséale selon le groupe social d'appartenance et l'âge des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en ligne)	familiarité forte et très forte	familiarité moyenne	familiarité faible et très faible
<b>Parmi les 18-35 ans</b>			
supérieures.....	35,3	<b>37,6</b>	27,1
moyennes supérieures.....	<b>47,1</b>	20,3	32,7
moyennes inférieures.....	38,7	20,7	40,7
populaires.....	<u>18,6</u>	30,4	<b>51</b>
<b>Parmi les étudiants entre 18 et 35 ans</b>			
	48,4	21,9	29,7
<b>Parmi les 36-55 ans</b>			
supérieures.....	<b>49,6</b>	<b>30,7</b>	<u>19,7</u>
moyennes supérieures.....	<b>45,8</b>	23,4	<u>30,9</u>
moyennes inférieures.....	35,4	<u>18,5</u>	<b>46,1</b>
populaires.....	<u>15,8</u>	19,6	<b>64,5</b>
<b>Parmi les plus de 55 ans</b>			
supérieures.....	<b>62</b>	24,1	<u>13,9</u>
moyennes supérieures.....	<b>64,5</b>	<u>12,3</u>	23,2
moyennes inférieures.....	<u>32,2</u>	<b>34,3</b>	33,6
populaires.....	<u>23,6</u>	26,7	<b>49,7</b>

source : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total hors non-réponses aux questions sur la familiarité, n = 2642

### 3.1.2. Rapports au musée chez les jeunes adultes

Au sein de l'enquête *À l'écoute des visiteurs*, plusieurs variables permettent d'approcher le rapport que les visiteurs entretiennent avec le musée en tant qu'institution et avec l'établissement visité le jour de l'enquête. Il est ainsi possible d'analyser les représentations que ces visiteurs ont de l'institution muséale, les attentes qu'ils formulent à l'égard de la visite réalisée le jour où ils ont été rencontrés, leurs relations avec l'établissement visité (ont-ils un lien particulier avec le musée visité ?, y étaient-ils déjà venus ?, ont-ils l'intention d'y revenir après cette visite ?), les modalités, formats et contextes de leur visite (modes d'information sur le musée et son programme, moment où la décision est prise de visiter, compagnie des visiteurs). Lorsque nous les comparons aux autres tranches d'âge, plusieurs traits démarquent le rapport qu'ont les visiteurs entre 18 et 35 ans avec le musée et la pratique de visite.

- **Horizon d'attentes à l'égard de la visite**

Entre 18 et 35 ans, les visiteurs attribuent quatre missions principales à l'institution muséale : celle de transmettre des savoirs, de conserver le patrimoine et la mémoire dont il est porteur, de faciliter l'accès de tous à la culture et de présenter des œuvres ou des objets d'exception. En cela, ces visiteurs jeunes sont semblables à l'ensemble des publics ainsi qu'aux visiteurs des autres tranches d'âge : quelle que soit la catégorie de population observée, ces représentations de l'institution muséale rassemblent 4 visiteurs sur dix au moins tant en 2012 qu'en 2015. De même, les 18-35 ans, tout comme les autres visiteurs, formulent principalement deux attentes à l'égard de la visite : apprendre et vivre une expérience esthétique. Ces deux motivations rassemblent au moins la moitié des visiteurs. Deux autres attentes rejoignent ce duo. Pour l'ensemble de la population enquêtée, quel que soit l'âge, les visiteurs espèrent de la visite un moment convivial – il s'agit d'être ensemble, de partager – et un moment de détente et de divertissement.

Néanmoins, ces représentations et motivations n'ont pas le même poids dans l'horizon d'attentes des visiteurs selon leur âge. Ainsi, les plus jeunes expriment plus fortement que les autres visiteurs l'aspiration à ce que le musée soit un lieu démocratique en attribuant à l'institution muséale la mission de « faciliter l'accès à la culture pour tous ». Le poids de cette représentation décroît ensuite progressivement jusqu'aux plus âgés des visiteurs et à mesure que diminue la part des visiteurs mobilisés par la gratuité au sein de chaque tranche d'âge. À partir de 36 ans, dans ces deux enquêtes, cette mission est alors attribuée par moins de la moitié des visiteurs.

L'attention au plaisir esthétique que procure la visite semble également liée à l'âge et est même une caractéristique des visiteurs les plus âgés : parmi les plus de 55 ans, les visiteurs qui attribuent au musée la mission de présenter des œuvres et objets d'exception sont surreprésentés. De même, ce sont significativement ces visiteurs qui viennent au musée pour vivre une expérience esthétique et qui en attendent « un choc, une émotion intense ». Ces deux motivations sont moins prononcées parmi les visiteurs plus jeunes où elles cèdent le pas à l'idée d'une visite

comme moment de divertissement et de détente (3 visiteurs sur dix en 2012 et en 2015). Elle est chez eux significativement surreprésentée par rapport aux plus de 55 ans (13 points de plus en 2012 et 8 points de plus en 2015).

Si les publics jeunes, plus souvent que leurs aînés, ont tendance à attendre de la visite qu'elle soit un moment de détente plutôt qu'une expérience esthétique, l'expression de ces deux motivations varie selon le profil de ces jeunes<sup>102</sup>. L'attention au plaisir esthétique que procure la visite est plus forte chez les jeunes actifs des classes sociales supérieures ainsi que chez les plus familiers de la pratique de visite. En 2012, cette motivation rassemble plus de la moitié des individus au sein de ces deux catégories quand elle est minoritaire tant chez les classes sociales les moins favorisées que chez les visiteurs les plus faiblement familiers. En perspective, dans les deux éditions de l'enquête, les jeunes visiteurs très familiers ou appartenant aux classes sociales supérieures déclarent moins souvent que la visite est pour eux un moment de détente et de divertissement que ne le font les jeunes de classes plus populaires ou moins familiers de la visite muséale. Enfin, ces motivations varient aussi des visiteurs aux visiteuses : ces dernières, plus souvent que les hommes, attendent de la visite qu'elle soit tout à la fois un moment de détente et de divertissement et une expérience esthétique.

---

<sup>102</sup> Cf. tableaux 30 à 35 p.171-173

Tableau 24. Représentations du musée et attentes à l'égard de la visite selon l'âge des visiteur·ses, enquête *A*  
*l'écoute des visiteurs* 2012 et en 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Ensemble	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>Quelles sont, selon vous, les principales missions d'un établissement comme celui-ci ?</b>				
transmettre des connaissances, faire découvrir.....	55,8	<b>58,4</b>	56	<u>51,2</u>
conserver le patrimoine et la mémoire.....	53,5	<b>56,1</b>	<u>51,2</u>	52,2
faciliter l'accès à la culture pour tous.....	50,2	<b>53</b>	<u>47,5</u>	49,1
présenter des œuvres ou des objets d'exception.....	44,3	<u>42,9</u>	44,6	<b>46,5</b>
aider à comprendre le monde contemporain.....	23,9	22,2	25,7	24,3
être un lieu chaleureux, accueillant.....	20,3	19,5	21,7	19,6
être un lieu de sortie attirant.....	16,1	<b>17,4</b>	16,8	<b>13</b>
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>				
la découverte, le savoir.....	74,9	74,7	74,6	75,7
la beauté, l'esthétique.....	48,4	47,9	<u>41,2</u>	<b>59,3</b>
le fait d'être ensemble, de partager.....	30,5	29,5	<b>37,4</b>	<u>23</u>
la détente, le divertissement.....	26,9	<b>31,7</b>	26,9	<u>19</u>
l'apaisement, le calme.....	12,8	<b>14,8</b>	14,1	<u>8</u>
la discussion, le débat.....	10,2	<b>11,7</b>	9,1	<u>9,3</u>
un choc, une émotion intense.....	9,6	<u>8,2</u>	8,7	<b>13,3</b>

source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total, n = 4700

 Tableau 25. Représentations du musée et attentes à l'égard de la visite selon l'âge des visiteur·ses, enquête *A*  
*l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Ensemble	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>Quelles sont, selon vous, les principales missions d'un établissement comme celui-ci ?</b>				
transmettre des connaissances, faire découvrir.....	52,9	51,1	<b>55,9</b>	51,3
conserver le patrimoine et la mémoire.....	57,1	<b>59,6</b>	<u>52,3</u>	<b>60,5</b>
faciliter l'accès à la culture pour tous.....	47,6	<b>52,8</b>	<u>45,3</u>	<u>42,7</u>
présenter des œuvres ou des objets d'exception.....	45,6	43	45	<b>50,8</b>
aider à comprendre le monde contemporain.....	27,9	<u>25,7</u>	<b>30</b>	28,2
être un lieu chaleureux, accueillant.....	17,7	<u>15,2</u>	<b>19,8</b>	18,6
être un lieu de sortie attirant.....	15,2	16	16,4	<u>12,2</u>
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>				
la découverte, le savoir.....	75,2	<b>73,2</b>	<b>78,3</b>	73,8
la beauté, l'esthétique.....	49,5	52	<u>44,4</u>	<b>53,3</b>
le fait d'être ensemble, de partager.....	27,2	<u>25,3</u>	<b>31,9</b>	<u>23,2</u>
la détente, le divertissement.....	26,8	<b>29,3</b>	28,1	<u>20,9</u>
l'apaisement, le calme.....	15	<b>20,7</b>	<u>11,8</u>	<u>10,5</u>
la discussion, le débat.....	8,4	9,5	7,8	7,5
un choc, une émotion intense.....	11,9	10,9	12	13,5

source : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total, n = 4267



- **Lien au musée**

Si l'on considère à présent la relation que les visiteurs entretiennent avec le musée visité le jour de l'enquête, les plus jeunes se démarquent à nouveau par rapport aux visiteurs plus âgés et se laissent voir comme un public plus volatil, moins fidèle.

En effet, dans chacun des musées où se sont déroulées les enquêtes, les personnes qui s'y rendent pour la première fois sont minoritaires. La part de ces primovisiteurs représente 41,9% des 18-35 ans en 2012 et 48,6% en 2015. Elle décroît ensuite progressivement avec l'avancée en âge. Chez les plus de 55 ans, elle ne représente plus que 26,4% des visiteurs en 2012 et 29,3% en 2015. De même, lorsqu'ils connaissent déjà le musée où ils sont enquêtés, le panel des visites antérieures de ces jeunes est moins large que chez les plus âgés. La part de ceux qui sont déjà venus 5 fois ou plus dans le musée où ils ont été rencontrés augmente de 10 points lorsqu'on passe des 18-35 ans aux plus de 55 ans en 2012 comme en 2015. Enfin, à l'issue de leur visite, les 18-35 ans déclarent plus souvent leur intention d'aller à la découverte de musées de la même catégorie. Cette intention rassemble significativement 3 visiteurs sur dix chez les jeunes adultes dans les deux éditions d'enquête. Chez les plus de 55 ans, à l'inverse, 7 visiteurs sur dix affirment leur intention de revenir dans le musée visité le jour de l'enquête (écart de 7 et 10 points par rapport aux intentions des 18-35 ans en 2012 et en 2015).

En 2012, plus de 45% des 18-35 ans déclarent être liés au musée visité le jour de l'enquête (6 points de plus par rapport aux plus de 55 ans). En 2015, cette variation n'apparaît plus : 4 visiteurs sur 10 chez les moins de 35 ans comme chez les plus de 55 ans se reconnaissent un tel lien. Dans les deux enquêtes, la nature des liens varie suivant leur âge. Chez les moins de 35 ans, 4 visiteurs sur dix déclarent que la visite de ce musée renvoie à leur profession ou, pour cette population de visiteurs fortement étudiante, à leurs études. Ce lien entre formation universitaire et visite muséale décroît ensuite fortement : chez les 36-55 ans, il n'est plus déclaré que par un quart des visiteurs en 2012 et 30,5% en 2015. Chez les plus de 55 ans, il rassemble moins d'un visiteur sur cinq dans les deux enquêtes. À l'inverse, et confirmant leur plus grande fidélité, un quart des plus de 55 ans expliquent être liés au musée visité le jour de l'enquête par le fait qu'ils y ont souscrit un abonnement ou font partie de l'association des amis du musée. Chez les 18-35 ans, cette forme contractuelle du lien à l'institution ne représente que 8,7% des visiteurs en 2012 et 2% en 2015.

Ce rapport que les moins de 35 ans entretiennent avec l'établissement visité le jour de l'enquête n'est toutefois pas homogène<sup>103</sup>. Il varie d'une part suivant le profil socioculturel des individus et d'autre part suivant le contexte dans lequel ils effectuent leur visite.

---

<sup>103</sup> Cf. tableaux 30 à 35 p.171-173

Tableau 26. Rapports des visiteurs au musée visité le jour de l'enquête selon leur âge, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Ensemble	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>				
oui.....	40,8	<b>45,7</b>	<u>35,8</u>	39,3
non.....	59,2	<u>54,3</u>	<b>64,2</b>	60,7
<b>Si oui, précisez...</b>				
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	51,3	48	54,1	54,4
par mon métier, mes études.....	30,5	<b>40,2</b>	<u>25,4</u>	<u>17,9</u>
je suis abonné-e, adhérent-e, ami-e du musée.....	14,2	<u>8,7</u>	13,7	<b>25,6</b>
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>				
primovisiteur-se.....	36,8	<b>41,9</b>	38,1	<u>26,4</u>
déjà venu-e.....	63,2	<u>58,1</u>	61,9	<b>73,6</b>
<b>Vous êtes déjà venu-e...</b>				
une fois.....	23,5	<b>25,8</b>	24,3	<u>18,5</u>
2 fois.....	19,5	20,6	18,7	18,6
3 - 4 fois.....	23,6	23,3	25,5	21,3
5 fois ou plus.....	33,4	<u>30,4</u>	31,5	<b>41,5</b>
<b>Quand a eu lieu votre dernière visite dans ce musée ?</b>				
cette année.....	33	<b>39</b>	<u>28,1</u>	30,7
l'année dernière.....	22,3	<u>19,2</u>	22,8	<b>25,9</b>
entre 2 et 5 ans.....	22,7	20,6	<b>27,1</b>	20,4
il y a plus de 5 ans.....	22	21,2	22,1	23,1
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>				
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	76,5	<u>73,7</u>	76,6	<b>81,1</b>
visiter d'autres musées du même genre.....	27,6	<b>31,3</b>	26,2	<u>23,2</u>
rien, cette visite me suffit.....	9,2	<b>10,9</b>	8,8	<u>6,9</u>

source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total, n = 4700

Tableau 27. Rapports des visiteurs au musée visité le jour de l'enquête selon leur âge, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Ensemble	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>				
oui.....	35,7	<b>41</b>	<u>26,1</u>	<b>42,1</b>
non.....	64,3	<u>59</u>	<b>73,9</b>	<u>57,9</u>
<b>Si oui, précisez...</b>				
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	52,1	51,5	51,8	53,6
par mon métier, mes études.....	33,4	<b>45,5</b>	30,5	<u>15,4</u>
je suis abonné-e, adhérent-e, ami-e du musée.....	11,5	<u>2</u>	12,5	<b>27</b>
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>				
primovisiteur-se.....	42,4	<b>48,6</b>	44,2	<u>29,3</u>
déjà venu-e.....	57,6	<u>51,4</u>	55,8	<b>70,7</b>
<b>Vous êtes déjà venu-e...</b>				
une fois.....	26,1	<b>29</b>	28,2	<u>17,4</u>
2 fois.....	15,2	13,4	17,4	14,7
3 - 4 fois.....	22	24,3	<u>18</u>	24,6
5 fois ou plus.....	36,6	<u>33,3</u>	36,3	<b>43,4</b>
<b>Quand a eu lieu votre dernière visite dans ce musée ?</b>				
cette année.....	24	24,7	<u>14,1</u>	<b>35</b>
l'année dernière.....	28,5	<u>25,2</u>	30,6	30,4
entre 2 et 5 ans.....	21	<b>23,6</b>	23,2	<u>15</u>
il y a plus de 5 ans.....	26,5	26,5	<b>32,2</b>	<u>19,6</u>
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>				
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	64,4	<u>61,1</u>	63,7	<b>71,1</b>
visiter d'autres musées du même genre.....	21	<b>26,1</b>	<u>17,5</u>	<u>17,7</u>
rien, cette visite me suffit.....	6,8	7,5	6,3	6,3

source : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total, n = 4267

Il apparaît en particulier que le lien avec le musée visité le jour de l'enquête est d'autant plus fort que les individus sont d'ores et déjà à ces âges très familiers de la pratique de visite. Dans les deux enquêtes, parmi ces familiers, un tiers seulement se rendait pour la première fois dans le musée où ils ont été rencontrés. La part que les primovisiteurs occupent dans leur rang se situe 20 points en-deçà de celle qu'elle a chez les moins familiers. Il apparaît de même que ce sont les visiteurs les plus familiers qui ont plus souvent tendance à se dire liés à l'institution visitée (27 points en 2012 et 30 points en 2015 de plus par rapport aux visiteurs les moins familiers). Chez eux, la visite fait plus souvent écho à un domaine professionnel ou de formation (10 points de plus dans les deux enquêtes). C'est enfin l'image d'un public fidèle qui se dessine clairement : plus de 7 visiteurs sur dix affirment en effet leur intention de revenir dans le musée où ils ont été rencontrés. Cette déclaration marque un écart de 11 points en 2012 et de 8 points en 2015 par rapport aux visiteurs les moins familiers. Ces derniers en revanche sont deux fois plus nombreux à n'envisager aucune suite à l'issue de leur visite.

Contrairement à la variable de la familiarité muséale, la classe sociale de ces jeunes introduit peu de variations significatives dans le rapport qu'ils entretiennent au musée visité le jour de l'enquête. Des classes sociales supérieures aux classes populaires, ces jeunes sont aussi souvent des primovisiteurs, aussi peu liés à l'institution qu'ils visitent le jour de l'enquête et aussi nombreux à souhaiter y revenir. Si la familiarité muséale et la classe sociale d'appartenance sont, comme nous l'avons vu, étroitement liées, ces deux variables ne sont ni redondantes, ni superposables.

L'analyse fait enfin apparaître un clivage de genre dans le lien que ces jeunes entretiennent avec le musée. Les visiteuses sont plus nombreuses que les visiteurs à se dire liées au musée visité le jour de l'enquête, et plus souvent qu'eux, du fait de leur profession ou de leurs études. De même, ces jeunes femmes sont moins souvent des primovisiteuses et plus souvent des fidèles de l'établissement où elles ont été rencontrées. Dans les deux enquêtes, elles sont plus nombreuses à avoir l'intention de revenir dans ce musée par rapport aux hommes qui, quant à eux, sont plus enclins à ne donner aucune suite à la visite du jour.

- **Circonstances et formes de la visite**

Majoritairement, et comme pour l'échantillon dans son ensemble, entre 18 et 35 ans, les visiteurs déclarent qu'ils ont toujours connu le musée qu'ils visitaient le jour de l'enquête. Au-delà de cette affirmation, les moyens que les visiteurs mobilisent pour s'informer sur la programmation varient selon leur âge. Trois modes d'informations se démarquent chez les 18-35 ans : le bouche-à-oreille (24,1% des 18-35 ans en 2012 et 22,1% en 2015), les campagnes d'affiches (22% en 2012 et 12,4% en 2015) et le site internet du musée (16,2% en 2012 et 14,5% en 2015). Remarquons que ce sont significativement les plus jeunes visiteurs qui utilisent les réseaux sociaux numériques pour s'informer sur leur visite. À l'opposé, les plus de 55 ans s'informent moins auprès de leur entourage (15,8% en 2012 et 12,7% en 2015 citent le bouche-à-oreille) ou par les campagnes d'affichages (cités par seulement 9,5% de ces visiteurs en 2012 et 5,2% en 2015) que par la presse et les médias qu'un visiteur sur cinq cite en 2012 et 15,3% en 2015 (ils sont surreprésentés dans ce cas).

De même qu'ils ne mobilisent pas les mêmes canaux d'information, les visiteurs jeunes n'effectuent pas leur visite de la même façon que les individus les plus âgés. En effet, les premiers s'affichent comme un public plus spontané : un quart d'entre eux a décidé de visiter le jour même voire en passant devant le musée (en 2012 et en 2015).

Concernant le contexte dans lequel les visiteurs réalisent leur visite, il apparaît que les 18-35 ans effectuent majoritairement une visite de proximité, la majorité d'entre eux formant un public local des musées où ils ont été rencontrés. En 2012, dans les autres tranches d'âge, la part des visiteurs touristiques est plus forte. En 2015, les plus de 55 ans font, aussi souvent que les plus jeunes, partie des publics locaux. Moins qu'une variation par l'âge, cette répartition des visiteurs entre public local et touristique renvoie, d'une part, au fait que la majorité des réponses collectées dans cette enquête l'ont été dans des établissements parisiens et, d'autre part, aux lieux de résidence majoritaires à chaque tranche d'âge. Aussi, la forte proportion de visiteurs résidant à Paris entre 18 et 35 ans en 2012, de même que chez les plus de 55 ans en 2015, font mécaniquement se superposer contexte de visite (touristique ou de proximité) et âge des visiteurs dans une enquête où les visiteurs de musées parisiens sont majoritaires.

L'accompagnement des visiteurs est peut-être l'élément le plus directement marqué par la variable de l'âge en ce que ce facteur rend compte des temps sociaux et des étapes du cycle de vie. Ainsi, chez les plus jeunes, la visite est majoritairement investie avec le groupe des pairs : les moins de 35 ans visitent majoritairement en couple ou entre amis en 2012 comme en 2015. La visite familiale entre adultes concerne encore 13,6% de ces jeunes visiteurs en 2012 et 16,4% en 2015. À partir de 36 ans, la visite avec des enfants de moins de 15 ans devient majoritaire : elle concerne 38,2% des visiteurs à ces âges en 2012 et 46% en 2015. À partir de 55 ans, la visite s'effectue majoritairement et significativement en couple ou en solo.

Tableau 28. Circonstances et formats de la visite selon l'âge des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Ensemble	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>Comment avez-vous connu le musée ou été informé-e de son programme ?</b>				
je l'ai toujours connu.....	44,2	42,8	40,1	52,3
par le bouche-à-oreille.....	21,4	24,1	22	15,8
par la presse, les médias.....	17,5	14,7	17,5	22,2
par une campagne d'affiches.....	16,2	22	13,8	9,8
par le site internet du musée.....	15,1	16,2	18,5	8,6
par les réseaux sociaux en ligne.....	3,7	5,5	3,4	1,1
<b>Quand avez-vous décidé de visiter le musée ?</b>				
Il y a longtemps ou depuis quelques semaines.....	44,8	44,5	42,8	48,3
depuis quelques jours.....	30,9	30	31,9	31,1
aujourd'hui même ou en passant devant.....	24,3	25,5	25,3	20,7
<b>Contexte de la visite</b>				
visite de proximité.....	48,4	54,8	41,2	47,1
visite touristique.....	51,6	45,2	58,8	52,9
<b>Aujourd'hui vous êtes venu-e...</b>				
seul-e.....	17,8	15,4	15	25,5
en couple.....	26,8	29,5	22,6	27,9
entre ami-es.....	22,6	32,4	12,7	19,7
en famille, avec des enfants de moins de 15 ans.....	20,2	8,9	38,2	14,7
en famille, entre adultes.....	12,8	13,6	12,4	12

source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total, n = 4700

Tableau 29. Circonstances et formats de la visite selon l'âge des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Ensemble	18-35 ans	36-55 ans	plus de 55 ans
<b>Comment avez-vous connu le musée ou été informé-e de son programme ?</b>				
je l'ai toujours connu.....	55,5	53,2	55	60,1
par le bouche-à-oreille.....	17,3	22,1	15,2	12,7
par la presse, les médias.....	12,2	9,3	13,4	15,3
par une campagne d'affiches.....	7,9	12,4	5	5,2
par le site internet du musée.....	13,1	14,5	15,4	7,5
par les réseaux sociaux en ligne.....	3,1	4,4	2,9	1,1
<b>Quand avez-vous décidé de visiter le musée ?</b>				
Il y a longtemps ou depuis quelques semaines.....	53,7	49,1	58,3	54,3
depuis quelques jours.....	26,5	26	26,8	26,9
aujourd'hui même ou en passant devant.....	19,8	25	14,9	18,8
<b>Contexte de la visite</b>				
visite de proximité.....	57,3	63	47,1	63,7
visite touristique.....	42,7	37	52,9	36,3
<b>Aujourd'hui vous êtes venu-e...</b>				
seul-e.....	17,1	18,1	11,4	24,3
en couple.....	25,2	30	18	28,8
entre ami-es.....	19,6	26,7	11,8	20,2
en famille, avec des enfants de moins de 15 ans.....	23,8	8,5	46	14,1
en famille, entre adultes.....	13,6	16,4	11,6	12,3

source : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total, n = 4267

Néanmoins, selon leur profil et suivant les lieux de visite, les visiteurs ne se rendent pas avec les mêmes personnes au musée quand ils ont entre 18 et 35 ans<sup>104</sup>. Dans les deux enquêtes, la visite entre amis est chez ces jeunes plus souvent une pratique féminine (9 points de plus en 2012, 7 points en 2015) quand, chez les hommes, la visite muséale ressort plus souvent d'une pratique liée au couple (13 points de plus en 2012, 6 points en 2015). Suivant les lieux de visite certains de ces clivages par le genre sont accentués : ainsi, la visite entre amis apparaît d'autant plus féminine que l'on se situe dans des musées d'art. Comme le souligne D. Pasquier au sujet de la sortie au théâtre, il semble que le cercle des pairs constitue également dans le cas des musées (d'art en particulier) une ressource sociale que mobilisent les jeunes femmes pour partager leur appétence pour cette pratique. La visite en solitaire ne varie pas en 2012 en fonction du genre : elle concerne environ 15% des visiteurs chez les visiteurs comme chez les visiteuses. En revanche, elle est surreprésentée chez les hommes en 2015 (6 points de plus) et à plus forte raison lorsqu'ils ont été rencontrés dans des musées d'art (13 points de plus).

Dans ces deux enquêtes, l'accompagnement de ces jeunes visiteurs varie également suivant leur niveau de familiarité avec la pratique de visite et selon les lieux qu'ils fréquentent. Ainsi, si ces jeunes visitent plus souvent entre amis que ne le font leurs aînés, cette modalité de visite est plus particulièrement caractéristique des visiteurs les plus familiers (10 points de plus en 2015). De même, chez eux, la visite en solitaire est surreprésentée : elle marque un écart de 11 points en 2012 et de 12 points en 2015 par rapport aux visiteurs les moins familiers de la pratique de visite. Ces derniers sont quant à eux plus souvent venus en famille au musée (17 points de plus en 2012, 13 points en 2015). C'est également une modalité de visite plus caractéristique des visiteurs appartenant aux classes sociales populaires : sans être surreprésentée, cette pratique familiale concerne 33,6% des jeunes actifs des classes populaires en 2012 contre 22,5% au sein des classes sociales supérieures. Aussi, il apparaît qu'au-delà des premiers temps de la jeunesse étudiés par A. Jonchery, la pratique de visite familiale continue d'être un ressort de diversification des publics (tant du point de vue de leur familiarité que de leur groupe social) au moment de la jeunesse adulte.

Au travers de cette analyse, on voit ce que ces variations des rapports au musée selon l'âge des visiteurs doivent à l'effet d'autres facteurs. Rares sont les variations qui ne trouvent à s'expliquer que par l'âge, cette variable encapsulant d'autres séries d'informations. L'âge désigne notamment pour une partie de ces jeunes, un effet de leur socialisation scolaire/universitaire : la forte proportion d'étudiants chez les 18-25 ans rend compte en particulier de leur propension à se reconnaître un lien avec le musée visité ainsi que de la nature des liens qu'ils déclarent entretenir avec la pratique de visite. Chez eux, la visite apparaît comme un semi-loisir inscrit dans leur formation universitaire, les démarquant ainsi des visiteurs plus âgés. Les canaux d'information que les visiteurs les plus jeunes mobilisent pourraient aussi exprimer un effet générationnel, moins parce qu'ils déclarent plus souvent s'informer sur les réseaux sociaux numériques, ce mode d'information restant minoritaire y compris chez ces jeunes, que parce qu'ils

---

<sup>104</sup> Cf. tableaux 30 à 35 p.171-173

recourent très peu à la presse<sup>105</sup> et aux médias pour connaître les programmations muséales à l'inverse des plus âgés. L'âge enfin, et peut-être surtout, traduit l'évolution des sociabilités culturelles au cours du cycle de vie : au musée, les plus jeunes sont ceux dont la visite s'inscrit plus souvent dans le cercle des pairs marquant, à cette période de la vie, l'autonomisation de la pratique de visite à l'égard des instances de socialisation qui dominent aux premiers temps de la jeunesse.

Que l'âge marque un effet générationnel ou des temps sociaux, les comportements de ces jeunes ne sont pas homogènes. Ils varient principalement suivant le groupe social des visiteurs, leur genre, leur niveau de familiarité avec cette pratique culturelle et suivant une conjugaison à des degrés variables de ces trois facteurs. De même, selon les lieux de visite, l'expression de ces clivages varie. Le même constat peut être établi à l'échelle des seuls étudiants (en 2012 comme en 2015<sup>106</sup>) : cette population pas plus que celle des visiteurs entre 18 et 35 ans ne figure comme un groupe homogène. Chez eux, également, la familiarité muséale de même que le genre induisent des attentes différentes à l'égard de la visite, divisent les publics entre visiteurs assidus et plus occasionnels et désigne la manière dont ils partagent l'expérience avec leur entourage.

---

<sup>105</sup> Et pour autant que l'on considère le vieillissement du lectorat de la presse (Donnat, 2009) qui amène S. Octobre à la qualifier comme un média âgé au vu de cette dynamique générationnelle (Octobre, 2014).

<sup>106</sup> Cf. tableaux 36 à 39 p.174 et 175 « Rapport au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon le genre » et « selon le niveau de familiarité muséale »

Tableau 30. Rapports au musée des visiteur·ses entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	femmes	hommes
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>		
la découverte, le savoir.....	75,2	73,8
la beauté, l'esthétique.....	<b>50,8</b>	<b>42,8</b>
le fait d'être ensemble, de partager.....	30,7	27,4
la détente, le divertissement.....	<b>33,4</b>	<b>28,7</b>
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>		
primovisiteur·se.....	<b>39,6</b>	<b>46</b>
déjà venu·e.....	<b>60,4</b>	<b>54</b>
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>		
oui.....	46,8	43,8
non.....	53,2	56,2
<b>Si oui, précisez...</b>		
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	<b>50,6</b>	<b>43</b>
par mon métier, mes études.....	<b>44</b>	<b>33,1</b>
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	7,8	10,3
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>		
seul·e.....	16,3	14,1
en couple.....	<b>24,7</b>	<b>37,9</b>
entre ami·es.....	<b>35,8</b>	<b>26,4</b>
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	22,7	21,2
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>		
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	<b>77</b>	<b>67,8</b>
visiter d'autres musées du même genre.....	30,3	32,9
rien, cette visite me suffit .....	<b>9,5</b>	<b>13,3</b>
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : strate des 18-35 ans, n = 1950		

Tableau 31. Rapports au musée des visiteur·ses entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	femmes	hommes
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>		
la découverte, le savoir.....	<b>75,5</b>	<b>68,7</b>
la beauté, l'esthétique.....	53,1	50
le fait d'être ensemble, de partager.....	26,3	23,3
la détente, le divertissement.....	<b>31,8</b>	<b>24,6</b>
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>		
primovisiteur·se.....	48,7	48,4
déjà venu·e.....	51,3	51,6
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>		
oui.....	<b>46,6</b>	<b>30,5</b>
non.....	<b>53,4</b>	<b>69,5</b>
<b>Si oui, précisez...</b>		
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	49,7	56,5
par mon métier, mes études.....	44,4	48,5
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	<b>1</b>	<b>4,9</b>
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>		
seul·e.....	<b>16,2</b>	<b>22</b>
en couple.....	<b>27,8</b>	<b>34,3</b>
entre ami·es.....	<b>28,9</b>	<b>22,2</b>
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	26,2	22
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>		
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	<b>64</b>	<b>55,7</b>
visiter d'autres musées du même genre.....	<b>28,2</b>	<b>22,3</b>
rien, cette visite me suffit .....	<b>6,5</b>	<b>9,4</b>
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : strate des 18-35 ans, n = 1683		



Tableau 32. Rapports au musée des actives entre 18 et 35 ans selon leur groupe social d'appartenance, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	supérieures	moyennes supérieures	moyennes inférieures	populaires
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>				
la découverte, le savoir.....	76,6	74,7	<b>82</b>	71,6
la beauté, l'esthétique.....	<b>50,6</b>	<b>47,5</b>	<u>34,5</u>	41,6
le fait d'être ensemble, de partager.....	35,8	<u>27,8</u>	<b>39,2</b>	34,3
la détente, le divertissement.....	<u>27,4</u>	32,3	<b>40,6</b>	32,7
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>				
primovisiteur-se.....	40,8	37,9	47,9	40,9
déjà venu-e.....	59,2	62,1	52,1	59,1
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>				
oui.....	41,5	41,6	35,3	35,4
non.....	58,5	58,4	64,7	64,6
<b>Si oui, précisez...</b>				
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	34,7	48,2	51,5	49,4
par mon métier, mes études.....	29,3	<b>41,7</b>	32	<u>9,5</u>
je suis abonné-e, adhérent-e, ami-e du musée.....	13,7	10,1	8,5	0,1
<b>Aujourd'hui vous êtes venu-e...</b>				
seul-e.....	13,9	11	10,8	11,3
en couple.....	<b>44,6</b>	<u>27,8</u>	36,6	<u>25,3</u>
entre ami-es.....	<u>24,5</u>	<b>36,1</b>	28	30,3
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	22,5	26,1	25,9	33,9
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>				
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	69,7	71,3	70,9	68
visiter d'autres musées du même genre.....	37,5	32,3	27,5	36,5
rien, cette visite me suffit .....	10	11,8	16,5	12,3

source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : population active entre 18 et 35 ans : n = 1149

Tableau 33. Rapports au musée des actives entre 18 et 35 ans selon leur groupe social d'appartenance, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	supérieures	moyennes supérieures	moyennes inférieures	populaires
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>				
la découverte, le savoir.....	<u>62,2</u>	<b>82,5</b>	78,4	<u>65,4</u>
la beauté, l'esthétique.....	54	53,1	51,7	45,7
le fait d'être ensemble, de partager.....	23,7	<b>23,8</b>	30,3	28,2
la détente, le divertissement.....	27,2	<b>34,3</b>	<u>24,8</u>	33,2
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>				
primovisiteur-se.....	45,3	41,7	49,9	50
déjà venu-e.....	54,7	58,3	50,1	50
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>				
oui.....	23,9	31	<b>40,9</b>	<u>23,8</u>
non.....	76,1	69	<u>59,1</u>	<b>76,2</b>
<b>Si oui, précisez...</b>				
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	75	49,5	58,7	<u>33,4</u>
par mon métier, mes études.....	31,1	40,3	41,1	54,9
je suis abonné-e, adhérent-e, ami-e du musée.....	5,3	3	2,6	0
<b>Aujourd'hui vous êtes venu-e...</b>				
seul-e.....	9,6	14,7	18,1	19,4
en couple.....	43,2	35,9	<b>44,4</b>	<u>32,1</u>
entre ami-es.....	21,9	23,9	17,3	17,9
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	31,9	26,2	21,8	31,1
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>				
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	<b>79</b>	65,6	63,1	<u>56,4</u>
visiter d'autres musées du même genre.....	<u>11,6</u>	26,5	26,1	27,5
rien, cette visite me suffit .....	10,8	6,9	5,4	8,7

source : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : population active entre 18 et 35 ans : n = 874

Tableau 34. Rapports au musée des visiteurs entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	très fort et fort	moyen	faible et très faible
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>			
la découverte, le savoir.....	<u>72</u>	<u>69,7</u>	<b>80</b>
la beauté, l'esthétique.....	<b>51,5</b>	50,6	<u>39,8</u>
le fait d'être ensemble, de partager.....	<u>25,9</u>	30,3	<b>33,1</b>
la détente, le divertissement.....	<u>29</u>	33,7	<b>36,4</b>
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>			
primovisiteur·se.....	<u>31,7</u>	<b>46,7</b>	<b>52</b>
déjà venu·e.....	<b>68,3</b>	<u>53,3</u>	<u>48</u>
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>			
oui.....	<b>57</b>	40,9	<u>30,6</u>
non.....	<u>43</u>	59,1	<b>69,4</b>
<b>Si oui, précisez...</b>			
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	51,6	44,5	41,5
par mon métier, mes études.....	<b>49</b>	<u>28,8</u>	<u>20,1</u>
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	<b>11,5</b>	<u>3,6</u>	5,1
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>			
seul·e.....	<b>20,1</b>	14,9	<u>8,9</u>
en couple.....	31,2	<b>35,8</b>	<u>27,5</u>
entre ami·es.....	33,5	27	30,2
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	<u>15</u>	21,9	<b>32</b>
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>			
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	<b>78,2</b>	73,5	<u>66,8</u>
visiter d'autres musées du même genre.....	34,4	28,5	28,7
rien, cette visite me suffit.....	<u>8,2</u>	10	<b>16,2</b>
<small>source : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture champ : strate des 18-35 ans (hors non-réponses aux questions sur la familiarité), n = 1706</small>			

Tableau 35. Rapports au musée des visiteurs entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	très fort et fort	moyen	faible et très faible
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>			
la découverte, le savoir.....	<u>65,8</u>	<b>75,8</b>	73,2
la beauté, l'esthétique.....	52,5	57,4	50,9
le fait d'être ensemble, de partager.....	23,1	28,6	22,5
la détente, le divertissement.....	29	<u>25,6</u>	<b>35,5</b>
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>			
primovisiteur·se.....	<u>39,3</u>	44,9	<b>60,2</b>
déjà venu·e.....	<b>60,7</b>	55,1	<u>39,8</u>
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>			
oui.....	<b>55,6</b>	40,7	<u>25,7</u>
non.....	<u>44,4</u>	59,3	<b>74,3</b>
<b>Si oui, précisez...</b>			
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	47,2	<b>63,9</b>	46,1
par mon métier, mes études.....	<b>52,7</b>	40,5	<u>38,3</u>
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	2,4	0	1,7
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>			
seul·e.....	<b>23,4</b>	21,7	<u>11,3</u>
en couple.....	<u>26,4</u>	26,4	<b>36,2</b>
entre ami·es.....	<b>33,1</b>	23,2	<u>23,1</u>
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	<u>17,3</u>	28,8	<b>30,4</b>
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>			
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	64,4	<b>69,4</b>	<u>56,5</u>
visiter d'autres musées du même genre.....	23,9	24,5	29,3
rien, cette visite me suffit.....	7,1	6,3	8,6
<small>source : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : strate des 18-35 ans (hors non-réponses aux questions sur la familiarité), n = 1256</small>			

Tableau 36. Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	femmes	hommes
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>		
la découverte, le savoir.....	73,8	67,7
la beauté, l'esthétique.....	<b>56,2</b>	<b>48,5</b>
le fait d'être ensemble, de partager.....	25,5	20,3
la détente, le divertissement.....	28,8	29
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>		
primovisiteur·se.....	<b>36,7</b>	<b>54</b>
déjà venu·e.....	<b>63,3</b>	<b>46</b>
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>		
oui.....	54,9	56,9
non.....	45,1	43,1
<b>Si oui, précisez...</b>		
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	52,1	45
par mon métier, mes études.....	<b>51,1</b>	<b>41,1</b>
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	<b>9,8</b>	<b>4,4</b>
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>		
seul·e.....	22,5	17,8
en couple.....	<b>20,4</b>	<b>32,3</b>
entre ami·es.....	<b>38</b>	<b>28</b>
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	15,4	17,4
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>		
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	<b>81</b>	<b>73,3</b>
visiter d'autres musées du même genre.....	28,5	30,6
rien, cette visite me suffit .....	7,7	8,9
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture <b>champ</b> : strate des étudiant·es entre 18-35 ans, n = 801		

Tableau 37. Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	femmes	hommes
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>		
la découverte, le savoir.....	<b>73,2</b>	<b>63,1</b>
la beauté, l'esthétique.....	52,7	53,4
le fait d'être ensemble, de partager.....	23,4	23,1
la détente, le divertissement.....	30,2	24,9
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>		
primovisiteur·se.....	51,2	49,2
déjà venu·e.....	48,8	50,8
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>		
oui.....	<b>55,4</b>	<b>35,3</b>
non.....	<b>44,6</b>	<b>64,7</b>
<b>Si oui, précisez...</b>		
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	50	51,3
par mon métier, mes études.....	47,2	49,7
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	<b>0,4</b>	<b>5,9</b>
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>		
seul·e.....	18,7	22,6
en couple.....	<b>18,2</b>	<b>26,7</b>
entre ami·es.....	35,1	30,3
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	24,8	20,5
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>		
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	<b>61</b>	<b>50,6</b>
visiter d'autres musées du même genre.....	29	22,5
rien, cette visite me suffit .....	8,1	8,2
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture <b>champ</b> : strate des étudiant·es entre 18-35 ans, n = 809		

Tableau 38. Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	très fort et fort	moyen	faible et très faible
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>			
la découverte, le savoir.....	69,1	69,1	<b>79,2</b>
la beauté, l'esthétique.....	55,4	<b>61,6</b>	<u>42,7</u>
le fait d'être ensemble, de partager.....	19,1	28	24,4
la détente, le divertissement.....	27,9	33,1	30,4
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>			
primovisiteur·se.....	<u>33,6</u>	45,5	<b>50,3</b>
déjà venu·e.....	<b>66,4</b>	54,5	<u>49,7</u>
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>			
oui.....	<b>67,1</b>	49	<u>40,2</u>
non.....	<u>32,9</u>	51	<b>59,8</b>
<b>Si oui, précisez...</b>			
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	54,8	49,4	41,5
par mon métier, mes études.....	<b>54,8</b>	39,8	<u>21,8</u>
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	11,9	5	6,2
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>			
seul·e.....	<b>27,3</b>	18,5	<u>12,5</u>
en couple.....	27	29,9	21,8
entre ami·es.....	31,4	29,7	36,7
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	<u>10,1</u>	16,2	<b>24,6</b>
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>			
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	<b>82,7</b>	80,8	<u>70,9</u>
visiter d'autres musées du même genre.....	<b>36</b>	27,2	<u>22,6</u>
rien, cette visite me suffit.....	<u>5,7</u>	3,9	<b>13,7</b>
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture <b>champ</b> : strate des étudiant·es entre 18 et 35 ans (hors non-réponses aux questions sur la familiarité), n = 694			

Tableau 39. Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	très fort et fort	moyen	faible et très faible
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>			
la découverte, le savoir.....	65,8	<b>83,3</b>	63,6
la beauté, l'esthétique.....	53,5	58,1	<u>45,1</u>
le fait d'être ensemble, de partager.....	23,7	20,9	25,4
la détente, le divertissement.....	28,3	22,9	32,8
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>			
primovisiteur·se.....	<u>44,1</u>	46,3	<b>62,5</b>
déjà venu·e.....	<b>55,9</b>	53,7	<u>37,5</u>
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>			
oui.....	<b>64,5</b>	54,5	<u>32,1</u>
non.....	<u>35,5</u>	45,5	<b>67,9</b>
<b>Si oui, précisez...</b>			
par mes passions, mes centres d'intérêt.....	45,7	<b>65,3</b>	41,8
par mon métier, mes études.....	<b>54,3</b>	48,5	<u>23,7</u>
je suis abonné·e, adhérent·e, ami·e du musée.....	1,4	0	0
<b>Aujourd'hui vous êtes venu·e...</b>			
seul·e.....	23,2	25,9	13
en couple.....	17	23,9	22,9
entre ami·es.....	<b>40,5</b>	<u>22,5</u>	29,3
en famille (avec enfants ou entre adultes).....	<u>19,1</u>	28,1	28
<b>Après cette visite, avez-vous l'intention de...</b>			
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire....	62,8	<b>76,4</b>	<u>47,6</u>
visiter d'autres musées du même genre.....	25,9	24,6	25,2
rien, cette visite me suffit.....	6,7	<u>1,1</u>	<b>12</b>
<b>source</b> : A l'écoute des visiteurs, 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture <b>champ</b> : strate des étudiant·es entre 18 et 35 ans (hors non-réponses aux questions sur la familiarité), n = 641			

### 3.1.3. Une pratique intemporelle ?

- **Variations du profil des publics d'une édition de l'enquête à l'autre...**

Le profil social des publics varie entre ces deux éditions d'enquête (cf. figure 6). De 2012 à 2015, la part des publics appartenant aux classes moyennes inférieures et populaires augmente de près de 8 points tandis que celle des classes sociales supérieures diminue d'autant.

Cette variation des publics est avant tout imputable aux publics les plus jeunes (cf. figure 7). Parmi les actifs de 18-35 ans, la part des classes moins favorisées est prépondérante (55,1%) en 2015. Elles gagnent 18,5 points entre 2012 et 2015. Par comparaison, la variation du profil chez les actifs plus âgés est de moindre ampleur : les classes moyennes inférieures et populaires augmentent de 3 points chez les actifs de 36-55 ans et de 4 points chez les plus de 55 ans de 2012 à 2015.

Comment interpréter cette variation du profil des publics entre les deux éditions ? Deux hypothèses, au moins<sup>107</sup>, peuvent être formulées. Premièrement, cette variation correspondrait à une progressive démocratisation des publics. La composition plus populaire des publics en 2015 fait ainsi écho aux enquêtes menées en 2012 et 2014 par le CREDOC auprès d'un échantillon représentatif de la population nationale. Elles montrent que la visite de musées et d'exposition a augmenté chez les ouvriers (+8 points), les employés (+4 points) et chez les personnes peu diplômées (Bigot, Hoibian, et Müller, 2016 : 23).

La seconde hypothèse renvoie à une question méthodologique. En effet, en 2012, l'enquête *À l'écoute des visiteurs* a été menée à l'automne, en basse saison, quand celle de 2015 a eu lieu au printemps. De ce point de vue, cette variation du profil des publics pourrait traduire une saisonnalité des publics. La mise en regard des trois éditions d'enquête qui ont eu lieu depuis 2012 soutient cette seconde hypothèse. En effet, dans les deux enquêtes menées en basse saison, les publics des classes supérieures et moyennes supérieures rassemblent une même proportion de visiteurs (63% en 2012 et 62% en 2016). De même, après une augmentation au printemps 2015, la part des classes sociales moins favorisées diminue de près de 7 points à l'automne 2016.

Ces deux hypothèses ne s'excluent pas. *A minima*, l'enquête de 2015 atteste de la venue d'un public différent. La réitération des enquêtes *À l'écoute des visiteurs* sur un temps long (à la fois en haute et basse saison) étairait la compréhension de ces variations de la composition sociale des publics, entre démocratisation et saisonnalité.

---

<sup>107</sup> Plusieurs autres facteurs (notamment conjoncturels) peuvent entrer en ligne de compte dans ces variations de la composition des publics.

Figure 6. Structuration sociale de la population active de 2012 à 2016 (périmètre constant de 20 musées)

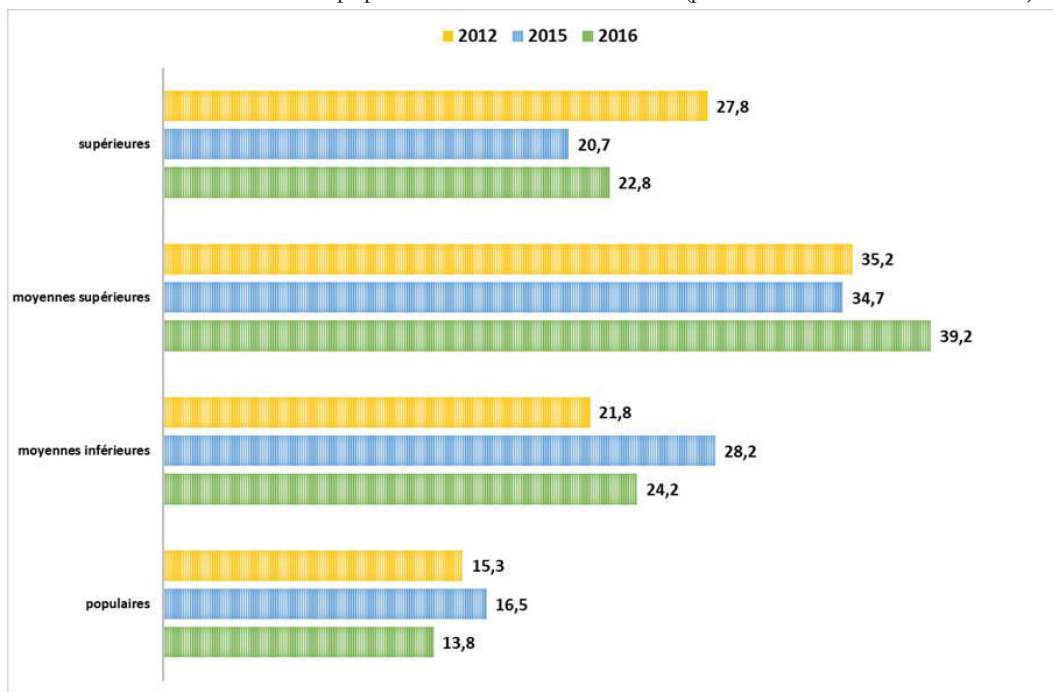
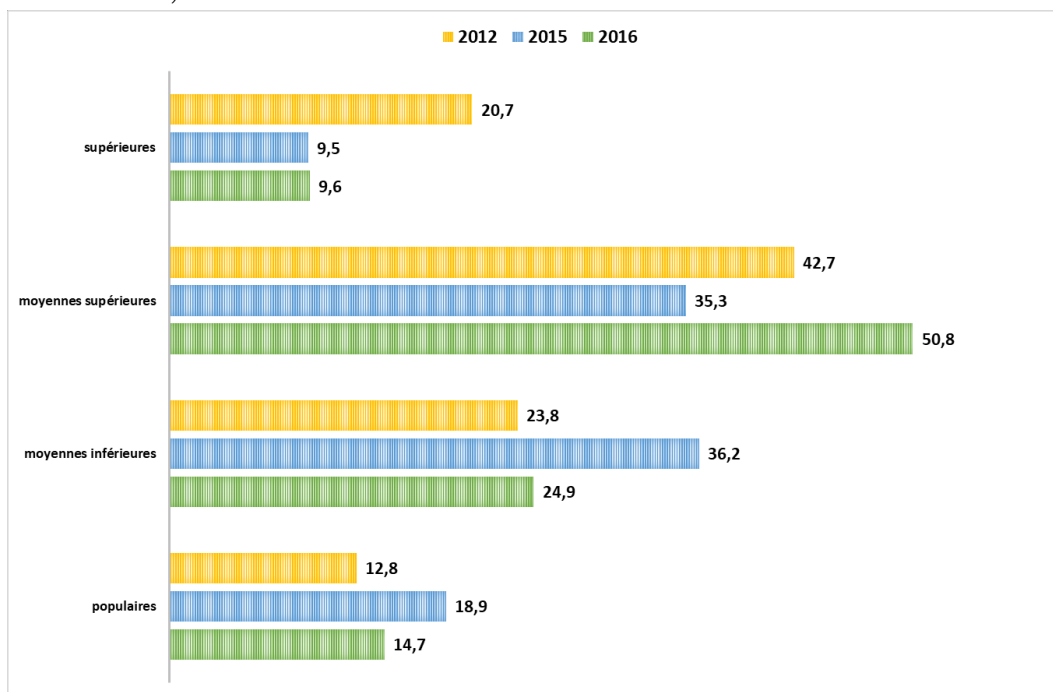


Figure 7. Structuration sociale de la population active chez les 18-35 ans de 2012 à 2016 (périmètre constant de 20 musées)



- **d'un musée à l'autre...**

Le profil des publics ne varie pas seulement dans le temps (ou selon la période d'enquête) mais encore suivant les lieux d'enquête<sup>108</sup> (cf. figures 8 et 9).

Selon la catégorie thématique des musées et suivant leur localisation en France, le caractère clivant de la pratique de visite s'exprime plus ou moins fortement. C'est dans les musées d'art (beaux-arts, art moderne et contemporain et arts décoratifs) et dans les établissements situés à Paris que ces clivages sont les plus prégnants. Les classes sociales supérieures et moyennes supérieures y sont surreprésentées de même que les visiteurs les plus familiers de la visite. La composition sociale des publics dans les musées de sciences et techniques et dans ceux situés en régions offre une image diamétralement opposée : les actifs des classes sociales moyennes inférieures et populaires et les visiteurs peu ou très peu familiers de la visite muséale y occupent une place prépondérante.

Suivant les lieux, les attentes et les façons de visiter se diffractent (cf. figure 10). Dans les musées d'art (sans surprise), les visiteurs attribuent plus souvent au musée la mission de présenter des œuvres d'exception, ils y viennent plus souvent seuls et pour vivre une expérience esthétique. Dans les musées de sciences et techniques, les visiteurs attendent que des savoirs leur soient transmis et que ces établissements leur permettent de comprendre le monde contemporain. Ils y viennent également plus souvent en famille (en particulier avec des enfants), pour se détendre et partager un moment de convivialité.

Tableau 40. Primovisiteurs, primovisiteuses selon les catégories de musées, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	femmes	hommes
<b>dans les musées d'art</b>		
primovisiteur·se.....	27,1	40,3
déjà venu·e.....	72,9	59,7
<b>dans les musées de sciences humaines</b>		
primovisiteur·se.....	55,2	57,9
déjà venu·e.....	44,8	42,1
<b>dans les musées de sciences et techniques</b>		
primovisiteur·se.....	57	44,9
déjà venu·e.....	43	55,1

**source** : A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; **champ** : strate des 18-35 ans, n = 1706

Cette analyse fait ainsi émerger des expressions différenciées des clivages sociaux que nous n'avons relevés qu'en moyenne<sup>109</sup>. Les clivages sociaux qui traversent les publics des musées se renforcent ou se recomposent selon les lieux. À ce titre, si en moyenne la visite muséale

<sup>108</sup> Pour cette analyse, nous avons élargi le périmètre à l'ensemble des établissements enquêtés en 2015 de façon à intégrer des musées nouvellement créés et situés en régions tels que le musée du Louvre-Lens et le MuCEM. Échantillon total des visiteurs de 18 ans et plus et résidant en France pour ce périmètre : 5018.

<sup>109</sup> C'est-à-dire à l'échelle globale des visiteurs rencontrés dans un ensemble de musées représentatif de la variété du paysage muséal français

peut se décrire comme une pratique majoritairement féminine, ce constat trouve quelques nuances. À l'échelle des 18-35 ans, les hommes sont plus souvent des primovisiteurs des musées qu'ils visitaient le jour de l'enquête. Ce résultat se vérifie à l'échelle des musées d'art dans lesquels 40,3% des jeunes hommes sont des primovisiteurs contre 27,1% chez les jeunes femmes. En revanche, dans les musées de sciences et techniques, la balance s'inverse. Là, 57% des femmes y viennent pour la première fois contre 44,9% des hommes. Ce résultat confirme l'association étroite entre visite des musées d'art et public féminin que nous constatons plus haut, mais il nuance aussi le portrait des jeunes hommes en visiteurs moins attachés à la pratique de visite. Si à l'échelle globale, ceux-ci paraissent moins assidus que les jeunes femmes, le constat ne vaut pas en tout lieu.



Figure 8. Profil des publics et formes de visite selon la catégorie thématique des musées, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

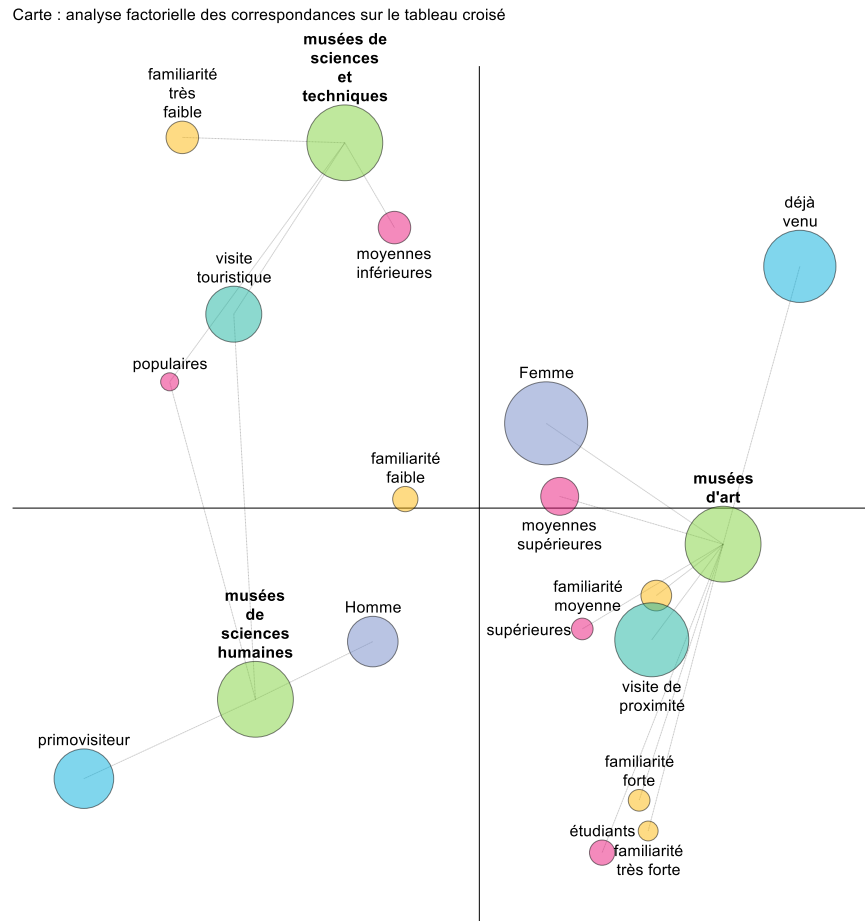


Figure 9. Profils des publics et formes de visite selon la localisation des musées, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

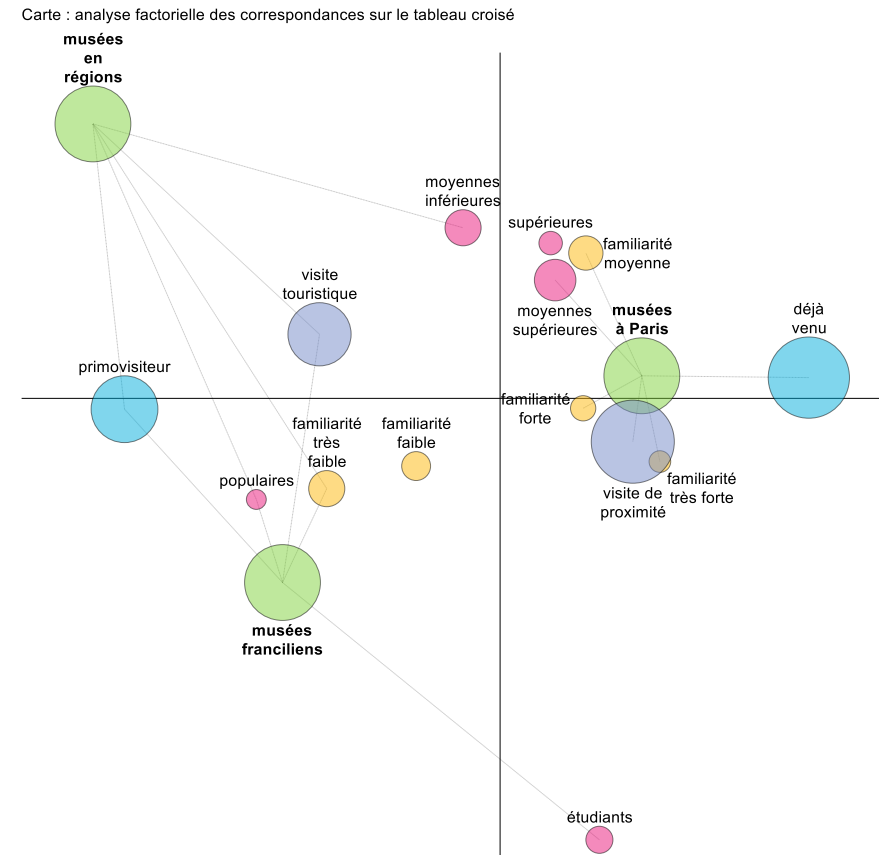
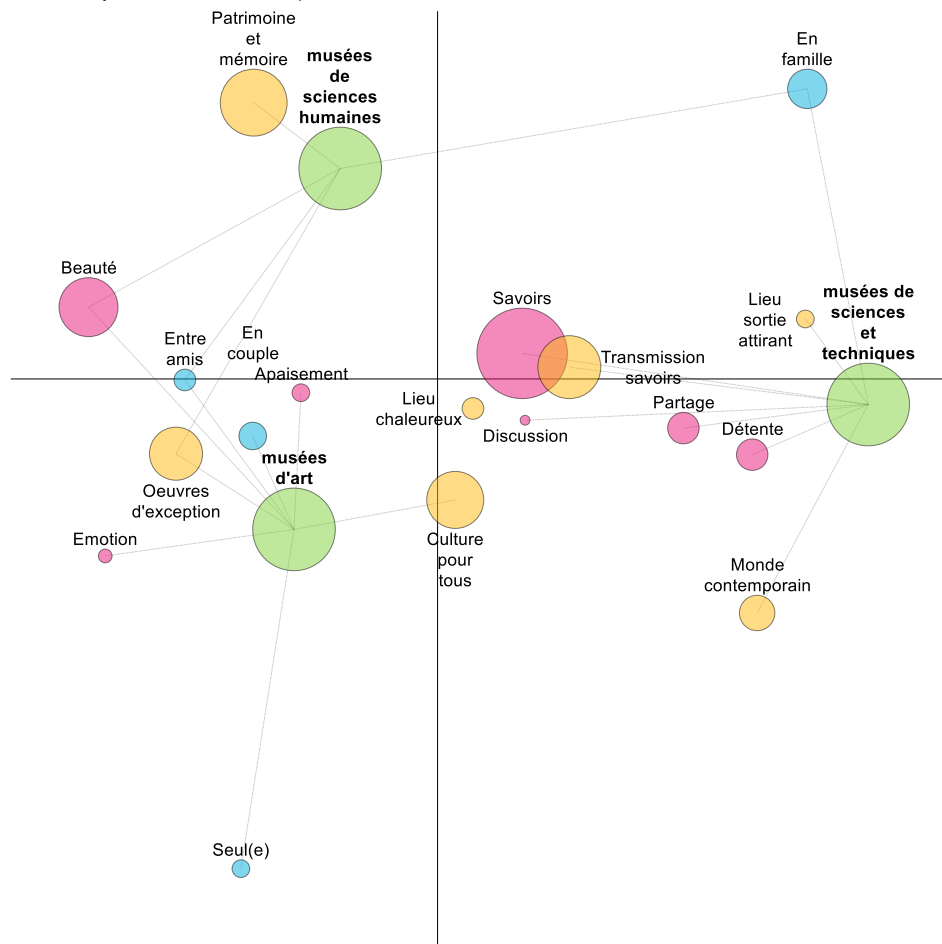


Figure 10. Représentations du musée, attentes à l'égard de la visite et accompagnement des visiteurs suivant la catégorie thématique des musées, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2015

Carte : analyse factorielle des correspondances sur le tableau croisé



- **...et avec l'avancée en âge**

Comment évoluent ces visiteurs avec l'avancée en âge ? Nous ouvrons ici l'analyse aux trois éditions d'enquête qui ont eu lieu de 2012 à 2016<sup>110</sup> et proposons de suivre chaque tranche d'âge d'une édition à l'autre<sup>111</sup> en considérant plus particulièrement l'évolution de leur niveau de familiarité avec la pratique de visite. Nous empruntons en ce sens le procédé d'analyse proposé par O. Donnat et F. Lévy pour l'analyse rétrospective des enquêtes sur les pratiques culturelles des Français.

Deux grandes tendances se dessinent (cf. figures 11 et 12).

La première concerne les visiteurs les plus jeunes (ceux qui ont entre 18 et 25 ans en 2012) et les plus âgés (ceux qui ont 56-65 ans et plus de 65 ans en 2012). Pour ces trois tranches d'âge, la familiarité muséale augmente de 2012 à 2016. Parmi les 18-25 ans en 2012, 49,5% des visiteurs ont une familiarité forte ou très forte avec la pratique de visite. Quatre ans plus tard, ils sont plus de la moitié dans ce cas. Chez les visiteurs les plus âgés, cette augmentation est de plus grande ampleur : les visiteurs les plus familiers gagnent 8 points chez les 56-65 ans et 15 points chez les plus de 65 ans de 2012 à 2016. Pour ces trois tranches d'âge, l'augmentation est continue sur la période. Elle se traduit symétriquement par une baisse continue de la part des visiteurs les moins familiers dans leurs rangs. En particulier, remarquons qu'en 2015 la part des plus familiers ne décroît pas chez ces publics jeunes et âgés alors qu'à l'échelle globale des populations enquêtées, nous observons pour cette édition (et cette période de l'année) la venue d'un public moins familier de la pratique de visite.

La seconde est spécifique aux 26-35 ans et aux 36-45 ans. Dans ces deux tranches d'âge, la tendance est inverse. La part des visiteurs les plus familiers décroît sur la période et fortement en 2015. Ainsi, 57,2 % des 26-35 ans de 2012 sont très familiers de la visite muséale, ils ne sont plus que 46,7% quatre ans plus tard. De même, chez les 36-45 ans de 2012, la part des familiers de la visite s'élève à 52,3%. Elle est de 48,6% en 2016.

Il convient de rappeler que cette analyse n'est pas à proprement parler longitudinale : ce ne sont pas directement les mêmes individus qui sont interrogés à chaque édition. Néanmoins en reprenant ce type d'analyse proposé par O. Donnat et F. Lévy, nous ne parvenons pas à la conclusion d'une pratique de visite intemporelle, même sur une courte période de quatre ans.

Comment interpréter alors ces deux tendances à la hausse et à la baisse de la familiarité muséale ? Premièrement, la baisse de la familiarité à l'âge intermédiaire des 26-35 ans et des 36-45 ans, c'est-à-dire à un moment où les actifs sont majoritaires chez les visiteurs, pourrait exprimer un effet des temps sociaux et du rapport au temps, évolutif suivant les étapes du cycle de

---

<sup>110</sup> Nous considérons pour cette analyse un périmètre de 20 musées ayant participé aux trois éditions d'enquête. Cf. annexes p. 407

<sup>111</sup> Les plus jeunes identifiés dans les figures 11 et 12 ont ainsi entre 18 et 25 ans en 2012, entre 21 et 28 ans en 2015 et 22-29 ans en 2016. Et cela de la même manière pour les autres tranches d'âge : les 26-35 ans identifiés en 2012 sont les 30-39 ans en 2016, etc.

vie. L'augmentation de la familiarité dans des tranches d'âges où la population est majoritairement en études ou à la retraite conforte cette interprétation.

Deuxièmement, la forte augmentation de la pratique de visite et, de là, de la familiarité muséale chez les plus âgés des visiteurs pourrait s'interpréter comme une dimension générationnelle du renouvellement des publics. Comme le soulignent J. Eidelman et A. Jonchery, il est possible que

*« pour une fraction des visiteurs âgés, la découverte tardive, et peut-être inespérée, d'un monde des musées qui a dépassé pour partie les stéréotypes anciens, engendre un vif contentement auquel participe sans doute un renforcement de l'estime de soi pour avoir surmonté un sentiment persistant d'intimidation culturelle »* (Eidelman et Jonchery, 2013 : 13).

Comme effet générationnel encore, le cas des 18-25 ans appelle une troisième interprétation possible : celle que la politique de gratuité dont ils bénéficient puisse imprimer une trajectoire commune à ces visiteurs jeunes. Ces visiteurs bénéficient de la gratuité depuis le lancement de cette mesure. Les plus jeunes d'entre eux (ceux qui ont entre 18 et 22 ans en 2012) continuent d'en bénéficier jusqu'en 2016. Cette mesure pourrait constituer une explication de l'augmentation continue de leur pratique de visite et en conséquence de leur familiarité muséale. En contrepoint, les visiteurs qui ont entre 26 et 35 ans en 2012 avaient entre 23 et 32 ans au lancement de la politique de gratuité en 2009. Seuls les plus jeunes d'entre eux ont pu faire usage de cette mesure pour visiter, et cela pendant une brève période (trois ans ou moins). La baisse de leur fréquentation et, de là, de leur niveau de familiarité muséale pourrait se comprendre par leur sortie des catégories cibles de la gratuité ou par un usage court de cette mesure.

Figure 11. Évolution de la part des visiteurs très familiers au sein d'une même classe d'âge de 2012 à 2016

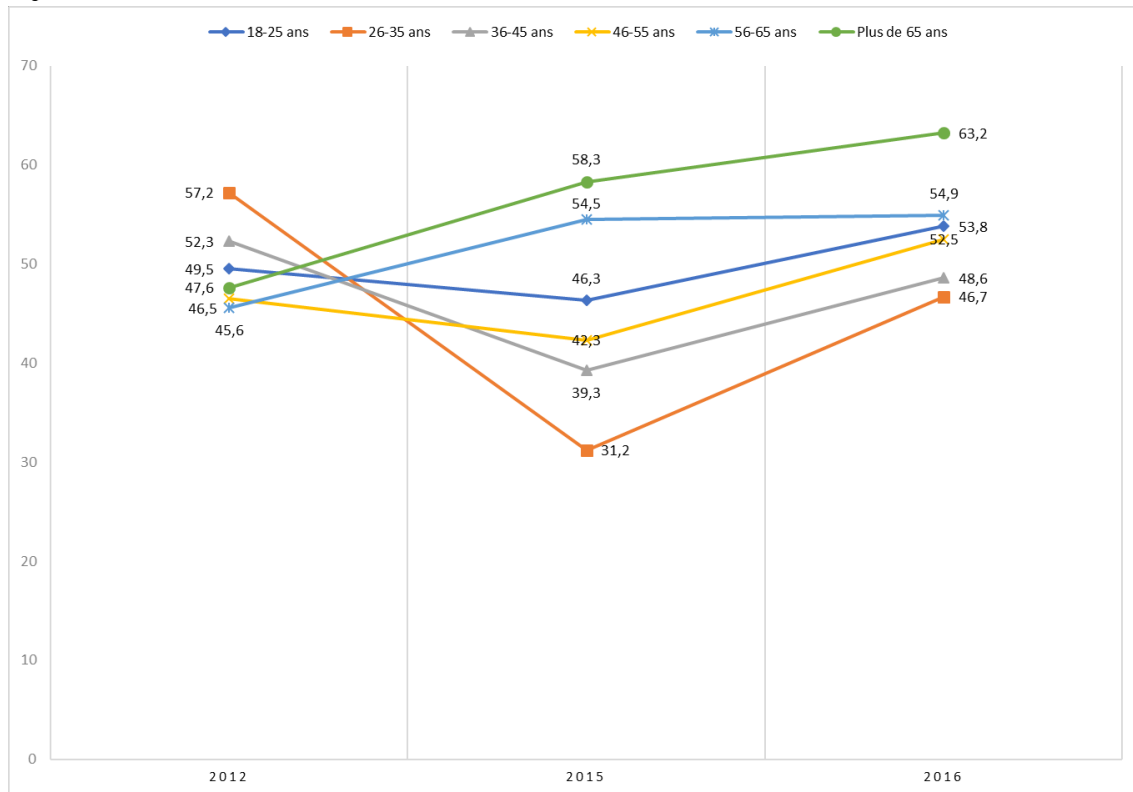
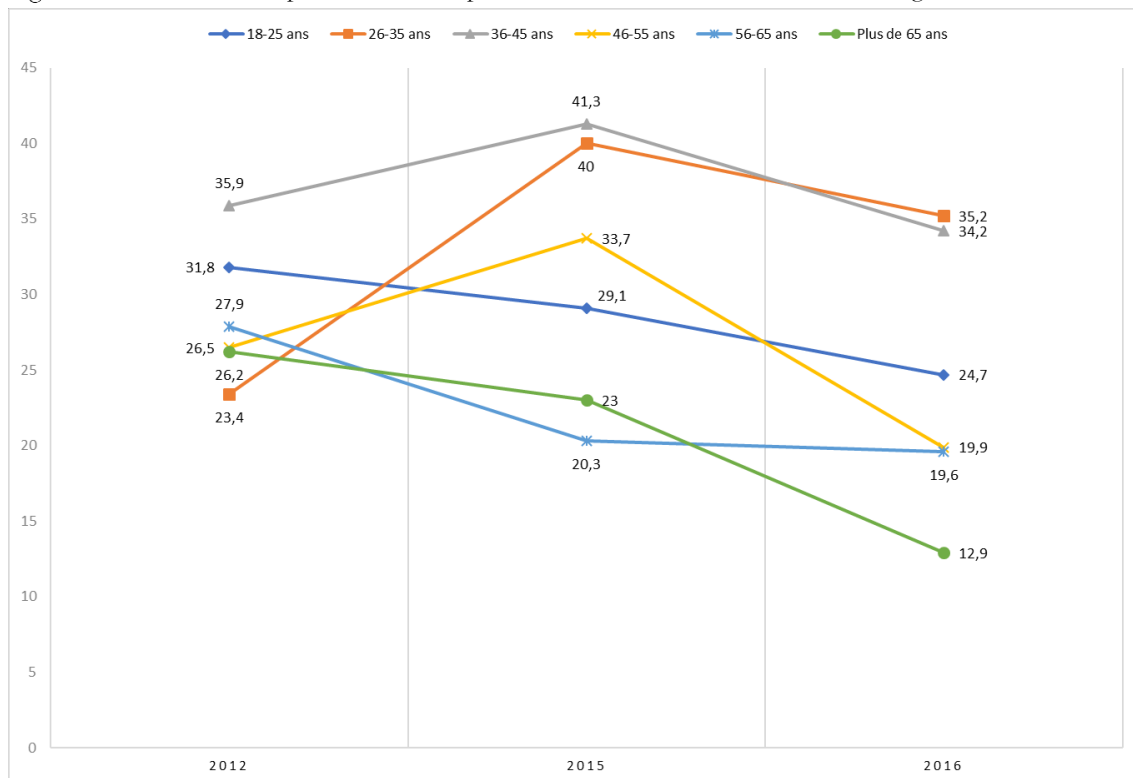


Figure 12. Évolution de la part des visiteurs peu familiers au sein d'une même classe d'âge de 2012 à 2016



## 3.2. Débuts de carrière de visiteur chez les publics jeunes adultes

### 3.2.1. L'initiation scolaire comme dénominateur générationnel commun

Dans les enquêtes de 2012 et 2015, nous voyons que l'âge joue un rôle ambivalent dans la distribution des publics par niveaux de familiarité muséale. À l'échelle globale des visiteurs de l'enquête, cette variable fait apparaître des visiteurs jeunes aussi familiers que les plus âgés. À l'échelle des seuls jeunes adultes de l'enquête, cette variable s'efface derrière le poids des déterminants sociaux (principalement le milieu social d'appartenance et le lieu de résidence).

L'enquête sur *Les 18-25 ans et la gratuité* comporte une question sur les habitudes de visite pendant l'enfance et l'adolescence. Interrogeant les formes de socialisation à la visite pendant les premiers temps de la jeunesse, ces données permettent d'observer comment s'opèrent, d'une part, l'acquisition d'une connaissance élargie des musées dès le jeune âge chez les 18-25 ans et, d'autre part, la distribution socialement inégale de ces publics entre les différents niveaux de familiarité.

Tableau 41. Socialisation à la pratique de visite muséale dans la prime jeunesse selon le milieu social d'origine, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	supérieures	moyennes supérieures	moyennes inférieures	populaires
<b>Niveau de familiarité muséale</b>				
très fort.....	<b>75,2</b>	<b>70,4</b>	63,8	<b>54,6</b>
fort.....	14,7	13,8	15,1	15,1
moyen.....	<b>8,3</b>	<b>11,5</b>	17,3	<b>21,9</b>
faible.....	<b>1,8</b>	4,2	3,7	<b>8,3</b>
<b>Avec qui visitiez-vous les musées étant plus jeune ?</b>				
en famille.....	<b>93,4</b>	<b>93,3</b>	<b>88,3</b>	<b>64,4</b>
l'école.....	91,2	90,8	90	90,3
un organisme de loisirs.....	12,3	9,7	14,2	13,6
entre ami·es ou en couple.....	<b>62,4</b>	53,9	<b>42,8</b>	<b>43,1</b>
seul·e.....	<b>38,2</b>	29	<b>19,2</b>	<b>20,1</b>
<b>Visites encadrées aux premiers temps de la jeunesse</b>				
seulement avec l'école ou seulement en famille.....	<b>14,4</b>	<b>14,1</b>	20,5	<b>36,6</b>
avec l'école et en famille.....	<b>85,1</b>	<b>84,2</b>	78,7	<b>60,2</b>
ni avec l'école, ni en famille.....	0,5	1,7	0,8	<b>3,2</b>
<b>Visites autonomes aux premiers temps de la jeunesse</b>				
seulement avec des ami·es ou seulement en solitaire.....	36,5	34,8	31,3	33
avec des ami·es et en solitaire.....	<b>26</b>	20,9	<b>13,1</b>	<b>13,6</b>
ni avec des ami·es, ni en solitaire.....	<b>37,5</b>	44,4	<b>55,6</b>	<b>53,4</b>
<small>source : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total : n = 1185</small>				

Le tableau ci-dessus montre que le degré de familiarité avec la visite de musées dépend fortement du milieu social d'origine<sup>112</sup>. Lorsqu'ils sont issus des classes sociales supérieures, plus des trois quarts des jeunes affichent une très forte familiarité avec cette pratique. Ils sont encore

<sup>112</sup> Pour rappel, dans l'enquête sur *Les 18-25 ans et la gratuité*, la variable du groupe social désigne le milieu social d'origine. Elle est en effet construite à partir des professions exercées par les deux parents et de leur niveau de diplôme respectif.

sept visiteurs sur dix parmi les jeunes issus des classes moyennes supérieures à ce niveau de familiarité muséale. Le taux décroît ensuite plus fortement à partir des classes moyennes inférieures (63,8%) et des classes populaires où la très grande familiarité concerne 54,6% des visiteurs. Bien que ce taux soit fort, il marque néanmoins un écart négatif de 20 points par rapport aux classes supérieures et de 10 points par rapport à l'ensemble. Les jeunes issus des classes les plus populaires sont en revanche surreprésentés au sein des visiteurs qui sont faiblement ou moyennement familiers de la visite de musées.

Cette distribution inégale des différents niveaux de familiarité apparaît étroitement liée aux formes de socialisation pendant l'enfance et l'adolescence. En effet, la très grande majorité des visiteurs rencontrés dans cette enquête fréquentaient les musées avec l'école étant plus jeunes. Rassemblant près de 9 visiteurs sur dix quel que soit leur groupe social d'origine, cette initiation scolaire constitue le plus petit dénominateur commun de cette jeune génération de publics. Ensuite, les autres formes de socialisation sont plus marquées socialement. La visite en famille en particulier qui concerne 9 visiteurs sur dix dans les classes moyennes et supérieures contre 6 sur dix au sein des classes populaires.

Plus particulièrement, les niveaux de familiarité muséale des 18-25 ans dans cette enquête résultent du cumul ou non de diverses formes de socialisation pendant la prime jeunesse. Ainsi, chez les jeunes issus des classes populaires, les modes de socialisation à cette pratique sont moins variés : en l'occurrence, il est plus fréquent chez eux de rencontrer des jeunes qui ne visitent qu'avec l'école pendant l'enfance (36,6%). La part des visiteurs que seule l'école initie à la visite est divisée par deux parmi les jeunes issus des classes sociales supérieures et moyennes supérieures. Dans ces classes sociales plus favorisées, près de 9 visiteurs sur dix visitent tant avec l'école qu'en famille étant plus jeune.

De même, c'est au sein de ces milieux sociaux favorisés que la visite fait l'objet d'une pratique autonome dès le plus jeune âge : dans les classes sociales supérieures et moyennes supérieures, les deux tiers des visiteurs visitent entre amis ou seuls étant plus jeunes. Ils sont 4 sur dix dans ce cas parmi les jeunes issus de milieux sociaux moins favorisés.

Comme le montre le tableau ci-dessous, le degré de familiarité qu'affichent les 18-25 ans est étroitement lié à la diversité des modes de socialisation et, de là, à la démultiplication dès le jeune âge des occasions d'avoir découvert et fréquenté une diversité de musées. Les jeunes dont la familiarité muséale est forte sont en effet surreprésentés parmi ceux qui ont cumulé tous les modes de socialisation quand, à l'inverse, les moins familiers le sont parmi les visiteurs dont la socialisation a été moins variée voire inexistante.

Tableau 42. Familiarité muséale et socialisation à la pratique de visite muséale dans la prime jeunesse, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	très fort	fort	moyen	faible
<b>Visites encadrées aux premiers temps de la jeunesse</b>				
seulement avec l'école ou seulement en famille.....	19,7	25	24,8	40,5
avec l'école et en famille.....	80	74,3	72,5	42,9
ni avec l'école, ni en famille.....	0,3	0,7	2,7	16,7
<b>Visites autonomes aux premiers temps de la jeunesse</b>				
seulement avec des ami-es ou seulement en solitaire.....	34,5	33,1	33,3	26,1
avec des ami-es et en solitaire.....	23,6	9,7	5,2	2,2
ni avec des ami-es, ni en solitaire.....	41,9	57,1	61,4	71,7

source : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture  
champ : échantillon total : n = 1185

De façon congruente avec les travaux de S. Octobre, ces résultats soulignent que l'école constitue un puissant facteur de démocratisation des publics des musées mais qui n'annule pas les clivages sociaux d'accès à cette pratique culturelle que les milieux sociaux les plus favorisés surinvestissent avec leurs enfants par rapport aux milieux plus populaires. De plus, il apparaît au travers de ces données que pour certains de ces jeunes visiteurs, le plus souvent ceux issus des milieux favorisés, la pratique de visite a d'ores et déjà fait l'objet d'une forme d'autonomisation, celle-ci expliquant également que ces jeunes ont avec la pratique de visite une familiarité forte. Nous retrouvons (et corroborons) ici les résultats de l'enquête que nous avons menée auprès des adolescents visiteurs et non-visiteurs du Centre Pompidou : selon les milieux dont sont issus ces jeunes, selon l'investissement familial dans la sensibilisation à cette pratique, pour certains de ces jeunes, la visite peut être dès le plus jeune âge une activité inscrite dans le temps des loisirs ordinaires, ceux que l'on a entre pairs.

L'analyse précédente souligne, par une lecture des résultats statistiquement significatifs, les mécanismes de la reproduction sociale des comportements culturels. Elle montre « la force de la transmission culturelle », pour reprendre les termes de S. Octobre et Y. Jauneau lorsqu'elle s'opère par socialisation familiale à cette pratique. Néanmoins, cette première lecture, différentielle, ne peut se substituer à la lecture des résultats majoritaires ni à celle des « exceptions à la règle » qui apparaissent dans ce même tableau. Comme le rappellent S. Octobre et Y. Jauneau, ces lectures donnent à voir les sinuosités de la transmission culturelle, ses « fragilités » qui constituent « le terreau des évolutions des rapports à la culture des nouvelles générations et la force des dynamiques futures » (Octobre et Jauneau, 2009 : 713). De ce point de vue, l'analyse de ces dynamiques y compris marginales sont nécessaires dans la visée prospective qui est la nôtre et afin de mettre au jour des leviers d'action possibles pour la fabrique des publics des musées.



Ainsi dans les tableaux qui précèdent, il convient de souligner que les jeunes adultes faiblement familiers de la visite muséale cumulaient pourtant les formes de socialisation (familiale et scolaire) à cette pratique lorsqu'ils étaient plus jeunes. Inversement, un visiteur sur cinq parmi les visiteurs très familiers visitait uniquement avec l'école ou la famille. De la même manière, ce tableau montre qu'il n'y a pas de systématisme entre cumul des formes de socialisation et l'autonomisation de la pratique de visite aux premiers temps de la jeunesse. Chez les visiteurs d'ores et déjà très familiers, la majorité ne visitait ni seul ni entre amis étant plus jeune, même s'ils sont sous-représentés dans ce cas. Réciproquement, un quart des visiteurs faiblement familiers de cette pratique avait pourtant une pratique autonome étant plus jeune, seul ou entre amis. Donnons corps à présent à ces variations individuelles que pointe la lecture des marges non significatives du tableau statistique.

### 3.2.2. Des mécanismes aux dynamiques de la transmission de la pratique de visite

Dans l'analyse qui suit, nous mobilisons l'enquête *Débuts de carrière de visiteurs* que nous avons réalisée auprès de 31 jeunes visiteurs rencontrés lors de programmations muséales dédiés aux jeunes ou pendant l'enquête sur la gratuité en 2014. Les deux tiers des personnes interviewées résident en régions, à Toulouse ou Nancy. Les entretiens de type biographique menés avec eux nous permettent de comprendre à l'échelle individuelle la manière dont se construit la familiarité muséale et, en ce sens, d'éclairer les données statistiques que nous venons d'analyser.

Notre attention porte sur les logiques de transmission et d'autonomisation de la pratique de visite des musées ou plus largement de lieux d'exposition<sup>113</sup>. Pour appréhender ces entretiens, nous avons dans un premier temps reconstituer le fil chronologique de ces débuts de carrière de visiteur en relevant les différentes instances de socialisation qui ont participé à leur construction dans les premiers temps de la jeunesse ainsi que les déclencheurs d'une pratique autonome, non encadrée par ces instances. Ce premier temps nous a permis de catégoriser les trajectoires de ces jeunes visiteurs de l'enfance à la jeunesse adulte en mobilisant la grille d'analyse élaborée par S. Octobre et Y. Jauneau. En effet, en tenant compte de la pluralité des formes de socialisation, de leur interrelation (entre complémentarité, concurrence, substitution) et de l'évolution de leur poids relatif, ces deux chercheurs soulignent que la transmission d'une pratique culturelle s'opère suivant une « logique du tri, et non selon une logique d'assimilation passive » (Octobre et Jauneau, 2009 : 713). Ils distinguent ainsi des formes statiques de la transmission (dite de « reproduction positive ou négative » selon que les enfants pratiquent autant ou aussi peu que leurs parents) et des formes dynamiques de transmission culturelle (dites de « diffusion positive ou négative » selon que les enfants ont une pratique supérieure à celle de leurs parents ou, qu'à l'inverse, les parents ont une pratique culturelle qui ne se transmet pas aux enfants).

---

<sup>113</sup> Comme nous le soulignons au chapitre précédent, les entretiens portaient sur une pluralité de lieux de visites afin de ne pas « naturaliser » les catégorisations administratives et laisse place aux catégories de visites forgées par l'expérience des individus (Eidelman, 2005).

Dans un second temps, en nous référant aux travaux de J. Eidelman sur les carrières de visiteur (2005), nous avons qualifié ces trajectoires suivant leurs orientations dans la sphère patrimoniale. À l'instar de G. Mauger, C. Poliak et B. Pudal analysant les orientations des lecteurs entre différents types de lecture, J. Eidelman propose de projeter topographiquement les trajectoires culturelles empruntées par les visiteurs entre différents lieux de visites patrimoniales. Cette analyse met au jour les stratégies des individus pour s'orienter dans le champ patrimonial et donnent forme à des types de carrières de visiteur. Elle dégage ainsi plusieurs itinéraires menant pour les uns des monuments ou sites patrimoniaux aux musées ou à l'inverse des musées aux sites et monuments, ou bien encore des itinéraires se développant uniquement dans la sphère muséale. Suivant ces cas de figure, la visite de monuments ou de sites patrimoniaux, plus accessible notamment dans le cadre familial, fait office de première accroche et de sensibilisation à la pratique de visite et sert de tremplin vers les visites de musées. À l'inverse, les carrières de visiteur marqué par un retour aux visites de monuments apparaissent comme une stratégie du retrait : les premières visites de musées ne parviennent pas à susciter un intérêt suffisant pour les œuvres et ces visiteurs se replient sur une visite patrimoniale plus accessible. Le cas de figure où les visites de musées se maintiennent tout au long de la trajectoire correspondent quant à elles à « l'acquisition progressive d'une expertise de visiteur et un processus de routinisation de la pratique de visite » (Eidelman, 2005 : 106). Outre cette lecture topographique des carrières de visiteurs, nous avons également tenu compte de la temporalité dans laquelle s'inscrivent les pratiques de visite de ces jeunes, étant enfant, adolescent et actuellement : entre activité effectuée dans le temps ordinaire des loisirs, à proximité de chez soi, ou, au contraire, dans le temps exceptionnel des loisirs, celui des vacances et des déplacements touristiques.

Dans notre enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur*, une large majorité des individus interviewés cumulait les visites scolaires et familiales étant plus jeunes : 7 personnes interviewées seulement (sur 31 au total) ne visitaient qu'avec l'école et une seule uniquement avec sa famille. De même, la moitié des individus interviewés se situe dans un schéma de reproduction positive de la pratique de visite familiale en visitant autant à l'heure actuelle qu'ils le faisaient étant plus jeunes en famille. Un tiers des visiteurs se range dans une dynamique de diffusion positive : huit d'entre eux développent actuellement une pratique de visite plus intense que celle qu'ils avaient familialement et trois visiteurs se sont mis à visiter alors qu'ils ne le faisaient pas étant plus jeunes avec leur famille. Deux visiteurs enfin reproduisent la non-pratique familiale, se situant en ce sens dans le schéma de la reproduction négative. Cet échantillon ne présente pas de cas de diffusion négative suivant laquelle les enfants désaffectent (en visitant moins) une pratique fortement investie par leurs parents.

- **Prendre en main l'héritage familial**

Parmi les jeunes rencontrés qui reproduisent la pratique familiale de visite, deux cas de figure se font jour. Pour le premier, les pratiques de visites familiales avaient essentiellement lieu pendant les vacances et lors des déplacements en France ou à l'étranger, pratique quasi-exclusivement touristique que reproduisent aujourd'hui les jeunes interviewés et qui induit chez eux

une fréquence moyenne de visite sur l'année. Dans le second cas de figure, la visite familiale avait tout autant lieu dans le temps ordinaire du loisir, à proximité du domicile, que lors des déplacements touristiques. Dans ce cas, la pratique de visite paraît routinière dès l'enfance et se maintient de cette façon au moment de la jeunesse adulte. Dans ces deux cas de figure, en revanche, les visiteurs ne font pas clairement de distinction entre visites de sites, de monuments ou de musées : le choix des lieux de visite apparaît circonstancié au contexte dans lequel la visite prend place.

### **Des visites touristiques familiales aux visites touristiques autonomes**

Dans le premier cas de figure (minoritaire), celui où les jeunes reproduisent une pratique familiale de visites touristiques, la visite patrimoniale n'est généralement pas le motif principal de ces voyages qu'ils effectuent en famille ou, par la suite, seul ou avec des amis. Elle se greffe à un projet touristique plus large dans lequel elle prend place comme l'une des étapes du voyage. La visite vise avant tout, à travers la découverte de musées, sites ou monuments de comprendre l'histoire des lieux où l'on se rend. Ainsi Théo qui n'a que peu de souvenir de visites familiales dans le temps ordinaire des loisirs explique :

« Souvent dans mes voyages, le musée de l'histoire de la ville, c'est souvent le premier que j'ai fait, savoir ce qui s'est passé avant ici, savoir d'où ça vient, pourquoi la ville elle est construite comme ça, ça voilà ça m'avait plus touché, il y a le côté concret de la chose où tu te dis bon voilà t'as une ruine de machin, une ruine de truc, et ouais mais qu'est-ce que c'est en fait ? ce côté concret, là il me plaît, voilà. »

Cette pratique de visite familiale touristique se maintient encore à l'heure actuelle comme une forme de « *tradition* » :

« On a une espèce de petite tradition avec mes parents, c'est qu'on part en voyage ensemble tous les deux ans, et là en général, c'est là... ça rejoint ce que je te disais un peu tout à l'heure même en voyage visiter l'endroit, savoir ce qui s'est passé à l'endroit où on se trouve et ça on le fait souvent ensemble. » Théo, 28 ans, intermittent du spectacle

Si, globalement les visites touristiques (en famille ou actuellement) de ces jeunes s'orientent plutôt vers les sites et monuments, elles ne s'y résument pas. Plus largement, il s'agit de visiter les lieux typiques (musées, sites ou monuments) qui apparaissent soit comme des passages obligés, incontournables, de la destination du voyage :

« [Quel est ton plus vieux souvenir de visite ?] Là tout de suite spontanément je pense au château de Versailles, j'avais 5 ans et on était, la première fois que je visitais Paris avec mes parents et donc on a fait tous les monuments typiques de Paris, Tour Eiffel, etcetera, on a vu le château de Versailles et c'était en plein été il y avait plein de monde donc ce souvenir-ci et puis le palais des glaces, la galerie des glaces etcetera. [Et c'est tes parents qui t'y avaient emmené ?] Oui, on y avait été ensemble mais je crois que c'est le premier on va dire château musée que j'ai pu visiter, le Louvre aussi oui, le même voyage [...] [Tu visitais souvent avec tes parents ?] Oui

et non, pas beaucoup de musées mais plus on va dire des monuments, des châteaux célèbres, des villages typiques par exemple à Grasse, le village connu pour le verre fumé, on a visité ça... » Lucie, 23 ans, étudiante en master d'études européennes

soit comme des lieux qui permettent d'approfondir la compréhension des cultures locales : Hugo, qui visite uniquement lors de ces voyages en France ou à l'étranger, explique ainsi l'importance qu'il accorde aux lieux patrimoniaux :

« [Quand tu voyages apparemment quand vous voyagez vous visitez...] Ouais [Pourquoi ?] Pour s'imprégner du lieu, pour connaître un peu comment les gens vivent là-bas, comment ça se passe et l'histoire de la ville où on va, du pays où on va [...] [Lors de son voyage au Mexique], c'était intéressant de voir comment ils vivaient, la culture, l'histoire, ça permet aussi de comprendre comment fonctionne les gens, comment ils réagissent... ça permet d'éviter les jugements hâtifs... qui... ce qui est bien aussi si tu veux t'intégrer à la population pour parler avec eux autre que pour être juste le touriste de base, ça permet d'en apprendre un peu plus... » Hugo, 28 ans, ingénieur dans l'aéronautique

Chez ces jeunes, les visites de proximité s'effectuaient plus souvent dans le cadre scolaire lorsqu'ils étaient enfants ou adolescents. Lorsque, quelques fois, elles avaient ou ont lieu en famille, ces jeunes les décrivent par leur caractère exceptionnel : elles sont motivées par une occasion spéciale allant de la visite de membres de la famille dans la région auxquels on fait découvrir les incontournables de l'endroit où l'on vit :

« [Et tu as d'autres souvenirs comme ça avec ta famille ?] À Verdun il y a le musée de la princerie, le centre mondial de la paix et Douaumont aussi on est allé le visiter plusieurs fois [C'était quand ?] La première fois que j'y suis allée, on revenait tout juste en Lorraine donc je devais avoir 7-8 ans et ben après on y est retourné assez souvent quand il y a des gens qui viennent c'est un petit peu le premier endroit où on les amène. » Morgane, 19 ans, étudiante en droit

à des occasions plus extraordinaires encore, telle que l'inauguration d'un nouveau lieu de visite à proximité suscitant la curiosité pour un événement à ne pas manquer. Ce type de souvenirs apparaît chez deux jeunes dans ce groupe :

« [Quel est ton plus vieux souvenir de visite ?] C'est le musée d'art moderne à Nice, c'est le truc, je sais pas combien d'heures j'ai passées ce jour-là mais je pense que j'en ai passé les trois quarts devant une machine et il y a un mec qui avait fabriqué une machine à lancer des ballons rien qu'avec des objets de récup' [Et c'était quand ça ?] J'avais, j'avais 3-4 ans [Et tu y étais avec... ] J'y étais avec mes parents, là c'était pas avec l'école, j'y étais avec mes parents j'y étais pas avec l'école... le musée, je me souviens d'avoir vu l'ouverture du musée à Nice, je me souviens d'avoir vu la construction et du coup mes parents avaient quand même envie de voir à quoi ça ressemblait et ouais, ouais c'était le truc qui m'avait marqué en fait, c'est ça l'événement marquant ! » Théo, 28 ans, intermittent du spectacle

« [Est-ce que tu te souviens de la première fois que tu es allée dans un musée sans être encadrée par des adultes, la famille ou l'école ?] Non, c'était toujours dans le cadre de l'école, c'était peut-être le Pompidou à Metz quand il a ouvert, c'était il y a pas très longtemps mais c'était la première fois je crois que j'étais vraiment seule dans un musée. » Lucie, 23 ans, étudiante en master d'études européennes

Dans ce groupe de jeunes visiteurs, l'autonomisation de la pratique de visite n'a pas lieu à l'adolescence mais lors de la jeunesse adulte lorsqu'eux-mêmes commencent à voyager seuls ou entre pairs.

« [Est-ce que tu te souviens de la première fois où tu as été au musée sans être accompagné d'adultes, seul ou entre amis ?] Ben je crois que c'était pour mon premier voyage en fait, la première fois que je suis parti tout seul sac sur le dos, j'avais 20 ans, c'était pour un festival de jonglerie à Athènes. Donc forcément Athènes, la Grèce tout ça... et c'est là que, ouais, je sais pas, je me sentais... j'ai passé, j'ai passé une semaine à Athènes dans le cadre du festival donc là j'ai pas trop bougé et ensuite j'ai mis genre 3 jours, [...] j'étais tout seul, tout seul donc quand t'es tout seul tu fais ton planning tu l'optimises et voilà et vraiment je m'étais fait mon circuit et bon j'avais buché un peu avant avec le *Lonely Planet* mais j'avais vraiment optimisé mon temps : musées, le tour de tous les sites historiques, je m'étais vraiment fait le tour idéal et ça me paraissait naturel. » Théo, 28 ans, intermittent du spectacle

Si Théo relate un voyage seul, il apparaît plus souvent dans ce groupe que l'autonomisation de la pratique de visite touristique soit liée à la mise en couple et aux voyages effectués dans ce cadre.

« [Après cette visite au centre Pompidou, tu as fait d'autres visites comme ça, toute seule ?] Non, enfin des lieux, des villages typiques, en vacances, enfin des choses juste comme ça, en Bretagne par exemple [T'y étais toute seule ?]  
Non avec mon copain et donc voilà. Et après j'ai fait un voyage au Canada aussi donc j'ai visité aussi des lieux pittoresques là-bas aussi comme les chutes du Niagara et j'ai fait le MoMA aussi forcément et quelques musées là-bas.  
[Et là, tu y étais pour quoi ?] Je sortais avec quelqu'un qui était parti au Canada donc je suis allée le rejoindre en fait et je suis restée un mois pour visiter un peu et découvrir un peu. [Et là tu visitais toute seule ou avec lui ?] Avec lui, on était tous les deux et on faisait notre petit tour, notre petit programme et voilà on le faisait tous les deux. » Lucie, 23 ans, étudiante en master d'études européennes

De même, Anthony explique ces visites actuelles par la rencontre d'une personne qui partage son goût des voyages et des visites :

« [Tu t'es remis à visiter parce que t'as plus de temps ?] Ouais et puis je pense aussi c'est aussi avec la personne qui est consentante. [C'est lié à ta copine ?]

Ouais, ouais et puis c'est le fait aussi de... elle m'a dit « tiens tu veux aller en vacances » je lui ai dit « tiens ben vas-y on y va » et puis voilà quoi et puis on s'est fait ça et pareil elle, elle, s'intéresse à pas mal de trucs, bon moins que moi parce qu'au bout d'un moment je commence à la saouler avec certains trucs... [Des fois elle te suit plus ?] Ouais, des fois je pars dans des trucs et... puis voilà, c'est vrai qu'on est très différents pour beaucoup de choses à côté de ça et voilà donc pour rigoler je lui dis que j'aurais dû me mettre avec une historienne (rires) et voilà quoi mais ouais... » Anthony, 25 ans, pâtissier en reprise d'études

Chez ces visiteurs, la visite en couple paraît prendre le relai des visites touristiques qu'ils avaient en famille dans leur prime jeunesse.

De la même manière que lorsqu'ils étaient plus jeunes, les visites de proximité que ces visiteurs avaient réalisées dans l'année relevaient avant tout de l'exception. Elles continuent d'être motivées par des occasions particulières comme, par exemple, lorsque leur famille leur rend visite là où ils résident à présent pour étude ou leur travail :

« [Et là la dernière visite que tu as faite c'était ?] C'était au Centre Pompidou sur Sol Lewitt il y a deux semaines, à Metz [Tu y étais avec qui ?] Ben avec de la famille en fait, qui est venue d'Auvergne et ils ont entendu parler du Centre Pompidou-Metz et ils voulaient le visiter donc voilà on s'est retrouvé là-bas c'était l'occasion de les retrouver et de visiter l'exposition-là » Lucie, 23 ans, étudiante en master d'études européennes

« [Qu'est-ce que vous faites avec ton père quand vous vous voyez ?] Oh ben là il est venu trois jours sur Nancy, il est venu nous rendre visite du sud, on est parti au jardin botanique, [...] je voulais lui faire visiter le musée Lorrain, bon j'ai pas eu le temps » Anthony, 25 ans, pâtissier en reprise d'études

De même, chez ceux qui venaient d'emménager dans la ville où nous les avons rencontrés, les dernières visites réalisées à proximité visaient à découvrir ce nouveau territoire où ils résident. En ce sens, ces visites de proximité s'apparentent à celles qu'ils effectuent en voyage et ne semblent pas s'inscrire dans une dynamique de routinisation de la pratique. Pour exemple, si Anthony envisage de se rendre dans l'ensemble des musées de son nouveau lieu de résidence, il explique qu'une fois l'ensemble de ces musées visités, il ne projette pas d'y retourner, à moins d'une occasion spéciale :

« [Et comment tu vois la suite ? Tu penses que tu vas continuer à visiter...] Après je me dis, tu vois un musée, tu vois t'apprends plein de choses, mais je me dis et après ? C'est ça que je me pose comme question, c'est vrai que revenir tout le temps aux mêmes endroits... [donc une fois que tu auras découvert tous les musées de la ville...] Ben je ferai autre chose, je ferai d'autres choses, dans d'autres coins. À part s'il y a des choses intéressantes... après ça dépend des opportunités, par rapport au temps, si je suis crevé, tout ça, ça joue aussi... c'est sûr que les musées c'est pas

quelque chose que je mettrai en priorité. » Anthony, 25 ans, pâtissier en reprise d'études

Confirmant le caractère exceptionnel de leurs visites de proximité actuelles, Anthony comme Théo s'étonneront au cours de l'entretien de ne pas visiter plus souvent près de chez eux :

« C'est vrai, j'ai remarqué, c'est les choses où on est le plus près où on n'y va pas. Et ça je me suis toujours demandé pourquoi ? Parce que je pense on a tout... on a tout... c'est comme de l'eau, on en a là, donc on va pas forcément se resservir tout de suite parce qu'on sait que c'est là, voilà, j'ai pas les mots à mettre sur ça mais... je pense que ça marche pareil pour... les musées » Anthony, 25 ans, pâtissier en reprise d'études

ce que Théo qualifiera de « *syndrome du parisien et de la Tour Eiffel* » :

« Après ouais, je dois avoir le syndrome...c'est assez fou ça !... je dois avoir le syndrome du parisien et de la Tour Eiffel dans le sens où je te parle d'histoire locale depuis tout à l'heure et je suis jamais allé au musée [d'histoire de la ville où il réside] » Théo, 28 ans, intermittent du spectacle

Chez ces visiteurs rencontrés lors de *La nuit des musées spéciale étudiants* et lors du *Mois des étudiants au musée*, ces actions d'incitation ont constitué l'occasion d'une visite de proximité dans une carrière de visiteur principalement placée sous le signe du tourisme.

Dans ce groupe de visiteurs, la socialisation familiale à des visites avant tout touristiques est souvent expliquée par les jeunes enquêtés par le faible intérêt de leurs parents pour cette pratique culturelle :

« [Tu visitais à quelles occasions avec tes parents ?] De vacances essentiellement, quand on partait en vacances [Ça vous arrive de faire des visites pendant l'année ?] Pas trop, avec mes parents, pas trop, ils s'intéressent pas trop... » Lucie, 23 ans, étudiante en master d'études européennes

« [Donc tu visitais avec tes grands parents, avec l'école...] Mais pas forcément avec mes parents, avec mes parents on était plus branchés sortie restau et voilà on n'allait jamais trop... » Anthony, 25 ans, pâtissier en reprise d'études

Une jeune visiteuse fournit néanmoins une autre explication du caractère avant tout touristique des pratiques de visite : celle de l'offre patrimoniale en régions ou, plus précisément, de la perception de cette offre en régions. En effet, Morgane, 19 ans, étudiante en droit reproduit également la pratique de visite touristique qu'elle avait familialement étant plus jeune. Elle explique ainsi visiter peu pendant l'année, que ce soit hier en famille comme aujourd'hui en solo. Néanmoins, Morgane précise qu'elle se « *rattrape* » pendant les vacances. Chez elle, la pratique de visite touristique ne renvoie pas à un moindre intérêt pour cette pratique culturelle dans sa famille ou de sa part. Au contraire, il apparaît au cours de l'entretien que l'intention de visiter peut motiver certains déplacements touristiques de la famille ou les siens propres aujourd'hui.

Ainsi deux ans auparavant Morgane raconte être allée avec sa mère à Paris pour visiter, notamment le musée du Louvre : « *on avait fait un week-end de trois-quatre jours pour couper un petit peu, on était allée voir le Louvre.* »

Comme pour les autres visiteurs de ce groupe, ses premières visites en solo ont lieu lors du premier voyage qu'elle entreprend seule, à Paris, et l'orientent également vers des lieux qui lui paraissent incontournables. Lors de ce voyage, elle retourne au musée du Louvre « *pour voir la Joconde* » et, le même jour, au musée d'Orsay : « *parce que j'en ai beaucoup entendu parler par un petit peu tout le monde, à l'école... je voulais vraiment aller le voir et du coup j'y suis allée un petit peu comme ça* ». Suivant cette même logique, Morgane envisage à l'avenir d'emmener à Paris ses petits cousins dont elle est proche parce qu'

« ils y sont jamais allés en fait à Paris et c'est vrai que c'est la capitale quand même donc je pense que c'est important de voir au moins une fois que ce soit la Tour Eiffel, l'arc de triomphe, c'est des monuments qui sont quand même typiquement français je pense que c'est... c'est important de les voir. »

Aussi, chez Morgane, la visite patrimoniale se développe principalement en contexte touristique et avant tout à Paris du fait de l'abondance de l'offre dans la capitale et en vue d'y découvrir ses lieux incontournables. En contrepoint, cette pratique touristique semble nourrir (ou être induite par) une image dépréciative du patrimoine local perçu comme de moindre importance ou notoriété. Ce point apparaît plus particulièrement lorsqu'elle commente sa visite dans les musées de la ville lors de la *Nuit des musées spéciale étudiants* où nous l'avons rencontrée :

« [Tu les avais déjà visités ces musées ?] Non, non, ça a été l'occasion de visiter. Bon, après la, les œuvres en soi, j'ai été surprise d'ailleurs pour les beaux-arts, qu'il y ait, alors il y a un Picasso, je sais plus exactement, il doit y avoir un Monet je crois, et j'étais surprise qu'il y ait des tableaux import... enfin importants, d'artistes connus. »

Du fait de cette perception, sa carrière de visiteuse apparaît contrainte au régime touristique. Résumant cette logique, Morgane conclut au terme de l'entretien : « *quand je vais à Paris, je mange des musées* ».



***Hugo : visiter « pour s'imprégner du pays où on va »***

Hugo a 28 ans, il est ingénieur dans l'aéronautique. Hugo fait partie d'une famille de cinq enfants – il est plus particulièrement proche de son frère Gaël de trois ans son cadet. Hugo a grandi jusqu'à ses 12 ans dans le Jura avant que la famille ne déménage à Montpellier où il reste jusqu'à la fin du secondaire. Ses parents travaillent tous les deux à leur compte : son père dans l'immobilier, sa mère comme conseillère conjugale. Hugo a étudié à Rouen et a passé une année de sa formation en Angleterre. Il vit aujourd'hui et depuis quatre ans à Toulouse avec sa petite amie Manon et s'est fortement lié d'amitiés avec sa belle-famille.

**Les vacances chez les grands-mères**

Hugo explique n'avoir que très peu visité avec ses parents étant plus jeune. Il l'explique principalement par le manque de temps de ses parents, très occupés professionnellement : « [Tu visitais avec tes parents aussi ?] Non on faisait pas beaucoup d'activités avec mes parents c'était toujours, ils étaient tout le temps en train de travailler donc pas beaucoup d'activités »

Du fait des professions prenantes des parents, chaque été, Hugo et ses frères sont envoyés chez leurs grands-parents à Paris et en Normandie. C'est à ces périodes de grandes vacances scolaires que remontent ses premiers souvenirs de visite :

« [quel est ton plus vieux souvenir de visite ?] Je pense que ça va être le... je pense que ça va être le Mont Saint-Michel, alors je suis pas foutu de te dire quand c'était, je sais que j'étais minaud, en dessous de 10 ans [C'était avec qui ?] Mes grands-parents et mes deux frères, les deux premiers [C'était à l'occasion de quelque chose en particulier ?] En fait c'est mes grands-parents qui habitaient à côté du mont Saint-Michel et pendant l'été, comme mes parents ils travaillaient, ils nous gardaient et on faisait au minimum une semaine voire deux sur Paris et donc à ces occasions-là on allait souvent dans leur pays d'enfance, enfin dans leur pays, dans leur village et on allait voir deux-trois trucs genre le Mont Saint-Michel. Ma grand-mère y avait travaillé quand elle était jeune donc on retraçait un peu son parcours, elle nous montrait les boutiques où elle avait travaillé. »

De même, Hugo relate parmi ses souvenirs de visites familiales la découverte du musée du Louvre avec sa grand-mère parisienne : « j'en garde un souvenir interminable j'ai pas apprécié du tout parce qu'on m'y traînait un peu, j'étais vraiment pas branché musée »

### **Le déménagement familial et le relai des visites scolaires**

Ces visites familiales s'interrompent au moment du déménagement à Montpellier : pour cause, les grands-parents normands déménagent aussi dans le sud à la même période, stoppant la dynamique des visites familiales d'été. À leur arrivée dans le sud, Hugo visite avec ses parents un incontournable de la région : le Seaquarium. Ils n'iront qu'une seule fois : « quand je suis arrivé au Grau du Roy à côté de Montpellier il y avait ce qu'on appelle le Seaquarium c'est un musée, un aquarium géant, donc ça on l'a fait quand on est arrivé ». À partir de cette période, ses visites s'effectuent pendant l'année dans le cadre scolaire. Elles lui laissent peu de souvenirs précis :

« c'était plus avec l'école à la limite. On avait pris la péniche de Montpellier en fait de Sète pour aller à Carcassonne et on avait visité la cité de Carcassonne, on avait visité aussi la cité médiévale d'Aigues-Mortes qui est juste à côté du Grau du Roy... [T'en as quels souvenirs ?] Pas grand-chose, plus des souvenirs de la péniche que... (rires)... que de la cité ».

### **La mobilité géographique comme réamorçage des pratiques de visite**

Les visites d'Hugo reprennent au moment de ses études : moins à Rouen où il effectue le plus clair de sa formation que lorsqu'il se rend en Angleterre. D'une part, ses visites seront motivées par la venue de son petit frère Gaël :

« plus récemment, étudiant à Londres enfin à côté de Londres on a fait le musée de la Royal Air Force donc tout ce qui a trait sur les avions euh... [On c'est qui ?] Avec mon petit frère Gaël qui était venu [T'as l'air d'avoir souvent visité avec Gaël...] Ouais ben parce que, parce que c'est celui avec lequel je suis le plus proche au niveau de l'âge et du coup on était un peu étudiant ensemble et du coup c'est des choses qu'on partageait, ça me permettait de le faire sortir aussi [Donc là il est venu te voir...] Oui il est venu une semaine et à cette occasion là on a fait le musée de la Royal Air Force à Londres, on a fait le musée d'histoire naturelle je crois, il y avait pas mal de trucs sur l'Égypte »

Ces deux visites quand il avait 20 ans avec son frère sont les premières qu'il effectue de façon autonome. De même, avec ses amis de l'université, Hugo réalisera différents voyages en Europe, notamment à Berlin : ils visiteront ensemble le mémorial de la Shoah ainsi qu'une résidence d'artistes (« on avait fait un musée, enfin c'était pas un musée, c'était un ancien bâtiment désaffecté qui avait été envahi entre guillemets par des artistes un peu, un peu hippie et du coup ils faisaient pas mal d'œuvres à base de, de conserves, de tuyaux récupérés, ce genre de choses, de peintures mais abstraites sur les murs, ce genre de chose »).

### **Une socialisation familiale... secondaire**

Ses visites se sont ensuite démultipliées en lien avec la rencontre de Manon avec qui il vit aujourd'hui. Elles ont principalement lieu dans le cadre de leurs voyages en France ou à l'étranger. Certains de ces voyages ont lieu avec la famille de Manon, notamment sa tante, son oncle et leurs enfants qu'Hugo mentionnent à plusieurs reprises au cours de l'entretien comme des personnes à l'initiative de leurs sorties culturelles (théâtre, cinéma, visites, etc.). En ce sens, la rencontre de sa compagne et de cette belle-famille s'apparente chez Hugo à une socialisation familiale tardive, secondaire.

### **Des visites touristiques pour ne pas « être juste le touriste de base »**

Les visites qu'il effectue en voyage relèvent essentiellement de lieux historiques et présentant les cultures locales : « à Séville où on a visité l'ancien château, les anciens jardins, on a visité aussi les arènes historiques, ça nous a bien plu et après aussi un musée sur le flamenco » ; « un petit musée à Noirmoutier sur le sel » ; « au Mexique, on a visité tous les centres culturels mayas, ce genre de choses ». Il s'agit par ces visites de

« s'imprégner du lieu, pour connaître un peu comment les gens vivent là-bas, comment ça se passe et l'histoire de la ville où on va, du pays où on va [...] ça permet aussi de comprendre comment fonctionnent les gens, comment ils réagissent... ça permet d'éviter les jugements hâtifs... qui... ce qui est bien aussi si tu veux t'intégrer à la population pour parler avec eux autre que pour être juste le touriste de base, ça permet d'en apprendre un peu plus... [...] c'est important de se renseigner sur l'autre, il y a que comme ça que tu peux vraiment évoluer sans rester dans ton petit monde d'aujourd'hui où t'imagines que c'était pareil avant et que ce sera pareil dans le futur, c'est important de pouvoir te remettre en question. »

### Une pratique de visite routinière dès l'enfance

Le second cas de figure (majoritaire) de reproduction positive des pratiques familiales donne à voir des itinéraires où la visite est routinière dès l'enfance et le reste (ou le redevient) au moment de la jeunesse adulte.

En effet, chez ces visiteurs, la pratique familiale se développe tant dans le temps de loisirs ordinaire que lors des déplacements touristiques. Ces visites, en conséquence plus fréquentes qu'elles ne le sont dans le groupe précédent, s'expliquent par l'intérêt de l'un ou des deux parents pour cette pratique culturelle ou bien encore par la présence dans la famille ou son entourage de personnes investies dans le milieu culturel (professionnels de la culture, artistes, etc.). Plusieurs de ces visiteurs mentionnent ainsi le rôle joué par une grand-mère professeur d'arts plastiques (Chloé), une tante documentaliste à la Cité des sciences (Sarah), des amis galeristes de la famille (Enzo), etc. comme argument de certaines de leurs visites familiales touristiques ou de proximité. De même, à l'inverse du groupe précédent, il est fréquent chez ces visiteurs que la découverte d'un lieu patrimonial ou d'une exposition ait constitué le motif du déplacement touristique de la famille.

« [Vous vous déplacez exprès pour faire ces visites ?] Ouais, le Louvre Lens on y a été exprès, le [MUDAM à] Luxembourg pareil [C'était pour faire une visite ?] Oui [Sur une journée ?] Ouais généralement c'est sur une journée, un ou deux jours, souvent le week-end ou pendant les vacances [Les grandes vacances ?] Les petites vacances, les grandes vacances c'est plus... plus loin » Chloé, 18 ans, en classe préparatoire économique et commerciale

« [Quel est ton plus vieux souvenir de visite ?] Ben plus vieux je crois que c'est le quai Branly justement, où j'étais allée avec ma mère quand j'étais encore au collège ou au lycée, c'est une des seules fois où on est venu quand j'étais vraiment petite enfin plus jeune. Je sais plus quel âge j'avais, j'étais pas si petite que ça je devais avoir 14 ou 15 ans, peut-être moins ou plus... [...] [Et ce souvenir avec ta mère au quai Branly ?] Alors ça c'était trop bien parce que ma mère et moi on est hyper branchées indiens et choses comme ça, donc on y était allée pour ça pour voir un peu... je crois que le quai Branly venait d'ouvrir ou de réouvrir et du coup on y était allée exprès » Ella, 25 ans, employée de vente dans le commerce de luxe

Dans la famille d'Anaïs, le goût de la visite patrimoniale se traduit dans l'acquisition d'un camping-car permettant de se déplacer tout au long de l'année pour nourrir cette appétence.

« Après pour les musées, en fait, on a fait, dans mon enfance, on a beaucoup voyagé en France parce que mes parents ont acheté un camping-car pour qu'on puisse se promener donc j'ai fait tous les châteaux de la Loire quasiment. [C'était quand ça ?] Alors ça c'était dans les années 2000, en 2001-2002 on a fait pendant des vacances d'été plusieurs châteaux de la Loire et puis on a égrainé sur toute une année en fait

donc on en a fait pas mal [C'est-à-dire que régulièrement vous retourniez en faire ?] Voilà c'est ça ceux qu'on n'avait pas vu on y allait et puis c'était une période on était un peu tous un peu comme on se suit on a deux ans d'écart en fait avec... enfin j'ai quatre ans d'écart avec le dernier de mes frères donc on a tous à un moment étudié le moyen âge et puis la renaissance des choses comme ça c'était vraiment... mes parents étaient intéressés par l'histoire et mes frères aussi et donc du coup c'était un moyen de lier un peu toutes nos passions et puis on allait voir des choses différentes, des choses qu'on connaissait pas, et puis comme c'était pas loin de chez nous ben ça nous permettait de voyager un peu aussi et découvrir ce qui se passait. » Anaïs, 19 ans, étudiante en arts appliqués

Par suite, en acquérant une plus grande autonomie, ces visiteurs reproduisent ces comportements à l'égard de la visite. Dans ce groupe, la jeunesse adulte correspond à un temps de redéploiement à titre personnel de ces pratiques de visite auxquelles ils ont été socialisés tant par l'école que par leur famille. Ils témoignent d'une pratique de visite intense sur une année : dans ce groupe, la visite d'institutions patrimoniales ou de lieux d'expositions est, au minimum, mensuelle et peut être hebdomadaire ou bi-hebdomadaire chez les plus férus d'entre eux. De même, et comme ils le faisaient avec leur famille, ces jeunes expliquent effectuer des déplacements expressément pour (re)découvrir des lieux de visite :

« J'étais déjà venue au Louvre, je connaissais, j'étais allée avec mon copain de l'époque, c'est pour ça [C'était quand ?] C'était pendant que j'étais en prépa donc c'était en 2009 ou 2010 [Tu étais allée à Paris...] Oui juste pour ça, on avait décrété qu'il fallait qu'on aille au Louvre, on y était allé juste pour ça [Sur la journée, aller-retour] Oui exactement : on avait visité ben le Louvre et après on avait été voir une pièce à la comédie française. C'était la journée culture (rires) ! » Ella, 25 ans, employée de vente dans le commerce de luxe

ou témoignent de leurs stratégies pour rentabiliser le moindre de leurs déplacements, professionnels ou de loisirs, pour réaliser une visite. Ainsi de Lucas qui profite de ses déplacements professionnels en France pour visiter à Paris ou aller voir ses amis en Europe et en profiter pour visiter :

« Dernièrement pour mon boulot aux États-Unis, les deux dernières années où j'ai travaillé, j'avais un boulot qui me faisait passer un tiers de l'année pour travailler dans une usine en France au niveau de Paris, sur Beauvais au nord de Paris et du coup je passais beaucoup de week-ends... j'allais aussi souvent voir mes potes, et j'ai eu accès aux musées comme ça sur Paris. Le samedi j'essayais d'aller visiter des trucs, avec des amis ou tout seul, et souvent je profitais de mon salaire élevé américain et je suis allé à Rome à Athènes, à Barcelone... un peu partout et là je visitais aussi pas mal » Lucas, 29 ans, ingénieur dans l'aéronautique

ou encore de Valentin qui, entre un stage dans le Luberon et une « *cousinade* » à Montauban, fait un crochet par Aix en covoiturage et en profite pour découvrir la ville :

« En fait la semaine dernière j'ai eu un stage de terrain dans les Alpes pour découvrir la flore méditerranéenne donc stage botanique et donc ça m'a permis un peu de découvrir cette région, le Luberon, très joli comme région et après, j'avais une grande cousinade, enfin une grande réunion de famille à côté de Montauban à Causade et donc du coup au lieu de remonter sur Nancy avec le reste de ma classe j'ai en covoiturage, je suis allé jusqu'à Montauban, mais j'en ai profité aussi pour faire un peu de tourisme et notamment avec tous mes bagages, j'ai fait le tour de tout le centre-ville d'Aix et j'ai regardé tous les monuments, donc là j'ai fait tout le tour de la ville » Valentin, 28 ans, ingénieur d'étude en biologie, en reprise d'études

Figurant au rang des loisirs ordinaires, la visite de lieux culturels et patrimoniaux trouve régulièrement à s'intercaler chez eux entre deux activités du quotidien, en particulier s'il leur est possible d'entrer librement dans les lieux de visite où ils se rendent (galerie ou encore lorsqu'ils ont des abonnements, forme de gratuité prépayée ; cf. portrait d'Anaïs, p. 249).

Pour autant, si ces jeunes reproduisent aujourd'hui les pratiques familiales, la continuation d'une pratique routinière ne se fait pas systématiquement sans heurts ni variations en particulier lorsque la visite ne faisait pas écho à un intérêt personnel lors de leur prime jeunesse. En effet, seule une minorité des jeunes de ce groupe explique avoir toujours apprécié visiter. Chez eux, la pratique de visite dès l'enfance renvoyait à un intérêt qui leur était propre et que leur famille cherchait à cultiver. Ainsi, par exemple, d'Anaïs qui rapporte la constance de son intérêt pour la visite à son goût pour le dessin qu'il lui semble également avoir toujours eu – « *depuis que je suis toute petite, en fait, j'ai toujours dessiné. Je pense, je suis née avec un crayon dans la main !* ». En témoigne son souvenir le plus ancien et parmi les plus marquants de visite dans l'enfance :

« [Quel est ton plus vieux souvenir de visite ?] Les grottes de Lascaux que j'ai faite parce que, en fait nos parents nous emmènent en vacances depuis qu'on est jeune et il y a une année où on est parti en Dordogne et on a fait beaucoup de visite de grottes, des musées et il y avait un musée justement sur l'antiquité et sur la préhistoire et donc c'était sur les dessins qu'il y avait dans les grottes de Lascaux. Voilà je me rappelle de ça et les dessins et la manière de, c'était tellement spontané, voilà ça m'a marqué. »

Aussi, les visites familiales qu'Anaïs relate n'étaient pas vécues comme une contrainte, d'autant plus que ses parents veillaient à ménager les intérêts de chacun des membres de la famille lors des visites :

« C'était des monuments historiques ou la cathédrale de Chartres ou des expos temporaires qui sont dans des villes ou des toutes petites expos de tableau ou de photographies ou de peintures... des choses qui intéressent les uns les autres en fait... ça peut être vraiment tout et n'importe quoi en fait. »

et à donner, au cours des visites, une large place aux enfants jusqu'à les laisser mener et guider la visite ainsi que l'attestent ces souvenirs de visites familiales à Berlin :

« On a fait aussi un voyage à Berlin parce que comme j'étais partie en Allemagne et ils sont venus me chercher et donc on a fait le tour de l'Allemagne en trois semaines donc c'était un peu court mais on a ciblé quelques villes et puis comme on a, mes frères et moi, étudié l'allemand donc du coup il y avait des choses qu'on avait faites avec l'école déjà donc on a repris, avec l'école on avait fait des petits guides pour visiter donc moi j'avais visité Hambourg, mon frère avait visité le secteur de Cologne donc on a repris des grands points et puis on est allé visiter et on a découvert de nouvelles choses. La cathédrale de Cologne j'ai trouvé ça génial. » Anaïs, 19 ans, étudiante en arts appliqués

Lorsque l'intérêt pour la visite semble avoir toujours été là, l'autonomisation de la pratique s'opère tôt, généralement au moment de l'adolescence :

« [Est-ce que tu te souviens de la première fois que tu es allé visiter seul ou avec des amis sans être accompagné par l'école ou la famille ?] C'était quand j'étais au lycée il y avait des fêtes indiennes dans le centre-ville et je suis allé avec un pote et on a fait un tour de tous les musées et plus tard au lycée on y allait souvent avec des amis mais après l'âge de 16 ans parce qu'à partir de là tu peux conduire. [Ça t'arrivait souvent de visiter avec des amis ?] C'était pas très régulier parce que nous étions tous très occupés par les devoirs, par les cours niveau avancé c'était stressant mais quand on pouvait le week-end comme récompense on pouvait aller au musée. » Casey, 21 ans, étudiant en langues étrangères

Soulignons néanmoins que si leur intérêt pour la visite patrimoniale paraît constant depuis l'enfance et s'ils poursuivent aujourd'hui une trajectoire impulsée dès leur prime jeunesse par la famille, l'autonomisation de la pratique chez ces jeunes témoigne d'une maturation de leur goût en la matière. Ainsi Chloé explique que les visites familiales, qui se poursuivent à l'heure actuelle, ne suscitent plus toutes le même intérêt à ses yeux :

« [Donc tu visites souvent ?] Ouais, ouais, ouais, ben de toute façon la famille est très portée là-dessus et puis ça m'intéresse aussi vraiment, c'est pas forcément les mêmes centres réels d'intérêt, les mêmes goûts qu'eux, j'aime beaucoup la peinture italienne de la Renaissance par exemple, la perspective et tout ça, j'aime beaucoup moins l'art moderne par exemple tout ce qui avait récemment à Pompidou à Paris, par exemple j'aimais pas du tout (elle fait la moue) [Mauvais souvenir ?] En fait quand j'étais petite j'avais bien aimé, mais ouais récemment j'y ai été et c'est vraiment art abstrait, des choses assez dérangeantes et c'est pas ce qui m'intéresse, je comprends pas en fait... l'intérêt, je comprends pas le message ni rien du tout donc plutôt... »

Aussi, Chloé marque aujourd'hui ses distances à l'égard du goût pour les expositions d'art contemporain qui polarisent une majeure partie des visites de sa famille. Elle poursuit :

« La peinture de la Renaissance c'est vraiment ce que, ce que j'aime le plus, on peut trouver ça un peu bateau mais moi j'aime les couleurs, la perspective tout ça c'est vraiment ce que j'aime. » Chloé, 18 ans, en classe préparatoire économique et commerciale

Dans cet extrait, elle émet un jugement sur son propre goût qui serait convenu, « *un peu bateau* », mais précise ensuite qu'il ne s'agit pas, chez elle, d'un suivisme ou d'une facilité. Elle décrit son goût comme averti et mûri et met à distance à plusieurs moments de l'entretien l'attitude des visiteurs touristiques face aux chefs-d'œuvre que seule la renommée porte à leur admiration :

« Le Louvre avec quarante mille personnes devant la Joconde qui essayent de prendre en photo le petit bout du tableau avec le reflet sur la vitre [elle bougonne] ça m'énerve. D'ailleurs je trouve ça débile d'avoir mis la Joconde là. [Pourquoi ?] À côté de la Joconde il y a plein d'œuvres, des belles œuvres, des tableaux qui sont vraiment importants, des beaux tableaux et puis en fait ils sont complètement étouffés par, par la présence de la Joconde et personne ne les regarde alors que moi quand je vais au Louvre bon ben la Joconde voilà il est tout petit on a déjà vu quinze mille fois dans les livres et sur les cartes postales donc moi ça m'intéresse pas je préfère regarder les autres, ils auraient pu le mettre avec des œuvres mineures ou des œuvres d'autres artistes un peu moins connu, enfin bon, ça c'est, c'est personnel, c'est mon point de vue. » Chloé, 18 ans, en classe préparatoire économique et commerciale

On retrouve ce même processus de maturation du goût chez Anaïs qui aujourd'hui prolonge une pratique de visite routinière en s'orientant préférentiellement vers des musées en lien avec son intérêt pour les arts décoratifs et le design :

« En fait cette année c'est plus arts appliqués ce que je vais voir alors que, avant, c'était plus des visites avec mes parents ou avec des amis et comme on n'a pas du tout forcément les mêmes centres d'intérêt... » Anaïs, 19 ans, étudiante en arts appliqués

En revanche, lorsque la visite ne venait pas alimenter un intérêt préalable chez les jeunes que nous avons rencontrés, il apparaît plus souvent que les visites patrimoniales en famille suscitaient au mieux une relative indifférence de leur part et, au pire, un rejet marqué, notamment au moment de l'adolescence :

« Avec mes parents on a visité plein de trucs et c'est assez chiant, on n'aimait pas trop le musée avec mes frères et sœurs au début, ça nous ennuyait beaucoup [Quand vous étiez petits ?] Oui petit, ça j'ai le souvenir que ça me plaisait pas mais j'ai plus



le souvenir de ce qu'on avait visité... [Pourquoi ça ne te plaisait pas ?] Parce que c'était assez ennuyant : des peintures, des sculptures voilà en étant petit je me rappelle que voilà c'était pas terrible. » Lucas, 29 ans, ingénieur dans l'aéronautique

« [T'as des souvenirs avant cette visite au quai Branly ?] Oui mais de visites du château de... c'est quoi le château qui est à côté de chez moi déjà ? Chamerolles, c'est nul ! [Pourquoi c'est nul ?] Ben je sais pas... [Tu y étais avec qui ?] Avec ma mère et ses copines, en fait c'est un peu l'attraction du coin donc j'y suis déjà allée trois fois peut-être même plus je sais plus, je trouvais ça nul, je trouvais ça vraiment... on s'ennuie parce que ce qui était sympa c'était le jardin et les espèces de douves autour c'est marrant on voit les poissons, mais sinon, non, c'était pas fou fou... [Tu n'aimais pas y aller ?] Non, on m'y traînait de force. Clairement. [T'avais pas le choix ?] Non j'avais pas le choix mais en même temps c'était pas horrible non plus pour moi d'y aller c'est juste que si on avait pu aller ailleurs à la place ça aurait été bien [Donc pas de bons souvenirs...] Non pas spécialement bons souvenirs, mais c'est aussi que quand on est ado aussi on n'a pas envie d'aller au musée avec ses parents. » Ella, 25 ans, employée de vente dans le commerce de luxe

« [Tu visitais avec tes parents quand tu étais enfant ou ado ?] Oui beaucoup avec eux. [Tu as des souvenirs ?] C'était pas mal de vieilles pierres si je me rappelle bien, ado pas trop, genre stop les balades en forêt stop les vieilles pierres donc c'était plus enfant et on a pas mal voyagé en France et donc du coup c'était les châteaux, les choses comme ça... » Hugues, 20 ans, étudiant en médecine

Les souvenirs des visites familiales sont d'autant moins bons que le projet éducatif dans lequel la visite s'inscrit est prégnant et s'impose à eux. Jeanne, dont la mère travaille au Centre Pompidou, déclare ainsi avoir été « *traumatisée* » par ces visites qui lui étaient imposées :

« J'ai été assez traumatisée par ma mère qui voulait m'emmener au musée tous les week-ends quand j'étais petite [c'est-à-dire ?] Ben j'ai dû passer tous mes samedis après-midi à l'atelier des enfants à Beaubourg à faire des activités à mon avis jusqu'à mes 5-6 ans un truc comme ça [T'as des souvenirs de ça ?] Des activités pas particulièrement, j'ai des souvenirs d'y aller et d'en repartir. [Et les visites des musées, c'est ta mère qui proposait ?] C'était soit elle soit mon père mais j'ai pas particulièrement de souvenirs, je sais que ça m'agaçait [Pourquoi ?] Parce que je le sentais plus comme une obligation que comme une proposition mais après j'ai pas de souvenirs particuliers » Jeanne, 22 ans, étudiante en psychologie

Le rejet n'est que temporaire, généralement circonscrit à la période de l'adolescence et, aujourd'hui, ces visiteurs reproduisent la pratique routinière qu'ils avaient familialement pendant l'enfance. Chez eux, l'autonomisation de la visite et l'intérêt pour cette pratique apparaissent en

conséquence plus tardivement (au moment de la jeunesse adulte) en lien avec une diversité de facteurs (sur lesquels nous revenons plus loin).

### **De qui ces visiteurs reproduisent-ils les comportements ?**

Majoritairement, chez les visiteurs qui prolongent aujourd'hui une carrière de visiteur initiée dans le cadre familial, la pratique de visite pendant les premiers temps de la jeunesse ne démarque pas les deux parents : père et mère participent à ces visites. Néanmoins, si l'homopraxie est avérée, l'orientation des intérêts des deux parents peut diverger comme en témoigne le cas d'Osman :

« Mes parents m'ont toujours fait visiter plein de trucs, genre... mon père il visitait, il kiffait les musées des tracteurs, ou de la voiture, c'est dans la région, c'était horrible, ouais c'était vraiment...je pense qu'il nous l'a fait visiter plein de fois [Pourquoi tu trouvais ça horrible ?] Parce que lui il était dans sa passion et puis il nous l'imposait en restant trois heures dans le musée... c'était pas vraiment interactif, on se faisait vachement chier... enfin voilà c'est beau à voir... enfin trois secondes... [Ton père t'emmenait voir des musées techniques ?] Ouais, voiture, tracteur, tout ça. [Et ta mère ?] Beaucoup plus artistique ma mère. » Osman, 20 ans, étudiant en biologie

De même, si les deux parents participent aux visites familiales, l'intensité de la fréquentation distinguent les visites maternelles, généralement plus routinières, de celles effectuées avec le père, plus souvent visiteur dans le cadre touristique :

« On va voir des choses ensemble, des expos, avec ma mère, mon père vu qu'il travaille tout le temps il y a pas grand-chose que je fasse avec lui [Il ne venait pas avec vous ?] Si, plutôt pendant les voyages ben sinon mon père il a pas trop le temps il travaille beaucoup, c'était essentiellement en voyage » Hugues, 20 ans, étudiant en médecine

Les cas d'hétéropraxie entre les deux parents sont rares dans ce groupe de visiteurs qui reproduisent les pratiques familiales de l'enfance. Dans ces cas, c'est plus souvent la mère qui prend en charge les visites patrimoniales. Ainsi par exemple chez Valentin :

« [Tu visitais les musées avec ta mère, tu me disais...] Oui, mes frères et sœurs sont pas très sorties culturelles mais par contre ma mère elle l'est pas mal et moi aussi j'aime bien [Et ton père ?] Ben mon père, il suivait beaucoup ma mère, de lui-même je sais pas s'il en aurait fait beaucoup je sais pas, parce que mon père a plus, est plus côté geek en fait, c'est-à-dire...il est ingénieur informaticien et il est souvent sur son ordi ou sur ses livres, c'est le profil grosse tête qui a fait une grande école, les mines à Nancy et qui aime bien tout ce qui est articles scientifiques, bouquin de sciences fictions et son ordi, voilà, son univers à lui c'est surtout ça et je pense que de lui-même il bougerait pas beaucoup c'est quelqu'un qui est très bien sur son siège

à faire ses trucs voilà, alors que moi, moi j'avais aussi plus ce côté geek au lycée mais maintenant je suis plus, j'ai plus ce côté sortie, on va dire que je suis un peu un mix entre mes deux parents. » Valentin, 28 ans, ingénieur d'étude en biologie, en reprise d'études

Pour un seul jeune dans ce groupe, Enzo, c'est plus particulièrement le père qui impulse les visites patrimoniales pendant l'enfance :

« [Est-ce que tu visitais avec tes parents, ta famille ?] Avec mon père c'était les châteaux, les châteaux forts, j'aimais beaucoup j'étais plus chevaliers, samourais quand j'étais tout petit et on allait voir des châteaux... [C'est toi qui demandais à y aller ou il t'emmenait ?] Il me proposait, et quand il me proposait pas je demandais c'était un échange. [Ok. donc tu as pas mal visité avec ton père...] Avec mon père et avec ma mère c'était plus les balades de famille ou les balades dans la campagne » Enzo, 21 ans, en interruption d'étude

Enfin, comme nous le soulignons plus haut, si ces visiteurs reproduisent aujourd'hui des comportements culturels familiaux, il ne s'agit pas uniquement voire pas nécessairement de ceux de leurs parents. Régulièrement, ces visiteurs mentionnent le rôle des grands-parents et souvent de la grand-mère comme moteur des visites patrimoniales pendant l'enfance. Il arrive dans deux cas que les grands-parents se substituent aux parents pour cette initiation aux visites pendant l'enfance : chez eux, l'appétence pour cette pratique semble sauter la génération des parents. Aussi, si nous ne tenons compte que du cercle restreint de la famille, ces deux visiteurs ne se situeraient pas dans le schéma d'une reproduction positive des pratiques familiales mais dans celui de la diffusion positive de la pratique.

### ***Chloé ou le matriarcat culturel***

Chloé vient d'avoir 18 ans. Elle est en première année d'études dans une classe préparatoire aux grandes écoles économiques et commerciales dans le lycée où elle a effectué tout son secondaire.

Chloé a grandi dans un petit village près des Vosges. Interne dans son lycée depuis la classe de première, elle y retourne maintenant les week-ends et pendant les vacances pour y retrouver ses parents, son frère Mathis de huit ans son cadet ainsi que ses amis d'enfance.

Son père est directeur technique dans une entreprise nationale de location de matériel BTP. Sa mère est secrétaire de direction dans le lycée où Chloé effectue sa scolarité. Le parcours de la mère de Chloé s'est avéré déterminant dans le fait qu'elle soit aujourd'hui inscrite en classe préparatoire. En effet, quand je lui demande comment s'est construit son choix d'études supérieures, Chloé explique :

« en fait... j'ai toujours été bonne élève et mes parents... enfin ma mère surtout qui a pas eu l'occasion de... qui en a fait un peu qu'à sa tête après le lycée, a voulu en gros rattraper son erreur et m'a vraiment poussé à aller en prépa. Mes grands-parents aussi parce qu'ils disaient que j'avais le potentiel et donc... en fait... la prépa a été un peu imposée. »

### **Deux genres, deux univers**

Les amis de Chloé se divisent en deux cercles. Le premier est constitué des étudiants qu'elle fréquente en cours aujourd'hui et qui forment un groupe relativement indistinct. En effet, elle cite pêle-mêle les personnes qu'elles voient le plus souvent et ceux avec qui, étant interne, elle partage sa vie quotidienne et ne semble pas hiérarchiser ces relations en liens plus ou moins forts. Le second réseau est formé par les amis d'Alexis, son petit ami, un groupe essentiellement masculin vivant dans le même village et qu'elle fréquente régulièrement en soirée ou parce que l'un d'entre eux, Sasha, est dans la même équipe de foot qu'Alexis. Ces deux groupes ne se mélangent pas. La segmentation s'établit ainsi sur deux caractéristiques : le genre, le groupe d'amis d'Alexis étant exclusivement masculin, et la situation scolaire, entre ceux qui sont ou non en classe préparatoire.

De façon symétrique, l'univers des loisirs de Chloé se scinde suivant ces deux critères qui se recoupent partiellement. Ainsi, d'un côté, elle partage ses pratiques sportives avec Alexis et ses amis et quelques-uns des garçons de sa classe :

« parce que les filles elles sont pas trop, trop sport dans ma classe, mais ouais je suis beaucoup plus souvent avec des garçons qu'avec des filles en fait, donc... ouais avec eux, je parle beaucoup de foot de l'actualité des résultats, sujet de discussion récurrent... »

De l'autre côté donc, elle échange sur ses activités culturelles (films, lectures, etc.) essentiellement avec les personnes de sa classe et plus particulièrement les filles :

[Vous parlez aussi par exemple des films ou des expos que vous avez vus...] Ouais ben ça c'est plus avec les filles mais dans notre filière on doit aussi avoir une culture générale qui est très importante donc... on parle aussi souvent de ce qu'on a vu, de ce qu'on a fait, des livres qu'on a lus...

Cette partition genrée reproduit au sein du cercle amical les modes de socialisation familiale à ces différentes pratiques. En effet, en début d'entretien, Chloé présente les membres de sa famille en précisant les activités de loisirs qu'elle partage avec eux. D'un côté, l'univers sportif avec son père : « le plus souvent c'est pour aller faire du sport avec mon père en fait. Ouais je vais courir, faire du vélo ou à la natation avec lui ». De même, avec Mathis son petit frère, elle joue aux jeux vidéo et assiste à quelques-uns de ses matchs de foot. De l'autre côté, l'univers des sorties culturelles pendant les week-ends et vacances :

ma mère aime bien aller regarder ben justement des musées, tout ça et découvrir un peu les petites églises, alors souvent c'est les activités vraiment culturelles qu'on fait ensemble sinon on fait pas énormément de trucs avec ma mère parce qu'elle aime pas trop, trop sortir marcher tout ça. Plus des activités sportives avec mon père et des activités culturelles avec ma mère en fait.

Dans ce cadre la visite muséale est avant tout une affaire de femmes : « [Ton père aussi il visite avec vous ?] Oui mais moins, mais il est quand même, il nous suit partout ».

### **La grand-mère ou le gardiennage culturel**

La grand-mère de Chloé était professeur d'arts plastiques. C'est plus particulièrement elle, explique-t-elle, qui

« a pris un soin tout particulier à m'expliquer... pourquoi les œuvres, l'annonciation et tout, elle m'expliquait vraiment... ouais, ouais, elle fait... elle emmenait beaucoup, elle était très, très impliquée quand elle était prof, elle a beaucoup travaillé dans des, dans des collèges difficiles, donc du coup elle est vraiment très impliquée et du coup après elle a répercuté ça sur moi et je m'y suis vraiment intéressée c'était pas juste dessine un rond, dessine un truc c'était vraiment intéressant, pédagogique à chaque fois ».

C'est ainsi sa grand-mère qui lorsqu'elle la gardait le mercredi après-midi l'emmenait dans les musées de la ville ou de la région :

« c'est ma grand-mère qui m'a emmené la première fois dans un musée, qui était le musée des beaux-arts de Nancy c'est elle qui... en fait elle faisait des petits, il y avait des petits carnets avant au musée des beaux-arts pour les petits... [Tu y allais souvent avec ta grand-mère ?] Oui j'y suis allée pas mal de fois... j'allais chez elle le mercredi et souvent on y allait le mercredi après-midi quand j'étais petite. Elle m'emmenait pratiquement toutes les semaines au musée ou si on n'allait pas au musée elle me faisait faire des activités sur des tableaux elle m'a fait faire par exemple des... mince comment il s'appelle ? Arcimboldo elle me faisait faire des (rires) comme Arcimboldo avec des feuilles et tout ça vraiment le mercredi c'était vraiment activités culture arts plastiques. »

Ces activités leur permettent d'entretenir une certaine complicité :

« Je garde des très bons souvenirs d'autant que mon frère était pas encore là donc j'étais toute seule, j'étais un peu la fille unique et tout ça donc très, très complice avec ma grand-mère, toujours d'ailleurs et... mon frère est pas du tout comme ça lui ça l'intéresse pas du tout donc c'est vraiment quelque chose qui est resté entre moi et ma grand-mère [...]. Souvent quand je reviens, donc les week-ends, mon frère qui part jouer au foot dans le jardin et puis elle me disait "ah tu te souviens toi tu restais avec moi et puis on faisait ça et ça aussi". »

### **Le guide maternel et le rattrapage culturel**

En parallèle, les visites patrimoniales se développent à l'initiative de sa mère qui oriente le choix des visites et les prépare en amont : « Souvent c'est ma mère qui prend l'initiative et qui dit "bon aujourd'hui on va faire ça, ça"... Elle a son petit guide, ses marques pages et on y va ». De même, pendant les visites, c'est sa mère qui joue le rôle de guide : « je fais le tour et puis de temps en temps elle s'arrête et puis "ben tiens celui-là..." et puis elle m'explique un peu ». Cet investissement maternel semble suivre une logique de « rattrapage » :

« Déjà avec ses parents elle a beaucoup voyagé quand elle était petite ils ont été au Vietnam, ils ont habité en Côte d'Ivoire ils ont vraiment habité dans beaucoup de pays d'Afrique et elle a beaucoup visité tout ça et quand elle était petite elle s'intéressait pas vraiment mais maintenant elle regrette beaucoup du coup elle se rattrape. »

### **Au musée comme chez soi et la reconnaissance rétrospective de l'héritage**

Ces visites au moment de l'adolescence suscitent une certaine lassitude chez Chloé :

« [Tu visitais aussi souvent au collège et au lycée ?] Moins, moins, ça m'a moins intéressé sur cette période en fait, je me suis un peu détournée de ça en fait... mais ma mère était là et puis pendant les vacances on continuait à visiter, j'ai pas eu de creux culturel on va dire. »

Néanmoins c'est à cette même période que Chloé commence à se rendre seule au musée : ces visites autonomes ont lieu dans le musée des Beaux-arts de Nancy où l'emmenait sa grand-mère et s'inscrivent dans le quotidien de sa vie de lycéenne :

« [Tu te souviens de la première fois que tu es allée faire une visite seule ou entre amis mais sans être accompagnée par tes parents ou l'école ?] Oui c'était, c'était au lycée avec Olga parce qu'en fait le midi y avait jamais de salle pour travailler et tout donc on venait au musée vu que c'était gratuit [Au musée des beaux-arts ?] Oui [Le midi ?] Pas tous les midis mais on allait assez souvent on se mettait sur les canapés et voilà on faisait le tour [Qu'est-ce que vous faisiez ?] On parlait, on se baladait, on regardait de temps en temps un tableau on révisait nos leçons... »

*A posteriori*, Chloé exprime une forme de reconnaissance à l'égard de sa mère pour lui avoir transmis cette pratique :

« ma mère aime bien s'arrêter chaque fois qu'il y a une église dans le coin donc on visite beaucoup, bon ben sur le coup ça me saoule un peu de m'arrêter à chaque fois qu'il y a une église mais en fait avec du recul c'est vachement, c'est super joli. »  
comme à l'égard de sa grand-mère : « c'est grâce à elle en fait que... que j'ai une certaine culture aujourd'hui donc voilà. »

Aujourd'hui, sa cadence de visite a ralenti par rapport à son enfance principalement en lien avec le rythme de travail que lui impose la classe préparatoire. Néanmoins, Chloé visite des lieux d'expositions (des musées principalement) au moins une fois tous les deux mois, voire une fois par mois, le plus souvent en famille. De même, à l'avenir, Chloé pense qu'elle visitera aussi souvent qu'aujourd'hui « peut-être même plus parce que bon ben je vais, je vais bientôt passer mon permis donc je vais être plus autonome ».

- **La visite scolaire : une socialisation à double tranchant**

#### **Chez les visiteurs qui cumulent socialisation familiale et scolaire**

Quelle que soit la trajectoire de visites qu'ils empruntent, le plus souvent, les jeunes interviewés ont peu de souvenirs détaillés de leurs visites scolaires. Par comparaison aux visites effectuées en famille, ce sont les visites qui s'imposent, celles que les enquêtés ne choisissent pas :

« [Quel est ton plus vieux souvenir de visite ?] Ça va être une sortie scolaire au primaire... j'habitais à Nice et il y a 2-3 peintres bien connus à Nice et on est allé visiter le musée des œuvres locales je saurais plus te dire lequel c'est, mais c'était ça [Avec l'école ?] Avec l'école ouais [Quel souvenir t'en gardes ?] Un souvenir pas fabuleux, soyons honnête [Pas fabuleux ?] Parce que d'une manière générale c'était la... la peinture c'est pas quelque chose qui me passionne voilà »

Théo, 28 ans intermittent du spectacle

Ce sont également des visites plus contraignantes : la liberté de mouvement y est moins grande et la découverte des collections se fait studieuse :

« Et puis du coup on va pas à son rythme, on peut pas voir ce qu'on veut parce que ça reste dans un cadre assez strict » Benjamin, 24 ans, boulanger

« [Et ça te plaisait de visiter avec l'école ?] Les visites scolaires c'est toujours un peu particulier, parce que c'est un cadre beaucoup plus strict... et puis il y a des devoirs à faire après. » Thiphaine, 24 ans, fleuriste

« On nous avait donné des tonnes d'explications, mais ça je m'en souviens plus » Valentin, 28 ans, ingénieur d'étude en biologie, en reprise d'études

Chez ces visiteurs qui ont l'occasion (plus ou moins fréquente) de visiter dans d'autres contextes, la visite scolaire ne suscite généralement pas d'aversion farouche pour cette pratique culturelle. Néanmoins, l'intérêt que ces visiteurs accordent à cette pratique scolaire est avant tout lié au fait qu'elles ont été l'occasion de partager un moment avec les copains d'école et d'une journée dispensée de cours :

« Ouais, ouais, c'était bien, on sortait de la routine de l'école on sortait du quotidien c'était chouette » Pauline, 26 ans, ferronnière d'art

« [Quels souvenirs tu gardes de ces visites avec l'école ?] Ouais c'est marrant de sortir avec des gens qu'on aime bien, ouais c'était des bons souvenirs, on était avec des amis du collège et c'est pas... on peut plus parler, rigoler » Corentin, 19 ans, étudiant en DUT d'infographie



« Peut-être qu'avec l'école, on faisait quoi ? je me souviens plus trop, peut-être quelques musées mais je me souviens plus trop en détail. [Quelle impression tu gardes de ces visites ?] C'était plaisant et agréable c'était une journée où on n'avait pas, pas cours à proprement parler donc c'était sympa, c'est ce qui me revient. » Sandro, 22 ans, étudiant en droit

À ce titre, trois visiteurs dans ce groupe se positionnent en faux à l'égard de cette attitude de leurs camarades de classe pour qui la visite scolaire n'est qu'une occasion de sortir de l'école.

« Ça n'a jamais été à contrecœur, jamais. Je sais qu'il y a des enfants oui mais moi, oohh ! j'étais tellement content ! » Enzo, 21 ans, en interruption d'études

« [Tu aimais visiter avec l'école ?] Ben comme moi je le faisais en privé et quand tu es dans une classe, au collège par exemple, dans une classe de trente élèves, forcément t'en as 25 qui s'en foutent et moi je passais pour l'intello parce que forcément j'écoutais, je m'intéressais alors que les autres c'est on n'a pas cours et c'est tout... ouais du coup les visites scolaires, j'étais moyen fan. » Benjamin, 24 ans, boulanger

C'est ici une manière qu'ont ces visiteurs de signaler leur vif intérêt personnel pour la pratique de visite, intérêt qui apparaît constant chez eux (ils ne mentionnent pas de désintérêt même ponctuel y compris au moment de l'adolescence) et qu'ils nourrissent quel que soit le contexte de leur pratique de visite (en famille, avec l'école ou autres). Le poids d'un intérêt ou d'une passion se lit encore dans la mémorisation des pratiques de visite comme en témoigne le cas d'Hortense. Celle-ci a le sentiment d'avoir toujours visité en famille mais en garde peu de souvenirs précis. De même, elle explique n'avoir aucun souvenir de visites scolaires au primaire ou au secondaire. Aussi, chez elle, les souvenirs de visite en situation scolaire sont récents en lien avec son orientation en arts appliqués. Le choix de cette filière, c'est-à-dire la professionnalisation d'une passion qu'elle nourrit depuis l'enfance pour le dessin, marque le début des souvenirs de visites dans son récit :

« [C'est quoi ton plus vieux souvenir de visite ?] Je saurais pas trop dire. [Celui qui te semble le plus ancien...] Qui me paraît le plus ancien ce sera dur parce que disons qu'en fait je voyais pas mal de musées et que sur le coup je m'en souvenais pas forcément très longtemps. Mais depuis un ou deux ans c'est... j'y fais beaucoup plus attention, c'est pas le dernier que j'ai fait, c'est pas le premier que j'ai fait, mais c'est quand même le souvenir d'une exposition... le plus longtemps c'était il y a deux ans quand j'ai vu le musée d'art contemporain d'Epinal de chez moi, que je me préparais au concours d'art de l'école d'art de chez moi et que j'en ai profité pour regarder le musée, pour regarder les œuvres »

Aussi, chez elle, les visites scolaires renvoient au cadre universitaire. Selon Hortense, elle ne mémorise pas seulement ces visites parce qu'elles sont plus récentes mais aussi parce qu'elle est amenée à les réinvestir pour ses études :

« [Avec l'école, t'as des souvenirs ?] Avec l'école j'ai jamais fait de musées avec l'école. Quand j'étais au collège on faisait pas de musées et en terminal S non plus donc le seul musée que j'ai fait avec les écoles c'était cette année : on est allé à Saint Étienne, on est allé voir la biennale de Saint-Étienne, le Corbusier et sa chapelle et on est allé voir le musée d'art moderne, on s'est arrêté aux Salines d'Arc-et-Senans, on a vraiment vu plein de choses et là j'ai enregistré. [Là tu as enregistré ?] Oui parce que je pense que c'était plus récent et il a fallu que je le ressorte par exemple pour mes concours pour les écoles d'art et là j'avais besoin de dire là où j'étais allée dernièrement et je pense qu'en y repensant plus souvent ça m'est resté dans la tête. »  
Hortense, 18 ans, étudiante en arts appliqués

### **La visite uniquement scolaire pendant l'enfance**

Chez sept visiteurs dans cet échantillon, les visites n'avaient lieu que dans le cadre scolaire pendant l'enfance et l'adolescence. Parmi eux, deux visiteurs relèvent du schéma de la reproduction négative : la socialisation scolaire ne vient pas compenser l'absence de socialisation familiale et ces visiteurs se tiennent actuellement en retrait par rapport à cette pratique culturelle. Les cinq autres visiteurs de ce groupe s'inscrivent au contraire dans un schéma de diffusion positive de la visite : ils adoptent une pratique absente du répertoire des activités de loisirs familiaux pendant l'enfance. Pour deux d'entre eux, la visite se fait aujourd'hui routinière, quand pour les trois autres elle se développe de façon plus occasionnelle.

L'absence de pratique familiale chez ces visiteurs renvoie à plusieurs facteurs. En premier lieu, il peut s'agir du désintérêt profond voire d'une aversion pour cette pratique culturelle de la part de l'un ou des deux parents (Liliana, Justin). Ensuite, la non-pratique s'explique par l'éloignement de l'offre culturelle ainsi que par les contraintes budgétaires qui pèsent sur la famille et qui ne leur permettent pas des activités de loisirs ou des sorties culturelles trop onéreuses, d'autant plus si la famille est nombreuse. Ainsi d'Audrey et de Vincent qui tous deux expliqueront l'absence de visites familiales par le fait qu'ils ne partaient pas en vacances en famille.

De même, l'adoption d'une pratique absente du répertoire des activités familiales pendant l'enfance ne peut s'interpréter comme le seul effet des visites scolaires. Elle renvoie également à d'autres facteurs qui se conjuguent à cette pratique scolaire (émergence d'un intérêt voire d'une passion qui trouve à s'actualiser aujourd'hui dans la pratique de visite, diversification des relations interpersonnelles qui conduit à se rendre au musée d'abord pour accompagner des amis, etc.<sup>114</sup>). À ce titre, nous retrouvons l'un des résultats de recherche d'A. Jonchery, à savoir que l'adhésion à cette pratique paraît étroitement liée à leur situation scolaire : les deux portraits suivants, typiques des trajectoires de diffusion positive et de reproduction négative en témoignent. Chez Audrey, l'adhésion à la visite scolaire est à l'image de son fort investissement dans le domaine scolaire. Elle développe tout un discours de la reconnaissance à l'égard de l'école et

---

<sup>114</sup> Nous revenons au point suivant (« Au-delà de la famille et de l'école... ») sur ces différents facteurs qui peuvent déclencher une carrière de visiteur (et imprimer le sens d'une trajectoire de diffusion positive) ou réorienter une carrière de visiteur chez ceux qui reproduisent positivement la pratique familiale.

se figure les personnes en lien avec son intérêt pour l'art (professeurs, camarades) comme une seconde famille. À l'inverse, le parcours d'élève de Manon apparaît semé d'embûches et elle témoigne d'une attitude de rejet à l'égard de l'institution scolaire et de tout ce qui s'y rapporte.

***Audrey : « tout ce que j'ai pu découvrir c'est avec l'école »***

Audrey a 19 ans. Elle est étudiante en hypokhâgne. Elle a grandi dans la campagne meusienne. Elle fait sa scolarité à Bar-le-Duc et est aujourd'hui interne à Nancy dans le lycée où elle fait sa classe préparatoire. Elle rentre tous les week-ends dans sa famille. Elle est l'aînée d'une fratrie de sept enfants dont la dernière n'a que six mois. Sa mère est au foyer (« avec tout ce petit monde... », explique Audrey), son père est mécanicien carrossier.

Dès les présentations, Audrey se décrit comme quelqu'un de passionné par l'art et les études littéraires, passion qu'elle découvre au lycée en suivant un enseignement d'histoire de l'art choisi alors que ses résultats scolaires ne la destinaient pas à une filière en particulier : « au collège vu que j'étais à peu près pareil partout j'étais pas plus forcément littéraire que scientifique mais ça s'est affirmé en seconde avec l'option-là qui m'a enchanté dès le début ». Elle continue cet enseignement jusqu'à la terminale « en option lourde » et s'oriente vers une classe préparatoire littéraire pour poursuivre cet apprentissage. Même si cette classe préparatoire ne propose pas d'enseignement en histoire de l'art, Audrey explique que ce choix d'une filière littéraire lui « permet de continuer à avoir une approche culturelle ».

Si Audrey se définit par sa passion pour les arts, c'est plus en tant qu'historienne qu'en tant qu'artiste elle-même. Considérant qu'elle n'a pas de « talent particulier », elle ne dessine pas ni ne pratique la musique, la photographie, la vidéo, etc. Aujourd'hui, Audrey n'a plus beaucoup de temps pour ses activités de loisirs : elle sort occasionnellement pour voir ses amis, mais son temps est de ce point de vue trop contraint par le travail personnel que requiert la classe préparatoire et par le fait qu'étant interne elle doit respecter des horaires stricts. Historienne de l'art passionnée, ses pratiques de loisirs et de sociabilités convergent dans leur majorité vers cette passion pour laquelle elle a eu une « révélation » à l'entrée au lycée. Dans l'entretien, il est à ce titre difficile de distinguer des univers différents : ses amis sont historiens de l'art, ses loisirs alimentent cette passion.

Audrey est très investie scolairement : bonne élève pendant toute sa scolarité, elle fait actuellement partie de l'association des anciens élèves de son lycée qui organise divers événements (réunion des anciens élèves, journées de découverte des métiers, etc.) et attribue une bourse aux « élèves méritants » dont elle a elle-même bénéficié.

### La famille d'une historienne de l'art : les liens de goûts

Si Audrey évoque une visite avec sa sœur lors des Journées Européennes du Patrimoine, elle dit ne pas visiter avec sa famille et précise : « c'est plus avec l'école, tout ce que j'ai pu découvrir c'est avec l'école ». En début d'entretien, elle explique qu'elle partage peu d'activités en famille, et notamment qu'ils ne partent pas en voyage ensemble car « je suis l'aînée d'une famille nombreuse alors pour ce qui est des déplacements, c'est pas super facile »

Ses premiers souvenirs de visite remontent à l'école primaire. Elle était allée à Nancy à deux reprises pour visiter la première fois le Jardin botanique et la seconde le musée aquarium, deux visites dont elle garde un bon souvenir : « ça se passait toujours bien les sorties en général et puis on voyait autre chose que tout le temps la petite école de campagne alors c'était ouais c'était bien ».

Plus tard, au collège et au lycée, Audrey a plusieurs fois l'occasion de faire des visites dans le cadre du cours de latin qu'elle suit : en seconde, elle se rend à Paris où elle visite le musée du Louvre (« *on a vu surtout la section antique* »). Avec l'enseignement en histoire de l'art qu'elle choisit, les voyages se multiplient : en Italie en première, à Berlin en terminale. Lors de ces voyages d'étude en histoire de l'art, les visites sont nombreuses, de villes et de leurs monuments ou musées.

Pour Audrey, les trois professeurs qui lui ont enseigné l'histoire de l'art au lycée ainsi que les amis avec qui elle suivait ce cours lui apparaissent comme une « sorte de famille ». Avec eux, elle n'avait pas le sentiment d'assister à un cours, mais plutôt de faire des découvertes ensemble et grâce à eux :

« [Tu dirais qu'il y a eu des personnes qui ont compté par rapport à ce goût que tu as ?] Ben surtout mes profs, tous mes profs d'histoire des arts ils ont été les mêmes pendant trois ans donc je pense que ça a fait aussi une sorte de famille qui fait que c'était assez confortable d'aller en cours avec et on n'avait pas la sensation d'être vraiment en cours mais plus de tous découvrir ensemble d'autant qu'on faisait des voyages chaque année en rapport avec l'histoire des arts. [Tu dis que c'était une ambiance familiale ?] C'est ça, je trouve, je pense pas qu'il y ait d'autres mots pour qualifier en fait que famille, c'est peut-être un peu trop fort, c'est pas les liens du sang mais c'est les liens de, de goûts, de passions, de connaissances, donc... »

Elle décrit ainsi ses professeurs d'histoire de l'art au lycée comme des « personnages » : passionnés eux-mêmes, c'est eux, selon elle, qui lui ont transmis le goût pour les arts. Les cours avec eux lui apparaissent comme une sorte de privilège, confortant l'impression d'être en famille, par rapport aux élèves qui ne suivaient pas cet enseignement et ne connaissaient ces professeurs que lorsqu'ils enseignaient d'autres matières :

« En plus, vu que c'était des profs que j'avais dans d'autres matières, on constatait que c'était toujours différent quand c'était l'heure qui se rapportait à l'histoire des

arts. Et donc c'est là que ça fait famille parce qu'en histoire par exemple j'avais un prof d'histoire qui était aussi prof d'histoire des arts et prof principal donc je le voyais tout le temps, quasiment, tout le temps vraiment tout le temps. Et il y avait qu'en histoire des arts qu'il était différent, c'était toujours le même personnage, toujours ses tics de prof et tout... sauf que là il y avait le goût en plus le petit truc pétillant qui faisait qu'on appréciait encore plus d'être à ce cours-là avec lui. »

De même, ses amis sont progressivement décrits au cours de l'entretien soit comme historiens de l'art, soit comme amateur d'art. C'est avec eux que se déroulerait une visite idéale selon elle : « Une visite idéale... ah oui ! être toute seule dans le musée ou bien peut-être être accompagnée de quelqu'un qui partagerait autant que moi la passion comme pas mal de mes amis enfin surtout mes contacts de ceux qui sont ou qui étaient historiens des arts ou qui aiment ». Ensemble ils échangent sur leurs découvertes artistiques, leurs références communes et entretiennent ainsi une « forme de complicité » :

« on se dit "ah ça on l'a déjà vu, et tout" cette année, par exemple avec Gaël, ou je lui demande "tu te souviens de ça qu'on a vu" de je sais plus exactement c'était quoi, donc voilà ça c'est sympa de faire des liens comme ça. »

### **Développement de carrière : se libérer du carcan scolaire**

Audrey a peu visité de façon autonome, en dehors du cadre scolaire : outre le musée barrois visité lorsqu'elle avait 17 ans avec sa sœur et la participation à la nocturne étudiante où nous l'avons rencontrée, elle raconte deux autres visites toutes deux effectuées vers ses 17-18 ans. La première a eu lieu à l'Hôtel-de-ville de Bar-le-Duc où se tenait une exposition d'« un artiste ben on va dire contemporain », la seconde a lieu au musée des beaux-arts de Nancy. Ces deux visites ont été suggérées par ses professeurs d'histoire de l'art et Audrey s'y rend avec ses amis historiens de l'art :

« on était encadré par nos profs mais c'était pas le cadre scolaire c'était une sortie à la fin de l'année tous ensemble entre historiens des arts qu'ils avaient organisée, enfin ils avaient pas organisé [Vous vous étiez retrouvé là-bas ?] Oui voilà ! ». Comme en témoignent ses hésitations sur la définition du contexte, ces visites qu'Audrey réalise à titre personnel en dehors des cours sont difficilement dissociables du cadre scolaire : les professeurs suggèrent de visiter une exposition, elle s'y rend avec ses amis historiens de l'art voire avec les professeurs eux-mêmes bien qu'en dehors des heures de cours. »

Néanmoins, ce cadre scolaire dans lequel elle effectue toutes ses visites est apparu à plusieurs reprises contraignant. Lors de son voyage à Paris en lien avec le cours de latin, elle visite le musée du Louvre mais en retire une certaine frustration :

« on a vu surtout la section antique mais on a quand même pu voir furtivement d'autres œuvres parce que à la base on avait pas beaucoup de temps on avait vraiment 2-3 heures pour la section antique et quand on sait qu'il y a des œuvres genre Jacques Louis David ou Ingres, ou ... ben on a aussi envie de les voir et on est un peu frustré de pas pouvoir. »

Son voyage entre historiens de l'art en Italie lui laisse le même sentiment :

« En première j'avais déjà fait un voyage en Italie, donc on avait déjà été à Florence mais on n'avait pas fait les offices, tu te dis on passe à côté et on n'y va pas... donc ouais c'était un peu dommage, frustrant donc du coup cette année j'y ai mis les pieds, donc c'était bien. »

Si elle va actuellement deux à trois fois par an dans des musées, elle estime qu'à l'avenir l'enjeu sera surtout de gagner en autonomie par rapport à l'école et en termes de déplacement, pour pouvoir augmenter la cadence de ses visites : « Je pense que j'irai beaucoup plus par moi-même parce que là c'est assez encadré en général les visites que j'ai faites mais je pense que oui après on acquiert l'autonomie de plus y aller scolairement ». Dans tous les cas, Audrey ne « pense pas que ça puisse s'arrêter comme ça ». Aujourd'hui son emménagement à Nancy lui apparaît déjà comme un cadre plus favorable pour exercer sa passion :

« et puis Nancy quand même c'est une ville assez riche en arts donc c'est quand même pas mal surtout le décor rien qu'ici [nous sommes à l'Excelsior, brasserie du début du XX<sup>e</sup> représentative de l'École de Nancy] voilà art nouveau on est dedans donc c'est sûr que ça fait toujours plaisir. »

**Manon : « tu sais, quand je vais dans un musée, c'est pas non plus la fête : voilà on voit et puis basta »**

Manon a 20 ans. Elle est étudiante en première année de licence culture et communication. Son père est militaire, sa mère employée dans une banque alimentaire. En lien avec la profession de son père, Manon a plusieurs fois déménagé pendant son enfance. Principalement, elle a grandi jusqu'à ses 10 ans à Mont-de-Marsan et a effectué ensuite son lycée à Bourges.

### **Un enseignement littéraire par défaut**

Dès qu'elle se présente en début d'entretien, Manon relate son parcours scolaire difficile. Elle redouble sa classe de troisième ainsi que sa terminale, période difficile vécue comme une forme d'abandon : « pour sa fierté personnelle ça fait mal quoi parce qu'on voit tous ses copains aller en études supérieures partir et tout et toi tu te retrouves là toute seule ». Manon a passé un bac littéraire, filière qu'elle choisit par défaut (elle estime avoir été mal orientée) et dans laquelle certaines matières lui causent beaucoup de difficultés :

On m'a pas trop laissé le choix et, au lycée, avec la philosophie ç'a été un petit peu compliqué donc euh... j'ai pas trop eu le choix, quoi, la philo c'est coeff 7 donc coeff 7 forcément ça fait mal... [C'est-à-dire on t'a pas laissé le choix ?] Ben, parce que S c'était même pas pensable, les maths, je suis complètement HS donc c'était pas possible. Après ES... enfin je pense que j'ai été mal orientée aussi déjà dès le départ au collège je pense... parce que ES ça aurait pu être pas mal mais c'est vrai que comme c'était vachement général et qu'il y avait quand même des maths je me suis dit que c'était pas pour moi et je laisse tomber mais après la L bon je m'en suis sortie parce que voilà il y avait quand même des choses qui étaient pas très compliquées mais c'est vrai que tout ce qui était philo, littérature enfin logiquement quand on va en L c'est parce que ça nous plaît, voilà. Moi ça m'a plus saoulée qu'autre chose.

Le plaisir qu'elle prend à suivre cette filière tient à l'option théâtre qu'elle choisit de son propre chef (« ça va qu'il y avait le théâtre »). L'existence de cette option dans son lycée lui permet d'accéder à cette pratique et de développer un goût qu'elle nourrit depuis l'enfance, en lien avec les « spectacles de l'école » qu'elle faisait au primaire à Mont-de-Marsan. Par la suite, lorsque la famille s'installe dans un village à côté de Bourges, Manon se renseigne et trouve un club amateur.



Elle n'ira pas cependant, dissuadée par ses parents. Aussi l'option théâtre de son lycée lui permet de compenser cette frustration :

Je suis arrivée à Bourges et j'ai vu qu'il y avait un club de théâtre dans mon village et bon c'est vrai que, pour ce que c'était, c'était un peu cher, mes parents m'avaient dit "ça vaut pas le coup". Ça m'avait passé et puis après j'ai vu justement qu'il y avait l'option théâtre au lycée et je me suis dit "c'est ça qu'il faut que je fasse !" Je me voyais pas faire spé maths ou des choses comme ça... je me suis dit "ça peut être trop l'occas"

De même, le choix de sa filière d'étude se fait par défaut. Manon « *rêverait* » de s'engager professionnellement dans la pratique du théâtre, ce qu'elle ne fait en raison du coût des formations privées ou de l'excellence requise par les formations publiques :

Je rêverais de faire du théâtre à plus haut niveau mais bon c'est pareil c'est des choses presque inabordables... [Au niveau financier tu veux dire ?] Ouais, ouais, il faudrait faire des écoles, tout ce qui est cours Florent, des choses comme ça, c'est pas des choses qui m'intéressent, enfin, payer je ne sais combien d'argent pour au final sortir avec rien du tout, ça m'intéresse pas, enfin c'est vraiment des usines des choses comme ça et... après si ! il faudrait avoir vachement de talent et réussir tout ce qui est conservatoire national et des choses comme ça mais je pense pas avoir autant de talents pour faire des choses comme ça et puis c'est vraiment un milieu c'est fermé quand même.

Aussi, elle se résout à suivre une filière qui pourrait lui permettre de travailler dans le milieu du théâtre :

[Pourquoi tu as choisi cette licence culture et communication ?] Ça... enfin je sais pas. Je me suis dit que... je voulais rester en fait dans le milieu tout ce qui était théâtral, quelque chose comme ça, enfin je veux rester dans ce milieu-là.

Mais, là encore, le fait de poursuivre ses études après le bac, de même que le contenu de sa formation, suscitent une certaine défiance de sa part. Elle envisage de ne pas trop s'attarder sur les bancs de l'université :

De toute façon, la fac dès le départ, j'étais pas trop dans cette optique-là, j'étais plus justement dans l'idée de faire un truc où je puisse partir vite et... peut-être pas commencer à travailler tout de suite mais être déjà sur le terrain, pour moi la communication c'est pas quelque chose qui s'apprend à la fac, enfin là on nous fait apprendre des trucs, je trouve c'est complètement inutile, quoi enfin, faut vraiment être sur... enfin je pense que dans ce genre de métiers-là où il faut parler des choses comme ça, il faut directement être sur le terrain enfin bon... moi je pense que là ce qu'on apprend c'est trop... c'est trop général enfin c'est pas... ouais je me vois plus

aller travailler tout de suite... [Donc pas de longues études ?] Je pense pas (rires) je pense pas parce que le master, le doctorat (rires) ça va aller !

### Un début de carrière de visiteuse sous contraintes

À l'annonce d'une partie consacrée à ses pratiques de visites, Manon m'interrompt et déclare : « *j'ai pas fait grand-chose* ». Concernant son plus vieux souvenir de visite, elle s'exclame : « *waouh... faut remonter loin là !* » Et lorsque je lui demande à quand cela remonterait, elle explique :

Ben avec mes parents je faisais pas... c'est vrai qu'on fait pas énormément de choses, c'est vrai que mes parents ils sont pas trop à sortir des choses comme ça, c'est pareil ils sont comme moi, enfin quoi... dès qu'ils peuvent rester chez eux, ils restent chez eux, ils font le jardinage, ils bricolent, ils sont vachement... c'est pas qu'ils sont casaniers mais... ouais voilà, ils sont bien chez eux donc... j'ai pas franchement j'ai pas de souvenirs

Familialement, Manon ne se remémore qu'une seule visite. Elle a lieu lorsqu'elle est au primaire avec sa grand-mère qu'elle était venue voir à Nancy pour des vacances. Elles se rendent au musée-aquarium et à la ménagerie de la Pépinière dont elle découvre la mascotte, Jojo, un singe, célèbre chez les nancéiens. Cette visite la marque fortement et plus particulièrement au musée-aquarium un spécimen d'agneau malformé :

c'était des animaux qui étaient dans du formol mais quand on est petit c'est vachement choquant, des animaux dans des bocaux comme ça, et surtout il y avait un agneau avec deux têtes [...] c'était vraiment un truc, souvenir de l'aquarium ici c'était qu'il y avait un agneau à deux têtes dans du formol, j'avais trouvé ça dingue !

À ce titre, c'est pour revoir cet agneau qu'elle retourne au muséum-aquarium à son emménagement à Nancy lors de la nocturne :

J'avais trop hâte d'y aller parce que justement quand j'y avais été enfin, ça, ça, c'est... ça c'est un truc qui m'a vraiment marqué et je pensais trop que c'était un truc qu'il y avait tout le temps, je pensais trop que j'allais le revoir mais ouais, à mon avis, ça devait être une expo éphémère parce que ça n'y était plus.

Tous ses souvenirs de visite renvoient aux voyages en Angleterre et en Grèce qu'elle effectuait dans le cadre scolaire ainsi qu'à une journée à Paris organisée par la mairie du village où elle résidait. Les deux voyages scolaires ne lui laissent pas un souvenir impérissable. Principalement, elle se souvient de sa lassitude devant des collections qu'elle dit ne pas comprendre ou dont elle ne voit pas l'intérêt :

[Comment c'était ces visites de musées en Grèce ?] C'était relou un peu (rires)... [C'était relou ?] Ben c'est tout le temps la même chose quoi, des vases, des statues, voilà une fois ça va, toute la semaine, surtout qu'on marchait pendant trois heures pour voir des trucs comme ça... on avait qu'une envie c'était de manger donc euh...

Ouais, non c'était des trucs que je comprenais pas en plus, enfin, elle nous parlait des choses archaïques, des choses comme ça, enfin si tu fais pas d'histoire de l'art, tu comprends pas quoi moi j'étais HS c'était...

Lors de son voyage à Paris, elle visite le Sénat et le musée Grévin. Là encore, ses souvenirs sont marqués du sceau de l'indifférence :

[Tu en gardes quels souvenirs de cette visite au Sénat ?] C'est sympa comme endroit mais c'est vrai que ça reste un endroit... ben c'est quelque chose de politique enfin c'est vachement euh... c'est vachement sérieux comme endroit donc il n'y a pas non plus, oui c'est vrai que c'est super joli quand tu lèves la tête, les dessins c'est magnifique mais après il y a rien d'exceptionnel [Et le musée Grévin, quels souvenirs tu en as ?] Un souvenir normal, c'était cool quoi, enfin surtout quand c'est la première fois que t'y vas, c'est toujours quelque chose à faire

Au terme de cette partie de l'entretien portant sur les pratiques de visite, Manon généralise cette indifférence à l'ensemble des musées : « c'est normal, enfin tu sais quand je vais dans des musées c'est pas non plus la fête : voilà on voit et puis basta ».

Au travers de l'entretien, Manon souligne plusieurs contraintes qui pèsent sur ses activités de loisirs et qui permettent en partie de comprendre le peu de visites qu'elle effectue pendant l'enfance ou actuellement. Il s'agit en premier lieu de sa perception de l'offre locale, peu abondante selon elle :

[Et avec tes amis de lycée, quand vous vous retrouviez, ça vous arrivait de faire des visites ?] À Bourges, y a pas grand-chose, c'est vraiment pas une grosse ville et... j'ai pas souvenir, ou sinon c'était vraiment un truc par hasard... non je me rappelle pas qu'on a été faire des trucs comme ça...

du manque de temps pour ses loisirs. Manon explique rapidement dans l'entretien qu'elle doit travailler pour financer ses études. Cet emploi « pas top mais bon... ça fait un peu de sous... » lui laisse peu de temps libre :

Après il faut avoir du temps aussi et c'est vrai qu'on peut pas tout faire en même temps, être à la fac, travailler le week-end, faire ça en plus c'est vrai que... réussir à jongler avec tout, c'est un peu compliqué quoi... il faudrait réussir à avoir des bons horaires au travail pour pouvoir faire des trucs en dehors mais souvent les étudiants, pour travailler ça se passe pas comme ça, c'est pas nous qui choisissons nos horaires...

Cette contrainte de temps explique selon elle qu'elle ne visite pas souvent voire pas du tout certaines années :

Ça m'arrive de ne rien visiter pendant une année, et puis de toute façon une fois que t'as ta vie, enfin l'année dernière comme je travaillais les week-ends, j'avais pas le temps donc...

Il s'agit enfin du manque de moyens financiers pour ses activités de loisirs, y compris pour le théâtre qu'elle affectionne pourtant tout particulièrement :

Ça coûte cher enfin quoi... j'y allais justement quand j'étais en option théâtre parce que pour nous c'était gratuit mais même à Nancy, quand on regarde, bon, si on n'a pas forcément le tarif étudiant, ou le tarif de ceux qui font du théâtre, c'est vrai que c'est pas donné, donc... voilà.

À ce titre, pour chacun des voyages scolaires au cours desquels elle effectue des visites patrimoniales, Manon évoque les aides municipales ou régionales qui lui ont permis d'y participer :

C'est le conseil général qui avait dû payer donc on avait payé 50 euros je crois quelque chose comme ça. Ça va pour une semaine en Grèce il y a pire.

C'était une copine que j'avais quand j'étais au collège-lycée et en fait c'était avec son lycée, c'était sa prof d'anglais qui avait organisé ça [le séjour en Angleterre] et comme il restait deux-trois places elle m'avait dit "ben viens c'est l'occas" Ça m'avait pas coûté grand-chose comme le conseil général prenait beaucoup en charge... 100 euros quelque chose comme ça pour la semaine donc ça allait, quand on voit combien ça coûte maintenant, ça va quoi.

### **Une carrière de visiteuse classée sans suite**

« C'est toujours quelque chose à faire » : Manon explique que certains lieux de visite lui paraissent incontournables et pense qu'un jour elle les visitera. Ainsi du musée du Louvre : « bon je visiterai le Louvre pour me cultiver, pour voir tout ce qui est grand tableau, des choses comme ça mais après le reste... »

Néanmoins, contrairement aux visiteurs touristiques que nous présentions plus haut, si Manon commence à voyager par ses propres moyens, ses premiers voyages ne donnent pas lieu à l'autonomisation de la pratique de visite. Lorsqu'elle se déplace à Paris pour participer à Rock en Seine ou pour passer des entretiens d'entrée en BTS, elle ne cherche pas impérativement à visiter :

[Et t'es retournée à Paris depuis ?] Oui mais comme je te dis, chaque fois que j'y vais c'est parce que voilà j'avais des entretiens pour des BTS des choses comme ça donc ... c'était vraiment la course, course, course. [Pas de visites à ces occasions-

là ?] Pas trop, trop, non. Enfin si, j'y étais l'année dernière, enfin l'été dernier, justement quand j'étais à Rock en Seine mais juste une journée donc on a juste été sur les champs avant les concerts, et puis c'est tout, on a fait deux-trois magasins, on a été visité Abercrombie si on peut appeler ça comme un musée (rires). Mais voilà c'est tout. Même Notre Dame de Paris je l'ai jamais fait, même la Tour Eiffel je suis jamais montée dessus.

De ce point de vue, Manon n'envisage pas spécialement de se rendre dans des musées si, à l'avenir, comme elle le souhaite, elle se met à voyager à l'étranger. Comme le montre l'extrait suivant, cette projection paraît liée à sa représentation de ce que sont les musées : des lieux avant tout consacrés à l'art.

J'ai soif de découvrir entre guillemets et c'est vrai que voyager c'est vraiment mon kif mais il faut avoir les moyens pour ça et... c'est compliqué, enfin bon c'est pareil, enfin voilà c'est des choses, c'est hors de portée... [Et dans tes voyages, t'irais visiter des musées ?] Pas forcément... si peut-être que si ça m'apprend des choses mais je pense pas que ce serait le premier truc que je ferais quand j'arriverais, peut-être l'histoire du pays ou des choses comme ça. Enfin tout ce qui est tableau c'est pas un truc que je ferais tout de suite, c'est pas dans mes objectifs premiers.

En revanche, comme pour les visiteurs touristiques que nous avons rencontrés plus haut, l'emménagement à Nancy provoque chez elle des visites de proximité réalisées de façon autonome pour découvrir les institutions de son nouveau lieu de résidence. Elle se saisit d'événement ou de jour de gratuité pour le faire :

J'ai fait les beaux-arts quand je suis arrivée, c'est la première fois que j'allais aux beaux-arts donc euh... [Tu y es allée toute seule ?] Avec ma cousine. Ouais, ben en fait j'étais venue pour faire les soldes à la base et puis ma tante nous avait dit "eh ben allez aux Beaux-arts, vous y avez jamais été c'est l'occasion" et puis c'était mercredi donc c'était gratuit, et on a été le voir et puis c'était cool.

Comme pour les visiteurs touristiques précédents, si cette visite lui laisse un bon souvenir, elle n'envisage pas néanmoins d'y retourner car « une fois que t'as fait le tour, t'as fait le tour » :

[Ça t'a plu cette visite aux Beaux-arts ?] Oui, enfin c'est vrai qu'il y a pas mal de tableaux qui me plaisent même comment c'est fait, c'est bien agencé. Non c'est vrai qu'ils ont pas mal de choses, pas mal... mais je te dis c'est pas parce que, enfin, c'est pas que je m'intéresse pas du tout à l'art mais c'est des choses, enfin tout ce qui est tableau et tout je cours pas après. [...] Maintenant j'y suis allée, j'y suis allée, c'est bon, j'y retournerai pas. Le musée de Beaux-arts c'est sympa mais tu vois j'y ai été deux fois et les tableaux c'est tout le temps les mêmes j'ai vu, je sais ce que c'est quoi.

### Transmission horizontale et inversée

Chez les visiteurs qui s'approprient aujourd'hui une pratique de visite à laquelle ils n'ont été socialisés que par l'école, tous relatent des visites qu'ils ont par la suite initiées au sein de leur famille. Le plus souvent, la transmission se fait au sein de la fratrie. Ainsi d'Audrey qui, dès lors qu'elle a eu choisi l'option histoire des arts, a eu à cœur d'échanger avec l'une de ses sœurs cadettes qui témoignait aussi d'un intérêt pour les arts. Elle estime avoir eu une influence sur les choix d'orientation de cette sœur au lycée :

« j'essaye de, j'aime bien apprendre des choses à mes frères et sœurs et à une de mes sœurs j'avais acheté des livres d'art, des imageries d'art pour les enfants et tout pour essayer de lui faire découvrir par mon point de vue à moi les arts... ma sœur qui est en terminale, je l'ai influencée à faire patrimoine, parce que ça s'appelait comme ça l'année d'après avec les réformes, donc je l'ai influencée à faire patrimoine et ça lui a plu et du coup vu qu'elle aime bien dessiner et qu'elle a une bonne vision architecturale des espaces... »

À ce titre, l'une des premières visites d'Audrey hors encadrement scolaire est en lien avec ce projet de transmettre son goût de l'art à sa sœur : elles se rendent toutes deux au musée barrois à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine. Toute la famille d'Audrey est au courant qu'elle nourrit une passion pour les arts. Si elle ne visite pas avec eux, elle aimerait le faire un jour, espérant pouvoir leur servir de guide et leur faire découvrir une passion par laquelle elle se définit :

« [Tu ne visites pas avec tes parents ?] Non... en tout cas pas pour le moment [Tu penses que cela pourra venir ?] Ben j'aimerais [Pourquoi ?] Pour leur montrer une partie de moi dans le sens où c'est quand même une passion... envahissante, je pense on peut dire oui c'est conséquent, oui c'est sûr que ça me ferait plaisir de leur montrer des choses que je sais, du coup ce serait moi le guide (rires), mais... après, je sais pas, je pense qu'ils seraient réceptifs mais à se promener dans des musées enfin il y a des gens qui aiment pas... »

L'intérêt que les parents prêtent à ces pratiques de visite qu'ont leurs enfants est variable. Audrey discute de ses visites plus souvent avec sa mère qu'avec son père car ce dernier « *a sa passion à lui [c'est-à-dire ?] tout ce qui est nature, pêche, chasse, tout ce qui est manuel* ». Alexis précise que ses parents n'ont prêté attention aux visites qu'il effectuait de son côté que dans les premiers temps :

« Dans les premiers temps, mon père me demandait ce que je voyais parce que c'était habituel que j'aille au musée. [Eux ils y vont ?] Non, non. Et finalement non, non, on n'en parle pas vraiment. [Pourquoi ?] Je crois que ça les intéresse pas vraiment voilà. Et j'en parle pas vraiment dans mon entourage de mes visites de musées parce que je fais ça pour moi et ouais... je garde ça pour moi en quelque sorte, enfin c'est pas que je le cache ou quoi mais c'est juste que j'éprouve pas le besoin d'en

parler... » Alexis, 18 ans, étudiant en classe préparatoire économique et commerciale

Aujourd'hui c'est à son petit frère, en difficultés scolaires, qu'il tente de transmettre son intérêt naissant pour les musées de façon à l'inciter à des pratiques culturelles valorisées par l'institution scolaire :

« Il a des difficultés scolaires et... ben moi j'essaie de le sortir le plus possible pour... pour... pour qu'il voit le maximum de choses et j'essaie aussi de l'aider... enfin j'essaie de lui faire lire des livres, etc. afin de pouvoir l'aider en quelque sorte. Ben c'est pour ça d'ailleurs que vous m'avez vu avec lui dans... dans le musée, ben j'essaie de l'emmener dans les musées pour qu'il voit un maximum de choses et... parce que je pense que c'est bien pour lui en fait, voilà... voilà » Alexis, 18 ans, étudiant en classe préparatoire économique et commerciale

Contrairement à Audrey qui n'a pas encore pu emmener ses parents dans une visite, et à Alexis dont les visites ne suscitent pas un intérêt durable chez ses parents, Liliana, actuellement étudiante à l'École du Louvre, parvient à entraîner sa mère et à aviver chez elle un intérêt pour la visite. Liliana se souvient, pendant son enfance, du désintérêt certain que manifestait sa mère pour cette pratique. Elle ne relate d'ailleurs qu'un seul souvenir de visite en famille, les autres étant scolaires, souvenir terne d'une visite faite d'ennui comme l'indiquent ses propos :

« [Quel est ton plus vieux souvenir de visite ?] Oh lala peut-être un musée d'art il me semble où est-ce que c'était ? c'était en Pologne, c'était à Cracovie et c'était un musée qui est, qui est en fait, c'est une réunion parce que j'y suis pas retournée depuis mais c'était un musée en fait où il y a enfin pratiquement que des, que des artistes polonais et je me rappelle juste que c'était dans une énorme tour c'est une espèce de bâtiment solide, enfin c'est un truc carré comme ça, posé et très grand et gris et rien enfin voilà et je suis allée quand on était en vacances je pense avec mes parents, ça c'est mon premier souvenir mais ça m'a pas marqué. [Tu avais à peu près quel âge ?] Je devais avoir 7 ans [Pourquoi tu dis que ça t'a pas marqué ?] Parce que je m'en rappelle pas. Je me rappelle quelle impression ça m'a laissée, je traînais les pieds, je pense que je m'ennuyais un peu. [Tu traînais les pieds pour aller au musée ?] J'aimais pas ça... [Tu as d'autres souvenirs avec ta famille ?] Non, non parce qu'on y allait pas souvent y avait pas trop de ça en fait, en France j'ai dû faire le musée... c'était avec l'école après [...] ma mère c'était pas, c'est pas des endroits qu'elle aime bien, elle aime pas trop aller au musée en fait, elle aimait pas du moins aller au musée. »

Le désamour de sa mère pour la visite de musée serait aujourd'hui du passé : cette rectification, Liliana l'explique un plus loin dans l'entretien. En effet, au début de notre entrevue, Liliana racontait être allée le week-end précédent au musée du Louvre avec sa mère et sa sœur qui lui rendaient visite à Paris, au motif que : « *ma mère aime beaucoup* ». Selon elle, l'intérêt que sa

mère nourrit actuellement pour cette pratique serait en lien direct avec ses propres choix d'orientation pour ses études :

[Tu m'as dit que ta mère n'aimait pas aller au musée ?] oui... [Et le week-end dernier vous étiez au Louvre ?] Oui... [C'est-à-dire que maintenant elle aime ?] C'est-à-dire que je pense qu'en discutant enfin je pense que le fait que j'ai choisi d'étudier l'histoire de l'art elle a juste commencé à avoir un peu plus d'intérêt pour la chose. C'est vraiment venu de ça »

Liliana prolonge ainsi une dynamique de transmission inversée qu'elle avait initiée au début de son adolescence, à son arrivée en France, lorsqu'elle entraînait sa mère sur les traces de ses visites scolaires :

« On a fait le musée des beaux-arts de Lyon et c'était avec le cours d'histoire et on a regardé les vases grecs au musée d'histoire [T'en as quels souvenirs ?] Je me souviens que je comprenais pas, je me posais cette question j'avais, je me suis juste demandée, on disait "musée" et pour moi je comprenais pas ce que c'était qu'un musée ou un musée d'histoire. Pour moi les vases c'était plus... vu que c'était associé au cours d'histoire je voyais pas ce que... pourquoi est-ce que c'était dans un musée...[...] Je comprenais pas pourquoi il y avait des vases et j'ai demandé à ma prof si c'était un musée d'histoire ou un musée d'art en fait et elle m'a dit que c'était un musée d'histoire de l'art, qu'il y avait une combinaison des deux en fait c'est là que j'ai commencé à me gratter un peu la tête et je me suis demandée ben qu'est-ce que c'était en fait et puis après je me rappelle que cet été-là j'avais envie de retourner avec ma mère [et vous y êtes allées ?] on y est allé mais on n'est pas allée voir les vases, on est allée voir les peintures. » Liliana, 22 ans, étudiante à l'École du Louvre

De même, Justin, visite actuellement avec son père alors qu'il ne visitait pas en famille étant plus jeune mais seulement avec l'école. Dans ce cas néanmoins, Justin n'est pas à l'initiative de cette pratique familiale de visite. Celle-ci s'instaure entre le père et le fils comme la rencontre de deux trajectoires de visiteur initiées séparément, en lien avec des visites scolaires pour le fils, en lien avec une longue convalescence chez le père. En effet, lorsque Justin était plus jeune, son père a été gravement malade. Selon ses termes, cette longue convalescence aurait « *créé une oisiveté contrainte* » durant laquelle son père se met à lire.

« [Du coup, vous ne visitiez pas en famille ?] Non ! [Même pendant les vacances ?] Non parce que ça gonfle mes frangines, ça gonfle ma mère. [Et ton père ?] Non, mon père il était cloué sur un lit d'hôpital et pendant une certaine période le seul mouvement qu'il pouvait faire c'était ouvrir sa main et il était pas branché forcément culture, il était assez rageux, il était chanteur de hard rock, enfin, il était électricien mais à côté de ça avec son groupe il était chanteur de hard rock, [...] et je sais pas... c'est peut-être d'avoir été cloué sur un lit d'hôpital qui l'a mis à la lecture, il me semble que c'est ça, je pense que le handicap ça lui a créé une oisiveté



contrainte mais ensuite bon... mon grand-père qui était mineur il avait aussi des bouquins à la maison, dans ma famille il y a quand même une idée d'ouvriers cultivés, et bon dans ma famille ça a pas pris forcément, ça a pas forcément pris avec mes frangines. » Justin, 25 ans, étudiant en arts du spectacle

Dans ses lectures, le père de Justin découvre notamment les écrits de Kandinsky et se prend de passion pour cet artiste. Au moment de son adolescence, Justin et son père se rendent au musée d'art contemporain de Strasbourg pour découvrir les salles qui lui sont consacrées. Cet exemple montre que la socialisation familiale à cette pratique peut survenir tardivement. De même, il souligne la complexité qu'il y a à modéliser des carrières de visiteur, celle-ci pouvant s'amorcer en lien avec des facteurs de nature très variée (comme ici pour le père de Justin une « *oisiveté contrainte* » par la maladie).

- **Au-delà de la famille et de l'école : la diversité des « points de bifurcation » d'une carrière de visiteur**

Dans cet échantillon d'enquête, les trajectoires de reproduction et de diffusion positives, celles dans lesquelles la pratique de visite fait l'objet d'une appropriation personnelle (adoption, intensification ou réorientation de la pratique de visite), offrent un espace privilégié d'analyse des « points de bifurcations » (Voegtli, 2004) des carrières de visiteur. Il apparaît que ces facteurs déclencheurs d'une appropriation personnelle de la pratique de visite sont de nature très variée, outrepassant la seule imprégnation familiale ou l'initiation scolaire à cette pratique. Il peut s'agir tout d'abord du choix d'une filière d'étude ou professionnelle qui prolonge les incitations scolaires à la visite au-delà de l'enfance et de l'adolescence. Pour exemple, Sarah, peu visiteuse pendant la période de ses études en droit, intensifie sa pratique de visite lorsqu'elle est recrutée comme stagiaire dans l'administration d'un théâtre où elle espère être employée durablement :

« Du coup j'ai cette nouvelle sensibilité qui arrive avec mon boulot, tout ça qui fait que sur Toulouse je m'intéresse vachement à ce qu'il se passe en termes culturels beaucoup plus qu'avant mon départ pour Paris et donc j'ai toujours les derniers trucs, je sais ce qu'il passe, je sais qu'il y a le vernissage de ça, de machin donc voilà. » Sarah, 23 ans, stagiaire dans l'administration d'un théâtre

Sans surprise, ce facteur est d'autant plus prégnant chez celles et ceux qui s'orientent dans des études artistiques, en particulier dans le groupe des étudiants en arts appliqués que nous avons pu rencontrer. Le cas d'Hortense que nous présentions plus haut et dont les visites font l'objet d'une mémorisation à partir du moment où elle s'inscrit dans cette filière est à ce titre parlant. Suivant la même logique, l'appropriation personnelle de la pratique de visite peut survenir en lien avec le développement d'une pratique en amateur, qui sans devenir professionnelle comme c'est le cas chez les étudiants en arts appliqués, va fournir l'argument des visites et orienter le choix des lieux à visiter (nous y revenons au chapitre suivant).

Par ailleurs, au-delà des instances scolaires et familiales, une carrière de visiteur peut débiter en lien avec la diversification du réseau interpersonnel des individus. Entre autres

exemples, Valentin explique que la rencontre de Thanh, guide lors de son voyage scout au Vietnam et venu étudier par la suite à Paris, a constitué selon lui un « *tournant* » reconfigurant ses pratiques et goûts de loisirs :

« En fait, à cette époque-là il y avait mon ami Thanh qui connaissait déjà bien Paris, mon ami vietnamien... [Il était avec la fac avec toi, non... ?] Non il était pas à la fac avec moi mais il était venu en France faire des études et donc on se voyait régulièrement et lui c'était un mec mais complètement différent de moi, mais en fait ça m'a plu, parce que finalement avec lui j'ai vécu des expériences que je n'aurais jamais cherchées à faire par ailleurs et ça m'a plu parce que là aussi ça m'a permis aussi de tester de nouvelles expériences, de nouvelles ambiances... voilà. Et lui il connaissait bien Paris et moi je... je connaissais mal en fait à part mon quartier avant où j'habitais dans le 20<sup>ème</sup> et quelques endroits connus de Paris en fait je connaissais pas et en fait je me suis dit, "je ne connais rien, eh ben quand j'ai des moments je vais me balader je vais découvrir et connaître les choses" [C'était vers quel âge ?] La vingtaine, là c'est un peu un âge tournant et finalement on change un peu. [Tu le vois comme ça ?] Ouais, quelque part je suis resté le même, mais par ailleurs j'ai beaucoup changé en fait, même par rapport à moi adolescent... voilà, moi adolescent, c'était mangas, jeux vidéo finalement des loisirs qu'on fait bien chez soi, voir toujours les mêmes amis et puis finalement je me suis diversifié : connaître des étrangers, connaître des endroits qu'on connaît pas, connaître des activités qu'on avait jamais pratiquées, voilà... » Valentin, 28 ans, ingénieur d'études en biologie en reprise d'études

Dans ce registre, la mise en couple, à l'adolescence ou au moment de la jeunesse adulte, peut constituer le point de départ d'une socialisation familiale que l'on peut dire secondaire en ce sens qu'elle s'effectue au sein de la famille du compagnon ou, le plus souvent, de la compagne. Nous avons d'ores et déjà pu voir ce cas de figure chez Hugo (cf. portrait p. 196). On le retrouve chez deux autres enquêtés qui ne visitaient pas étant enfant avec leur propre famille et pour qui la mise en couple et la famille de la petite amie les entraînent dans des pratiques de visite qu'ils maintiennent au-delà de l'histoire amoureuse. Ainsi Alexis estime que toutes ses petites amies ont ajouté certaines pratiques culturelles et de loisirs à son propre univers culturel : avec Roxane, c'est « *tout ce qui est culturel* », explique-t-il. Comme le soulignent ses propos ci-après, Alexis est passé d'un régime de pratiques culturelles au « second degré » pour reprendre les termes de B. Lahire, c'est-à-dire dont on ne sait exactement si elles sont adoptées « *pour elle... enfin à cause, grâce à elle* » à une pratique au premier degré, effectuée par intérêt personnel :

« Puisqu'on parle de culture, ben il y a aussi une fille avec qui je suis sorti pendant presque 2 ans qui s'appelle Roxane. [Au lycée... ?] Ouais au lycée, donc de la première jusqu'au... jusqu'au mois... ouais on va dire les trois premiers mois de la prépa j'étais avec elle [Et pourquoi tu dis puisqu'on parle de culture ?] Ben parce qu'en fait c'était une fille qui... qui vivait beaucoup dans ce monde-là en fait, elle

faisait de la danse même si elle compte pas être professionnelle c'est... comment dire ? Sa mère en fait était très... enfin son milieu était très culturel en quelque sorte et je pense que c'est aussi pour elle que... enfin à cause, grâce à elle que... on va dire que je m'intéresse à tout ce qui est culturel etcetera, elle m'a un peu sensibilisé à tout ça en fait. Voilà. Ouais voilà, ouais donc elle compte beaucoup pour moi, même si on se parle plus trop maintenant, elle a vraiment beaucoup compté pour moi. » Alexis, 18 ans, étudiant en classe préparatoire économique et commerciale

De même, chez Justin, la rencontre de sa petite amie Maëlle occasionne une série de visites touristiques avec la famille de celle-ci et dans lesquelles Justin se laisse entraîner tout comme s'il tenait le rôle du « *gendre idéal* » :

« Je faisais un peu gendre idéal et j'étais pris un peu comme tel et j'avais été embarqué dans leurs vacances en famille, avec la famille à Maëlle j'ai fait des visites un peu comme ça, à chaque fois j'ai eu le sentiment d'adopté parce que... je suis intégré à l'activité de la famille sans faire partie de la famille » Justin, 25 ans, étudiant en arts du spectacle

Au regard de ces deux cas de figure et plus particulièrement, dans ce dernier extrait, du sentiment « *d'adopté* » exprimé par Justin, il peut sembler réducteur de résumer la socialisation familiale à la seule famille d'origine. Celle-ci peut aussi s'effectuer comme une socialisation secondaire : au sein de la famille des autres.

Pour plusieurs enquêtés, la pratique de visite s'instaure en lien avec leur mobilité géographique notamment à l'international, voire la mobilité des autres. Nous avons pu l'évoquer au travers du portrait d'Hugo dont le séjour d'étude en Angleterre réamorce la pratique de visite d'une part parce qu'ils réalisent des visites lors de voyages en Europe avec les étudiants qu'il rencontre là-bas et, d'autre part, parce que son frère se saisit de l'installation d'Hugo en Angleterre pour lui rendre visite. De même, chez Lucie, l'autonomisation des pratiques de visites par rapport à la famille ou l'école s'effectue en lien avec la mobilité géographique des individus dont elles s'entourent. Lucie est adhérente d'une association qui organise la venue des étudiants en Erasmus. Dans ce cadre, elle programme, pour le compte de l'association, plusieurs voyages à Paris et à Lille visant à faire découvrir le pays aux nouveaux venus. Chez elle, la visite occupe principalement une fonction d'accueil. C'est encore dans cette optique qu'elle se rend à la nocturne étudiante que nous avons enquêtée :

« On est allé au musée [d'histoire] et là on a pris notre temps parce qu'il y avait pas grand-monde et puis on a réussi à avoir un guide en fait donc il nous a un peu, un peu expliqué les tableaux et tout ça et on a une copine en Erasmus en fait azerbaïdjanaise donc c'était l'occasion pour elle aussi de découvrir un peu l'histoire de France » Lucie, 23 ans, étudiante en master d'études européennes

Chez trois interviewés, leur séjour à l'étranger apparaît comme une prise de conscience qui les conduit ensuite à leur retour en France à intensifier leurs pratiques de visite. D'une part,

il se dessine dans leur récit l'idée que leur séjour devait être « *rentabilisé* » : se déplaçant loin, ils souhaitaient ne rien manquer sur place.

« Taïwan j'avais vraiment eu le besoin de... de rentabiliser, de faire des trucs, de pas perdre mon temps, je sais j'avais qu'un an du coup en revenant j'ai vraiment commencé à partir dans tous les trucs culturels, avant c'est une partie qu'on ignore un peu, vu qu'on l'a elle est acquise on la visite pas du tout, et c'est mon voyage à Taïwan mon année à Taïwan en revenant j'ai fait tous les musées de la ville... [...] [Tu t'es mis à plus visiter après Taïwan ?] Ouais parce que déjà à Taïwan, Taïwan ça m'a donné le... enfin j'étais obligé de... enfin, alors que quand t'es ici, t'es tranquille tu vois, tu les as sous le coude alors que Taïwan c'était qu'un an je voulais vraiment visiter, je voulais bien connaître et tout je voulais vraiment visiter tous les trucs. On était avec notre petit groupe et y avait pas une journée où on restait à la maison, quand on s'ennuie, qu'on savait pas quoi faire on prenait une station de métro au hasard puis on y allait on visitait, vraiment tout, on connaît tout comme notre poche, fallait qu'on en profite au maximum, et puis en revenant je me dis « je vais m'ennuyer » et tout et puis après je me dis « non, en fait, il y a plein de trucs que je connais pas » Osman, 20 ans, étudiant en biologie

D'autre part, chez ces trois visiteurs, la découverte du patrimoine à l'étranger leur fait apparaître, comme par contraste, la richesse du patrimoine en France qui les environne au quotidien. De ce point de vue, ces visiteurs rompent avec le « *syndrome de la tour Eiffel* » et développe une pratique de visite à proximité de chez eux, dans le temps ordinaire de leurs loisirs.

« C'est quelque chose que j'apprécie beaucoup en France c'est quand même qu'on a su préserver pas mal de choses et qu'on a un patrimoine qui est riche, qui est divers. En Chine c'est un pays qui est immense, qui a une diversité incroyable mais les villes elles sont moches, mais d'une mocheté ! ah c'est décevant, parce qu'en fait il y a quelques grands monuments, qui sont, qui sont superbes, tout le monde connaît la grande muraille de Chine, tout le monde connaît la Cité interdite etcetera, mais la plupart des quartiers un peu anciens, un peu pittoresque, XIX<sup>e</sup> début XX<sup>e</sup> ils ont tout foutu par terre pour construire des barres et ils enchaînent des barres, [...] il y a pas mal de tours qui sont élégantes architecturalement ou c'est plutôt réussi. Mais c'est une ville où c'est un peu comme Dubaï, il y a pas d'histoire, voilà, ça paraît vide [...]. Et ça sans même s'intéresser au détail de l'histoire ça crée un cadre qui est quand même très agréable, qui est quand même charmant, ici, voilà, une place comme celle-là, voilà c'est super connu, c'est très agréable, c'est piéton, enfin, moi j'adore, voilà. [...] Depuis la Chine, encore avant j'avais conscience de la valeur de mon patrimoine, maintenant que j'ai fait un tour en Chine, je me dis c'est plus que de la valeur, c'est quelque chose qui est inestimable parce que dans d'autres pays du monde ils ont saccagé leur patrimoine ancien et là il y a une perte qui est irrémédiable tu vois, ils sont même en train de construire des pseudos quartiers

anciens pour, pour se reconstruire du patrimoine, mais bon c'est pas pareil quoi, c'est pas pareil. » Valentin, 28 ans, ingénieur d'études en biologie en reprise d'études

« Et puis ici c'est quand même une ville, on a un patrimoine culturel beaucoup plus intéressant qu'à Taïwan, Taïwan ça a cinquante ans tout ça c'est que du béton en fait du coup je me suis dit en fait il y a plein, beaucoup plus d'opportunités, Taïwan c'était que le début, c'était vraiment mon initiation et, ici, il y a plein de trucs à faire. » Osman, 20 ans, étudiant en biologie

Lorsque les visiteurs s'approprient à titre personnel une pratique de visite qui ne suscitaient pas chez eux un intérêt marqué pendant l'enfance et/ou l'adolescence, il est fréquent dans leurs récits qu'ils identifient eux-mêmes des « points de bifurcation » de leur carrière de visiteur. Ceux-ci apparaissent comme des événements biographiques qui, dans leurs discours, scindent le temps en un avant un après et à partir desquels ils réexaminent rétrospectivement leurs débuts de carrière de visiteur. Ainsi d'Osman qui identifie non seulement son année à Taïwan comme un moment clef pour le développement de son goût des visites, mais également l'année, au lycée, lors de laquelle il suit l'option histoire des arts :

« J'étais en histoire des arts donc on faisait pas forcément beaucoup de visite mais on allait beaucoup voir le patrimoine de la ville, je suis super content, c'était super bien. Maintenant, les églises, elles me parlent, ça m'a changé la vie. [Ça t'a changé la vie ?] Ben il y a toute une dimension que je voyais pas avant, que maintenant je vois. Je peux interpréter une façade, même si j'ai fait qu'un an j'ai trouvé ça super bien... ouais puis après en revenant de Taïwan. » Osman, 20 ans, étudiant en biologie

S'il fait partie de ces visiteurs qui, au moment de l'adolescence, rechignaient à effectuer une visite (« au collège j'étais vachement réfractaire »), Osman explique aujourd'hui que « rétrospectivement, en y repensant, je suis vachement reconnaissant... ». On retrouve ce même sentiment de reconnaissance (ou de regret) chez deux autres visiteurs qui, comme lui, cumulaient également une socialisation familiale et scolaire à la pratique de visite étant plus jeune :

« J'ai mis beaucoup de temps à apprécier le fait d'aller dans un musée, c'est quelque chose que je regrette un peu de pas y être allée plus souvent » Jeanne, 22 ans, étudiante en psychologie

« Je pense qu'on se rend pas forcément compte, c'est un peu banal comme phrase mais on se rend pas forcément compte quand on est petit c'est hyper important de se familiariser avec finalement un contexte qui permettra ensuite de pouvoir être habitué à ce milieu et avoir la spontanéité d'y retourner... [C'est quoi ce milieu ?] Ben les visites, finalement quelqu'un qui ne fait pas forcément énormément de visites quand il est plus jeune il aura moins l'envie ou la spontanéité de retourner dans

les musées, voilà donc je pense que c'est important » Hugues, 20 ans, étudiant en médecine

Dans les représentations qu'ils ont de leur propre trajectoire, il est rare qu'à l'instar d'Audrey (cf. portrait p. 215) ces visiteurs attribuent un rôle prépondérant, voire déterminant, à un seul de ces facteurs. Qu'ils aient été initiés uniquement par l'école ou également par leur famille, aucun des facteurs de pratique qu'ils évoquent ne paraît fonctionner isolément. De même, il est rare que ces jeunes soient catégoriques et définitifs quant à la suite de leur carrière de visiteur comme l'était Manon (cf. portrait p. 219). Plus souvent, dans les portraits qu'ils livrent d'eux-mêmes en visiteur, ces jeunes intègrent le dynamisme de leur trajectoire culturelle et envisagent la plasticité de leur rapport à cette pratique. En témoigne la revalorisation *a posteriori* de l'influence de l'un ou l'autre facteur dans ce processus d'appropriation personnelle de la visite à laquelle procèdent les trois visiteurs ci-dessus. En atteste encore Séverine (cf. portrait p. 269) qui, actuellement, ne se reconnaît pas comme visiteuse de musées, mais n'en exclut pas *a priori* la possibilité : « après le musée, moi j'ai aucun problème avec le musée, [...] c'est juste que ce qui est présenté aujourd'hui ne m'intéresse pas mais peut-être qu'un jour... [...] peut-être dans dix ans on se recroisera et je te dirais "ah ben oui j'ai fait tous les musées de la ville", je sais pas... »

## En résumé

Dans ce chapitre, nous constatons que le rapport à la visite des jeunes adultes se démarque sous plusieurs aspects de celui des visiteurs les plus âgés de ces enquêtes. Ils expriment plus souvent que leurs aînés leur aspiration à ce que le musée soit un lieu démocratique. Leurs attentes à l'égard de la visite se situent plus souvent du côté de la convivialité et du divertissement. En écho, plus souvent que les autres, ces visiteurs jeunes se rendent au musée en compagnie de leurs pairs. Ils apparaissent enfin comme un public plus spontané, leur visite pouvant s'improviser dans un temps court, mais aussi plus volatil, la tendance à la fidélisation à l'établissement visité augmentant avec le nombre des années.

Pour autant, ces traits communs qui tendraient à caractériser une culture muséale juvénile se diffractent dès lors qu'on les croise avec le profil sociodémographique de ces jeunes visiteurs. L'analyse traduit ainsi l'influence de plusieurs facteurs sociaux : le fait d'être une femme, d'appartenir aux classes sociales les plus favorisées ou de poursuivre des études supérieures, de vivre à Paris ou dans sa banlieue proche, d'avoir été socialisé précocement à cette pratique culturelle sont autant de facteurs qui clivent les motivations et les modalités de la visite et qui resserrent le lien que les visiteurs entretiennent avec cette pratique. Chez ces catégories de population, la visite constitue plus souvent la promesse d'une expérience esthétique, s'effectue plus souvent en solitaire, et s'inscrit plus souvent dans une dynamique de fidélisation à l'établissement visité le jour de l'enquête. Ces clivages se rencontrent pour l'ensemble des publics de ces enquêtes. De même, si cette jeune génération partage une forte sensibilisation par l'école, celle-ci ne suffit à compenser le fait que tous ne cumulent pas visites scolaires, familiales et autonomes. Si l'action scolaire peut expliquer que ces visiteurs sont majoritairement, dès leur jeune âge, très familiers de la visite, leur niveau de familiarité avec la pratique n'en reste pas moins socialement clivé.

Plusieurs éléments nuancent le caractère figé de ces déterminants sociaux et d'une pratique prétendument intemporelle. D'une part, selon les catégories thématiques des musées, les publics ne se composent pas de la même manière, n'expriment pas les mêmes attentes à l'égard de la visite et ne s'y rendent pas de la même manière. Cette analyse située des publics distingue les musées d'art, aux publics féminins et socialement plus favorisés, des musées de sciences et techniques de l'enquête. Elle permet de voir que l'enjeu de diversification des publics des musées n'a pas la même ampleur ou ne se formule pas de la même manière en tous lieux. D'autre part, à l'échelle individuelle, la construction de la familiarité muséale aux premiers temps de la jeunesse apparaît plus dynamique que ne le laisse entendre l'analyse statistique. Leurs débuts de carrière de visiteur mettent en lumière la pluralité des facteurs qui modèlent leur rapport à cette

pratique culturelle et la plasticité des trajectoires. Une forme de socialisation à la pratique de visite, scolaire ou familiale, ni même leur cumul ne prédéfinit le rapport à la visite au moment de la jeunesse adulte.

Au total, ce chapitre abonde dans le sens de B. Lahire lorsqu'il défend une sociologie à la fois « dispositionnaliste et contextualiste » (2006 : 732). Cette analyse conjointe des déterminants sociaux de la pratique et des trajectoires de visiteur montre que la manière « d'être public » n'est pas un « déjà-là » qu'intériorisent les individus, mais « le produit de l'interaction entre, d'une part, la pluralité des dispositions et des compétences culturelles incorporées [...] et, d'autre part, la diversité des contextes culturels [...] dans lesquels les individus ont à faire des choix, pratiquent, consomment, etc. » (*id.* : 17).





## **CHAPITRE 4. La politique des publics comme instance de socialisation**

**4.1. De la fréquence de visite aux formes d'usages des musées**

**4.2. Gratuité et *médiation* : (ré)inscrire la visite muséale à l'agenda des loisirs ordinaires**





*« Le jour anniversaire de la mort de Joe Strummer, Vernon avait continué comme quand Bertrand était là : il avait écouté l'intégrale des Clash, en buvant des bières. Ça n'avait jamais été un groupe qui l'intéressait. Mais l'amitié fait ça : on apprend à jouer sur le terrain de jeu des autres. »*

Virginie Despentes, *Vernon Subutex*, t.1 en poche, p.21



## Introduction

Ce chapitre entend analyser la manière dont les politiques culturelles adressées aux jeunes adultes peuvent modeler ou moduler le rapport qu'ils entretiennent avec la visite. Aussi, dans une première partie de ce chapitre, à partir de l'enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur*, nous analysons les usages que ces jeunes font de la visite. Nous nous appuyons pour cela sur la notion d'univers culturel entendue comme système cohérent et autonome de goûts et de pratiques. Nous proposons de lire la manière dont la visite s'intègre dans les pratiques culturelles et de loisirs des jeunes et comment celle-ci alimente leurs goûts et intérêts voire constitue un principe unificateur de leur portefeuille de goûts. En faisant retour sur les enquêtes statistiques *À l'écoute des visiteurs*, nous proposons une réinterprétation de l'indicateur du capital de familiarité muséale moins en termes d'intensité de la fréquentation que suivant les différentes formes d'usage des musées mises au jour dans l'analyse qualitative.

Dans la seconde partie de ce chapitre, nous observons la manière dont les politiques d'incitation à la visite s'inscrivent dans ces usages des musées. L'analyse aborde ainsi les effets de ces politiques d'un point de vue qualitatif et envisage la capacité de ces mesures à soutenir, provoquer ou amplifier l'autonomisation de la pratique de visite. Nous considérerons ainsi la manière dont ces actions parviennent à (ré)inscrire la visite à l'agenda des loisirs ordinaires : en donnant prises aux activités de sociabilité de ces jeunes et, pour les programmations événementielles, en prenant appui sur les centres d'intérêt que la visite des lieux patrimoniaux peut alimenter. De ce point de vue, ces politiques de gratuité événementielle ou catégorielle présentent un effet commun : celui de soutenir l'activité de conseil et d'initiation à la visite à laquelle se livre un public médiateur et ambassadeur de cette pratique culturelle.

## 4.1. De la fréquence de visite aux formes d'usages des musées

Dans l'enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur*, plusieurs formes d'usages des musées se font jour. Cette première partie propose d'analyser la place qu'occupe la pratique de visite dans les univers culturels et de loisirs des jeunes visiteurs que nous avons rencontrés dans cette enquête. À l'échelle des individus, ces univers se dessinent comme des systèmes cohérents dans lesquels chaque pratique, dont la visite muséale, occupe une fonction : nourrir un centre d'intérêt plus ou moins prégnant, entretenir des relations interpersonnelles, construire une culture professionnelle, etc.

### 4.1.1. La visite muséale dans la syntaxe des pratiques culturelles et de loisirs

Pour mener cette analyse, nous avons d'abord repris l'analyse topographique proposée par J. Eidelman (2005) et considéré l'orientation des visiteurs dans la sphère muséale entre les différentes catégories thématiques de lieux de visite.

De ce point de vue, on peut distinguer deux grands groupes. L'un, celui des visiteurs « sélectifs » regroupe des visiteurs qui choisissent drastiquement les lieux de leur visite (en visitant majoritairement<sup>115</sup> des musées d'art ou bien des musées d'histoire par exemple). L'autre groupe, celui des « muséovores » (ou « expovores » selon les cas), rassemble des visiteurs qui visitent tout type de musées, quelle qu'en soit la thématique. Ensuite nous avons qualifié la place qu'occupe la visite muséale dans les systèmes de goût de ces jeunes<sup>116</sup> :

- selon qu'elle renvoie à un goût majeur qui unifie leur système de pratiques et de goûts. Dans ce cas, la visite a une place (et une fonction) principale.
- selon qu'elle renvoie à un goût latent, qui n'est pas actualisé dans le temps quotidien des loisirs, c'est-à-dire qui n'unifie pas leur système de pratiques et de goûts. Dans ce cas, la visite occupe une place périphérique ou secondaire.
- selon que d'autres activités peuvent être substituées à la visite muséale pour remplir les fonctions que ces jeunes lui attribuent. Dans ce cas, la visite muséale a une place interchangeable.

---

<sup>115</sup>Chacun des visiteurs que nous avons rencontrés peut avoir plusieurs usages des musées et de la visite, mais certains sont dominants. En procédant à une analyse typologique, ce sont ces usages dominants qui concentrent notre attention.

<sup>116</sup> Dans l'enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur*, les entretiens invitaient d'abord les personnes interviewées à se raconter en décrivant, d'une part, leur réseau social (familial, amical, professionnel) et, d'autre part, leurs centres d'intérêt et pratiques de loisirs. Les pratiques de visite, abordées ensuite dans l'entretien, pouvaient ainsi être rapportées aux personnes avec lesquelles ils visitent et aux intérêts auxquels ces visites renvoient (ou non).

- **Des visiteurs sélectifs...**

**...pour qui la visite est une pratique centrale dans l'univers culturels et de loisirs**

Dans ce premier cas, la visite muséale occupe une place centrale dans le système de goûts et de pratiques de ces jeunes sélectifs. Elle constitue une pratique principale, essentielle à l'exercice d'un goût qui unifie l'univers culturel et de loisirs de ces jeunes.

Nous retrouvons principalement des amateurs d'art et des artistes amateurs ou engagés sur la voie de la professionnalisation. La visite muséale leur sert avant tout à nourrir cette pratique généralement vécue sous le régime de la passion que plusieurs ont tendance à naturaliser.

En témoignent les portraits suivants. Chez Hugues la pratique artistique en amateur de même que la pratique de visite qui l'étaye participeraient d'un besoin vital : « *bien manger, bien dormir, bien sortir, aller voir des belles choses* » (Hugues, p. 245). Cette tendance à la naturalisation se retrouve aussi chez Anaïs dont le goût du dessin, transmis par son père, et le choix de s'orienter professionnellement vers le graphisme remonteraient à sa plus tendre enfance : « *je sais que mon père aime bien dessiner, il prend pas le temps de le faire, mais je pense qu'il m'a un peu... depuis que je suis toute petite en fait, j'ai toujours dessiné, je pense je suis née avec un crayon dans la main* ».

Dans ce groupe de visiteurs sélectifs, le musée est le lieu où ils apprennent sur leur passion et où ils trouvent l'inspiration. Comme l'explique Hortense, étudiante en arts appliqués, « *à chaque fois que je vais dans un musée et que j'en ressors j'ai toujours l'impression d'avoir appris plein de choses et j'ai envie de... de... créer* ».

Chez ces visiteurs, la visite muséale est consubstantielle à la passion qui unifie la majeure partie de leurs activités de loisirs : le musée constitue un outil principal pour son expression. Ils évoquent spontanément leurs pratiques de visite lorsqu'ils parlent de leur passion parfois même d'emblée lorsqu'ils se présentent en début d'entretien, racontent comment celle-ci a déterminé leur choix d'études ou professionnels : ainsi Audrey évoque sa « *révélation* » et son « *enchantement* » pour l'histoire de l'art pour expliquer qu'elle est aujourd'hui étudiante en hypokhâgne.

Dans ce groupe de visiteurs sélectifs, chez ceux qui ont fait le choix de transformer leur passion en métier, les activités du temps libre et de travail ont tendance à se confondre ainsi que l'évoque Anaïs (cf. portrait p. 249) : « *les gens ont l'impression que je travaille tout le temps, mais pour moi c'est pas du travail* ». De ce point de vue, la visite apparaît chez eux comme une pratique de semi-loisir qui leur permet tout à la fois d'alimenter leur passion et de construire leur culture professionnelle. Elle s'intègre par ailleurs dans un ensemble d'activités de loisirs satellisées autour de cette passion (cf. portrait d'Anaïs) et peut participer chez certains à une véritable esthétisation du quotidien, comme en témoigne ce récit de Liliana :

« la dernière fois on a trouvé un rétroprojecteur pour pas grand-chose donc ça nous a donné l'idée de faire une soirée donc on a choisi... le but c'était de choisir en fait un film que personne n'avait vu, on a pris un film de Belatar c'est un réalisateur hongrois, la Damnation, et en fait on l'a... on s'est organisé une journée, ou plutôt



une soirée en fait on a fait des bloody mary on a projeté le film et on avait choisi une œuvre qu'on avait aussi projeté sur le mur en même temps qu'on mangeait c'était The Last Supper de Leonard de Vinci, enfin on aime bien faire ce genre de choses, un peu mettre des petites ambiances » Liliana, 22 ans, étudiante à l'École du Louvre

Dans ce groupe de sélectifs, tous les visiteurs n'affichent pas la même intensité de visite sur une année et leur fréquentation ne se développe pas nécessairement de façon régulière comme le soulignent ces propos d'Hortense :

« Je peux ne pas aller au musée pendant deux mois et tout d'un coup avoir une envie soudaine de musée et en faire en trois dans deux semaines, ça varie vraiment. [Qu'est-ce qui peut te donner une envie soudaine d'aller au musée ?] Quand j'ai une baisse totale d'inspiration, que je me sens vide ou quoi et que j'ai besoin de voir des choses pour me sentir mieux » Hortense, 18 ans, étudiante en arts appliqués

La cadence des visites peut en partie renvoyer à l'offre culturelle à proximité de leur lieu de résidence ou plus précisément à la représentation qu'ils s'en font. Ainsi chez Morgane et Audrey, la pratique intense de visite est plus souhaitée qu'effective du fait qu'elles résident dans des villes où elles considèrent ne pouvoir nourrir leur goût pour l'histoire de l'art à plein régime. Chez Morgane, cette représentation induit une fréquentation muséale essentiellement touristique : et cette visiteuse explique qu'elle ne peut véritablement « mange[r] des musées » que lorsqu'elle se rend à Paris.

Tout comme chez Liliana, le développement de ce type d'usage, qu'il puisse, ou non, être assouvi aussi souvent que souhaité, ne fait pas écho à un schéma spécifique de transmission culturelle. Morgane reproduit une pratique touristique familiale quand Audrey et Liliana sont en train de professionnaliser une passion qu'elles ont vu émerger en lien avec des visites uniquement scolaires pendant l'enfance.

***Hugues : « bien manger, bien dormir, bien sortir, aller voir des belles choses »***

Hugues a 20 ans. Cette année encore, il est en première année de médecine, voie qu'il a choisie dès son entrée au lycée : « je voulais faire médecine parce que pour moi c'est un métier qui fait que... qui fait qu'on apporte quelque chose et ça je pense que c'est très important d'avoir quand même un but, un but de vie ». Au départ, Hugues se voyait plutôt dans une filière littéraire et souhaitait devenir psychologue. Averti que cette voie « était quand même assez bouché[e] », il s'oriente vers un bac scientifique et réoriente son projet professionnel vers la psychiatrie. Hugues a grandi en Seine-Saint-Denis et vit encore chez ses parents avec deux sœurs d'une fratrie de neuf. Sa vocation pour la médecine lui viendrait de son père, lui-même médecin. Sa mère est mère au foyer. Il partage peu d'activités avec son cercle familial, ce qu'il explique par son adolescence conflictuelle, par l'activité professionnelle très prenante de son père et par le départ du foyer de six de ses frères et sœurs. Il lui arrive toutefois de partager certaines activités avec sa mère et deux de ses sœurs restées à la maison, principalement des sorties au cinéma ou dans des expositions. Dans le reste de la fratrie, explique Hugues, ils ne sont « pas particulièrement férus d'arts et de choses comme ça ».

**Le panthéon des pères culturels**

Toutes ses activités de temps libre sont de nature artistique : outre la musique qu'il pratique depuis l'enfance, Hugues dessine et à partir de la fin du lycée se lance dans le *street art* en utilisant la technique des pochoirs. Depuis peu, il pratique également le tatouage. Dès l'adolescence, Hugues prend ses distances à l'égard des injonctions scolaires et familiales à la visite : il situe sa première visite sans accompagnement scolaire ou familial vers ses 16-17 ans. C'est dans l'entretien le début du récit des visites marquantes dont Hugues détaille l'expérience (ce qu'il a vu et ressenti). Plus particulièrement il se souvient de l'exposition des photographies d'Helmut Newton qui s'était tenue en 2012 au Grand Palais. Il s'y était rendu sur les conseils d'un ami « branché mode ». Pour Hugues, cette visite semble avoir constitué une sorte de prise de conscience quant à l'art et à la nature de la démarche artistique. Il explique en effet que c'est lors de cette visite qu'il a

« compris qu'on pouvait faire des photos qui étaient pas juste des simples photos. Comme quand on comprend pour la première fois, qu'on comprend qu'un tableau c'est pas juste de la peinture sur une toile, qu'il y a un aspect esthétique qui va relever d'un talent, d'un artiste. »

Aussi, parallèlement au développement d'une pratique artistique personnelle (le dessin, le *street art*, puis le tatouage), Hugues s'est peu à peu orienté vers la pratique de visite en développant ce regard esthète sur les œuvres. Il explique se concentrer sur les démarches artistiques des créateurs et sur leur style : « quand on commence à apprécier quelque chose au sens littéral, on va commencer à voir l'artiste qu'il y a derrière l'œuvre et pas seulement l'aspect que ça aura ». Ce regard d'esthète, Hugues le développe dans la plupart de ses pratiques artistiques et culturelles. Ainsi, il estime que ce goût pour l'analyse d'œuvres et de démarches artistiques lui vient de ses lectures : « ça m'est venu avec la lecture quand j'ai commencé à comprendre qu'il y avait certains auteurs qui me plaisaient et que j'aimais retrouver ces auteurs-là dans leurs autres livres et pouvoir établir des parallèles ». De même, en musique, il dit apprécier tous les styles pour peu que les musiciens répondent à un certain niveau d'exigence artistique : « j'aime bien à peu près tous les styles de musique, moi ça me dérange pas. C'est juste il faut qu'il y ait de la qualité derrière ». Cette posture justifie selon lui le peu d'intérêt qu'il accorde aux cotations du marché de l'art, préférant se fier à sa perception personnelle et son propre jugement : « après, il faut rentrer dans les tendances de la mode et des trucs comme ça et enfin ça je trouve que c'est un peu relou surtout quand on voit que les marchés d'art ça a pas forcément grand-chose à voir avec l'œuvre en elle-même mais plus les cotes sur les marchés donc... bof un peu moins ».

Avec d'autres pratiques culturelles comme la lecture, Hugues constitue ainsi, pas à pas, son panthéon de pères culturels. Il considère avoir des « papas » en littérature : « mes trois auteurs préférés c'est Camus, Zweig et Vian je pense c'est mes trois papas on va dire... » et en art c'est Gérard Garouste dont il a fait la connaissance dans une galerie parisienne près du centre Pompidou.

Il mobilise aujourd'hui divers lieux de visite, principalement des lieux d'expositions temporaires et d'art moderne et contemporain pour se tenir informé de l'actualité artistique et nourrir sa pratique. Au sujet de l'exposition *Tatoneurs tatoués* au musée du quai Branly, il expliquera ainsi à ses amis comment cette visite l'a enrichi et peut bousculer certaines idées reçues : « je leur ai parlé des tatouages japonais où il y avait des couleurs impressionnantes et que finalement ça détruisait le préjugé même dans le milieu du tatouage... on en apprenait finalement aussi sur la culture marginale que ça avait pu être ou alors au contraire des rites que ça impliquait dans certaines cultures et que c'était des choses absolument à faire... enfin, que ce soit par la scarification ou le tatouage, par exemple les tatouages polynésiens, dans certains clans on est obligé d'en avoir ». Pour se tenir au courant de l'actualité artistique, il visite plus particulièrement une galerie d'art contemporain proche du centre Georges Pompidou où il découvre « ce qui est en vogue enfin à chaque fois que j'y vais c'est toujours une bonne sélection d'artistes. [...] Ça permet de connaître un peu l'actualité donc ça m'intéresse ». Cette galerie est pour lui un lieu de référence, un repère pour ses découvertes artistiques dont il pourrait difficilement se passer : « pour cette galerie je suis habitué un peu à voir des œuvres d'artistes d'un certain, d'une certaine catégorie, donc je saurais plus où aller après [en cas de fermeture de cette galerie], ça me ferait un lieu en moins ».

**« Des vraies expos dans des vrais musées » et le musée comme « tombeau bizarre »**

Lorsque nous arrivons, dans l'entretien, à l'évocation des souvenirs de visites, quel que soit le lieu où elles se sont déroulées, Hugues évoque spontanément les expositions « dans les bars... » dont il est particulièrement amateur. Cependant, ce sont les lieux traditionnellement associés à la pratique de visite (musées, centre d'art, galeries) qu'il évoque le plus longuement et parle à ce titre de « vrais expos dans des vrais musées ».

L'interrogeant sur ce que serait sa visite idéale, il mentionne d'emblée les vernissages et autres soirées événementielles qu'il affectionne car il trouve que « c'est toujours agréable de pouvoir découvrir une exposition avec un verre à la main... [dans des moments] où il y a un dynamisme et où les gens sourient, se parlent, enfin se rencontrent, etc. ». Il salue ainsi l'initiative au musée du quai Branly d'organiser un événement comme la *Before* qui introduit dynamisme et convivialité dans la visite : « j'ai trouvé que c'était une super initiative et que c'était vachement bien d'avoir fait des activités autour, quelque chose de convivial, on vous prend en photos, machin, et qu'on puisse discuter aussi enfin qu'on ait pu avoir la possibilité de discuter avec des tatoueurs, si, c'était bien... ça montrait qu'il y avait du dynamisme ».

À l'inverse, les expositions qu'il fréquente en dehors de ces événements conviviaux lui donnent le sentiment « d'aller dans un musée pour s'enterrer dans un silence presque... qui ferait presque penser à un espèce de tombeau bizarre ». Cette ambiance crée selon lui « une césure un peu particulière entre je sors du métro et paf ! je vais dans une expo où personne ne parle... c'est pas que j'aime pas mais ça peut être un peu pesant, surtout dans les expos qui sont longues... il y a un côté interactif quand il y a un événement autour d'une exposition ».

Après avoir détaillé ses souvenirs de visite pendant l'enfance, Hugues souligne l'importance d'être très tôt socialisé à cette pratique :

« je pense qu'on se rend pas forcément compte, c'est un peu banal comme phrase, mais on se rend pas forcément compte, quand on est petit c'est hyper important de se familiariser avec finalement un contexte qui permettra ensuite de pouvoir être habitué à ce milieu et avoir la spontanéité d'y retourner... [C'est quoi ce milieu ?] Ben les visites, finalement quelqu'un qui ne fait pas forcément énormément de visites quand il est plus jeune il aura moins l'envie ou la spontanéité de retourner dans les musées. »

Si Hugues juge que la visite de lieux d'exposition n'est « pas forcément indispensable » et qu'en cela, il pourrait s'en passer, il estime que, pour lui, « c'est une sorte... enfin il y a un équilibre de vie : bien manger, bien dormir, bien sortir, aller voir des belles choses. Voir du beau c'est important ». À ce titre, en allant visiter l'exposition Hokusai avec sa mère il souhaitait avant

tout maintenir un lien avec cette pratique : « c'était sympa mais je suis plus allé pour continuer à aller voir des expos en fait, comme je disais tout à l'heure : rester dans le bain ».

Imprégné de l'idée que la visite s'intègre dans une démarche d'enrichissement et d'épanouissement personnel, Hugues se montre critique à l'égard du caractère élitiste des vernissages qu'il fréquente et qui constituent pourtant selon lui un moment de convivialité idéal pour visiter. Il juge ainsi que

« parfois ça fait un peu sectaire, élitiste ou je sais pas quoi... enfin le quai Branly [lors de la *Before*] c'était différent, mais ouais musée, galerie, au palais de Tokyo, [lors du vernissage de l'exposition *Le bord des mondes*], c'était blindé de gens hyper bien habillés machin c'était... enfin ça faisait vraiment... en même temps c'est dans le 16<sup>ème</sup> donc c'est normal mais ça faisait pas vraiment culture populaire. [Et ça t'ennuie que ça fasse pas culture populaire ?] Pas que ça fasse... mais que ce soit accessible, ce serait bien que la culture ce soit quelque chose de populaire, c'est juste que c'est un événement qui se relaie dans un certain réseau social je pense qu'il y en a qui auront moins l'occasion d'y aller que d'autres... mais oui c'est important d'avoir une mixité sociale dans une exposition ».

C'est sur ce critère de diversité des publics que se joue la différence entre la visite au musée du quai Branly et le vernissage du Palais de Tokyo. En effet, Hugues explique que, dans l'exposition *Tatoueurs tatoués*,

« il y avait beaucoup de gens différents, enfin ça je l'ai plus constaté quand j'y suis retourné aujourd'hui, mais il y a des soixantaines, des trentaines, des femmes avec leurs enfants [Tu ne t'attendais pas à ça ?] Je m'attendais pas forcément à grand-chose... Si, je m'attendais à ce qu'il y ait peut-être plus énormément de jeunes, plus des jeunes entre 20 et 30 ans. [Et tu as apprécié que ce soit pas le cas ?] Oui parce que ça montre qu'il y a une ouverture d'esprit parce que c'est pas forcément c'est pas le... enfin c'est un peu tabou ».

**Anaïs : « les gens ont l'impression que je travaille tout le temps, mais pour moi c'est pas du travail »**

Anaïs a 19 ans, elle suit actuellement une année de mise à niveau en arts appliqués à Paris et prépare son entrée dans un BTS de design graphique. Anaïs a grandi dans une petite commune à côté de Chartres. Elle a deux frères cadets. Sa mère, anciennement secrétaire, est au foyer depuis sa naissance. Son père est informaticien.

#### **Faire de sa passion son métier**

Anaïs dit s'être orientée « *un peu par hasard* » vers cette formation notamment parce que des problèmes de santé ne lui permettaient pas d'envisager ensuite des études. Ce choix renvoie néanmoins à son goût pour les arts qu'elle nourrit depuis l'enfance : « depuis que je suis toute petite en fait, j'ai toujours dessiné je pense je suis née avec un crayon dans la main et puis j'ai continué parce que ça me fait du bien ». Actuellement ses études et passion concentre la majeure partie de son temps libre :

[Est-ce que tu dirais que tu es quelqu'un de passionné ?] Oui ! Voilà, en fait les gens ont l'impression que je travaille tout le temps mais pour moi c'est pas du travail parce que ça me plaît donc... [Tu es passionnée par ce que tu fais, tes études ?] C'est ça. Donc je me rends pas compte que je travaille [...] Et en fait le problème c'est que cette année on n'a pas vraiment beaucoup temps de loisirs et le temps de loisirs pour moi c'est plus aller à des expositions, faire des photos, déambuler dans Paris parce que c'est la première année où je vis vraiment à Paris donc errer un peu dans la ville prendre des photos, faire des dessins et puis écrire des textes donc, tout ça, c'est un peu lié.

En dehors du dessin et des visites d'expositions qu'elle fait en lien avec sa formation, Anaïs lit et, là encore, une partie de ses lectures renvoie à son métier-passion (romans graphiques, revues spécialisées de design et de graphisme auxquelles elle est abonnée ou qu'elle consulte à la bibliothèque où elle se rend spécialement à cette fin). Elle explique qu'étant arrivée récemment à Paris, elle n'a pas pu s'inscrire à des activités de loisirs mais l'envisage pour l'an prochain : elle vient de repérer une association qui propose des cours de photographies, de dessin d'après modèle ou dans la rue. De même, Anaïs est abonnée à *Courrier International* et dit suivre à la télévision les informations « *parce que ça me permet de faire du dessin d'actualité* ».

### Véhicule de visite : du camping-car au laissez-passer

Anaïs, en lien avec son intérêt pour le dessin, conserve des souvenirs détaillés de nombreuses visites depuis sa plus tendre enfance : « [C'était quand cette visite [au château de Breteuil] ? Je devais avoir 6 ans. [Tu as des souvenirs qui remontent assez loin...] J'ai beaucoup d'images, j'ai une mémoire visuelle ».

Les visites familiales sont répétées : elles ont lieu tant à proximité du domicile que lors de déplacements effectués expressément dans cette optique (la famille acquiert comme nous l'avons vu un camping-car à cette fin). Elles constituent une manière de « *lier* » la famille autour d'intérêts communs. »

Par la suite, avec son choix de formation, Anaïs réoriente ses visites et se rend de préférence dans des institutions d'art (beaux-arts, art moderne et contemporain, arts décoratifs). Pour ces visites, Anaïs a souscrit deux abonnements : l'un au musée du Louvre, l'autre au Centre Pompidou, ce dernier à l'occasion d'une visite avec un groupe d'amis étudiants en arts appliqués (« on a décidé tous ensemble de s'inscrire. Donc on s'est, on est venu à la moitié de la classe et puis on s'est inscrit tous »).

Ces visites qu'elle mène indistinctement seules ou accompagnées de ses amis d'arts appliqués lui servent à trouver l'inspiration pour ses travaux : « depuis on va [au Centre Pompidou] en fait comme c'est assez moderne, ça nous donne beaucoup d'inspiration pour les thématiques qu'on développe ». Ces abonnements lui permettent de se rendre dans ces institutions régulièrement, quelque fois pour ne voir qu'une seule œuvre

« J'y vais pas souvent mais en fait quand j'y vais je fais tout le temps le musée donc... et à chaque fois je m'arrête devant quelque chose de différent, je passe plusieurs heures devant un tableau ça dépend, j'essaie de comprendre un peu ce qui se passe et c'était le moyen de pouvoir y aller en continu le temps que je voulais et d'aller aux expositions et déjà de passer devant tout le monde ce qui est un avantage parce que quand il y a la queue dehors c'est vrai que c'est assez long et là c'était assez intéressant parce que du coup j'ai accès à toutes les expositions »

À ce titre, elle a visité toutes les expositions qui y étaient proposées depuis qu'elle a emménagé à Paris. De même, les abonnements qu'elle a souscrits lui permettent d'entraîner dans la visite deux de ses amies qu'elle décrit comme moins férues de cette pratique :

« avec Laura on a été à Pompidou plusieurs fois ensemble et puis sinon ça m'a permis aussi de faire découvrir Pompidou à Amandine et le Louvre aussi donc des personnes qui ont pas forcément l'habitude d'aller dans des musées mais là c'était un moyen »

La plupart de son temps de loisirs est passé en compagnie de ses amis d'arts appliquées et lorsqu'Anaïs voit des personnes qui sortent de ce cercle relatif aux arts, elle les entraîne sur ce terrain de jeu-là, qu'il s'agisse de ses amies d'enfance ou de sa famille :

« Par exemple ma tante qui, elle, habite sur Chartres, vient souvent avec moi le week-end comme elle est célibataire je l'invite à venir chez moi et puis on va faire des sorties [...] je lui ai proposé de venir et d'aller à l'espace Dali à Montmartre parce que je connaissais pas et que j'avais découvert dans *À nous Paris* en fait et je m'étais dit que ça pouvait être sympa et je l'ai emmenée. »



### **Visiteurs sélectifs pour qui la visite est une pratique secondaire dans l'univers culturels et de loisirs**

Un second groupe de visiteurs sélectifs se fait jour lorsque la visite muséale a une place périphérique dans leur système de goût. La visite muséale fait écho à un intérêt marqué mais qui ne polarise pas leurs activités du temps libre ni ne fournit le principe unificateur de leur univers culturel. Nous y retrouvons plus particulièrement les visiteurs touristiques que nous présentions au chapitre précédent.

Dans ce second groupe de visiteurs sélectifs, le musée ne constitue pas un lieu indispensable à l'expression de leurs centres d'intérêts principaux. À ce titre, la pratique de visite n'apparaît que rarement dans le temps ordinaire de leurs loisirs. Elle y est concurrencée par les activités qui font plus directement écho à leurs passions : par exemple, les arts du cirque chez Théo, le théâtre et la moto chez Hugo ou bien encore la musique chez Anthony (cf. portrait p. 253).

Ces trois visiteurs développent un intérêt marqué pour l'histoire mais qu'ils ne cherchent pas nécessairement à actualiser dans leurs loisirs ordinaires ou bien pas au musée. Comme le montre le portrait d'Anthony, cet intérêt est chez lui plus souvent nourri au quotidien par des lectures ou le visionnage de documentaires. La visite se fait plus épisodique, en lien avec la découverte de nouveaux territoires et s'oriente préférentiellement vers des lieux qui leur permettent d'en connaître l'histoire et la culture.

### ***Anthony : un intérêt latent pour l'histoire***

Anthony a 25 ans. Il a grandi dans les Yvelines jusqu'à ses 7-8 ans puis est parti aux Etats-Unis avec sa mère et son beau-père. Sa mère est formatrice pour adultes, son beau-père est commercial. Son père vit dans le sud, Anthony le fréquente peu et entretient avec lui une relation conflictuelle. Il est travailleur médical et a connu récemment un licenciement.

Anthony vient de reprendre ses études pour travailler dans la formation pour adulte dans l'entreprise que créent sa mère et son beau-père. Anthony a connu plusieurs frustrations dans son orientation professionnelle : à son retour en France à 16 ans, il souhaitait faire un baccalauréat littéraire mais n'a pas pu en raison d'une difficile réadaptation au système scolaire français et à la langue. Il s'est alors orienté vers une formation professionnelle (BEP de cuisine, CAP de pâtissier). De 17 à 24 ans, il travaille en cuisine et comme pâtissier. Souhaitant changer de métier, il cherche ensuite à devenir ingénieur du son (en lien avec sa passion pour la musique) mais ne peut mener à bien ce projet en raison du coût de la formation. « *Par opportunité* », Anthony se décide à suivre une formation pour enseigner l'anglais aux adultes, ce qui lui permettra de travailler aux côtés de sa mère.

### **La musique entre amis, le sport en famille, l'histoire avec les grands-parents**

Anthony énonce 3 passions pendant l'entretien : l'une, principale, pour la musique : il a appris le chant classique, est aujourd'hui compositeur de rap et s'équipe pour pouvoir enregistrer et se produire sans regarder au coût. Cette passion qu'il décrit comme le fruit d'une transmission familiale (de l'arrière-grand-mère « chanteuse d'opéra soprano à Bucarest » à la grand-mère pianiste et la tante batteuse), Anthony la partage aujourd'hui avec l'un de ses cercles d'amis. Cette passion partagée avec un cercle d'amis paraît être en concurrence avec d'autres pratiques et intérêts qu'Anthony peut avoir : ses amis « *zicos* » ne partageant pas son goût pour l'histoire qui motive l'essentiel de ses visites patrimoniales.

Anthony nourrit une seconde passion pour la boxe qui polarise les loisirs en famille : le cercle familial restreint pratique ce sport (mère, beau-père, ses deux frères) et lui-même concourt au championnat de France poids lourds.

Enfin, Anthony évoque une passion pour l'histoire qui lui vient de son cursus scolaire aux Etats-Unis et lui a permis de s'initier à l'archéologie. Cette passion, Anthony la nourrit principalement par des lectures et des documentaires historiques. Mais dès l'enfance, les visites familiales (surtout celles qu'ils effectuent avec ses grands-parents) ont également contribué à renforcer cet intérêt :

« Je lisais tellement quand j'étais petit, que c'est pour ça que je sortais pas, parce que j'étais tellement enfermé dans mes bouquins et mes bouquins portaient sur l'histoire, sur l'Égypte et j'étais toujours dans mon monde, [...] je sortais jamais, j'étais devant la télé, je regardais des documentaires, et même aujourd'hui ça change pas sauf que maintenant j'aime bien aller voir... »

Les premières visites dont Anthony se souvient sont celles qu'ils effectuaient avec son grand-père maternel. Ce dernier vivait à Honfleur et l'emmenait voir le blockhaus lui racontant son expérience de la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale :

« quand j'étais petit alors je sais pas si ça compte mais mon grand-père habitait, mon grand-père maternel habitait, bon il a fait la guerre, les camps tout ça et il habitait à Honfleur et c'est vrai que quand j'étais petit je me promenais souvent dans les bunkers, je savais pas ce que c'était et il m'expliquait. »

De même avec sa grand-mère à qui il rend visite en Bretagne pendant les vacances, il visite divers monuments et lors de l'entretien, la description de ces visites donne lieu à une explication de son intérêt pour l'histoire.

« c'était surtout avec ma grand-mère on allait, on allait beaucoup en forêt voir des vieux monuments bretons, parce que ma grand-mère est bretonne, et beaucoup visiter des vieux trucs abandonnés, on y allait souvent, j'aimais bien quoi ça a un petit côté spirituel... ça c'était cool et du coup je pense que c'est aussi ça qui m'a poussé à m'interroger sur ben tiens les monuments pourquoi il est là et celui-là... »

Anthony garde un bon souvenir de ses visites scolaires lorsqu'il résidait dans les Yvelines. Dans ce cadre, les visites sont plus diversifiées que celles qu'il effectue avec ses grands-parents : il se rendra à Giverny, à la Cité des sciences à Paris, qu'il se remémore principalement comme un bon moment passé entre copains (« c'était cool ! je m'en souviens qu'on faisait les cons avec les caméras »).

Ses visites familiales ont principalement lieu avec ses grands-parents plutôt qu'avec ses parents. Les loisirs dans la cellule familiale étroite les portent plutôt à des pratiques sportives ou des sorties (au restaurant, au cinéma) : « [Tu visitais avec tes grands parents, avec l'école...] mais pas forcément avec mes parents, avec mes parents on était plus branchés sortie restau et voilà on n'allait jamais trop... ». Aussi, la majeure partie de ses souvenirs de visites remontent à la période de l'enfance passée en France. Une fois arrivée aux Etats-Unis, la famille visite la Floride (les Everglades). Au-delà, leurs activités de loisirs les portent plutôt vers la fréquentation de parcs

d'attraction, des croisières pendant les vacances. Ses pratiques de visites reprennent une fois revenu en France avec son père, et plus récemment depuis qu'il a repris des études et est en couple.

### **Un goût latent pour l'histoire actualisé lors des voyages, dans les musées et en dehors**

Aujourd'hui, les visites sont liées à sa mise en couple et ont généralement lieu lors de ses déplacements touristiques. La mise en couple réoriente ses pratiques de loisirs par contraste avec celles qu'il partage avec ses plus proches amis :

« C'est vrai que le fait d'être avec quelqu'un qui s'intéresse, qui est cool pour bouger... parce que les gens avec qui je traînais ils étaient vachement branchés musique et ça n'empêchait pas d'avoir des conversations intéressantes, tous mes potes de Bar-le-Duc et c'est vrai qu'avec eux par contre on regardait des documentaires à fond, avec Max, Sylvain on regarde toujours sur... des documentaires sur la guerre »

Ces visites touristiques et en couple renvoient principalement à son intérêt pour l'histoire : il affectionne tout particulièrement sites archéologiques et parcs à thèmes pour l'apprentissage ludique de l'histoire qu'ils permettent :

« L'été dernier avec ma copine c'est vrai qu'on a bougé pas mal on est parti en Auvergne on a fait Vulcania, c'était super intéressant, parce que ça parle sur les volcans, si tu vois le parc d'attractions, c'est à la fois vachement ludique et ça t'apprend des choses, parce que toutes les attractions au bout du compte t'as toujours un objectif d'apprentissage, enfin t'apprends vraiment des choses, je trouvais ça sympa. On a fait le Puy du Fou, ça j'ai trouvé que c'était génial parce que je trouvais que t'apprenais, t'apprenais vraiment, c'est vraiment... d'ailleurs ça m'étonne pas qu'ils soient élu meilleur parc du monde pour rien. Ah si il y a deux ans on a visité un site archéologique d'une ancienne villa romaine qui était au bord de la mer... [C'était où ?] C'était près de Cassis. Donc ils ont retrouvé, pareil, des squelettes, ce genre de trucs, ça c'était super cool. »

De même, Anthony évoquera ses visites des cimetières américains de la région du Grand Est qu'il part découvrir avec un ami et qui là encore résonnent avec son goût pour l'histoire :

« On avait visité les cimetières américains à côté de Metz, on s'est dit sur un coup de tête en fait on passait à côté de là et lui m'a dit « oh c'est quoi le truc géant et tout » et « c'est machin » il m'a expliqué ce que c'était et je lui ai dit « oh vas-y putain ça me plairait qu'on y aille, tu veux qu'on y aille ? », « ouais vas-y » sur un coup de tête, et du coup on était parti de Bar-le-Duc pour arriver Metz, enfin une heure et

demie, et on est rentré euh... le soir super tard, et du coup on a visité plein de cimetières américains on s'est fait ça sur la journée comme ça... »

Il retournera à Metz avec cet ami pour une nouvelle visite patrimoniale en lien avec un travail universitaire :

« La dernière fois on cherchait la statue de Lafayette à Metz parce que je devais faire un travail sur lui, et du coup je m'étais vraiment intéressé à ce personnage et au même moment où j'ai commencé à m'intéresser il diffusait secret d'histoire avec Stéphane Bern j'adore et il y a eu plein de documentaires sur lui et du coup je suis parti à la BU de Metz, j'ai fait pas mal de recherches sur lui et tout ça et enfin voilà j'ai vu plein de documentaires même à la télé je notais ce qu'ils disaient tout ça et du coup je savais qu'il y en avait une à Metz, il est parti à Metz c'était dans sa jeunesse, il a commandé, ses premiers commandements, et du coup avec mon pote on l'a cherché et du coup on a cherché toutes les statues pour le trouver. »

- **Muséovores : la visite comme pratique principale ou comme activité interchangeable**

Les jeunes rassemblés dans ce groupe des muséovores visitent tous types de lieux. Leur répertoire de visites peut ainsi être qualifié d'éclectique au sens où il se compose de tout l'éventail des espaces muséaux thématiques et que ces jeunes ne les hiérarchisent pas suivant le plus ou moins grand intérêt qu'ils accordent à chacun.

Trois cas de figure se font jour. Dans le premier, le musée sert une logique d'accumulation des savoirs : c'est la visite encyclopédique que le désir d'apprendre en autodidacte motive. Lucas est emblématique de cette démarche (cf. portrait p. 258) : chez lui, la visite de musées en tout genre est doublée par une fréquentation tout aussi assidue des conférences que proposent les universités et centres culturels de Toulouse où il réside. Nous retrouvons cette même logique chez Casey. Passionné par les langues et l'histoire des civilisations, domaine qu'il étudie, une partie de ses visites nourrit cet intérêt (visite du musée Guimet, du musée du quai Branly, du Musée national de l'histoire de l'immigration). Mais il évoquera tout autant de lieux relevant du domaine des arts (musée d'art moderne de la ville de Paris, maison européenne de la photographie) ou de l'histoire (musée Carnavalet, château de Vincennes) qu'il fréquente aussi souvent que ceux qui se rapportent plus directement à ses centres d'intérêt principaux. Chez ces visiteurs, les visites ont lieu tout aussi bien à la faveur d'expositions temporaires et d'événements spéciaux que pour découvrir les collections permanentes de ces institutions.

Dans un deuxième cas de figure, cette pratique de visite peu sélective renvoie à une forme d'injonction sociale. Elle dont les pratiques de visite ont principalement lieu à l'occasion des expositions temporaires en témoigne (cf. portrait p. 262). Si les expositions qu'elle fréquente renvoient à une diversité de centres d'intérêt, il s'agit également pour elle de se tenir au courant de l'actualité culturelle et de participer à l'émulation de la vie parisienne : « *parce que c'est très parisien aussi de dire "ah tu l'as vue cette expo ?"* ». Dans ce cas de figure, nous retrouvons également les étudiants inscrits dans les classes préparatoires aux grandes écoles. Là encore, la visite ne contrevient pas à leurs centres d'intérêts personnels mais elle répond tout autant à une injonction curriculaire que ces étudiants évoquent systématiquement : se doter d'une culture d'élite. Il en va ainsi de Chloé que nous présentions au chapitre précédent et qui explique visiter tout autant par goût pour cette pratique que « *parce que pour la prépa il y a des profs qui nous demandent de partir deux semaines ici, deux semaines là, aller en Italie, regarder les musées... il faut un peu qu'on fasse le tour du monde pendant les vacances* ».

Le troisième cas de figure qu'illustre le portrait de Vincent (p. 264) est celui où la visite constitue un prétexte pour passer du temps entre amis au même titre que la plupart des activités de loisirs. Ici, l'éclectisme du répertoire des visites renvoie avant tout au fait que le lieu de visite importe moins que le fait de s'y rendre à plusieurs. Pourtant, la pratique est tout aussi intense que lorsqu'elle correspond à un motif d'encyclopédisme.

***Lucas : « c'est une envie de comprendre le monde extérieur et pour le comprendre, je vais voir des connaissances »***

Lucas a 29 ans. Il a grandi dans un village à côté de Toulouse. Son père est technicien support chez Orange, sa mère est employée comme technicienne dans une compagnie d'assurance. Lucas travaille actuellement comme ingénieur dans l'aéronautique. Il a fait une première année de classe préparatoire aux grandes écoles à Toulouse puis s'installe à Alès jusqu'à l'obtention de son master dans une école d'ingénieur. Pour son stage de fin d'études, Lucas part aux Etats-Unis, en Floride. Il prolongera là-bas ses études et effectuera une seconde année de master 2 en travaillant pour un laboratoire de recherche en ingénierie maritime. Il reste cinq années aux Etats-Unis ayant trouvé un premier emploi au Minnesota pour une entreprise de production de matériel agricole. Pendant ses deux dernières années dans cet emploi, Lucas est amené à travailler régulièrement à Beauvais. Il profite de ces séjours, courts, pour rendre visite à des amis dispersés un peu partout en Europe. À l'avenir, Lucas envisage de repartir à l'étranger en travaillant pour des missions humanitaires et plus tard encore de créer sa propre entreprise.

### **Les loisirs d'un hyperactif ou la boulimie de savoirs**

Actuellement les loisirs de Lucas sont principalement sportifs : il pratique l'escalade, la plongée et danse la salsa, en club pour chacune de ces activités. Comme il l'explique lui-même : « j'ai pas mal d'activités extra-professionnelles » et la plupart de ses relations interpersonnelles dans le temps des loisirs ordinaires sont liées à ces activités. Déjà plus jeune il pratiquait au moins trois activités extrascolaires par semaine (danse classique, tennis, guitare, piano, flûte à bec) et c'est durant ses années étudiantes qu'il commence la danse de salon (tous genres confondus), la plongée, l'escalade, la spéléologie et d'autres sports de montagne auxquels il s'initie via ses amis de l'école d'ingénieur et des clubs sportifs de cette école. De quoi il conclut : « du coup ça me fait dire qu'en école d'ingé au niveau associatif, j'étais pas mal impliqué, je gérais peut-être 4 ou 5 clubs sportifs, où j'étais le président de 4 ou 5 clubs sportifs et après je gérais des formations de secourisme, je gérais le club de cinéma, je gérais beaucoup de choses, ça me plaisait... ».

Outre ses activités extra-professionnelles, Lucas scrute les sites internet d'informations de la ville et ceux des universités toulousaines pour se tenir informé des conférences proposées. Il s'y rend très régulièrement (parfois à la pause déjeuner) ce qui l'amène à découvrir des sujets très variés :

beaucoup de conférences dernièrement là j'ai fait deux ou trois conférences par semaine, cette semaine j'y suis allée encore à une jeudi ça c'était une conférence scientifique sur les lasers à la fac de science[...] c'était un chercheur sur un labo à Toulouse qui expliquait ça à l'université Paul Sabatier ici, entre midi et deux [...] [Tu y vas entre midi et deux ?] Oui voilà du coup j'ai pas mangé ce jour, d'habitude j'arrive à choper un sandwich et à manger pendant la conférence mais là j'ai pas mangé, donc voilà je fais et après souvent je fais des conférences le soir, d'autres... entre midi et deux le mardi il y a des conférences à la fac de socio intéressantes sur des domaines divers par exemple il y avait une conférence intéressante sur les Noirs-marrons en Guyane et comment en fait l'interaction entre les communautés des Noirs-marrons, en fait les anciens esclaves noirs et les communautés amérindiennes en Guyane.

Lucas explique être allé à une dizaine de conférences au cours du dernier mois tant en sciences et en sociologie qu'à la faculté de droit, à l'Institut Cervantès (une conférence sur l'aviation en espagnol), au Château d'eau (conférence en lien avec une exposition de photographies).

Les visites qu'il mène actuellement sont aussi diversifiées que les conférences auxquelles il assiste : il dit avoir « fait quasiment le tour de tous les musées » et envisage d'y retourner à l'occasion d'expositions temporaires ou de conférences.

Lucas se dit attentif aux coûts de ses activités de loisirs et voit dans les conférences et la visite de musées l'avantage de la gratuité ou du moindre coût : « les conférences c'est gratuit, les musées, la plupart du temps c'est pas cher ». Pour soutenir son rythme de visite, il souscrit un abonnement au Château d'eau, lieu d'exposition consacré à la photographie à Toulouse (« j'ai pris une carte d'abonné qui est à 15 euros je crois par an et j'ai entrée illimitée, je me suis dit j'y vais vraiment souvent autant prendre la carte »).

### **« Là j'ai fait le plein de musées [...] j'étais chômeur donc c'était gratuit »**

Lucas a de nombreux souvenirs de visite tant familiale (il explique que ses parents « sont beaucoup musées, et pour eux c'était important aussi de nous transmettre ça ») que dans le cadre scolaire. Pour autant, comme nous l'avons souligné plus haut, ces visites n'ont pas toutes suscité son intérêt lorsqu'il était plus jeune (« avec mes parents on a visité plein de trucs et c'est assez chiant, on n'aimait pas trop le musée avec mes frères et sœurs au début, ça nous ennuyait beaucoup »). De même, à part lorsque ses parents viennent le voir, il visite peu pendant sa vie d'étudiant, à la fois par manque de temps et d'intérêt :

« j'avais pas trop de culture en niveau ingé mais j'étais à fond au niveau sport et au niveau associatif [...] du coup je faisais pas trop de conférences et de musées mais c'était pas très grave, je faisais plein de choses. »



Le temps passé aux Etats-Unis constitue aussi chez lui un creux dans sa carrière de visiteur parce que, selon lui, « en Floride au niveau culturel c'est très, très pauvre du coup il y avait peu d'événements culturels et c'est très étendu aussi donc il faut souvent prendre la voiture, rouler une demi-heure trois quarts d'heures pour aller quelque part donc j'ai pas fait ça... et il y avait pas trop de conférence à ma fac ». C'est avant tout à l'occasion de ses déplacements aux Etats-Unis ou en Europe qu'il fréquente divers musées et lieux patrimoniaux. C'est plus particulièrement à son retour des Etats-Unis que ses pratiques de visite (de même que la fréquentation des conférences) se développent fortement :

« Ça m'est venu, ça m'est venu... depuis que je suis là en fait, ça m'est venu à cause des Etats-Unis, j'ai eu un manque de culture atroce et du coup-là je suis revenu et je me suis dit qu'il fallait se remettre à niveau. »

Il profitera des quelques mois de chômage à son retour en France pour combler ce « manque de culture » et passe deux semaines à Paris pour visiter : « là j'ai fait le plein de musées parce que finalement c'était l'occasion j'étais chômeur donc c'était gratuit ». Il visite à cette occasion une grande variété de lieux : l'Arc de Triomphe, l'Orangerie, le Centre Pompidou, la Cité des sciences, le musée du Louvre, le Panthéon, « deux semaines intenses de musées sur Paris ».

Il dit être « à la recherche d'un boulot passion ». Aussi, selon Lucas, ce « manque de culture » renvoie essentiellement à son entrée sur le marché du travail qui interrompt la dynamique de découverte et d'apprentissage connue pendant ses études :

« J'ai l'impression de m'ennuyer dans mon boulot [...] Je suis curieux, j'aime bien apprendre de nouvelles choses et je trouve que dans mon travail j'apprends rien et j'aimais bien à l'école tu vois t'apprends beaucoup de choses mais depuis que je suis plus à l'école, j'apprends plus rien, dans mon boulot, c'est pas, je fais pas de la recherche, et comme je fais pas de la recherche, j'apprends peu et voilà je trouve que c'est dommage »

C'est aujourd'hui une pratique qui le démarque de sa fratrie : « mon frère par exemple a eu la même éducation que moi mais lui ne fait pas du tout ça, lui, il sort avec ses amis mais il fait pas de conférences, il fait juste du hockey, c'est sa seule activité, il va pas dans les musées, tout ça... ».

Pour ses visites, Lucas explique saisir « l'occasion de quelqu'un qui vient [le] voir pour aller visiter des trucs ». De même il conserve les brochures et dépliants des lieux qu'il visite. Il les archive et s'est institué conseiller auprès de ses amis :

« comme j'ai visité beaucoup de choses en France et dans le monde, les gens me demandent des conseils, du coup je peux piocher là-dedans, leur filer de la doc, je fais un peu guide touristique en fait (rires) »

Cette appétence pour la visite et pour les conférences relève avant tout d'une avidité de savoir. Ces deux pratiques se distinguent peu comme le souligne son hésitation dans l'extrait suivant : « c'est aussi une envie de comprendre le monde extérieur et pour le comprendre, j'ai besoin d'acquérir des connaissances et je vais voir des connaissances, euh je vais voir des conférences... ». À ce titre, si les musées venaient à fermer définitivement, il resterait relativement indifférent :

« Pour moi, ça (rires)... ça serait pas très grave parce que finalement c'est un bonus pour moi la culture tant qu'il y a les conférences ça me va, je continue à apprendre des choses, les musées après c'est pas très grave parce que je peux avoir accès à beaucoup de connaissances à travers des gens que je connais, qui ont des connaissances, qui pourraient m'apprendre des choses que j'aurais pu trouver dans les musées. [Donc pour toi le rapport direct avec les objets...] C'est pas essentiel... et c'est ça, pour moi une œuvre d'art que ce soit un faux ou une réplique ou le vrai truc c'est pareil vraiment. »

***Ella : « parce que c'est très parisien aussi de dire "ah tu l'as vue cette expo ?" »***

Ella a 25 ans. Elle se présente comme une « jeune diplômée en école de commerce en recherche de travail dans la capitale ». Elle a grandi dans une petite ville à côté d'Orléans et a fait ses études à Nice. Elle vit depuis deux ans à Paris où elle a un emploi comme employée de vente chez Ralph Lauren. Ella est fille unique. Son père est gérant d'une entreprise de pneumatique à Orléans et sa mère est assistante marketing dans une maison de luxe.

***S'installer dans Paris pour profiter de « cette culture qui est partout »***

Le parcours d'Ella apparaît comme une appropriation progressive de ce qui a longtemps été une pratique sous injonction. D'abord dans le cadre familial. Enfant, Ella visitait en famille, principalement avec sa mère et les amies de sa mère. De même que ses visites scolaires, celles effectuées en famille ne lui laissent pas un souvenir impérissable ayant eu le plus souvent le sentiment d'être forcée à venir.

Puis dans le cadre de sa classe préparatoire : « parce qu'on m'avait bourré le crâne "vous êtes l'élite de la nation" du coup il faut vous cultiver... ». Si, pendant cette classe préparatoire, Ella garde peu de souvenir de visite, elle explique que c'est à cette période qu'elle a « pris conscience du patrimoine français et de tout ce qu'il y avait à apprendre ».

Elle effectue un séjour à l'étranger mais dit avoir peu visité là-bas. Ce n'est qu'au moment où elle s'installe à Paris qu'elle commence à démultiplier ses visites, principalement d'expositions temporaires et en lien avec son goût pour l'art contemporain ou son orientation professionnelle vers le commerce du luxe (exposition Cartier, exposition Van Cleef). Plus précisément, c'est lorsqu'elle emménage dans le 8<sup>ème</sup> arrondissement que s'enclenchent véritablement ses débuts de carrière de visiteur. Elle explique :

« [Du coup ces sorties, le théâtre, le musée, c'est depuis deux ans que tu es à Paris ?]  
Non c'est pas depuis deux ans parce qu'avant on devait habiter à Suresnes et on devait prendre le bus puis le métro, puis le RER donc autant dire que c'était compliqué et autant dire qu'on sortait jamais, c'était génial (rires), donc c'est depuis que je suis arrivée ici dans le 8<sup>ème</sup> donc ça fait combien de temps ? ça fait un an, un an que l'on découvre vraiment au max »

Son installation à Paris apparaît ainsi comme un choix pour profiter de « cette émulation » et comme une forme de rattrapage par rapport aux premiers temps de sa jeunesse, lorsqu'elle vivait à la campagne et lorsqu'en classe préparatoire l'accès à la culture était plus livresque :

« déjà c'est magnifique, se balader dans la ville on tombe toujours sur des bâtiments qui sont juste à couper le souffle, impressionnants, il y a plein d'histoire, on peut toujours trouver quelque chose à faire et c'est vrai que quand on est plus dans la campagne c'est vrai que ça peut manquer un peu cette, cette vie, qu'il y a toujours à Paris et puis ce que j'aime toujours ici c'est que, on peut vraiment s'instruire et apprendre plein de choses. Parce que moi j'ai vécu à la campagne et mes parents étaient pas forcément très, je dis pas qu'ils s'intéressent à rien, pas du tout mais on allait jamais au musée ou jamais au théâtre ou ça c'est des choses que j'ai découvertes ici et que j'adore parce qu'on apprend plein de choses et de façon plus vivante, plus spontanée, plus sympathique moi tout ce que j'ai appris c'est en prépa dans des bouquins donc c'est pas... c'était chiant quoi, alors qu'ici on peut vraiment se faire plaisir ».

### **La visite entre injonction et plaisir personnel**

Les visites que raconte Ella oscille systématiquement entre le régime de l'injonction et du plaisir personnel qu'elle prend à visiter. Il s'agit tout à la fois de nourrir sa curiosité et d'être au fait de l'actualité culturelle. Ce double enjeu résonne tout particulièrement par rapport à l'emploi qu'elle occupe aujourd'hui comme commerciale chez Ralph Lauren D'une part, elle estime que cet emploi est peu stimulant intellectuellement et les visites lui apparaissent comme une forme de compensation. D'autre part, les visites qu'elle mène lui servent à alimenter ses sociabilités professionnelles. Ainsi, elle explique :

« j'aime bien m'intéresser à plein de choses pour rester un peu à la page... [C'est important pour toi d'être à la page ?] à la page (rires), ben c'est aussi un peu que je considère que mon job est pas forcément très, c'est pas qu'il est pas épanouissant c'est juste que j'ai pas besoin de solliciter mon cerveau des masses donc j'ai pas envie trop de me ramollir cérébralement donc voilà je me dis que si je lis plein de trucs, que je continue à me motiver, ça va m'aider à rester en forme mentalement et ouvert et apprendre des choses [...] et aussi c'est une ouverture d'esprit, une façon de voir d'autres choses, de voyager, de me cultiver et d'avoir des sujets de discussions aussi... avec mes collègues, parce que c'est très parisien aussi de dire « ah tu l'as vue cette expo ? Est-ce que tu y es allée ? », il y a ce côté un peu pression sociale aussi je pense, ça marche sur moi, c'est pas tant que ça mais ouais je me dis que c'est important de se nourrir de ce monde qui est autour de nous et qu'on voit pas forcément dans notre quotidien et que ces artistes ils ont contribué au patrimoine de l'humanité en quelque sorte donc c'est important »

***Vincent : « en fait, c'est toujours un prétexte pour passer du temps avec mes amis »***

Vincent a 23 ans. Il a grandi à Arras et vit depuis deux ans à Nancy où il effectue un master d'aménagement du territoire. Son père est ouvrier qualifié dans la maçonnerie. Sa mère est actuellement à la recherche d'un emploi. Elle travaillait comme ouvrière dans le textile et continue aujourd'hui la couture par passion. Il a deux frères aînés. Il vit son emménagement à Nancy comme un « challenge à relever », celui de son indépendance, et comme l'occasion pour lui de voyager :

[Pourquoi tu as choisi Nancy pour ton master ?] J'avais un petit peu envie de changer de région parce que j'avais toujours vécu dans le nord et du coup c'était aussi pour moi l'occasion de voyager parce que j'avais jamais voyagé et c'était aussi un challenge voilà, à relever, prendre mon indépendance, découvrir de nouvelles têtes »

***« Je dis merci à l'État (tires), grâce à lui je fais des études longues »***

Vincent est le seul de sa fratrie à mener des études longues. Le parcours de ses deux frères, comme celui de leurs parents, est précaire marqué par des périodes plus ou moins longues de chômage, induisant parfois un retour au foyer familial :

« Ils étaient un peu au chômage donc après ils sont revenus, ils sont repartis... enfin c'était un peu compliqué. Ils ont 31 et 29 ans donc je suis le dernier... en fait je suis issu d'une famille d'ouvriers, je suis le seul à faire des études longues en fait, eux sont, j'ai mon frère qui a fait un BTS donc... quand même... donc lui il est dans l'électricité, il est électricien et mon autre frère il monte des remorques »

Vincent a deux passions qui lui ont été transmises par sa famille : la musique et les jeux vidéo. Pour l'une comme pour l'autre, il se décrit comme un amateur de la première heure et retrace toutes les évolutions technologiques qu'il a connues au sujet de ces deux passions, comme le ferait un historien :

« Je me souviens de mon premier disque... c'était Laurent Voulzy Recollection, en fait c'est ma mère qui mettait toujours la platine vinyle et je la saoulais tout le temps à mettre le même vinyle donc après il était complètement usé et tout... [Avec les vinyles des parents ?] Vinyles cassettes... j'ai suivi toute la technologie et ça, c'est resté »

De même, sa passion pour les jeux vidéo remonte à l'enfance :

« Je sais pas 4 ans, non c'est méga tôt avec l'Atari, les bandes d'arcades j'ai tout eu [...] Je suis passé par l'Atari ST que par exemple des gens de ma génération ne connaissent pas, après il y avait Avigore, Saturne, Mégadrive voilà et là aussi je suis resté attaché même si je joue beaucoup, beaucoup moins qu'avant, je dirais pas que je suis un hardcore gamer, c'est comme ça le terme, j'aime pas du tout ce terme d'ailleurs, mais c'est pas, je suis pas du tout comme ça mais j'aime bien y jouer, par exemple le dernier jeu auquel je joue beaucoup c'est le Sim City »

Cette dernière passion, Vincent la doit à ses frères : « c'est eux qui m'ont fait découvrir les jeux vidéo quand j'étais petit donc eux ils sont passionnés donc ça a déteint sur moi ». Elle est selon lui l'une des explications de son choix de filière pour ses études :

« En fait tout est logique, tout à l'heure je te parlais des jeux vidéo et en fait mon tout premier jeu ça a été Sim City en fait c'est un jeu ben tu connais c'est un jeu de construction et à chaque fois je suis toujours sur les jeux de gestions, les jeux de ville, les jeux de simulation et je sais pas ça m'a peut-être travaillé quand j'étais petit et du coup inconsciemment je me suis orienté vers ça en fait, au début je voulais être plus dans les... l'infographie ce genre de choses, mais je sais pas le hasard a fait que... ou le destin a fait que je suis arrivé en urbanisme, enfin en géographie aménagement du territoire. »

Excepté pour la musique, Vincent est particulièrement attentif au coût de ses pratiques de loisirs :

« Chez moi je dois avoir 50-55 CD ce qui est pas mal quand même et j'en rachète un ou deux par mois [Tu achètes des cd ?] Oui encore, je suis l'un des rares en fait ce que je trouve dommage c'est que les prix sont trop chers, par exemple à la FNAC c'est 20 euros un CD, en téléchargement sur Amazon si tu achètes le CD en dur et ben ils t'offrent le dématérialisé, j'essaye de mixer les deux, je reste attaché au format physique mais j'ai un mp3 dans mon sac. »

Vincent a peu de ressources financières et explique que sans les aides de l'État, il ne pourrait pas se permettre de mener des études longues :

« [Tu es attentif au coût de tes loisirs ?] Oui ben oui, ben bien sûr ! Comme je te l'ai dit tout à l'heure je viens d'une famille pauvre entre guillemets du coup ils m'aident pas du tout, enfin ils m'aident comme ils peuvent financièrement mais je vis grâce à l'État, je dis merci à l'État (rires) grâce à lui je fais des études longues, enfin voilà ça m'assure un minimum j'ai l'APL et du coup j'ai un budget assez limité et en fait le problème aussi c'est qu'en septembre je sais pas si je vais avoir un emploi et je peux pas me permettre... enfin voilà je garde de l'argent de côté au cas où, pour prévoir le temps de trouver un petit truc... »

« *C'est un prétexte, bon ceci dit c'est pas pour autant qu'on regarde pas ce qu'il y a* »

Enfant, Vincent ne faisait pas de visites avec sa famille. D'une part, il l'explique par les modes de loisirs familiaux, plus centrés sur le domicile que tournés vers l'extérieur. Ainsi, lorsqu'il retrouve ses parents,

« on fait le tour de la famille c'est-à-dire qu'on va voir les oncles machin et après ouais on fait des activités c'est des activités purement à la maison, jardinage ou autre ou alors on en profite pour faire une petite sortie ou deux, au cinéma ou un restau »

D'autre part, il explique cette absence de visite familiale pendant l'enfance par le fait qu'ils ne partaient pas en vacances. À ce titre, son départ à Nancy constitue pour lui une occasion nouvelle de découvrir d'autres régions et de visiter d'autres villes où l'emmènent ses amis.

« [Tu faisais des visites avec ta famille ?] Non aucun, aucun zéro [Non plus pendant les vacances ?] Non on part pas en vacances [ou dans l'endroit où vous habitez ça vous est déjà arrivé de vous balader pour visiter ?] Non, non, non, c'est plus avec mes amis que j'avais visité des trucs mais ma famille elle est très cocon, cocooning tout ça, c'est difficile, c'est vrai que quand je suis parti ça leur a fait un choc mais bon c'était une bonne occasion aussi de découvrir voilà... »

C'est principalement en lien avec son cursus universitaire et avec les amis qu'il rencontre pendant ses études que Vincent se met à visiter différents lieux. Actuellement, il effectue une à deux visites par mois dans des musées ou des expositions. Deux traits caractérisent ses pratiques de visites actuelles : toutes ont lieu entre pairs et s'intercalent dans les activités de sociabilité ordinaire, toutes ont lieu dans des lieux gratuits. Ainsi sa dernière visite a eu lieu dans une exposition organisée dans le marché couvert de Nancy et à l'occasion d'une sortie shopping avec une amie :

« La dernière, c'était samedi pour les magasins machin et j'ai été voir les expositions à la place du marché parce qu'il y a des expositions, là actuellement, je sais pas tu as dû le voir c'est Nancy Renaissance et du coup il y avait des expos dessus et du coup on a regardé [Tu étais avec qui ?] J'étais avec Mathilde [Et vous êtes allé faire un tour exprès ?] Ben en fait au début c'était juste pour aller acheter, elle voulait aller acheter des chaussures et elle voulait pas y aller toute seule donc j'y suis allé et je lui ai dit "ben tiens ça peut être intéressant..." parce que bon vendredi quand j'avais mangé avec Laura j'ai vu qu'il y avait l'exposition à la place du marché et c'était dans des sortes de tentes et du coup on a été voir »

De même, Vincent était déjà allé au musée des beaux-arts avant la nocturne étudiante. Cette visite avait eu lieu à l'occasion d'un verre avec une amie :

[Et tu dis il y a un mois tu es allé au Beaux-arts avant la nocturne ?] Oui avec Iris [Et là pourquoi vous y étiez ?] Parce qu'on est dans le même master et c'était, on va

dire, en fait je m'étais pris trois semaines de repos avant de commencer mon stage et en fait on s'est vu entre deux parce que elle aussi elle avait pris deux semaines et ça faisait longtemps qu'on s'était pas vu et j'ai dit "ouais ben tiens on pourrait aller boire un coup en ville" donc du coup on a été au Pinocchio c'est un bar et puis après elle a fait ouais il y a aussi le... c'est gratuit le mercredi et moi je le savais pas et du coup on y est allé et on est allé voir la salle avec les points lumineux et les miroirs et c'était bien »

Vincent a participé à deux reprises à la nocturne étudiante. Chaque fois, cette soirée était tout à la fois l'occasion de retrouver des amis qu'il n'avait pas vus depuis un moment et de découvrir de nouveaux lieux de visite. À ce titre, ils choisissent de visiter les musées qu'ils n'avaient pas découvert lors de la précédente nocturne.

« L'année dernière on avait participé aussi, on avait été à l'aquarium. [Cette année, vous y alliez pourquoi ?] Pour passer un bon temps ensemble ça faisait un moi qu'on s'était pas vu [vous aviez envie de faire une soirée ensemble ?] Oui voilà pour rigoler [Et vous avez fait quoi pendant la soirée ?] Nous sommes allés au musée des beaux-arts en fait on y est allé par curiosité, on était énervé parce qu'on rigolait pour tout et pour rien on voyait un truc et on se disait tiens ça ressemble à ça et puis on rigolait c'était un moment plus récréatif que de contemplation... [ça t'a plu ?] Ben oui j'ai bien rigolé si c'était bien [Et vous avez fait d'autres musées ensuite ?] Non [Et l'année d'avant vous étiez allé à l'aquarium pour la même occasion ?] Ben oui et non c'est-à-dire qu'effectivement il y avait ça et en plus de ça il y avait la foire qui était installée et du coup on a fait un gros groupe, ah d'ailleurs j'ai oublié une personne Patricia c'était la personne qui était stagiaire avec moi l'année dernière, et du coup j'en ai profité pour la présenter à mes amis, du coup on a fait la nuit au musée et après on a été à la foire faire les manèges et après on a été boire un coup »

Vincent explique ainsi que la visite est « toujours un prétexte pour passer du temps avec [ses] amis », avant d'ajouter que « c'est un prétexte, bon ceci dit c'est pas pour autant qu'on regarde pas ce qu'il y a ». La visite entre pairs lui permet ainsi de découvrir grâce à ses amis et d'affiner ses opinions et ses goûts :

« j'aime bien avoir leur avis... [pourquoi ?] ben je sais pas pour déjà le confronter au mien et puis pour voir juste par curiosité, savoir ce qu'ils ressentent, ce qu'ils pensent de l'œuvre, s'ils ont ressenti la même chose, après c'est un peu compliqué parce que les goûts on peut pas trop les partager mais c'est important pour moi d'avoir leur avis, j'ai pas forcément les mêmes goûts qu'eux, pas les mêmes avis qu'eux sur certains trucs, après je suis aussi influençable, s'ils arrivent à me convaincre que c'est bien ben là je vais dire ok d'accord, je suis quand même, ouais je me remets quand même en question et puis si j'ai tort voilà j'ai tort. »



- **Usages des musées, intensité des visites et image de soi en visiteur**

Dans cette enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur*, nous voyons qu'il n'y a pas de correspondance stricte entre des trajectoires définies dès l'enfance, des usages des musées (esthète, encyclopédique, de sociabilité, etc.), l'intensité de la pratique et la reconnaissance de soi en visiteur de musées. Certains de ces jeunes ne se reconnaissent pas comme des visiteurs assidus des musées malgré le nombre de leurs visites dans l'année. Inversement, d'autres se disent férus de musées mais visitent peu.

De même, au cours des entretiens, les jeunes que nous avons rencontrés ont évoqué différents lieux de visite, des plus institutionnels (musées, monuments, galeries...) jusqu'aux plus informels (bars, expositions de plein air, patrimoine naturel...). Certains de ces lieux, comme les expositions en plein air (Ghebaur, 2013) ou les centres historiques (Navarro, 2015), sont explicitement mis en scène pour provoquer la posture de visiteur : des médiations *in situ* les désignent au passant et instituent un regard de visiteur hors les murs d'une institution. Mais plusieurs enquêtés ont également évoqué des lieux que rien ne leur désignait explicitement et qu'ils ont eu, pourtant, le sentiment de traverser en visiteur. De ce point de vue, il apparaît que la reconnaissance de soi en visiteur puisse relever d'une attention particulière, d'une posture parfois médiée par un outil d'enregistrement de ce regard attentif (photographie, caméra, dessin, etc.) et dans laquelle ces jeunes se placent intentionnellement :

« À partir de la fac, quand j'avais un moment j'aimais bien me balader un peu au hasard, tout seul dans Paris, essayer de découvrir des nouveaux coins, des nouvelles rues, des fois avec ma caméra, des fois sans ma caméra. » Valentin, 28 ans, ingénieur d'étude en biologie, en reprise d'études

ou se retrouvent malgré eux :

« Il y a des moments où il y a un beau paysage, et on s'arrête. On vit son existence et tout à coup il y a quelque chose qui fait écho en nous. Et on s'arrête. Et on regarde. C'est une belle expérience... et j'ai l'impression que...et qui nous tombe dessus, ça nous tombe dessus et dire je paye au musée c'est un peu dire, je vais avoir ce... je vais avoir ce truc qui va me tomber dessus et je vais payer pour... alors que bien souvent ça n'arrive pas, on n'y va dans une attente en fait... voilà il y a un projet... alors qu'on vit des choses très fortes quand on se rend poreux à ça. » Justin, 25 ans, étudiant en arts du spectacle.

Séverine fournit un contre-exemple (cf. portrait p. 269). Ses pratiques de visite sont liées à sa pratique photographique amateur qui occupe la majeure partie de son temps libre. Elle effectue des « sorties photo » en ville, visite régulièrement des expositions de photographies à proximité de chez elle ou se déplace pour en visiter, organise la mise en exposition des travaux des adhérents de son club de photographes amateurs. Pour autant, Séverine ne s'identifie pas comme une visiteuse de musées et n'assimile pas ses propres pratiques de visites à ces lieux qui, dans ses représentations, ne captent pas *a priori* ses intérêts.

**Séverine :** « *non, des visites, j'en ai pas fait tant que ça en fait... sauf pour la photo quoi...* »

Séverine a 28 ans, elle est ingénieur en système d'information. Elle travaille depuis trois ans dans une entreprise de production de logiciels et solutions web pour les entreprises. Elle a grandi jusqu'à ses 9 ans à Paris puis, suite à la mutation de son père, elle déménage à Toulouse. Au cours de ses études, Séverine reviendra à Paris (stage de fin d'études en master et premier emploi) mais retourne ensuite à Toulouse : « c'est très bien Paris, hein, mais quand on a goûté à Toulouse on a du mal, on a du mal. Enfin, moi c'est simple les 2 ans où j'étais sur Paris, j'ai eu l'impression de faire le fameux dicton c'est "métro, boulot, dodo", clairement ». Son père est cadre dans une entreprise de télécommunications, sa mère est comptable pour un office HLM.

#### **Une photographe amatrice à la vie comme à la scène**

À l'ouverture de l'entretien, lorsque je lui demande de se présenter, Séverine commence : « Je vais parler peut-être de mes loisirs... donc je fais de la photo depuis 5 ans. [Tu commences par tes loisirs...] Ouais, après je peux parler de mon boulot mais je trouve ça tellement plus intéressant de parler de ce qu'on aime faire en dehors du boulot (rires) »

Séverine se définit comme une photographe amatrice et passionnée. Elle débute dans le domaine lors de ses voyages à l'étranger. Puis elle adhère dans des clubs de photographes amateurs « pour avoir les bases, c'est toujours mieux », ce qui lui permet de « progresser » de « rencontrer d'autres personnes » avec lesquelles elle échange techniques et conseils de façon à faire évoluer sa propre création. Son choix de quitter Paris n'est pas sans lien avec l'émergence de cette pratique en amateur. Elle explique en effet qu'elle souhaitait quitter le rythme harassant de Paris pour pouvoir se consacrer à ses activités de loisirs :

« J'avais justement cherché des activités le soir à faire le soir après le taf, sauf que le taf ben quand je partais avant 19h le chef il me regardait de travers, après j'étais à 45 minutes de chez moi en transports donc j'ai pas réussi à avoir une activité, à avoir des activités extra-professionnelles à Paris. »

Une fois installée à Toulouse, elle adhère à un club de photographie. De même, dès qu'elle est embauchée dans l'entreprise où elle travaille actuellement, Séverine décide de relancer le club de photographie de l'entreprise qui était en train de péricliter :

« Dès que j'ai été recrutée dans ma nouvelle, dans ma boîte actuelle, j'ai relancé entre guillemets le club photo de ma boîte parce que en fait l'ancien président était un peu malade donc avait un peu lâché l'affaire et moi j'avais un peu fait ma curieuse et on m'avait dit "ah ben non c'est un peu mort" et au final je l'ai relancé et donc on est un petit bureau de 5 personnes, et en fait on a 40 adhérents au club photo (rires), voilà et on fait des expos tous les mois et demi dans le bâtiment de la boîte, on fait des sorties... »

Elle obtient de son entreprise un espace dédié à la photographie et aux expositions des salariés adhérents au club. La démarche étant appréciée par sa direction, son entreprise réalise des travaux pour aménager cet espace et équipe le club de photographie pour ces expositions :

« c'est dans le hall principal du bâtiment, en fait au début, ben c'était... bon y'avait de quoi accrocher les cadres et là ils ont refait des travaux et en fait comme ils aiment beaucoup nos expos, ça fait plaisir aux salariés etcetera... ils ont installés des spots donc maintenant on est... enfin c'est super bien éclairé, on a un lieu vraiment dédié pour le club photo pour faire ces expos. »

Depuis sa pratique s'est également développée du côté de la réalisation de courts métrages au sein des clubs de photographes. Aussi actuellement la photographie et les courts métrages occupent la majeure partie de son temps libre (sur son lieu professionnel et en dehors) et, bien plus parce qu'elle est membre active dans ces associations (les réunions du bureau sont hebdomadaires et s'ajoutent à l'organisation des sorties photographiques pour les adhérents) que pour sa propre pratique comme photographe : « j'y consacre beaucoup de temps pour les autres au final peut-être plus de temps pour les autres que pour moi, mais ça me fait plaisir. »

Outre des collègues récemment recrutés dans son entreprise et qu'elle voit en-dehors des heures de travail, c'est la pratique de la photographie qui polarise la majeure partie de ses relations interpersonnelles. À ce titre, elle part en covoyage aux rencontres photographiques d'Arles et, dans la voiture, rencontre Justine et Nessim avec qui elle gardera contact et à qui elle proposera régulièrement de l'accompagner lors de visites de lieux d'exposition consacrés à la photographie. Avec eux, elle se campe dans le rôle de guide lors de ces visites :

« je leur dis "tu vois là c'est un peu, selon moi, c'est un peu dommage qu'il ait fait comme ça ou là c'est très chouette parce que..." oui je leur fais part de comment moi je perçois la chose même si j'ai pas la vérité et que chacun, chacun percevra la chose différemment. Ouais on partage sur ce qu'on voit. »

**Les musées : « aujourd'hui ça me parle pas, un jour peut-être ça me parlera »**

À l'annonce d'une partie consacrée à ses pratiques de visite, Séverine est ennuyée car, explique-t-elle : « j'ai très peu de souvenirs de mon enfance en fait donc remonter à mon enfance ça va être un peu difficile, euh... je pense que si je dois essayer de me rappeler de trucs de mon

enfance ce serait les visites qu'on a fait dans le cadre... dans le cadre scolaire en fait. » À ce titre, ces souvenirs de visites scolaires, elle se les remémore « grâce aux photos, mais... en fait j'ai des souvenirs grâce aux photos en fait en voyant les photos je me souviens que euh... que l'histoire m'avait marqué ». Elle se rappelle ainsi d'un voyage scolaire à Amsterdam et revoit sur les photos sa visite de la maison d'Anne Franck. De même, en famille, Séverine n'a que peu de souvenirs, sinon des visites de villes pendant les voyages en vacances, et notamment de monuments religieux parce que « quand tu vas dans une ville, en général sur le guide du routard t'as toujours une église qu'ils conseillent ou une basilique ou je sais pas quoi donc on y allait plus par curiosité parce qu'on n'est pas croyants avec mes parents ». Elle évoque également pour ces visites familiales « des trucs quand on était en vacances, genre des ateliers de fabrication de je sais pas quoi, des petits musées, mais des trucs accessibles pour les enfants ». De même, elle suppose qu'avant ses 9 ans, âge auquel sa famille s'installe à Toulouse, « on a dû faire le musée du Louvre aussi quand même, ouais quand j'étais sur Paris... ». Au terme de cette partie de l'entretien, elle conclura : « j'ai l'impression d'être une grosse inculte des musées ou euh... bon après on a chacun nos, nos, enfin nos affinités avec certaines choses et moi c'est que de ce côté-là bon... j'ai pas pu te raconter grand-chose... je fais plein de choses mais pas les musées... »

En fait, Séverine visite souvent, en lien avec « *ses affinités* » pour la photographie, mais ces pratiques, elle ne les identifie pas à ce qu'est pour elle une visite de musée qui, d'une manière générale, ne suscite pas de grand intérêt de sa part : « mais en fait le principe d'avoir dans des trucs vitrés des trucs qui datent des années je sais pas combien euh... c'est pas ce qui me plaît ».

Comme nous l'avons déjà vu chez Hortense, la mémorisation des visites, de même que la visite en autonomie, interviennent en lien avec l'émergence de son intérêt pour la photographie et de sa pratique en amateur : « non des visites j'en n'ai pas fait tant que ça en fait... sauf pour la photo quoi... j'ai que des trucs récents en fait qui me viennent en tête euh... ouais non euh... j'ai que des trucs récents qui me viennent en tête ». Ces « trucs récents » renvoient tous à sa pratique de photographe : la Maison Européenne de la Photographie qu'elle ne manque pas de visiter chaque fois qu'elle se rend à Paris pour retrouver des amis ou lors de ses déplacements professionnels, à Toulouse, le Château d'eau, lieu d'exposition consacré à la photographie et les Abattoirs, à l'occasion d'une conférence sur les courts métrages, les festivals Visa pour l'image à Perpignan, les Rencontres d'Arles. Comme elle l'explique :

« Moi je fais des festivals... pour aller voir des expos photos et clairement le peu de musées que je fais c'est des musées photos en fait... [...] oui, tout est lié à la photo des visites que j'ai pu faire même quand on est retourné à Amsterdam là avec des amis et voilà on a rien visité, enfin il voulait aller au musée de la bière mais j'ai dit "non merci ça m'intéresse pas", du coup on n'y est pas allé, j'étais pas la seule à pas vouloir (rires) »

Progressivement, ces visites nourrissent sa pratique et affinent son appréciation. Elle estime ainsi que ses visites lui ont permis

« d'évoluer dans ma façon d'appréhender la photo parce que je vois j'ai vachement... il y a des photos auxquelles je disais non avant auxquelles je ne dis plus non maintenant par rapport à mes goûts euh... enfin non, c'est un peu une ouverture d'esprit de voir de nouvelles choses côté photo ».

De même, au Château d'eau dont elle est devenue une visiteuse fidèle, elle discute des choix effectués par la direction :

« Des fois ils font des choix d'auteurs euh... t'as des... t'as des photos qui sont présentées où tu te dis c'est typiquement le genre de photos que moi je mets à la poubelle quoi... et des fois c'est vrai que j'ai dû mal à comprendre le choix du responsable du Château d'eau, pourquoi il choisit tel auteur, je suis assez exigeante en fait sur les photos et moi y a des fois des photos qui ont été présentées au Château d'eau où j'ai été très surprise négativement comme très surprise positivement »

Si nous la rencontrons lors d'une soirée au musée des Augustins, c'est avant tout parce que l'association organisatrice de la soirée dans ce musée de beaux-arts avait pris contact avec son club de photographie « pour que des photographes enfin amateur viennent bénévolement photographier l'événement pour qu'elle puisse publier des photos sur le site ». Elle découvre donc le lieu à cette occasion :

« [Et c'est la première fois que tu le visitais ?] Ouais (rires), je suis passée souvent... j'ai trouvé ça super joli... après au point d'y aller de jour en tant que visiteur sans la soirée d'enquête... euh... je non euh ça m'intéresse pas trop en fait sauf si il y a une expo photo mais oui après il y avait de belles sculptures il y avait de jolies choses mais... ça me parle pas, aujourd'hui ça me parle pas, un jour peut-être ça me parlera mais aujourd'hui ça me parle pas en fait... non... non, non. »

Cette soirée l'enthousiasme pour l'exercice de sa pratique qu'elle lui a permis : « J'ai adoré le cadre franchement c'est un... euh... en tant que photographe de pouvoir accéder à ce genre de lieux, d'avoir... de pouvoir photographier ce qu'on veut, de nuit dans ces conditions-là, enfin c'est super ! franchement euh... c'est top. »

#### 4.1.2. Pour une relecture de l'indicateur du capital de familiarité muséale

Revenons aux données d'*À l'écoute des visiteurs* analysées au chapitre précédent et examinons la possibilité d'y lire les usages de la visite observés chez les jeunes rencontrés dans l'enquête *Débuts de carrière de visiteur*. Pour cela, nous avons utilisé l'indicateur de la familiarité muséale pour mener une analyse multivariée qui dissocie les trois niveaux d'information que cet indicateur agrège<sup>117</sup> (cf. chapitre 2). Comme le montrent les figures 13 et 14 ci-après, cinq types de pratique muséale se font jour. La distribution des visiteurs entre ces différentes formes d'usage est relativement stable d'une édition d'enquête à l'autre.

- **Formes d'usage des musées et catégories de visiteurs**

Dans le premier groupe, celui des « distants » (un visiteur sur 10), les visiteurs cumulent une très faible connaissance des huit catégories de musées et une très faible fréquentation annuelle : ce sont les visiteurs les plus distants de la pratique de visite muséale. Les trois quarts d'entre eux connaissent moins de la moitié des catégories de musées proposées dans le questionnaire et près des deux tiers n'ont réalisé aucune visite dans l'année écoulée. Un quart d'entre eux s'est rendu dans un seul musée, le plus souvent de beaux-arts ou de sciences et techniques.

Dans le second groupe, celui des « dormants » (un visiteur sur 4), la majorité des visiteurs connaît plus de la moitié de la liste des musées du questionnaire pour s'y être rendu au moins une fois dans leur vie. Chez eux, les visites ne sont que peu actualisées dans l'année : la moitié d'entre eux n'a rien visité au cours des douze derniers mois et l'autre moitié a effectué une ou deux visites (principalement dans des musées d'art).

Les deux groupes de visiteurs qui se dégagent ensuite se démarquent moins par leur degré de connaissance ou de fréquentation annuelle que par leur orientation sélective dans le paysage muséal. En effet, dans ces deux groupes, plus de la moitié des visiteurs connaît au moins la moitié des huit catégories de musées proposées dans le questionnaire. Leurs visites au cours des douze derniers mois se situent à un niveau moyen (3 à 4 visites en majorité). Celles-ci les ont amenés à se rendre préférentiellement, pour les uns, dans des musées d'art et, pour les autres, dans des musées de sciences ou d'histoire. Le groupe des « sélectifs des musées d'art » rassemble 3 visiteurs sur 10 et celui des « sélectifs des musées de sciences et d'histoire » un peu plus de 10%.

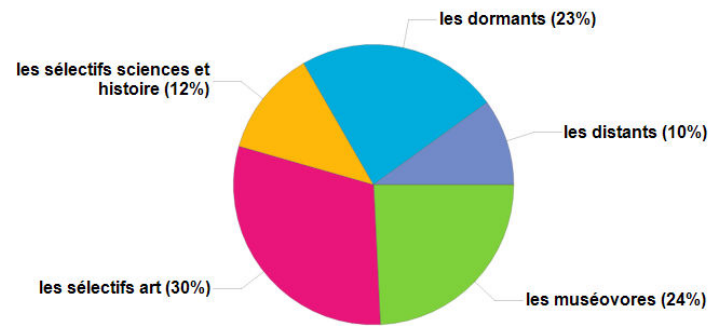
Enfin, dans le dernier groupe, celui des « muséovores » (un visiteur sur 4), les visiteurs connaissent toutes les catégories de musées. Ceux-là ne choisissent pas : ils visitent majoritairement tous ces types de musées dans l'année.

---

<sup>117</sup> Pour rappel, il s'agit du degré de connaissance du champ muséal, de l'intensité des visites au cours des 12 derniers mois et de l'éventail de catégories thématiques de musées et expositions visitées dans l'année.

Figure 13. Formes d'usage des musées chez les visiteurs rencontrés dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

**EN 2012**



**EN 2015**

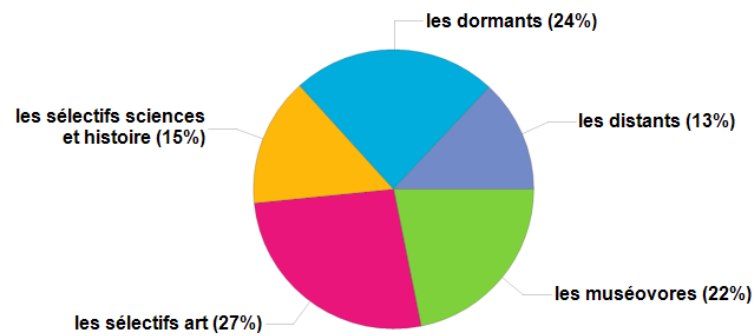
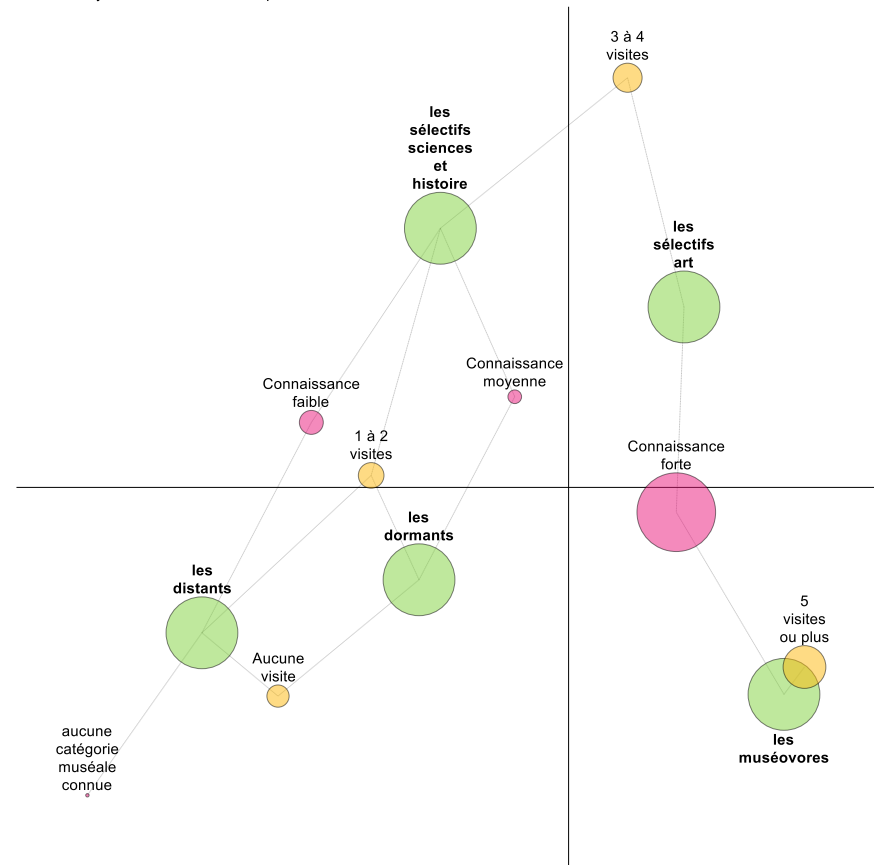


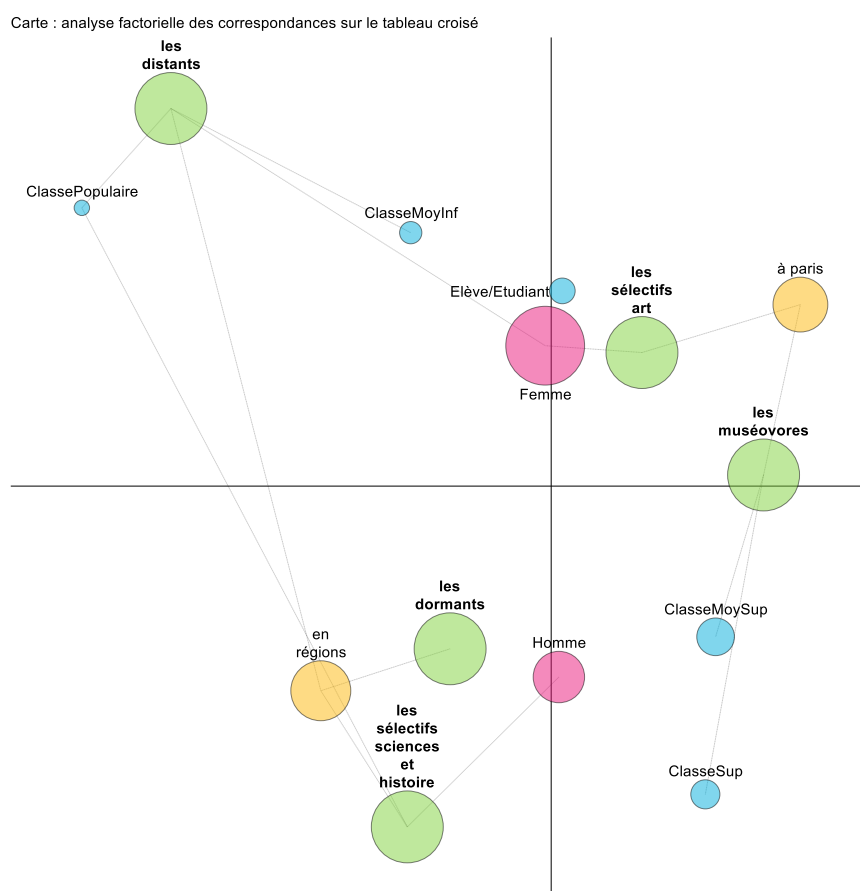
Figure 14. Degré de connaissance des musées et intensité des visites dans l'année suivant les formes d'usages des musées, *À l'écoute des visiteurs*, 2012

Carte : analyse factorielle des correspondances sur le tableau croisé



Comme pour l'indicateur des niveaux de familiarité dont cette classification est issue, ces formes d'usage désignent aussi des profils sociodémographiques différents. Les visiteurs sont ainsi significativement plus populaires chez les « sélectifs des musées de sciences et d'histoire » et chez les visiteurs « distants » et moins diplômés en particulier chez les « distants » où les diplômés du bac ou moins ont jusqu'à 4 fois plus de poids que dans les autres groupes. À l'opposé, les « muséovores » appartiennent significativement aux classes sociales supérieures et moyennes supérieures et près des deux tiers de ces visiteurs détiennent un niveau de diplôme au moins équivalent à bac+5.

Figure 15. Profil socioculturel des visiteur·ses selon les formes d'usage des musées, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012



De même, ces formes d'usages caractérisent également des rapports au temps de loisirs – les visiteurs « dormants » notamment sont plus souvent que dans les autres groupes des personnes en activité, ce point pouvant expliquer le caractère exceptionnel de la visite chez certains d'entre eux – ainsi que des rapports sexués à la visite muséale : chez les « sélectifs des musées de sciences et d'histoire » les hommes sont surreprésentés quand les femmes le sont parmi les « sélectifs des musées d'art ».

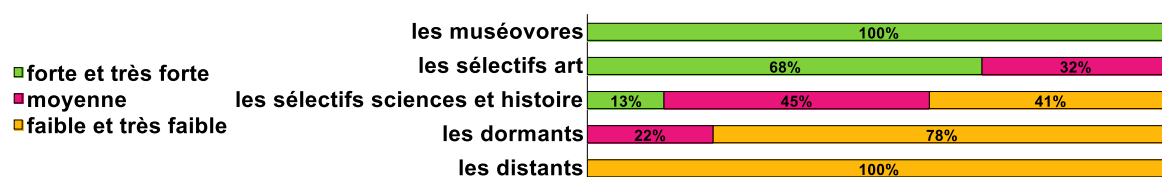
Il apparaît enfin que ces formes d'usages, de même que les niveaux de familiarité muséale présentés plus haut, se répartissent de façon semblable quel que soit l'âge des visiteurs.



- **Usages des musées et syntaxe des pratiques culturelles et de loisirs dans l'enquête statistique**

En tenant compte de la nature des lieux que les visiteurs déclarent connaître ou fréquenter, cette catégorisation ne se superpose pas strictement à l'échelle des niveaux de familiarité muséale. Comme le montre la figure ci-dessous, si les « distants » et les « dormants » se classent parmi les visiteurs dont la familiarité est très faible ou faible, de même que les « muséovores » se situent logiquement du côté des plus fortement familiers, les visiteurs sélectifs se distribuent entre les niveaux faible, moyen et fort de l'échelle de la familiarité muséale.

Figure 16. Familiarité muséale des visiteurs selon les formes d'usages des musées, *À l'écoute des visiteurs*, 2012



Par suite, et comme le montrent les deux figures 17 et 18 ci-après, l'analyse des formes de visite les plus caractéristiques au sein de chacun de ces groupes de visiteurs atteste que cette catégorisation des visiteurs désigne moins la fréquence de la pratique de visite que des usages différenciés des musées. En effet, la faible familiarité des « distants » et des « sélectifs des musées de science et d'histoire » renvoie avant tout à un usage touristique des musées : dans ces deux groupes, pour les deux tiers des visiteurs, la visite a eu lieu à l'occasion d'un déplacement en France et les visiteurs y sont majoritairement des primovisiteurs des institutions où ils ont été rencontrés.

Confortant cette image d'un public touristique, les visiteurs « sélectifs des musées de science et d'histoire », plus souvent que les autres catégories de visiteurs, attribuent au musée la mission d'« assurer un rayonnement culturel à la ville ou la région ». Chez ces visiteurs « distants » et « sélectifs », la visite s'apparente à un moment de détente et de convivialité : ces deux motivations ne sont prépondérantes que dans ces deux groupes. À ce titre, ce sont significativement ces visiteurs qui attendent du musée qu'il soit un « lieu de sortie attirant » et majoritairement, chez eux, la visite a lieu en famille ou en couple.

Les visiteurs « dormants » présentent un profil légèrement différent des deux groupes précédents. Comme eux, les « dormants » constituent essentiellement un public touristique et familial des musées. Mais, chez eux, la part de primovisiteurs n'est pas majoritaire. Le plus souvent ces visiteurs « dormants » sont déjà venus une fois dans le musée où ils ont répondu à l'enquête et, confirmant que leur pratique de visite relève avant tout d'une activité relativement exceptionnelle, leur dernière visite dans ce musée datait majoritairement de plus de cinq ans.

Dans ces trois groupes de visiteurs touristiques, une minorité déclare entretenir un lien avec le musée visité le jour de l'enquête et, lorsqu'ils le font, ces liens sont plus souvent de nature informelle : la visite fait écho chez eux aux intérêts communs à leur entourage ou bien renvoie,

pour la minorité des publics locaux que comptent ces catégories de visiteurs, au fait qu'ils résident à proximité de l'établissement.

À l'issue de leur visite, et en lien avec le contexte touristique dans lequel ils l'effectuent, ces trois groupes de visiteurs envisagent moins souvent de revenir dans le musée voire, pour les « dormants » et les « distants », n'envisagent aucune suite (environ 15% des visiteurs dans ces deux groupes). Confirmant leur appétence pour ce type de musées, les « sélectifs des musées de science et d'histoire » sont les seuls pour lesquels l'intention de découvrir par la suite d'autres musées du même genre est prépondérante : elle concerne un tiers des visiteurs dans ce groupe.

Chez les « muséovores » et les « sélectifs des musées d'art », la visite s'inscrit plus souvent au rang des loisirs ordinaires. Ils constituent majoritairement un public local des institutions où ils ont été rencontrés et dans lesquelles ils sont le plus souvent déjà venus. Leurs visites antérieures sont tout à la fois nombreuses et récentes : près des deux tiers des « sélectifs des musées d'art » et près des trois quarts des « muséovores » s'étaient rendus de 3 à plus de 5 fois dans ce musée et, pour les deux tiers environ des visiteurs dans ces deux groupes, leur dernière visite avait eu lieu la même année ou l'année précédente. De même, chez les « muséovores » uniquement, la visite n'a pas été prévue longtemps à l'avance mais a pu s'improviser le jour même ou en passant devant le musée.

Ces deux groupes de visiteurs sont aussi ceux qui se déclarent liés au musée : leurs liens, notamment chez les « muséovores », sont plus formels qu'ils ne le sont chez les « distants » ou les « dormants ». Près de la moitié des « muséovores » évoque leur domaine professionnel ou d'étude en explication de ce lien à l'institution et près d'un quart, le fait qu'ils y ont un abonnement. Les « sélectifs des musées d'art » citent deux fois moins ces deux types de liens, de même qu'ils ne sont mentionnés que par un visiteur sur cinq (tout au plus) dans les autres groupes de visiteurs.

Ces visites de proximité que les « sélectifs des musées d'art » et les « muséovores » renouvellement fréquemment sont souvent effectuées seuls : la visite en solitaire concerne un visiteur sur cinq dans l'un et l'autre groupe, soit le double du poids qu'a cette modalité chez les « dormants », les « distants » et les « sélectifs des musées de science et d'histoire ». En écho des liens qu'ils entretiennent avec la visite, pratique apparentée chez eux à un semi-loisir, la part du public familial ne concerne qu'un quart environ des « muséovores » et des « sélectifs des musées d'art », là où elle représente un tiers à près de la moitié des visiteurs dans les trois groupes précédents.

Figure 17. Liens à l'établissement visité le jour de l'enquête selon les formes d'usage des musées, enquête *À l'écoute des visiteurs 2012*

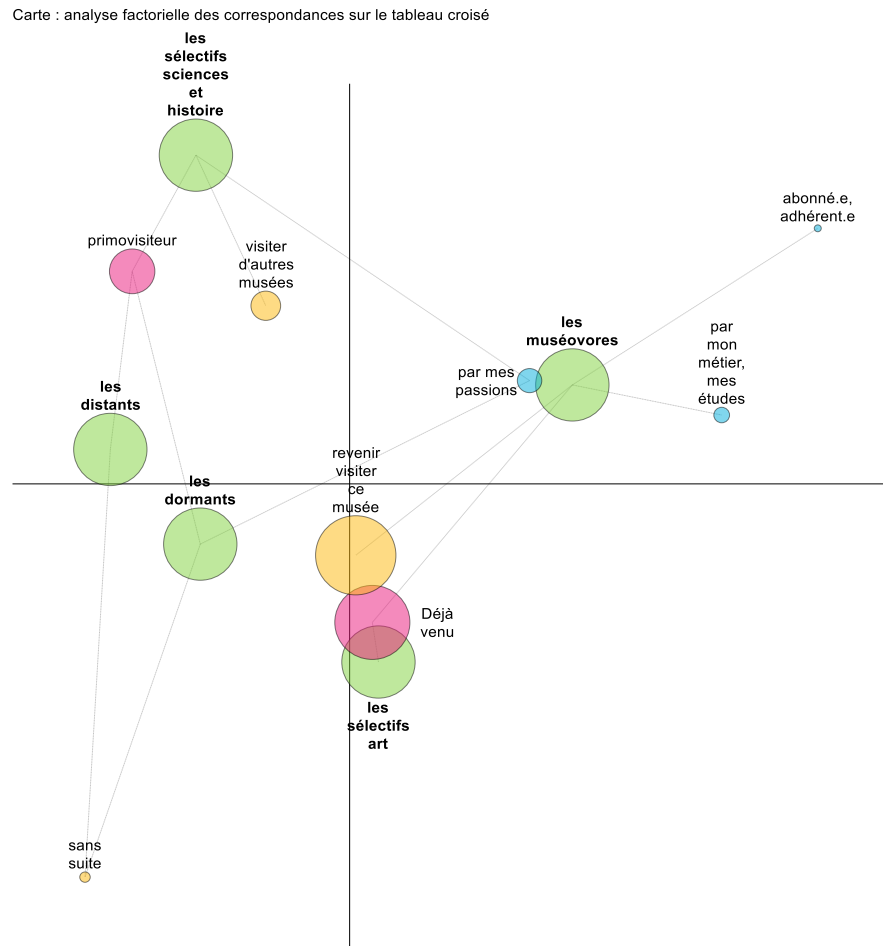


Figure 18. Attentes et format de la visite selon les formes d'usage des musées, enquête *À l'écoute des visiteurs 2012*



Figure 19. Pratiques culturelles et formes d'usage des musées, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012

En les rapportant aux pratiques culturelles et de loisirs auxquelles ces usages sont liés, se dessine à l'échelle statistique la syntaxe des loisirs que nous observons dans l'enquête *Débuts de carrière de visiteur*. L'intensité des visites des « muséovores » y apparaît étroitement liée à un grand nombre d'activité de loisirs parmi lesquelles les pratiques artistiques en amateur tiennent une place de choix<sup>118</sup>. De même, l'orientation des visiteurs sélectifs vers les musées d'art ou vers les musées de sciences et d'histoire s'éclaire au regard de leurs pratiques culturelles : les premiers apparaissent comme des artistes amateur (pratiquant en particulier la peinture et la sculpture), les seconds comme des collectionneurs. Enfin, l'éloignement des visiteurs « distants » et « dormants » semble renvoyer à des pratiques de loisirs moins nombreuses et plus souvent tournées vers le domicile.

Cette analyse fait affleurer les usages des musées et la syntaxe des loisirs observés dans l'enquête *Débuts de carrière de visiteur* et sous-jacents dans l'indicateur du capital de familiarité muséale. Elle propose ainsi une relecture de cet indicateur qui ne résume pas le rapport qu'ont les individus avec la visite muséale à l'intensité de cette pratique en particulier sur une année. En

<sup>118</sup> Ces « muséovores » ne sont pas sans rappeler les travaux d'O. Sullivan et T. Katz-Gerro montrant que l'*omnivore* ne relève pas seulement d'une plus grande diversité des répertoires culturels mais désigne aussi un rapport au temps de loisirs. Ils mettent en lumière un univers culturel « vorace » dans lequel les activités de temps libre sont nombreuses et investies pour de courts moments. Comme le soulignent ces auteurs, « comme rapport au temps, ce modèle implique un style de vie polychronique (multitâche) » (Sullivan et Katz-Gerro, 2007 : 125).

effet, le calcul mis en œuvre pour construire l'indicateur de familiarité muséale survalorise la visite au cours des douze derniers mois<sup>119</sup>. En ce sens, ce calcul achoppe au même écueil que celui pointé dans les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français où les publics des musées sont ceux qui ont effectué une visite dans l'année. Tel qu'il est calculé, cet indicateur adopte ainsi le point de vue des institutions dont l'intérêt est à la pratique intense et fidèle. Il ne permet pas en l'état d'analyser les significations des usages que les individus font de ces lieux. Cette relecture de l'indicateur s'en approche seulement. Elle pourrait être approfondie en intégrant dans l'enquête un questionnement sur les bénéfices retirés de la visite de ces différents types de musées.

---

<sup>119</sup> Pour rappel, l'indicateur du capital de familiarité muséale est une variable score qui totalise les points obtenus pour l'ensemble des catégories thématiques de musées. Ces points sont attribués aux différentes temporalités de visite : 5 points pour les catégories de musées visitées dans les 12 derniers mois, 2 pour celles visitées au moins une fois dans la vie, 0 pour celles qui n'ont jamais été visitées. La somme des points obtenus sert à construire la répartition des visiteurs entre les différents niveaux de familiarité (de très fort à très faible). Suivant ce barème, la familiarité très forte avec les musées désigne surtout des visiteurs qui connaissent un grand nombre de musées ou qui en visitent souvent pendant l'année.

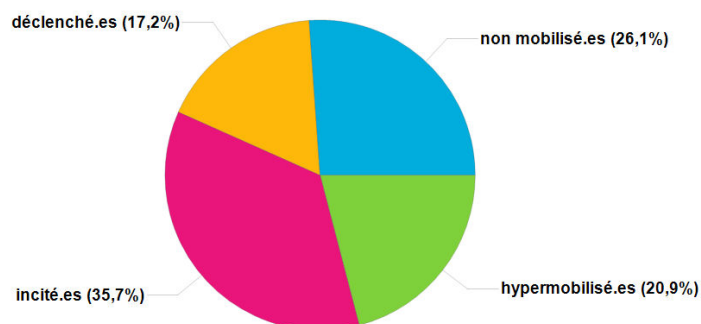
## 4.2. Gratuité et *médiations* : (ré)inscrire la visite à l'agenda des loisirs ordinaires

### 4.2.1. Gratuité : « routiniser » la pratique de visite

- Une « culture de la gratuité » : diversification du répertoire de visites et fidélisation

Dans l'enquête menée en 2014 auprès des 18-25 ans, la majorité des visiteurs a connaissance de la gratuité avant de venir au musée (65,6%). De même, ces jeunes bénéficiaires ont majoritairement déclaré que cette mesure a eu une incidence sur leur décision de se rendre au musée le jour de l'enquête (73,9%).

Figure 20. Formes de réactivité à l'égard de la gratuité, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014



Dans le détail, et suivant une classification formulée au département de la Politique des Publics, quatre formes de réactivité à la gratuité se font jour dans l'enquête selon que les visiteurs ont ou non connaissance de cette mesure et selon son incidence sur leur décision de visite. La plus forte réactivité est celle dite de l'« hypermobilisation » par la gratuité (20,9% des répondants) : ces visiteurs ont connaissance de la mesure avant de venir et déclarent qu'elle a constitué la condition *sine qua none* de leur visite. À un degré moindre, les « incités » (35,7%), eux aussi informés de l'existence de cette mesure avant leur venue, estiment que la gratuité a été l'une des motivations à leur venue sans pour autant être la seule. Les visiteurs « déclenchés » (17,2%) sont, à l'inverse des deux premiers groupes, ceux qui ont appris l'existence de la gratuité en arrivant au musée et qui se sont laissés convaincre par elle à la visite. Enfin, 26,1% des visiteurs déclarent ne pas avoir été mobilisés à la visite par la gratuité : ils avaient décidé d'effectuer leur visite quoiqu'il en coûte. Les deux tiers de ces visiteurs « non-mobilisés » ont découvert la mesure de gratuité une fois arrivés au musée.

Tableau 43. Usages des différentes formes de gratuité chez les 18-25 ans, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers.	
<b>Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans</b>	
non.....	9,3
une fois.....	11,6
à plusieurs reprises.....	79,1
<b>Usages des gratuités événementielles</b>	
jamais.....	13
une à deux visites gratuites.....	45,3
plusieurs visites gratuites.....	41,7
<b>Usages de la gratuité toutes mesures confondues</b>	
première visite gratuite.....	6,4
une à deux visites gratuites avant celle enquêtée..	10,7
plusieurs visites gratuites avant celle enquêtée.....	82,9
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185	

Dans cette enquête, moins d'un visiteur sur cinq n'a jamais visité en contexte de gratuité (toutes mesures confondues) ou seulement à une ou deux occasions avant le jour de l'enquête. La gratuité catégorielle est la mesure la plus utilisée pour visiter : 8 visiteurs sur dix en avaient déjà profité à plusieurs reprises auparavant. Ce point peut expliquer au demeurant que les visiteurs aient été majoritairement informés de cette politique tarifaire avant leur visite. Les usages des gratuités événementielles (*Journées européennes du patrimoine, Nuit européenne des musées, 1<sup>ers</sup> dimanches du mois*) sont quant à eux moins répandus : 45,3% n'en ont profité qu'à une ou deux reprises pour visiter.

Tableau 44. Publics de la gratuité catégorielle et publics des événements gratuits, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans		
	1ère visite	2ème visite	plusieurs visites
<b>Usages des gratuités événementielles</b>			
jamais.....	6,8	21,5	12,6
une à deux visites gratuites avant celle enquêtée..	21,4	17,8	52,1
plusieurs visites gratuites avant celle enquêtée.....	71,8	60,7	35,3
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185			

Par croisement, il apparaît que les habitués de la gratuité pour les moins de 26 ans le sont tout autant des gratuités événementielles : chez eux, 52,1% des visiteurs ont déjà saisi ce type d'occasions pour visiter. À l'inverse, les jeunes qui n'ont jamais visité lors d'un événement gratuit sont surreprésentés chez les visiteurs qui, le jour de l'enquête, bénéficient pour la première ou la seconde fois de la gratuité pour les moins de 26 ans. Les mesures de gratuité ne fonctionnent pas de façon isolée et les usages variés et réguliers qu'en font les visiteurs donnent à voir ce que J. Eidelman et B. Cérux qualifiaient dès 2008 de « culture de gratuité ».

Tableau 45. Mobilisation et usages des différentes formes de gratuité, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	hypermobilisé-es	incité-es	déclenché-es	non-mobilisé-es
<b>Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans</b>				
non.....	6,1	3,8	15,9	15
une fois.....	7,7	7,4	20,9	14,4
à plusieurs reprises.....	86,2	88,8	63,2	70,6
<b>Usages des gratuités événementielles</b>				
jamais.....	38,7	36,7	50,6	45,1
une à deux visites gratuites avant celle enquêtée..	13,2	12,7	14,3	12,3
plusieurs visites gratuites avant celle enquêtée.....	48,1	50,6	35,1	42,5
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185				

Cette culture de la gratuité est de nature addictive. Elle fonctionne suivant un cercle cumulatif par lequel les plus mobilisés par la gratuité sont également ceux qui en font le plus usage et qui se saisissent par ailleurs de tout l'éventail des offres de gratuité pour visiter. En effet, près de 9 visiteurs sur dix chez les « incités » et chez les « hypermobilisés » ont déjà effectué plusieurs visites grâce la gratuité pour les moins de 26 ans. La moitié des visiteurs dans ces deux groupes environ a également déjà fait plusieurs visites lors d'événements gratuits.

À l'inverse, les jeunes peu habitués de la gratuité pour les moins de 26 ans sont surreprésentés dans les deux groupes des « déclenchés » et des « non-mobilisés ». Chez eux, les usages des gratuités événementielles sont aussi plus rares : 50,6% des « déclenchés » et 45,1% des « non-mobilisés » n'en ont jamais profité pour visiter.

Tableau 46. Usages de la gratuité, fidélisation et renouvellement des publics, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	
<b>Si vous avez déjà profité d'une gratuité, vous l'avez utilisée pour...</b>	
revisiter un ou des musée(s) que vous connaissiez.....	42,2
découvrir un ou des musée(s) que vous ne connaissiez pas...	87,3
<b>vous avez déjà bénéficié de la gratuité pour les moins de 26 ans dans ce musée...</b>	
jamais.....	22,9
une fois.....	47
plusieurs fois.....	30,1
<b>vous avez déjà bénéficié de la gratuité pour les moins de 26 ans dans différents musées...</b>	
jamais.....	18,7
une fois.....	8,8
plusieurs fois.....	72,5
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185	

Pour une majorité de visiteurs, la « culture de la gratuité » soutient une dynamique de découverte du paysage muséal et de diversification du répertoire de visite. Le plus souvent, les visiteurs déclarent que la gratuité (sous toutes ses formes) leur permet de découvrir des musées qu'ils ne connaissent pas (87,3%). Deux fois moins souvent, ces visiteurs utilisent les offres de gratuité pour retourner dans des musées qu'ils ont déjà visités (42,2% des visiteurs). À ce titre, en ce qui concerne la gratuité pour les moins de 26 ans, sept visiteurs sur dix déclarent en avoir



bénéficié à plusieurs reprises dans différents musées plus souvent que dans celui où ils ont été rencontrés (30,1%).

Ces résultats sont corroborés par le lien, plus distendu, que les bénéficiaires de la gratuité entretiennent avec le musée visité le jour de l'enquête. En effet, par comparaison aux données d'*À l'écoute des visiteurs*, la part des primovisiteurs dans cette enquête est plus forte qu'elle ne l'est en moyenne (22 et 17 points de plus par rapport aux enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015). De même, les bénéficiaires de la gratuité expriment plus souvent l'intention de se rendre dans d'autres musées à l'issue de leur visite plutôt que de revenir dans celui visité le jour de l'enquête. À ce titre, si, comme nous l'avons vu dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, les 18-25 ans paraissent être un public plus volatil que ne le sont les plus âgés, ce trait pourrait être une traduction de la politique de gratuité qui conduit au musée une large majorité de ces jeunes tant en 2012 qu'en 2015.

Tableau 47. Renouvellement et fidélisation des publics suivant l'intensité des usages de la gratuité pour les moins de 26 ans, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	1ère visite gratuite (-26 ans)	2ème visite gratuite (-26 ans)	plusieurs visites gratuites (-26 ans)
<b>Si vous avez déjà profité d'une gratuité, vous l'avez utilisée pour...</b>			
revisiter un ou des musée(s) que vous connaissiez.....	15,8	21,1	46,1
découvrir un ou des musée(s) que vous ne connaissiez pas..	87,7	86,3	87,5
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>			
primovisiteur-se.....	89,1	75	54,1
déjà venu-e.....	10,9	25	45,9
<b>Après cette visite, vous avez l'intention de...</b>			
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire.....	39,4	54,8	65,7
visiter d'autres musées du même genre.....	43,4	44,4	50,5
rien, cette visite me suffit .....	28,3	18,5	8,4
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185			

Tableau 48. Renouvellement et fidélisation des publics suivant la mobilisation par la gratuité pour les moins de 26 ans, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	hypermobilisé-es	incité-es	déclenché-es	non-mobilisé-es
<b>Si vous avez déjà profité d'une gratuité, vous l'avez utilisée pour...</b>				
revisiter un ou des musée(s) que vous connaissiez.....	46,5	45,3	35,9	37,5
découvrir un ou des musée(s) que vous ne connaissiez pas..	88,3	88,2	85	86,7
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>				
primovisiteur-se.....	52	50,6	74,6	68,4
déjà venu-e.....	48	49,4	25,4	31,6
<b>Après cette visite, vous avez l'intention de...</b>				
revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire.....	62,3	68,7	51,4	59,2
visiter d'autres musées du même genre.....	43,9	52,8	47	49,6
rien, cette visite me suffit .....	13,6	7,2	18	11,6
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185				

Pour une partie des visiteurs, cette culture de la gratuité sert tout autant une découverte tous azimuts des musées qu'une dynamique de fidélisation à certains établissements. En effet, plus les visiteurs sont mobilisés par cette mesure ou habitués à en faire usage et plus ils comptent de publics fidèles. Parmi les habitués de la gratuité adressée aux moins de 26 ans, 46,1% des

visiteurs déclarent mettre cette mesure à contribution pour revisiter des musées qu'ils connaissent : ils sont surreprésentés pour cette déclaration avec des écarts allant de 15 à 30 points par rapport aux visiteurs moins usagers de cette mesure. De même, et bien que le résultat ne soit pas statistiquement significatif, cet usage de la gratuité est plus prononcé parmi les visiteurs « hypermobilisés » et « incités » : il rassemble près de la moitié des visiteurs dans ces deux groupes contre un peu plus d'un tiers chez les visiteurs moins fortement mobilisés par la gratuité. Corroborant ce résultat, les visiteurs qui se sont déjà rendus dans le musée où ils ont été rencontrés sont surreprésentés chez les « hypermobilisés », les « incités » et les habitués de cette mesure. Leur dernière visite est généralement récente : elle a été réalisée dans l'année ou l'année précédant l'enquête pour une majorité ou une part significative des visiteurs les plus mobilisés ou les plus familiers de cette gratuité catégorielle. Enfin, à l'issue de leur visite, l'intention de revenir dans ce même musée est plus souvent exprimée par ces habitués de la gratuité (jusqu'à 26 points d'écarts) et par ceux qu'elle mobilise le plus fortement (de 3 à 17 points d'écarts).

- **La visite gratuite : une visite en régime de familiarité**

L'analyse des formes de la visite en contexte de gratuité met en lumière un second effet de cette mesure : la gratuité ôte à la visite muséale son caractère exceptionnel et paraît inscrire cette pratique dans la temporalité des loisirs ordinaires, dans un registre moins formel. Deux éléments principaux en témoignent.

Premièrement, cette mesure mobilise avant tout un public local et favorise la visite à proximité de chez soi. En effet, la part des publics locaux dans l'enquête auprès des bénéficiaires de la gratuité est plus forte qu'elle ne l'est en moyenne (+15,3 points par rapport à 2012 ; +7,3 points par rapport à 2015), tant dans les musées parisiens et franciliens (+21 et 11 points par rapport à 2012 et 2015) que dans les musées situés en régions (+16 et 15 points par rapport à 2012 et 2015). La part des visiteurs qui effectuent une visite de proximité est d'autant plus grande que la gratuité a constitué une motivation pour se rendre au musée. Chez ces visiteurs mobilisés, près de 7 sur dix visitent près de chez eux contre 5 sur dix chez les visiteurs pour qui la gratuité n'a pas du tout été la raison de la visite le jour de l'enquête.

Tableau 49. Mobilisation par la gratuité pour les moins de 26 ans et contexte de la visite, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	ensemble	mobilisé-es	non-mobilisé-es
visite de proximité.....	64,9	<b>69,5</b>	<b>52,1</b>
visite touristique.....	35,1	<b>30,5</b>	<b>47,9</b>
<b>Chez les visiteur-ses résidant en régions</b>			
visite de proximité.....	49,7	<b>52,4</b>	<b>43,1</b>
visite touristique.....	50,3	<b>47,6</b>	<b>56,9</b>

source : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ;  
champ : échantillon total : n = 1185

Cette tendance s'observe y compris à l'échelle des visiteurs qui vivent en régions. En effet, dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, tout comme dans celle sur la gratuité, les réponses sont majoritairement collectées dans des établissements parisiens. En conséquence, les visiteurs qui

résident en régions sont le plus souvent rencontrés alors qu'ils effectuent une visite touristique. En revanche, dès lors qu'ils sont motivés à la visite par la gratuité, la part des publics locaux chez les visiteurs vivant en régions devient prépondérante (52,4%). À l'inverse, lorsque la visite n'est pas du tout motivée par la gratuité, les visiteurs résidant en régions restent majoritairement des publics touristiques du musée où ils ont été rencontrés (56,9%). Le contexte touristique de la visite pourrait à ce titre constituer une explication de la non-mobilisation par la gratuité.

Deuxièmement, la visite en contexte de gratuité paraît plus informelle. D'une part, ce point émerge des effets de la gratuité sur la visite que les visiteurs déclarent percevoir. De leur point de vue, la gratuité leur a permis de « venir à plusieurs au musée » (50,5%) et de faire une visite « plus décontractée » (45,1%). Près d'un visiteur sur cinq explique que la gratuité leur a aussi permis de faire un achat, de prendre un café ou de se restaurer sur place.

Tableau 50. Décision de visite et mobilisation par la gratuité, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	ensemble	mobilisé-es	non-mobilisé-es
<b>Quand avez-vous décidé de venir dans ce musée?</b>			
il y a longtemps que j'y pense.....	0,397	0,374	0,461
il y a quelques jours.....	0,342	0,341	0,343
aujourd'hui même ou en passant devant.....	0,261	0,284	0,196

source : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ;  
champ : échantillon total : n = 1185

D'autre part, ce caractère plus informel transparaît dans la spontanéité de la visite en contexte de gratuité. Chez les bénéficiaires de la gratuité, 26,2% des visiteurs ont décidé de se rendre au musée le jour même. Ils sont 28,4% dans ce cas lorsque la gratuité motive la venue au musée contre 19,6% lorsque cette mesure ne compte pas dans la décision de venir. En moyenne, dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, cette visite spontanée représente 24,3% en 2012 et 19,8% en 2015, soit 4 et 8 points de moins par rapport aux jeunes que la gratuité motive à se rendre au musée. À l'inverse, pour 46,1% des visiteurs non motivés par la gratuité, la décision de venir est prise depuis longtemps. Là encore, la moindre spontanéité de la visite chez ces visiteurs non motivés peut être liée au contexte touristique de leur visite.

- **Amorcer, soutenir ou amplifier une pratique muséale autonome**

Revenons à présent à nos groupes de visiteurs plus ou moins fortement mobilisés à la visite par la gratuité. Il apparaît que la gratuité n'a pas les mêmes effets pour tous ses bénéficiaires selon le degré auquel elle les motive à se rendre au musée. Comme nous allons le voir à présent, ces formes de réactivité à l'égard de la gratuité désignent aussi des rapports distincts au musée que cette mesure peut conforter, amplifier ou remanier.

Les « hypermobilisés » et « incités » par la gratuité sont les deux groupes de visiteurs qui ont connaissance de la mesure avant de venir et qui lui reconnaissent une influence sur leur choix de se rendre au musée. C'est dans ces deux groupes que les visiteurs font un usage varié et régulier de la gratuité et qu'elle sert chez eux une dynamique de fidélisation au musée. De même, ils partagent un même niveau de familiarité avec la pratique de visite : 67,5% des « hypermobilisés » et 71,2% des « incités » en sont d'ores et déjà très familiers. En revanche, les

Tableau 51. Familiarité muséale et lien avec l'établissement des visiteur·ses selon leur mobilisation par la gratuité, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	hypermobilisé-es	incité-es	déclenché-es	non-mobilisé-es
<b>Niveau de familiarité avec la visite muséale</b>				
très fort.....	67,5	<b>71,2</b>	<b>56,1</b>	61,9
fort.....	15,2	12,5	15,2	16,9
moyen.....	11,5	14,4	18,7	16,9
faible.....	5,8	<b>1,9</b>	<b>10,1</b>	4,3
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>				
primovisiteur·se.....	<b>52</b>	<b>50,6</b>	<b>74,6</b>	<b>68,4</b>
déjà venu·e.....	<b>48</b>	<b>49,4</b>	<b>25,4</b>	<b>31,6</b>
<b>Avez-vous un lien particulier avec ce musée ?</b>				
oui.....	26,3	<b>33,9</b>	<b>20,8</b>	31,9
non.....	73,8	<b>66,1</b>	<b>79,2</b>	68,1
<b>Nature des liens</b>				
par mes passions.....	43,9	56,6	53,7	51,5
par mon métier, mes études.....	47	59,4	48,8	64,6
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185				

 Tableau 52. Accompagnement des visiteur·ses selon leur mobilisation par la gratuité, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	hypermobilisé-es	incité-es	déclenché-es	non-mobilisé-es
<b>Visitez-vous seul·e ou entre ami·es étant plus jeune ?</b>				
oui.....	47	<b>56,9</b>	52,8	47,4
non.....	53	<b>43,1</b>	47,2	52,6
<b>Aujourd'hui, qui a proposé la visite ?</b>				
moi-même.....	51	<b>56,6</b>	<b>43,1</b>	50,3
quelq'un d'autre.....	49	<b>43,4</b>	<b>56,9</b>	49,7
<b>Aujourd'hui, vous êtes venu·e...</b>				
seul·e.....	9,6	9,7	6,9	6,7
en couple.....	26,7	27,7	33,3	30,1
entre ami·es.....	<b>54,6</b>	45,9	42,3	<b>31,4</b>
en famille.....	<b>14,2</b>	20,9	21,2	<b>38,5</b>
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185				

 Tableau 53. Profil des visiteur·ses selon leur mobilisation par la gratuité, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	hypermobilisé-es	incité-es	déclenché-es	non-mobilisé-es
<b>Niveaux de diplôme des parents</b>				
les deux parents diplômés du supérieur.....	38,5	<b>45</b>	<b>34</b>	40,7
l'un des deux parents diplômé du supérieur.....	21,8	20,9	22,7	<b>27,5</b>
les deux parents bacheliers ou moins diplômés.....	39,7	34,1	<b>43,3</b>	31,8
<b>Lieu de résidence</b>				
à Paris et proche banlieue.....	38,3	<b>42</b>	36,8	<b>31,1</b>
en régions.....	61,7	<b>58</b>	63,2	<b>68,9</b>
<b>Situation par rapport à l'emploi</b>				
actif·ves.....	46,5	36,9	45,5	40
étudiant·es.....	59,7	70,7	64	65,6
<b>Domaine d'études</b>				
culture, arts, humanités.....	35,8	<b>44</b>	<b>25,7</b>	43,2
droit, économie, commerce.....	27,6	29	37,6	29
sciences et ingénierie, sciences médicales.....	36,6	27	36,6	27,7
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185				

visiteurs de ces deux groupes ne semblent pas se situer au même point dans le processus d'autonomisation de la visite. En effet, pour une majorité des « hypermobilisés », la visite muséale ne fait pas l'objet d'une pratique autonome (c'est-à-dire en dehors de l'encadrement familial et scolaire) dans les premiers temps de la jeunesse. Parmi eux, 53% des visiteurs ne se rendaient ni seuls ni entre amis au musée étant plus jeunes soit 10 points de plus que chez les visiteurs « incités ». Chez ces derniers, à l'inverse, 56,9% avaient déjà pour habitude de visiter les musées de façon autonome.

Dans ce cadre d'une visite gratuite, les visiteurs « hypermobilisés » sont ceux qui le plus souvent sont venus entre amis : ils sont surreprésentés pour cette modalité de visite (54,6%) et se démarquent ainsi fortement des autres catégories de visiteurs (de 9 points au-dessus des visiteurs « incités » à 23 points au-dessus de ceux que la gratuité n'avait pas mobilisé). De même, ce sont plus particulièrement les « hypermobilisés » qui déclarent que la gratuité leur a permis de « venir à plusieurs ». Cette déclaration n'est majoritaire que dans ce groupe de visiteurs (58,2%). En écho, ils sont sous-représentés parmi les publics venus au musée en famille le jour de l'enquête (14,2% soit de 7 à 24 points de moins que dans les autres groupes de visiteurs). De ce point de vue, la mesure de gratuité semble amorcer chez eux un processus d'autonomisation de la visite moins souvent engagé dans les premiers temps de la jeunesse par rapport aux visiteurs « incités ».

En effet, par comparaison, la gratuité constitue plutôt un facteur supplémentaire de pratique chez les visiteurs « incités ». Dans ce groupe, nous l'avons vu, la majorité des visiteurs est d'ores et déjà très familière de la visite et engagée dans une pratique autonome dès les premiers temps de leur jeunesse. Ce processus précoce d'autonomisation de la visite renvoie aux atouts que ces visiteurs cumulent en matière de fréquentation muséale. En effet, parmi eux, la part des étudiants est plus forte qu'elle ne l'est dans les autres groupes de visiteurs : elle s'élève à 7 visiteurs sur 10, soit 11 points d'écart par rapport aux « hypermobilisés » qui comptent plus souvent dans leur rang des jeunes actifs ou en recherche d'emploi. Incités à la visite par leur situation scolaire, ces visiteurs le sont encore par leur domaine d'études. Chez les « incités », les visiteurs dont le domaine d'étude se rapporte à la culture, aux arts et aux humanités sont majoritaires et surreprésentés par rapport aux autres groupes de visiteurs (44%). À ce titre, chez les « incités », les visiteurs ont plus souvent tendance à se reconnaître un lien avec le musée qu'ils visitent le jour de l'enquête (33,9% soit 8 points de plus que chez les « hypermobilisés ») et le plus souvent en raison de leur domaine professionnel ou d'études (59,4% soit 11 points de plus que chez les « hypermobilisés »). Deux autres facteurs peuvent expliquer leur familiarité muséale et l'autonomisation précoce de la visite : leur lieu de résidence et leur milieu social d'origine. C'est dans ce seul groupe de visiteurs que les jeunes vivant à Paris et dont les deux parents sont diplômés du supérieur sont surreprésentés. Aussi, chez les « incités », la gratuité s'ajoute au faisceau de facteurs qui les incitent à la visite et conforte chez eux une pratique autonome qui leur est déjà familière.

Les visiteurs dits « déclenchés » sont ceux qui n'avaient pas connaissance de la gratuité dont ils allaient bénéficier et qui, pourtant, déclarent que cette mesure a été la condition *sine qua none* de leur visite. En quelque sorte, la gratuité fonctionne pour eux comme la bonne surprise découverte une fois sur place. Cette réaction peut s'expliquer par le fait que la majorité de ces visiteurs n'avait pas eux-mêmes planifié la visite : 56,9% d'entre eux y ont été entraînés par quelqu'un. C'est le seul groupe où les visiteurs entraînés sont majoritaires. De ce point de vue, la gratuité semble conforter leur décision de se joindre à un projet de visite formulé par d'autres. À l'opposé des « hypermobilisés » et des « incités », les jeunes de ce groupe sont moins familiers des musées : bien que minoritaires, les visiteurs peu familiers sont dans ce groupe deux fois plus nombreux qu'en moyenne. Plus souvent également, ils viennent pour la première dans le musée où ils ont été rencontrés et déclarent n'entretenir aucun lien avec ce lieu de visite. Moins familiers, ces visiteurs ont néanmoins déjà pour habitude de visiter de façon autonome : 52,8% d'entre eux visitaient seuls ou entre amis étant plus jeunes. En ce sens, la gratuité semble soutenir chez eux une dynamique de familiarisation à la visite impulsée par les pairs.

#### 4.2.2. Les *médiations culturelles* : donner prises aux « passions ordinaires »

- **L'occasion d'une sortie entre pairs et de (re)découvrir les musées locaux**

*La Nuit des musées spéciale étudiants* partage avec la politique de gratuité analysée ci-dessus l'effet d'inscrire la visite dans une forme ordinaire du loisir. Cet effet n'est pas sans lien avec la gratuité d'accès aux musées lors de cette programmation qui constitue une attente forte chez les visiteurs qui y ont participé. Dans les missions qu'ils attribuent à cet événement, 67,4% des visiteurs rencontrés déclarent qu'il a pour vocation de « faciliter l'accès à la culture pour tous » et 55,2% de « permettre de visiter gratuitement les musées de la ville ». Les trois missions suivantes renvoient plus particulièrement au contenu et au format de la soirée : l'événement doit « transmettre des savoirs » (48,3%), « présenter le patrimoine sous un autre jour » (35,4%) et leur « proposer une sortie conviviale » (28,5%).

Comme pour la visite en contexte de gratuité, la participation à cet événement semble s'être inscrite dans le goût pour les sorties entre pairs qui caractérise les cultures juvéniles. Les motivations à la venue ce soir-là et les formes de leur visite en témoignent.

Lors de la *Nuit des musées spéciale étudiants*, les visiteurs ont avancé quatre motivations principales pour expliquer leur participation à l'événement. Il s'agit avant tout « d'apprendre et de découvrir » pour 54,4% d'entre eux : cette attente constitue un invariant des motivations à la visite muséale quel qu'en soit le contexte. En effet, dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, menées hors événements spéciaux, l'envie de découvrir et d'apprendre est également la première motivation qu'expriment les jeunes adultes (73,9% chez les 18-25 ans en 2012 et 69,4% en 2015). Au-delà de cette attente commune, les motivations varient ensuite d'un contexte de visite à l'autre. Principalement, c'est le plaisir esthétique que procure la visite qui voit sa place détrônée. Cette motivation n'arrive qu'au quatrième rang des attentes des visiteurs de la *Nuit des musées spéciale étudiants*. Dans cette enquête, moins d'un quart des répondants l'exprime quand dans *À l'écoute des visiteurs* en 2012 comme en 2015, elle rassemble près de la moitié des jeunes adultes rencontrés, se situant alors au second rang de leurs motivations pour la visite. Lors de l'événement dédié aux jeunes adultes, cette dimension esthétique de l'expérience de visite cède sa place d'une part à la visite comme moment de détente et de loisirs (42,9% des répondants) et d'autre part à l'envie de se rendre au musée pour partager un moment de convivialité (35,5% des répondants). En dehors d'événement spécial, ces deux motivations se situent au troisième et quatrième rang des attentes des jeunes adultes à l'égard de la visite et sont exprimées par moins d'un tiers de ces visiteurs (respectivement 31,8% et 29,5%).

Traduisant leurs attentes en matière de convivialité, seulement 3,3% des visiteurs sont venus en solo à l'événement. Huit visiteurs sur dix étaient accompagnés d'amis et 21,9% étaient venus en couple. À ce titre, près de six visiteurs sur dix ont été informés de l'événement par leur entourage soit par le bouche-à-oreille soit via les réseaux sociaux numériques (autres que les pages des musées ou de l'événement). La campagne de communication organisée par les musées

Tableau 54. Missions attribuées à l'événement, *La nuit des musées spéciale étudiants*, 2013

faciliter l'accès à la culture pour tous.....	67,4
permettre d'accéder gratuitement dans les musées.....	55,2
transmettre des connaissances, faire découvrir.....	48,3
présenter un regard nouveau sur le patrimoine.....	35,4
organiser une sortie conviviale.....	28,5
assurer un rayonnement à la ville, la région.....	26,7
proposer des activités adaptées aux jeunes.....	19,4
favoriser le dialogue entre les cultures.....	14,6
<b>source</b> : Nuit des musées spéciale étudiants, 2013 ; <b>champ</b> : échantillon total, n = 288	

Tableau 55. Attentes et format de la visite, *La nuit des musées spéciale étudiants*, 2013, *À l'écoute des visiteurs*, 2012

<b>% obs. sur 100 pers.</b> (en colonne)	<b>Nuit des musées spéciale étudiants</b>	<b>A l'écoute des visiteurs</b>
<b>Que recherchez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?</b>		
la découverte, le savoir.....	54,4	73,9
la détente, le divertissement.....	42,9	32,7
le fait d'être ensemble, de partager.....	35,5	27,8
la beauté, l'esthétique.....	21,6	50,7
l'apaisement, le calme.....	15	15,5
la discussion, le débat.....	5,9	13
<b>Modes d'information sur la visite</b>		
par le bouche-à-oreille.....	40,8	23,7
par l'université, l'école.....	26,1	-
par une campagne d'affiches.....	27,1	23,6
par le site internet ou la page de l'événement.....	19,7	14,8
un dépliant, un flyer.....	15,1	-
<b>Quand avez-vous décidé de visiter ?</b>		
Il y a longtemps ou depuis quelques semaines.....	19,2	44,8
depuis quelques jours.....	47,6	26,8
aujourd'hui même.....	33,2	28,4
<b>Aujourd'hui vous êtes venu-e...</b>		
seul·e.....	3,3	17,3
en couple.....	21,9	28,6
entre ami·es.....	80,7	37,2
en famille.....	2,9	18,3
<b>source</b> : Nuit des musées spéciale étudiants, 2013 et A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : pour la nuit des musées échantillon total, n = 288 ; pour AEV 2012 : les 18-25 ans : n = 1085		



de la ville vient ensuite : 40,2% des visiteurs ont eu connaissance de l'événement par une affiche, un flyer ou en ligne sur le site des musées ou la page Facebook de l'événement.

De même, comme chez les publics de la gratuité, la décision de se rendre au musée à l'occasion de cet événement s'inscrit dans un temps relativement court. Seul un visiteur sur cinq avait anticipé sa visite quelques semaines auparavant ou depuis plus longtemps encore tandis que 47,6% ont pris leur décision quelques jours auparavant et 33,2% le jour même. Comme en contexte de gratuité, la visite lors de cet événement paraît ainsi plus spontanée qu'elle ne l'est en contexte plus ordinaire (+9 points par rapport à l'enquête *À l'écoute des visiteurs* en 2012 et +13 points par rapport à 2015).

Tableau 56. Programme de visite pour la soirée et part des primovisiteur·ses, *La nuit des musées spéciale étudiants*, 2013

<b>Ce soir, vous envisagez de visiter...</b>	
1 ou 2 musées.....	32,6
3 ou 4 musées.....	44,1
5 ou 6 musées.....	23,3
<b>Vous venez de visiter des musées...</b>	
que vous aviez déjà visités avant ce soir.....	61,5
que vous n'aviez jamais visités avant ce soir.....	49,1
<b>Dans la suite de la soirée, vous allez visiter des musées...</b>	
que vous aviez déjà visités avant ce soir.....	47,1
que vous n'aviez jamais visités avant ce soir.....	74,3
<small>source : Nuit des musées spéciale étudiants, 2013 ; champ : échantillon total, n = 288</small>	

Le plus souvent, les visiteurs avaient l'ambition de visiter 3 à 4 des six musées de la ville (44,1%) pendant la nocturne. Lorsqu'ils ont répondu au questionnaire, la majorité des visiteurs s'étaient d'ores déjà rendue dans deux des musées au programme de leur soirée. 49,1% de ces répondants en étaient des primovisiteurs et 61,5% les connaissaient déjà pour les avoir visités avant cette soirée. En revanche, les musées qu'ils souhaitaient visiter ensuite étaient majoritairement des lieux dans lesquels ils ne s'étaient jamais rendus avant cette nocturne : 74,3% envisageaient en effet de poursuivre la soirée en se rendant pour la première fois dans un musée. Autrement dit, la soirée a d'abord permis à ces jeunes de revisiter des musées qu'ils connaissaient déjà avant d'en découvrir de nouveaux.

Un même effet de réactualisation apparaît dans l'enquête qualitative menée lors du *Mois des étudiants au musée*. Majoritairement ces visiteurs avaient déjà visité le musée avant de participer à un événement de ce *mois des étudiants* (22 visiteurs sur 28). Mais, pour la majorité d'entre eux, la dernière visite datait de plus d'un an (13/22). D'ailleurs, les visites qu'ils avaient effectuées dans l'année avaient eu lieu le plus souvent en contexte touristique (16 visiteurs sur 28). Aussi, lors de leur venue pour les événements du *Mois des étudiants au musée*, une majorité de ces visiteurs redécouvrait ce musée et, ce faisant, réancrait leurs pratiques de visite à l'échelle locale.

- **Le ressort des pratiques en amateur**

Les soirées organisées pendant le *Mois des étudiants au musée* faisaient la part belle au théâtre<sup>120</sup> : il s'agissait d'une part de plusieurs nocturnes lors desquelles des visites théâtralisées étaient menées par les étudiants stagiaires (deux d'entre elles font partie du corpus d'enquête) et, d'autre part, d'une soirée d'enquête au musée, organisée par une association culturelle locale visant la promotion des arts du spectacle (théâtre et arts du cirque) qui intervient régulièrement dans ce musée. L'enquête auprès des jeunes participants à ces événements souligne le levier que constitue la promotion des pratiques amateur pour attirer les publics et renouveler l'expérience muséale.

En premier lieu, plus de la moitié des visiteurs rencontrés signale que cette approche théâtrale présentée au musée a constitué une motivation à leur venue. Tout d'abord, leur motivation vient de ce qu'ils sont eux-mêmes amateurs de théâtre (12/28) :

« Après le théâtre moi c'est quelque chose qui me plaît que je fais au quotidien, du coup j'avais envie de voir cette tournure-là de la visite. » (F2)

« C'était pour le théâtre... enfin on me l'a vendu comme "c'est une pièce de théâtre qui se déroule au musée" et, du coup, ça peut être sympa, et effectivement c'était très sympa. » (H11)

L'intérêt de ces visiteurs amateurs de théâtre portait plus précisément sur le croisement des arts (plastiques et vivants) dont la rencontre permettait de déplacer leur expérience de l'un et de l'autre :

« J'aime beaucoup l'idée de faire du théâtre hors du théâtre donc dans l'idée déjà ça m'intéressait beaucoup comme expérience. Ça change et le regard et le vécu et sur le théâtre et sur le musée donc ça permet d'expérimenter de nouvelles formes dans les deux cas » (H8)

« Quand je vais voir des amis jouer, je vais toujours dans un théâtre, et quand je vais visiter une expo, c'est toujours toute seule, enfin avec des amis, mais j'entends personne parler, mis à part le conférencier d'à-côté. Mais, du coup, les deux, ensemble, c'est pas quelque chose d'habituel. » (F9)

« Le théâtre, on le connaît sur scène, peut-être même dans la rue, mais là c'était bien de voir ben que c'était dans le musée et qu'il y avait un jeu avec la culture d'à-côté » (H7)

Ensuite, ces performances théâtrales ont motivé à se rendre au musée parce qu'elles étaient réalisées par des personnes que les visiteurs connaissaient. Interrogés sur la raison de leur venue,

---

<sup>120</sup> Rappelons ici que le musée de beaux-arts organise tout au long de l'année des visites sur le mode conversationnel chaque mercredi soir à destination des étudiants. Celles-ci sont conçues et réalisées par des étudiants en arts, littérature, histoire de l'art et sous la supervision des équipes du musée. À cette programmation hebdomadaire, s'ajoute une série d'événements dédiés aux étudiants et organisés pendant un mois au printemps.

18 visiteurs sur les 28 interrogés ont en effet expliqué qu'ils connaissaient quelqu'un qui intervenait ce soir-là, ou qu'ils connaissaient quelqu'un qui connaissait quelqu'un... selon un effet boule-de-neige qui traduit la force de ces programmations pour mobiliser des réseaux constitués autour d'intérêts communs. Comme l'explique ce visiteur, on vient « *supporter les copains* » (H8) et, à plus forte raison si, de près ou de loin, ou bien encore par le passé, on a été impliqué dans la conception de ces visites. On vient voir le rendu :

« On y est allé entre amis et on avait donc le pote qui avait répété, on l'avait aidé à répéter pendant genre deux semaines, donc c'était l'attraction un peu tu vois » (H5)

ou bien, encore on vient comparer la manière dont d'autres se sont prêtés à l'exercice :

« La troupe qu'on est allé voir, c'est des amis en fait, et moi j'avais fait partie de la troupe il y a deux ans et donc euh... donc du coup c'était bien de les voir. Mais c'était aussi, comme on avait déjà fait ça il y a deux ans, on avait fait quelque chose qui avait pas grand rapport avec le musée et cette année ils ont fait un truc vraiment en rapport avec le musée, dans le rapport avec le musée c'était beaucoup plus intelligent » (H8)

« Bon moi j'y suis allée parce que je connaissais une amie qui y était en fait, et j'ai travaillé au musée il y a deux ans, donc j'ai fait des visites conversation et donc j'ai fait la nocturne aussi, donc du coup je voulais voir un peu ce que ça donnait » (F6)

L'invitation d'amateurs à intervenir au musée peut en ce sens constituer un ressort pour le renouvellement des publics. Deux visiteurs le soulignent plus particulièrement. L'un est un ancien performeur de visites circassiennes dans ce musée. Il explique :

« C'est une opération gagnant-gagnant. Eux, leur mission première, c'était de faire [ces visites circassiennes] pour ouvrir à des nouveaux publics, parce que, ben comme beaucoup de musées des beaux-arts, ils ont du mal à sensibiliser ados et jeunes adultes au niveau de leur public. Et, gagnant-gagnant parce que, nous, on arrivait à mobiliser nos réseaux qui sont pas forcément habitués des musées. Donc on leur ramenait des publics qui étaient pas habitués, on les amenait, les confronter à ce musée. Je veux dire, moi, c'est bête, mais avant de faire la première visite cirque, le musée, avant de faire les repérages, j'étais jamais venu dans ce musée alors que ça faisait déjà quelques années que j'habitais ici » (H10/Théo)

La seconde à évoquer explicitement ce point est Séverine, qui comme nous l'avons vu plus haut, venait pour la première fois lors de la soirée d'enquête au musée parce que son club de photographie avait été contacté pour couvrir l'événement :

« C'est comme ce que je te disais quand on s'était vu, ça pourrait être pas mal de... d'ouvrir un peu les musées aux photographes euh... pour qu'ils fassent des ateliers ou euh... même des fois des séances avec des modèles, ça pourrait être énorme d'avoir un modèle qui pose pour nous sur le canapé dans la grande salle avec toutes

les peintures ou même le fait de photographier des statues de nuit travailler justement la photographie en faible luminosité enfin là musée c'est cool franchement c'est chouette... » (F17/ Séverine)

Ces soirées donnent un temps d'expression aux intérêts personnels des visiteurs par lesquels ils retissent des liens avec les collections. Ces réappropriations créatives des collections fournissent alors une autre voie d'accès au musée notamment à ceux pour qui l'amour de l'art n'est pas une motivation suffisante pour visiter.

En second lieu, il apparaît à travers les discours des visiteurs que l'introduction de ces arts vivants permet de déconstruire l'image sociale du musée (19 /28). Tout d'abord, ces animations s'inscrivent en faux par rapport à une image scolaire du musée. Elles désinhibent le rapport aux savoirs et aux œuvres en le rendant moins direct, plus informel :

« Ça permettait de connaître l'histoire de l'œuvre sans que ce soit très scolaire » (F5)

« Il y avait en fait des représentations de personnages liés au lieu et qui reprenaient l'histoire de la peinture, donc, du coup, finalement, indirectement, on apprenait des connaissances sur le tableau. » (H4)

« J'aimais bien la mise en scène, j'aimais bien comment on nous mettait la culture accessible sans qu'il y ait des tonnes de bouquins à lire. » (H5)

« Ça enlève l'aspect rébarbatif d'une visite de musée classique » (H1)

« C'est divertissant de découvrir de cette façon : c'est moins abrupt, moins sérieux. » (F13)

« Ça permet d'échapper un peu... parce que les autres visites guidées des fois qu'on fait, quand on est enfant ou même ado, au collège, quand on nous impose des visites guidées, ça peut ne pas toujours intéresser » (F11)

Ensuite, du point de vue des visiteurs, ces animations, au sens littéral, rendraient le musée vivant. En ce sens, elles amèneraient l'image du musée de beaux-arts comme un lieu où le temps se serait arrêté à une autre époque :

« Ce musée, c'est pas non plus le musée le plus... comment dire... contemporain, mais mélanger un théâtre ben un peu contemporain comme ça avec des œuvres plus anciennes du musée ou même des œuvres religieuses des trucs comme ça c'était intéressant. Ça permettait de revisiter le musée de façon un peu plus... différente quoi. Parce que, du coup, c'est vrai que, de suite, quand on pense "musée", faut pas non plus se voiler la face, c'est chiant quoi. Il faut aimer, je sais pas l'art, c'est de l'art quand même, c'est vieux quoi, c'est... c'est pas de l'art contemporain comme on peut voir ou comme on peut aimer, voilà le street art, les trucs comme ça, l'art, c'est... Donc mettre un peu ce (il claqué des doigts), cette petite touche jeune ouais ça c'est bien, c'est remettre un peu au goût du jour, voir qu'on peut participer à cet art d'autres manières que... qu'en allant le voir et "c'est gothique, c'est roman, machin..." » (H7)

« Ça donnait vie, ça permettait de donner vie au musée : c'est ça que j'ai vachement aimé. Je trouve que par le jeu et par l'histoire qu'ils s'étaient montés et par le jeu d'acteurs qu'ils avaient, ils permettaient de donner et de faire vivre l'histoire qu'ils racontaient, et du coup de faire vivre aussi les œuvres » (H11)

Enfin, ces animations s'opposent au hiératisme prêté à l'institution muséale :

« C'est chouette qu'on fasse ce genre de choses dans des lieux aussi institutionnels, qu'on puisse prendre la liberté de les faire autrement, sans chercher à être absolument subversif mais les faire autrement, c'est important. Ça montre aussi qu'une institution comme ça n'est pas, entre guillemets, n'est pas figée et ça, c'est important, c'est plus le rapport qu'on a la culture. » (H8)

De ce point de vue, près de la moitié des visiteurs souligne le plaisir qu'ils ont eu à découvrir le musée et à regarder les œuvres au travers de ces animations. Nombre de ces visiteurs l'évoquent en qualifiant ces visites de « ludiques ». Ils expliquent qu'elles constituent « une approche plus légère où on prend plaisir à observer les œuvres » (H2) ; où l'on « pren[d] vraiment plaisir à écouter toutes les anecdotes » (F11). C'est, selon eux, une manière de « se cultiver en s'amusant : on apprend des choses tout en passant du bon temps » (F6). En ce sens, de leur point de vue, les animations réalisées par les jeunes feraient une réelle différence par rapport à d'autres visites, y compris en nocturne :

« J'étais déjà venue à une autre nocturne auparavant, qui était pas sur ce format-là. Et c'est vrai que c'était moins, c'était moins plaisant comme moment : même si c'était intéressant, c'était moins plaisant. Parce que, là, il y avait l'aspect spectaculaire : on portait encore plus d'intérêt à ce qui se passait. » (F4)

En dernier lieu, les visiteurs ont souligné l'importance que revêt à leurs yeux la prise de parole de jeunes pour déconstruire cette image (relativement préconçue) du musée (20/28). La moitié d'entre eux (9/20) l'ont expliqué par l'âge des intervenants. Dans leurs discours, la proximité générationnelle a une fonction de réassurance : selon eux, elle permet d'ancrer la visite dans une même culture générationnelle et de camper ainsi la convivialité de la soirée.

« Ça amène un peu... enfin une relation d'égal à égal c'est peut-être un peu fort, mais enfin, ça ressemble moins à une leçon, ça ressemble plus à une discussion entre amis à propos de telle œuvre et qui apporte certaines choses, ça ressemble pas forcément à une leçon au sens strict. » (F7)

« Le fait qu'on soit vraiment entre jeunes ça apportait quelque chose de vraiment, de différent. Ça m'a peut-être semblé plus accessible : je pense que j'ai adhéré plus facilement à l'humour et aux informations qu'on nous donnait parce que c'était des jeunes. On se sent en confiance, avec des gens qui nous ressemblent, donc c'est toujours très sympathique à vivre. » (F4)

« Le discours de ceux qui font la visite s'adapte au même public donc ça fait une bonne ambiance aussi on est un peu tous sur une même longueur d'ondes c'est

intéressant on comprend la même chose. C'est intéressant d'être avec des gens qui sont de la même génération et justement de pouvoir voir avec des gens de la même génération la culture que chacun a » (F6)

La jeunesse des intervenants n'est pas le seul motif pour lequel ces visites décalent l'image du musée. En effet, une majorité des répondants (15/20) l'explique par le fait que ce ne sont pas (encore) des professionnels du musée ou même comme comédien. Pour ces visiteurs, c'est ainsi leur double qualité d'amateur qui permet de déplacer les représentations et stéréotypes sur le musée. Leurs interventions signeraient l'ouverture du musée au monde extérieur et à d'autres formes de discours :

« Je trouvais ça bien d'avoir un autre, ben un autre euh... un autre interlocuteur que... En général, si on fait une visite guidée, c'est souvent des gens qui appartiennent au musée, ouais d'avoir un peu un regard extérieur. » (F5)

« [C'était important pour vous que des jeunes interviennent pendant la soirée ?] Que ce soit des jeunes particulièrement, non. Que ce soit quelqu'un qui ne vienne pas du musée et qui puisse prendre la parole et se l'approprier et faire quelque chose qui est, finalement... parler du musée, mais de manière incongrue, je pense qui est quelque chose de très inhabituel, ça, pour moi c'est très important. » (H8)

Par rapport à une visite guidée par un professionnel du musée, leur discours serait moins scolaire ou moins ennuyeux :

« Je pense que ça aurait été différent s'il y avait des intervenants plus adultes ou qui sont dans ce milieu en tant que professionnels, parce que, du coup, peut-être que ça nous aurait mis un peu plus un cadre un peu plus académique auquel on est plus habitués. » (F4)

« Parce que souvent les guides professionnels c'est un peu trop, on s'attarde peut-être un peu trop sur certains détails, c'est pas aussi vivant. » (F5)

Leur parole serait plus spontanée et sensible :

« On a le stéréotype du guide très vieux, comment dire, très savant et là ça apporte un autre regard parce que c'est des gens qui sont plus proches de nous qui sont peut-être plus spontanés, ça donne une image bien plus proche de nous et même du musée du coup avec ce qu'on penserait à la base comme guide. » (H2)

« Ça amène un nouveau regard un peu hors des sentiers battus, un peu... parce que là leur regard était pas du tout celui d'un historien de l'art ou d'un... ou d'un guide traditionnel qui aurait été formé, c'était une approche différente, un peu basée sur les connaissances qu'ils avaient par rapport à ça, des connaissances qu'ils ont recherchées et puis aussi sur leur sensibilité » (F7)

Leur médiation s'inscrirait moins dans le registre de l'expertise et décomplexerait le regard des visiteurs peu familiers de ces collections :

« Ça peut être un bon moyen de se rapprocher du musée, de voir le musée autrement que par les gens qui peuvent y être de façon plus régulière, ça donnait une sorte, un petit peu, de passerelle avec le musée. On voit le musée d'un autre côté, quoi. Parce qu'on peut un petit peu trop souvent le voir comme j'ai trop souvent pu le voir : comme quelque chose qui est fait pour des gens un peu plus spécialisés, qui s'y connaissent vraiment. Parce que, étant vraiment néophyte en fait, ça permet de vraiment, de vraiment se faire un regard assez facilement et de pas se sentir un petit peu idiot, de pas savoir quoi en penser ou quoi en faire » (H3)

C'est enfin leur qualité de comédiens amateurs que plusieurs visiteurs ont relevée, le plus souvent pour saluer leur performance. À ce titre, il est intéressant de voir que les visiteurs ont tendance à se projeter à leur place, quelque fois parce qu'ils ont pu y être effectivement par le passé ou parce qu'ils ont eux-mêmes une pratique du théâtre en amateur. Généralement, la projection augmente l'appréciation de leur performance et, par ricochet, de la prise de risque de la part du musée autorisant leur intervention :

« C'a été assez court, mais pour des étudiants qui font pas du théâtre pour le coup, parce que c'était des étudiants en arts, j'ai été très agréablement surpris, quoi. C'est des étudiants en histoire de l'art. Ils ont écrit leurs textes eux-mêmes, j'ai discuté avec eux après, ils ont écrit leurs textes eux-mêmes, ils ont tout fait eux-mêmes, ils se sont bien organisé quoi. » (H1)

« J'ai trouvé ça très bien, et j'ai trouvé ça très courageux de la part des jeunes qui ont fait ces petites performances, j'ai trouvé ça vraiment très courageux de leur part et vraiment admirable... (rires) Non, mais c'est vrai on n'a pas tous la force et le courage de faire ça. » (F3)

« C'est donner une occasion comme ça à des gens de, dont c'est pas le métier en plus, de jouer dans des lieux en plus un peu atypiques, je pense que c'est bien. » (F9)

En ce sens, on peut se demander si ce n'est pas cette prise de risque de la part d'intervenants institués par le musée (à défaut d'en être déjà des professionnels) qui contribue à déloger le musée de sa position d'autorité surplombante dans leurs représentations. En contrepoint, plusieurs visiteurs soulignent que la confiance qui est accordée à ces étudiants, la qualité de leurs interventions, de même que la présence de jeunes dans le public, rejaillissent sur l'image de la jeunesse :

« C'est bien que ce soit des jeunes parce que souvent, voilà, je vois par rapport à l'image qu'on peut avoir des jeunes ou quoi, c'est vite dit quoi, quelqu'un d'un peu aigri, ça va trouver les jeunes, voilà, ils sont pas dans la culture ils sont pas machin, machin donc, du coup, ça c'est bien pour cette image [...]. Ça montre qu'il y a un peu d'avenir quoi parce que les gens un peu aigris ce qu'on entend toujours sur les jeunes c'est pas... c'est pas les plus belles choses. » (H7)

« C'est encourageant, comme quoi des jeunes peuvent faire aussi des trucs bien, de qualité » (F8)

voire modifient leur propre regard sur les « jeunes » et raffermissent l'estime qu'ils ont de leurs pairs :

« Le fait de se retrouver avec des gens de sa génération, c'est, enfin, généralement quand on va dans un musée, enfin moi je le vois, on voit pas énormément de jeunes quoi. Donc ça fait du bien de voir qu'il y a d'autres personnes de sa génération qui a les mêmes intérêts. » (H1)

« J'ai trouvé que c'était bien, vu que c'était vraiment entre jeunes, c'était vraiment une atmosphère particulière ça faisait une atmosphère particulière un peu de réunion d'étudiants en nocturne qui justement se réunissent pas pour faire la fête, mais pour faire autre chose. » (F4)

Ces résultats soulignent la réciprocité des effets de ces *médiations*. L'introduction de pratiques en amateur au musée ne modifie pas seulement l'image du musée mais aussi l'expérience que ces visiteurs ont de la pratique amateur elle-même (ici le théâtre). La prise de parole des jeunes n'instaure pas seulement un sentiment de proximité avec ces lieux et avec la visite muséale, elle redore également l'image qu'ils ont de la jeunesse.

- **Une visite alternative... aux collections ?**

Nous avons pu constater plus haut que le désir d'apprendre et de découvrir constitue une attente forte des publics de la nocturne étudiante, autant qu'il l'est en dehors de ces contextes d'événements spéciaux. En revanche, la visite comme expérience esthétique motive peu ces visiteurs par rapport aux jeunes adultes rencontrés en dehors de ces événements. Plus souvent, la visite dans ce contexte est envisagée comme un moment de détente et de convivialité. De même, auprès des visiteurs du *Mois des étudiants au musée*, l'attrait des soirées pour ces soirées semble pour beaucoup résulter de ce que ces médiations s'éloignent d'une visite professorale ou experte. Ces programmations bradent-elles leur mission de transmission des collections au profit du ludisme et du divertissement festif et convivial ?

L'étude auprès des visiteurs des soirées organisées pendant le *Mois des étudiants au musée* le dément. Que les animations lors de ces soirées donnent prises à leurs intérêts de loisirs, qu'elles instaurent avec la visite un sentiment de familiarité est une chose. Pour autant, ces visiteurs attachent beaucoup d'importance à ce qu'elles ne soient pas sans lien avec les collections. Faisant le récit de leur visite, les visiteurs mentionnent autant le caractère ludique, interactif et convivial de la soirée (17/28) que la découverte des œuvres et du musée (20/28).

L'intérêt que les visiteurs accordent aux animations ne tient pas seulement au décalage qu'elles introduisent à l'égard d'une visite muséale plus studieuse ou scolaire. Il résulte aussi de leur capacité à accompagner la découverte des salles. Plusieurs visiteurs expliquent que ces animations permettent de créer un fil conducteur entre les salles alors qu'en visite habituelle ils ont l'impression de voir s'égrener un chapelet d'œuvres sans parvenir à saisir la trame qu'ils les relient (15/28). Cet aspect a été plus particulièrement évoqué lors d'une soirée dont la trame



narrative était construite à partir de l'histoire du musée, de la constitution de ses collections et de leur muséographie en salle.

« Je connaissais pas du tout en fait, c'était enfin bon c'était bien quoi de voir, moi je considérais que quand des œuvres étaient placées dans une pièce elles étaient forcément regroupées par thème ou ce genre de choses et je pensais pas qu'il y avait un réel travail derrière pour placer les œuvres en fonction des différents, en fonction des différents artistes, de voir que certaines œuvres se regardaient ou ce genre de choses, enfin, j'avais jamais vu ça. » (F12)

« Moi, le côté nouveau, c'était l'agencement des œuvres dans le musée, enfin l'organisation... je savais pas que le positionnement des œuvres dans un musée pouvait être autant réfléchi. » (H9)

Mais ce thème apparaît également pour les visites théâtralisées menées par les étudiants :

« C'était surtout le côté que ce soit vraiment bien mis en scène et qu'il y ait vraiment quelque chose, un bon fil conducteur, que ce soit pas juste des moments épars mais que ce soit bien quelque chose de concret et de cohérent du début à la fin. » (H3)

Seuls deux visiteurs expriment une réticence à l'égard du cheminement trop contraint imposé par ce type de visites théâtralisées

« Disons que si ç'avait été pour quelque chose que j'aime vraiment j'aurais pas du tout apprécié je pense, qu'on m'indique des chemins à prendre, des trucs à regarder ça, ça m'aurait énervé mais là ça va, je m'en fichais un peu, c'est pas grave. » (F15)

« Autant ça peut être sympa aussi des fois de flâner, de visiter à son rythme, autant le théâtre c'est vrai que c'est quelque chose de plus mais aussi de moins d'un côté, mais je pense qu'on y gagne plus qu'on y perd. C'est de la liberté en moins quand même, le fait qu'on suit un guide, on suit, enfin c'est même pas un guide, mais qu'on suit un groupe sans avoir trop de... enfin on va pas s'échapper dans une pièce qui est pas prévue, par exemple on est pas allé dans la salle des épigraphies enfin ça enlève quelque chose quand même d'un côté mais ça en rajoute beaucoup plus, je pense. » (H6)

Loin de détourner l'attention des collections, les animations proposées sont estimées par les visiteurs pour leur capacité à les mettre en valeur. Ils apprécient en particulier qu'elles provoquent l'arrêt devant les œuvres et approfondissent le regard sur elles (11/28) :

« J'ai trouvé très intéressant que ça mette en avant quelques œuvres en particulier, ça permet de mieux les apprécier en fait parce que c'est vrai que je suis allée plusieurs fois à ce musée et c'est vrai que je passais devant les œuvres et les voir comme ça on se rend pas toujours compte de... on prend pas le temps de les voir et d'en apprendre sur l'œuvre comme le fait la nocturne. » (H4)

« On passait beaucoup de temps sur les différentes œuvres et donc du coup on cherchait des petits détails sur les œuvres sur lesquels on s'arrêterait pas forcément en visite classique » (F12)

« Le format je le trouvais super intéressant, les mises en scène avec des personnages qui interviennent, des scénettes pour expliquer certaines œuvres en particulier. Ça permettait de se concentrer sur certaines œuvres en particulier et d'approfondir un peu ce qu'il y avait autour, de mieux les expliquer. » (F7)

La légitimité de ce type d'approches des collections n'est pas mise en cause par les visiteurs que nous avons rencontrés. Cinq visiteurs seulement expriment une certaine vigilance à l'égard de ces animations. Ils n'en contestent pas l'opportunité mais estiment qu'il est nécessaire qu'elles instaurent un équilibre entre la dimension ludique et l'apport de connaissances.

« Il faut qu'il y ait à la fois la visite et le spectacle, il faut pas oublier les œuvres, sinon, dans ce cas-là, on dit qu'on fait simplement une pièce de théâtre dans le musée, simplement c'est juste ça, si on veut faire uniquement une visite théâtre et mobiliser les œuvres, il faut vraiment une bonne attitude... » (F1)

Un second visiteur souligne en ce sens la complémentarité entre ces visites théâtralisées et les visites conversations menées par les mêmes étudiants-médiateurs mais lors desquelles leur discours est plus formel :

« Je trouve ça intéressant aussi comme visite aussi parce que j'ai fait pas mal d'autres nocturnes, enfin pas forcément nocturnes mais en tout cas visite conversation et... ces deux approches-là sont très intéressantes parce que justement ça permet d'avoir une approche un peu plus classique des œuvres et, à côté, une approche plus légère où on prend plaisir à observer les œuvres. » (H2)

De même, lorsque les animations flirtent avec la fiction, comme c'était plus particulièrement le cas lors de la soirée de jeu de rôles où il s'agissait de mener une enquête dans le musée, la confiance à l'égard du discours muséal peut être mise à l'épreuve. Un visiteur explique ainsi qu'il est allé s'assurer au terme de la visite que la qualité attendue d'un discours institutionnel n'avait pas été escamotée pour les besoins de l'intrigue :

« Ça reste quand même une visite faut pas... faut pas... parce que j'ai discuté quand même avec lui après [avec celui qui a conçu et animé la soirée d'enquête au musée] et il m'a dit "tout ce que je vous ai raconté sur les œuvres tout est vrai. Donc je me suis... je me suis juste, j'ai juste créé une histoire autour de ça en partant des pièces qu'il y avait dans chaque salle, mais ça reste que de la vérité". Donc c'est ça que j'ai aimé, ça aurait juste été une histoire en l'air, bon ça aurait été bien pour le théâtre, mais ça aurait été dommage... » ... pour le musée. (H11)

À ce titre, deux visiteurs parmi ceux que nous avons interviewés ont souligné qu'il était important pour eux que les jeunes médiateurs, sans être encore professionnels du musée, connaissent bien les collections. Pour eux, il n'était pas important que ces médiateurs soient jeunes mais qu'ils soient étudiants en histoire de l'art :

« Ben, en fait, c'est pas qu'ils soient jeunes, c'est surtout que c'est des gens qui travaillent beaucoup dessus, donc ils ont aussi encore plus de connaissances à partager, d'envie de partager mais le fait qu'ils soient jeunes en particulier non c'est qu'ils soient étudiants en fait. [Pour vous c'est important qu'ils soient spécialistes de ce qu'ils présentent ?] Qu'ils sachent en parler avec connaissance, plus qu'ils soient spécialistes en fait, qu'ils sachent de quoi ils parlent et qu'ils sachent en parler » (H3)  
« C'est surtout de savoir que c'est des étudiants d'histoire de l'art, je crois, et du coup, je trouvais ça bien d'avoir un peu leur vision parce que du coup ils savent mieux s'adresser à nous je pense... » (F5)

Connaître et savoir transmettre : il est ici difficile de démarquer l'intervention de ces jeunes de celle des médiateurs au musée. Que leurs interventions soient plus ou moins ludiques et qu'ils soient professionnels ou non du musée, les exigences à l'égard des médiateurs restent les mêmes. Ces résultats soulignent ainsi que, même dans des approches alternatives des collections, culture et divertissement ne s'opposent pas terme à terme. Comme le souligne R. Montpetit, « que le musée d'aujourd'hui se veuille convivial, interactif et même amusant, qu'il prenne note que ceux qui s'y rendent le font dans leur temps de loisir, n'indique pas [...] qu'il offre moins de contenus ni d'occasions de vivre des expériences qui favorisent la réflexion et le développement » (Montpetit, 2005 : 114). Pour les visiteurs, ces soirées répondent à une attente d'accompagnement au musée et relèvent avant tout d'une médiation. Leurs animations permettent de désacraliser la visite, de prendre prise sur les collections d'un musée, de guider et d'approfondir le regard sur les œuvres.

### 4.2.3. « Apprendre à jouer sur le terrain de jeu des autres »

Trait commun de la gratuité catégorielle et événementielle, ces deux formes d'incitation à la visite semblent accroître la dimension sociable de cette pratique. Nous proposons de lire ici la manière dont la pratique de visite s'inscrit dans les sociabilités juvéniles et en quoi ces actions d'incitation parviennent à modifier les stratégies des visiteurs pour partager l'expérience de visite. De ce point de vue, ces mesures incitatives interviennent comme un soutien à l'activité d'un public médiateur. Pour cela, nous traitons en parallèle les données issues de l'enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur* et les résultats obtenus à une question sur l'initiative de visite dans l'enquête auprès des bénéficiaires de la gratuité de moins de 26 ans (2014).

- **Seul ou accompagné : découverte autonome, connaissance interpersonnelle et « complexe de la brosse à dent »**

Dans l'enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur*, rares sont les interviewés qui déclarent visiter seul habituellement ou par préférence y compris chez les visiteurs les plus assidus de la pratique. Chez eux, les visites effectuées en solo sont celles qu'ils improvisent :

« La galerie à côté de Beaubourg j'y retourne souvent parce que parfois je sors de la bibliothèque et voilà pourquoi pas y passer... »  
Hugues, 20 ans, étudiant en médecine

« J'ai fait tous les musées de la ville... [Plusieurs fois, une fois ?] Plusieurs fois.  
[À quelle occasion ?] Des fois tout seul quand je suis dans le coin j'y passe tout seul et je visite, par exemple là, la dernière fois j'étais parti voir, bon ça va être un peu cru, j'étais parti voir un plan cul qui était près du... de la villa Majorelle et en sortant j'étais "ah ben la villa Majorelle, ben je vais y aller", j'ai ma carte Culture, super pratique avant je serais pas allé au musée si c'était payant. » Osman, 20 ans, étudiant en biologie

En lien avec l'assiduité de leur visite, ces visites en solitaire renvoient également à la disponibilité des personnes de leur réseau interpersonnel. Proposée à la cantonade chez Pauline, ces invitations à l'accompagner au musée ne trouve pas toujours d'écho et certaines de ses visites s'effectuent alors en solo, mais par défaut : « *des fois tu vois qu'il y a pas forcément, que tout le monde est occupé et ben j'y vais seule et puis c'est bien aussi* » (Pauline). Mais, même chez ces visiteurs les plus assidus, la préférence ne va pas le plus souvent à cette modalité de visite et lorsque les visites s'effectuent en solitaire, l'optique est toujours la sociabilité et les échanges qu'elles permettront par la suite. Comme le soulignait S. Debenedetti (2003a) la dimension sociable de la visite est alors reportée au-delà du temps de la visite. Valentin l'explique :

« chaque fois que je fais mes visites tout seul c'est après avec l'idée derrière après je vais en parler pour pas que finalement ce que j'ai vu, ce que j'ai vécu ça soit juste

pour moi, j'aime bien partager et faire partager donc dans l'idéal c'est qu'à ce moment-là il y ait quelqu'un, bon si je suis tout seul, je suis tout seul, je vais pas dire "ah ben je vais pas aller là" et je vais pas profiter d'un endroit parce que je suis tout seul, si je suis là, autant y aller mais si je suis avec quelqu'un je préfère nettement y aller avec quelqu'un. » Valentin, 28 ans, ingénieur d'étude en biologie, en reprise d'études

La visite en solitaire peut également paraître plus appropriée à certaines expositions. Soit parce que leur thème semble contre-indiqué pour une visite sociable. Pour exemple, Hugues explique que, contrairement à ses habitudes de visite dans les musées, il s'est rendu seul à l'exposition *Inside* au Palais de Tokyo :

« je me sentais pas d'y aller avec quelqu'un parce que j'avais entendu parler de l'expo et j'avais pas envie de discuter spécialement avec quelqu'un si c'est une exposition sur l'introspection enfin ça aurait été un peu bizarre ». Hugues, 20 ans, étudiant en médecine

Soit parce que l'intérêt porté au thème de l'exposition risque de les retenir longtemps dans la visite. Aussi, à moins de visiter avec quelqu'un partageant tout autant cet intérêt, ces visiteurs choisissent de s'y rendre seul, pour ne « *pas infliger* » leur propre rythme de visite aux autres.

« Ça va dépendre de l'exposition [...]. Dans une exposition comme Tim Burton ou Bob Dylan, Bob Dylan j'y suis allée toute seule parce que je savais que je pouvais y passer toute une après-midi ou si l'exposition était nulle j'allais y passer qu'une heure en fonction de comment je la trouverais donc je voulais pas infliger à la personne de rester à me regarder écouter des musiques, ça dépend du sujet de l'exposition et de comment je vais avoir envie de faire l'exposition. » Jeanne, 22 ans, étudiante en psychologie

Même si la préférence va aux visites en compagnie, tout aussi souvent les visiteurs pointent du doigt le caractère contraignant de la co-visite. Être accompagné nécessite chez ces visiteurs un intérêt commun pour le lieu, leurs collections afin de ne subir ou se voir imposer un rythme de visite. Jeanne poursuit ainsi :

« Si c'est une exposition d'arts plastiques où je sais que la personne avec qui j'y vais peut y passer trois heures et demie quand moi je vais y passer qu'une heure et quart, je préfère y aller toute seule »

De même, plusieurs visiteurs soulignent la frustration que peut engendrer la co-visite avec des personnes qui ne partagent pas leur propre intérêt :

« parce que quand il y a quelqu'un qui est dans un musée contre son gré c'est au bout de deux minutes "j'ai envie de m'asseoir", non c'est vraiment mauvaise foi,

ben dans tous les trucs artistiques quand t'as un rejet tu peux rien faire » Osman, 20 ans, étudiant en biologie

« je pense qu'on apprécie forcément un petit peu plus quand on est seul parce que ça nous permet vraiment de... je sais pas comment dire, de pas être influencée ou de pas se dire bon ben faut que je passe à autre chose parce qu'il y a quelqu'un qui attend » Morgane, 19 ans, étudiante en droit

« quand tu viens avec une personne, même si elle aime les musées et que vous êtes pas sur des... sur des centres d'intérêts, voilà par exemple moi j'aime bien ce tableau, la personne à côté de moi elle aime pas voilà je dis "attends, j'aimerais bien la regarder un peu plus longtemps..." et "oh non vas-y on bouge, on va à un autre truc". » Anthony, 25 ans, pâtissier en reprise d'études

Comme le souligne ce dernier extrait, ainsi que ceux de Jeanne plus hauts, l'appétence pour la visite muséale ou l'assiduité de la fréquentation des lieux d'exposition comptent moins que la familiarité avec le thème de la visite. Aussi, cette critique de la co-visite et la préférence de la visite en solo pour certaines expositions est tout autant formulée par des visiteurs dont les visites sont régulières tout au long de l'année que par des visiteurs plus épisodiques (comme le sont, respectivement Jeanne et Anthony).

Enfin, deux visiteurs de notre échantillon expliquent préférer visiter seuls quel que soit le lieu de visite où ils se rendent car la compagnie de quelqu'un constitue pour eux une forme de « *pression sociale* » : elle impose de tenir un rôle sur la scène muséale, face aux œuvres, en donnant de soi l'image d'un visiteur, qui plus est, « *cultivé* ». Il en va ainsi d'Ella (cf. portrait p. 262) qui évoque cette « *pression* » pesant sur la pratique de visite notamment à Paris. Elle explique visiter le plus souvent seule pour découvrir les œuvres à son rythme. Pour elle, une visite idéale aurait également lieu seule ou bien, dans le cadre d'une visite guidée, avec des personnes qu'elle ne connaît pas, de façon à ne pas se sentir « *obligée de leur faire la conversation* ». Cette pression sociale qu'elle évoque, Justin la traduit sous la forme du « *complexe de la brosse à dent* » :

« parce qu'avec quelqu'un je suis en représentation, c'est un peu comme se brosser les dents avec quelqu'un, avec quelqu'un à-côté, c'est à celui qui se brossera le plus longtemps les dents, ben le plus cultivé c'est celui qui s'arrêtera le plus longtemps devant le tableau. Bon, forcément à force de s'arrêter on voit des choses mais c'est peut-être, c'est peut-être ridicule, peut-être parce que je suis un gros snob... [Tu avais pourtant emmené Sabine pour revoir l'exposition sur les machines ?] Oui ben parce que là je voulais lui montrer un truc, mais comme j'aime pas être en représentation, on avait visité chacun de son côté. » Justin, 25 ans, étudiant en arts du spectacle

Trois stratégies apparaissent pour lever la contrainte de la co-visite sur le rythme de la visite ou sur le regard : visiter à deux mais chacun de son côté comme le souligne l'extrait précédent, visiter avec une personne qui apprécie autant qu'eux-mêmes la pratique de visite ou le thème de la visite, comme dans l'extrait suivant :

« quand on est avec des gens en général, je suis avec des gens qui s'intéressent pas forcément à l'art ou alors juste comme ça ils sont curieux ils vont venir voir et moi j'aime bien passer du temps regarder les détails donc j'ai fait avec ma correspondante aussi quand elle est venue on a fait plusieurs expositions elle est dans l'informatique mais ça n'empêche qu'elle s'intéresse à l'art du coup on a pu passer beaucoup de temps dans les musées » Anaïs, 19 ans, étudiante en arts appliqués

et, enfin, visiter avec une personne avec laquelle ils entretiennent un lien fort, comme l'indiquent ces deux extraits dans lesquels Ella comme Morgane expliquent ainsi ne pas ressentir de « *pression* » lorsqu'elle visite avec leurs amies d'enfance :

« Elle, je peux tout faire avec elle. Je sais que si j'ai envie de prendre 10 ans pour faire un truc elle va pas me saouler. [Elle te laisse visiter à ton rythme ?] Exactement et parce que aussi je la connais et on va pas forcément débriefer, on va juste le vivre ensemble alors qu'avec mes autres copines récentes parisiennes on est beaucoup plus dans le débrief mais avec elle c'est comme si on avait pas besoin de parler : on le fait c'est tout. [Vous ne débrieffez pas ensemble ?] Ben moi je vais être un peu plus dans cette démarche parce que c'est une habitude que j'ai prise et elle va me répondre mais je sais que si je le faisais pas elle le ferait pas forcément elle va pas être dans le, l'appréciation ou le jugement, elle va juste être... enfin si elle va être dans le jugement "j'ai bien aimé j'ai pas aimé" mais on va pas se faire un débat de pourquoi, comment, qu'est-ce qu'on aurait amélioré et tout alors qu'avec mes autres potes, si, plus... ben parce qu'on a rien à se prouver toutes les deux donc, voilà, quoi... » Ella, 25 ans, employée de vente dans le commerce de luxe

« [Et avec Manon tu apprécies de visiter...] Oui parce que... alors... (rires) quand je fais un musée avec elle, elle me presse pas pour passer à la suite, donc j'ai le temps de me poser devant une œuvre et puis ben d'apprécier le travail [Et elle reste avec toi ?] Ça dépend (rires) des fois elle regarde, ou alors elle fait le tour si je suis un petit peu trop longue » Morgane, 19 ans, étudiante en droit

Hormis Justin et Ella dont la préférence va à la visite en solo, la co-visite est souhaitée par les visiteurs (à la condition qu'elle s'effectue avec une personne proche ou amatrice de visite ou du thème de la visite) et cela pour deux raisons principales. D'une part, comme le soulignent plusieurs travaux sur la sociabilité au musée, la co-visite permet une forme d'autonomie dans la découverte des collections. Il s'agit d'apprendre grâce à ceux qui accompagnent :

« Lui comme il a étudié le bouddhisme il m'a expliqué toutes les références, par exemple Bouddha il avait un chapeau avec des escargots sur la tête et moi je comprenais pas et il m'a expliqué à quoi ça correspondait tout ça, c'était intéressant j'ai appris des choses nouvelles » Sandro, 22 ans, étudiant en droit

À cette fin, certains visiteurs comme Jeanne, expliquent choisir leur co-visiteur suivant ce critère :

« Dans les musées d'arts plastiques je préfère y aller avec des gens qui s'y connaissent un minimum pour que si moi j'y comprends rien on arrive à peu près à m'expliquer pour que j'en ressorte pas en ayant juste vu des peintures accrochées au mur » Jeanne, 22 ans, étudiante en psychologie

La co-visite permet également de voir au travers du regard d'autrui et de formaliser, approfondir, ou modifier de cette manière sont appréhension des objets exposés :

« Confronter son opinion à celle de quelqu'un d'autre, l'autre personne peut nous apporter une interprétation qu'on n'a pas vue par exemple, ouais c'est plus... c'est plus intéressant... que d'être toute seule où on pense que son interprétation du tableau est peut-être la plus juste » Lucie, 23 ans, étudiante en master d'études européennes

« Quand on parle après en ayant les arguments de l'autre personne on peut se dire "ah ben oui c'est vrai finalement"... et c'est vrai que c'est important d'avoir à la base un ressenti personnel pour pouvoir après se dire ben oui c'est vrai qu'il y a ça qui, que j'ai pas pensé, de dire "ah ben oui t'as raison, t'as raison" ... » Morgane, 19 ans, étudiante en droit

« Ils ont noté des détails que j'avais pas remarqué et vice-versa » Valentin, 28 ans, ingénieur d'étude en biologie, en reprise d'études

« Tiens ça c'est beau mais j'arrive pas à comprendre pourquoi ça m'attire une personne arrive et nous dit "tiens je trouve ça beau pour ça et ça" et à ce moment-là on arrive à l'expliquer grâce à lui. » Hortense, 18 ans, étudiante en arts appliqués

Cette fonction de médiation (à la fois voir et apprendre grâce aux co-visiteurs) est exprimée par la majorité des visiteurs rencontrés dans l'enquête qu'ils soient ou non des publics assidus et quels que soient leurs usages des musées.

D'autre part, la co-visite permet également de nourrir la relation interpersonnelle et de connaître la personne qui accompagne, de découvrir ses goûts, ses intérêts et opinions :

« Voir juste par curiosité, savoir ce qu'ils ressentent, ce qu'ils pensent de l'œuvre, s'ils ont ressenti la même chose, après c'est un peu compliqué parce que les goûts



on peut pas trop les partager mais c'est important pour moi d'avoir leur avis » Vincent, 23 ans, étudiant en master d'aménagement du territoire

« Donner un peu ton avis, voir l'avis de l'autre, c'est là où tu te rends compte qu'on a des fois pas du tout le même avis et des fois on a le même avis, pour l'échange c'est plus sympa d'être avec quelqu'un. Mais j'aime bien aussi être toute seule aussi des fois. Au moins toute seule... par exemple à la Maison Européenne de la Photo j'ai amené, enfin j'avais quatre amis avec moi, deux couples d'amis... et il y en a un j'ai senti que sur la fin... enfin... il se faisait un peu chier... ça devait pas être leur... enfin... c'est pas leur passion en fait la photo, donc c'est vrai que ça peut être des fois une contrainte... et donc des fois pour certaines sorties on se dit que ce serait peut-être plus simple d'être tout seul parce qu'au moins on va à notre rythme mais bon... je suis prête à faire le sacrifice d'être avec quelqu'un pour échanger. » Séverine, 28 ans, ingénieure informaticienne

« Ça me plaît de savoir ce qu'ils pensent de l'œuvre pourquoi ils l'aiment alors que moi je trouve aucun intérêt ou enfin des choses comme ça » Agathe, 18 ans, étudiante en arts appliqués

Cette dimension de partage et de connaissance interpersonnelle est à ce titre énoncée comme « *le but de la culture* » par Manon :

« C'est le but un peu quoi. Enfin quand t'y vas tout seul ben voilà tu l'as vu mais t'as personne après avec qui en parler, donc ça vaut peut-être pas le coup, et puis même partager un bon moment avec un copain c'est le but, enfin moi je pense que c'est le but de la culture, de justement de partager. » Manon, 20 ans, étudiante en licence culture et communication

Comme l'indiquent ces derniers extraits, la co-visite ne sert pas seulement une médiation du contenu de la visite. Ce sont également les objets exposés qui constituent un support à la rencontre de l'autre.

- **La visite muséale dans la structuration des réseaux relationnels**

On le voit dans les données qui précèdent, les considérations que livrent les interviewés sur les modalités d'accompagnement lors d'une visite oscillent entre le registre d'une visite idéale et celui des visites qu'ils mènent effectivement. Et pour cause : si la majorité des visiteurs expriment leur préférence pour la visite à plusieurs, dans les faits, il ne leur est pas toujours possible de proposer et de partager cette expérience indistinctement avec toutes les personnes de leur entourage. De façon congruente avec les travaux de D. Cardon, F. Granjon et A. Bergé, il apparaît en effet dans notre enquête que prendre l'initiative d'une visite, la proposer à son entourage, n'a pas la même évidence selon la manière dont se structurent les réseaux relationnels des individus et se distribuent, en leur sein, les activités de loisirs. Mais également, et cette fois

en lien avec les travaux de D. Pasquier, suivant les individus auxquels ils peuvent proposer la visite et avec lesquels ils peuvent la partager, le rôle que les interviewés endossent en prenant l'initiative d'une visite variée.

Afin de qualifier l'impact des gratuités événementielles et catégorielles sur les sociabilités culturelles au musée, observons à présent la manière dont ces visiteurs peuvent ou non partager cette expérience au sein de leur réseau relationnel et en fonction de quels critères.

Nous retrouvons auprès dans notre échantillon les trois formes de structuration des réseaux relationnels et des activités culturelles et de loisirs que distinguent D. Cardon et F. Granjon :

- en premier lieu la structuration par « distribution » qui se caractérise comme « une forte propension à transposer vers différents cercles de relation une même activité culturelle ou de loisirs, ce qui favorise la connexion et l'interconnaissance entre les différents cercles »
- celle dite de « spécialisation » dans laquelle les individus procèdent « à la sélection et la séparation des cercles de sociabilités accompagnant la coloration quasi exclusive d'un cercle de relations par une activité spécifique »
- et celle de la « polarisation », enfin, dans laquelle « la coprésence prend une importance encore plus grande » et qui se caractérise « comme une propension à focaliser vers un seul cercle relationnel constitué sous forme de bande (ou de clan) un ensemble de pratiques culturelles distinctes, mais associées par une proximité de genre » (Cardon et Granjon, 2003 : 103-104)

Le cas le plus fréquent est celui de la distribution d'une diversité de pratiques culturelles et de loisirs à l'ensemble du réseau de relations interpersonnelles. Le plus souvent, ces réseaux distribués comportent peu d'amateurs de la visite. Aussi, pour les jeunes rencontrés, la pratique de visite se développe principalement comme une « pratique de coulisse ». Elle se cantonne au cercle familial d'origine ou de destination (lorsque ces jeunes sont en couple) ou s'étend aux amis les plus proches. Que ces derniers partagent ou non au même degré leur appétence pour la visite, il est plus confortable de visiter avec eux, comme nous le soulignons plus haut. Si les membres de ces cercles électifs n'apprécient pas tous au même degré la pratique de visite, la force des liens qu'ils entretiennent les uns avec les autres fournit un argument suffisant pour qu'ils se laissent entraîner : ce sont, pour reprendre les termes d'Anthony, les « *personne[s] consentante[s]* », celles avec lesquelles les visiteurs interviewés « *peu[vent] tout faire* » (Ella), « *tout partager* » (Morgane). Plus rarement, dans ces réseaux distribués, la visite constitue l'une des activités qui se partage avec l'ensemble des différents cercles de sociabilités : le cas de Vincent que nous présentions plus haut en est emblématique (cf. portrait p. 264). Chez lui, les activités de loisirs, de nature variée – jeux vidéo, pratiques sportives, sorties en tout genre (restaurant, bowling, shopping), soirées, cinéma, visites patrimoniales – ont majoritairement lieu indistinctement avec les différentes personnes qui composent son réseau relationnel. La visite patrimoniale constitue en ce sens une pratique de sociabilité au même titre que d'autres.

En second lieu, pour neuf enquêtés, la pratique de visite s'intègre à un ensemble d'activités de loisirs qui entretiennent avec elle « une proximité de genre » et vers lesquelles converge l'ensemble du réseau relationnel. Emblématique de ce cas de polarisation des sociabilités autour de loisirs de même genre, nous retrouvons le cas de Hugues dont le réseau relationnel se structure comme un clan à caractère culturel qu'il décrit à plusieurs reprises comme son « *crew* ». Lorsqu'il en présente les membres, Hugues précise les intérêts de chacun. À ce titre, à l'exception de la musique à laquelle il s'initie sur incitation parentale, ces pratiques du temps libre quasi exclusivement de nature artistique trouvent leur origine dans ses relations amicales. Il s'est ainsi mis à dessiner parce qu'Hector, « *il dessinait et je crois que j'étais un peu jaloux et je me suis dit moi aussi je peux le faire et voilà* ». De même, le pas vers le *street art* est franchi sur incitation de Mark, lui-même graffeur, et qu'il a commencé à pratiquer « *dès qu'[il a] commencé à le connaître* ». La pratique du tatouage s'est ensuite profilée dans le sillage du dessin et du *street art*. Ses amis connaissent l'ensemble de ses pratiques de loisirs et de ses goûts, il signale à ce titre en avoir tatoué plusieurs. Cette dimension culturelle qui définit le réseau relationnel de Hugues établit une ligne de partage entre ceux qui intègrent le cercle d'amis et les autres : l'absence de connivences culturelles s'avère être un obstacle au développement de liens amicaux. En ce sens, lorsqu'il évoque Mark, le compagnon d'une de ses amies, Hugues le présente tout d'abord comme étant « *nettoyeur de vitre de bâtiments à Rotterdam donc c'est pas la même chose* », avant d'ajouter « *mais il est très sympa* ». Ce n'est qu'un peu plus loin dans l'entretien, lorsqu'il commente la manière dont il s'est mis lui-même au *street art*, que Hugues, dans une exclamation, rétablit la connivence culturelle qui l'a amené à sympathiser avec Mark : « *ah ben oui ! ben oui, Mark, il est peintre aussi et en fait il fait des tags enfin il a un crew qui est mondialement reconnu* ». C'est ainsi au titre de ses pratiques en amateur que Mark s'inscrit de plain-pied dans la dimension culturelle structurant le réseau relationnel de Hugues.

Enfin, dans un dernier cas de figure, la visite patrimoniale est partagée avec un cercle spécifique du réseau relationnel. Ce cas de figure se retrouve le plus souvent chez les étudiants qui entretiennent avec cette pratique un rapport semi-professionnel : chez eux, la visite patrimoniale gravite principalement autour des personnes avec lesquelles ils étudient et avec lesquelles ils co-construisent leur culture professionnelle. Ainsi lorsque nous lui demandons ce qu'elle fait pendant son temps libre, Hortense évoque « *les activités de la classe* », c'est-à-dire, précise-t-elle,

« C'est faire des sorties au musée, des projets en commun, des workshops... [en dehors de vos cours ?] oui on voit aussi des musées en dehors par exemple on se dit "tiens on va aller voir l'exposition qu'il y a au musée des beaux-arts dernièrement" ou quoi, on y va entre amis et on va faire un tour » Hortense, 18 ans, étudiante en arts appliqués

À ce titre, c'est dans ce groupe de visiteurs et de préprofessionnels que la fonction de médiation que constitue la co-visite est la plus prégnante. Il s'agit pour eux de partager et consolider leurs références communes, de stimuler l'inspiration par l'échange autour des œuvres,

ainsi que l'explique Agathe : « *on peut parler de l'œuvre d'art et en fait en venir à autre chose se rappeler des références qu'on avait eues dans d'autres travaux donc en fait ça ouvre le dialogue* ». De même, Hortense précise qu'elle ne peut partager avec tout son réseau d'amis son intérêt pour la visite et les arts comme elle le fait avec ceux qui étudient avec elle :

« [Tu parles de tes visites avec tes amis ?] Pas avec tout le monde parce que concernant mes amis de lycée, ils ont pas tout à fait les mêmes centres d'intérêt que moi donc je peux pas non plus trop leur en parler, [...] mais avec les arts appliqués et les bac arts appliqués c'est... il y a pas de problème : on en parle, on sort ce qu'on a découvert ou quoi... ben quelque fois c'est en fonction d'un de nos projets, on a repris l'idée qu'on avait vu sur untel... c'est là qu'on peut ressortir nos connaissances et que ça nous revient plus facilement » Hortense, 18 ans, étudiante en arts appliqués

Si la focalisation de la visite sur un cercle spécifique dans l'entourage se rencontre plus particulièrement dans le cas des étudiants en arts, il n'existe pas en revanche de correspondance stricte entre les formes d'usage des musées que nous relevions plus haut et des formes d'intégration de la visite dans les réseaux de sociabilité.

À ce titre, certains muséovores ou expovores paraissent bien isolés dans leur appétence pour la visite patrimoniale : chez eux, elle se développe comme une « pratique de coulisse » qu'ils ne peuvent que difficilement valoriser dans un entourage peu enclin à cette pratique (Pasquier, 2003). Ainsi Osman explique que la plupart de ses amis ne sont pas au courant qu'il apprécie visiter : cette pratique se fonde dans des centres d'intérêts très variés qu'il développe chacun avec un cercle précis de son entourage. La diversité de ses intérêts est, selon lui, ce qui fait son originalité parmi ses amis ou, selon ses termes, ce qui lui donne l'image d'un « *mec bizarre* ». Aucun de ses cercles de sociabilité en revanche ne partage son goût pour la visite qu'il nourrit seul, par défaut. Il déplore ainsi n'avoir, dans son entourage, qu'« *Erik qui est vachement sensible à ça* » et avec lequel il peut échanger sur ses visites « *parce que lui aussi a vraiment une opinion sur tout du coup avec lui il y a vraiment des confrontations* ». Mais, au-delà de cet ami, Osman précise « *en général avec les amis c'est plutôt moi qui leur fais découvrir. [Et tu aimes faire découvrir ?] Non, je préférerais qu'ils soient comme Erik.* »

- **Proposer une visite : engager un crédit social**

Lorsque ces jeunes entretiennent un lien fort avec leurs co-visiteurs ou que ces derniers partagent leur goût pour la visite ou le thème d'une visite, proposer de se rendre au musée se passe d'argumentaire. L'initiative de la visite revient alternativement à l'un ou l'autre des co-visiteurs ou relève d'une décision collective. Avec ces personnes, et comme le souligne D. Pasquier à propos de la sortie au théâtre, prendre l'initiative de la visite consiste principalement à s'en faire les « organisateurs ». Ceux-là « agissent auprès d'un groupe où l'homologie des goûts en [la] matière [...] est très forte. Ils jouent plus un rôle de catalyseur que de conseiller car leur expertise n'est pas plus grande que celle des autres » (Pasquier, 2013 : 79). Par exemple, Hugues

explique qu'il « aime bien prendre l'initiative et souvent c'est bien volontiers d'un côté comme de l'autre ». À cette fin, il multiplie les sources d'information sur l'actualité des expositions : par sa « sœur qui est designer donc souvent [...] vu qu'elle, elle a un réseau social qui est vachement dans le milieu des arts et de la mode et du design ben parfois elle me propose des choses intéressantes », par le guide des sorties que sa mère lit, sur un site Internet dédié à cette actualité ou sur *Facebook* en suivant le fil d'actualités de contacts aussi portés que lui sur la visite d'expositions. Pour autant, il n'estime pas être le seul à tenir ce rôle dans son groupe d'amis mais simplement l'un de ceux qui enclenchent des projets de visite que le groupe formule : « [Tu dirais que tu es la référence expo dans le groupe ?] Non enfin je suis plus dans le style il y a une expo qui est bientôt terminée ça fait six mois qu'on parle d'y aller donc aujourd'hui on y va ». Ce qui s'est passé pour l'exposition *Tatoueurs tatoués* : « c'est le genre d'expo que ça fait six mois que je me dis qu'il faut que j'y aille enfin voilà et là j'attendais un événement déclencheur ». Cet événement déclencheur lui est donné par la soirée *Before* à laquelle un de ses contacts *Facebook* annonçait qu'il participerait. Il propose à deux de ses amis de l'accompagner mais s'y rend en définitive avec sa sœur et une amie de sa sœur, ses amis ayant décliné. Ils l'accompagnent plus tard (le jour de notre entrevue) lorsque Hugues proposera une seconde fois la visite de cette exposition.

D. Pasquier envisage pour la sortie au théâtre un second type de rôle, plus impliquant, pour celui qui conseille son entourage : celui d'informateur. Suivant sa définition, les informateurs « cherchent plus souvent à faire de nouvelles propositions à leur entourage qu'à conforter les goûts déjà existants. [...] Il s'agit d'individus qui se sentent en position légitime de conseil, parce qu'ils pensent en savoir plus. Et qu'ils sont reconnus comme tels par ceux qu'ils conseillent » (*id.* : 80). Dans la manière dont nos enquêtés disent sélectionner leurs co-visiteurs, nous ne retrouvons pas à proprement parler cette forme d'engagement dans le conseil. Plus souvent, lorsqu'ils proposent une visite aux personnes avec lesquelles ils ont l'habitude de visiter, les visiteurs rencontrés veillent à ajuster le lieu de la visite aux intérêts des personnes. Jeanne, une muséovore, explique ainsi la manière dont elle distribue ses conseils à deux de ses amies avec qui elle visite habituellement :

« après ça dépend des thèmes, une exposition de photos ça va tenter certains. Ingird veut aller voir l'exposition *Tatoueurs tatoués* au quai Branly, elle le quai Branly c'est son domaine d'études donc du coup elle pourrait y passer tous ses dimanches que ça la dérangerait pas particulièrement. Lucile, elle préfère les expositions de cinéma ou de musique, Léa, les expositions photos » Jeanne, 22 ans, étudiante en psychologie

Ces visiteurs apparaissent ainsi experts des goûts des personnes qui les entourent et ne cherchent pas particulièrement à contrevenir à leurs intérêts. Comme nous le soulignons plus haut, c'est une stratégie pour ne pas avoir à subir le désagrément d'une co-visite dont l'objet ne constitue pas un intérêt commun. C'est également une manière de sensibiliser à la visite sans contrarier la personne qu'ils entraînent. Ainsi, Agathe, étudiante en arts appliqués à Paris, visite essentiellement avec son cercle d'amis étudiants. Elle propose également à son petit ami qu'elle décrit comme peu friand de visite. Aussi, lorsqu'elle lui propose d'aller au musée, elle « l'emmène

*voir des expos, des expos qui sont assez cools sinon il s'ennuie assez vite* ». Son petit ami étant amateur de « *tout ce qui est dino, il est trop, il est branché là-dessus* », Agathe se saisit de cet intérêt pour sélectionner les expositions qu'elle lui propose et visite avec lui la Grande galerie de l'évolution et le musée de la Chasse, au motif que ces lieux « *ça fait moins... ben justement ça fait moins Louvre un peu enfin... où il s'ennuierait et où il aurait pas un regard attentionné parce qu'il est pas du tout sensibilisé aux œuvres et du coup faut qu'il y ait un peu de... d'amusement dans la sortie* ». En l'occurrence au musée de la Chasse, explique-t-elle, « *il y a des petites anecdotes enfin, il y a des, des trompe l'œil, des faux pas incrustés dans le sol* ». De même, l'exposition à la Grande galerie de l'évolution : « *l'expo, l'expo dinosaure donc c'était plus pour les enfants on sentait... t'as rempli ta fiche et avec mon copain on s'est dit "bon on y va" ça peut être drôle interactif on va s'amuser.* »

S'il leur arrive de jouer le rôle « d'informateur » au sens où l'entend D. Pasquier, c'est dans la mesure où des personnes de leur entourage les assignent à cette place et les sollicitent à cette fin. Corentin, dont les visites relèvent avant tout d'une pratique touristique et de sociabilité, fera ainsi appel à son ami étudiant en architecture pour lui servir de guide au musée de l'École de Nancy qu'il n'avait jamais visité :

« Axél, lui il a fait des études d'architecture donc les musées il aime bien y aller tout ça donc du coup je lui ai demandé s'il voulait bien y aller parce que moi je l'avais jamais vu et on y est allé. Parce que moi pour le coup je connais quand même le style école de Nancy mais j'avais jamais vraiment vu l'intérieur ce que ça pouvait être, je vois les bâtiments ce que ça donne, genre la villa Majorelle, des choses comme ça, mais j'avais vraiment jamais vu ce que pouvait être le mobilier par exemple. [Axel t'en a parlé ?] Ouais, lui il avait déjà vu ça, il connaissait mais moi ça m'a marqué. » Corentin, 19 ans, étudiant en DUT d'infographie

En ce sens, ces enquêtés identifient certaines personnes ou sont identifiés par leur entourage pour leur compétence en matière de visite (ou de certains thèmes de visite). Mais cette forme de conseil, proche de l'initiation à un sujet ou à la pratique de visite elle-même, n'est pas imposée par ceux qui s'affichent comme experts : elle est convoquée par ceux qui ne sont pas eux-mêmes férus *a priori* de visite ou qui se décentrent par rapport à leurs propres intérêts dans la proposition de visite qu'ils font. Elle recontextualise ainsi la dernière visite réalisée avec son petit ami :

« donc après ça dépend par exemple là pour *Indiens des plaines* j'étais contente d'y aller avec mon copain parce que c'est lui qui m'en a parlé, c'est lui qui l'a vu en premier et je savais que c'était quelque chose qui allait nous plaire à tous les deux parce que c'est assez ludique il y a des objets, c'est pas, je sais pas, c'est pas comme... je sais pas c'est accessible en fait, c'est facile et c'est intéressant, c'est sympa, c'est pas comme, je sais pas c'est pas comme une... je sais que par exemple quand je vais proposer d'aller voir un peintre ou un photographe je vais avoir moins d'écho positif... [De la part de ton copain ?] Oui de mon copain mais c'est parce

qu'il est plus pragmatique en fait, il est moins artiste perdu que moi. » Ella, 25 ans, employée de vente dans le commerce de luxe

Cet extrait est intéressant parce qu'il présente une double logique. D'une part, Ella se voit proposer une visite par son copain, moins féru qu'elle de visite. Cette exposition, en l'occurrence, fait écho aux origines amérindiennes d'Ella. En ce sens, elle apparaît doublement experte : à la fois par ses fréquentes visites d'expositions et en raison du thème de cette exposition bien particulière. D'autre part, cette proposition de visite est ensuite examinée par Ella puis validée au titre que cette exposition sera susceptible d'intéresser son copain contrairement à une visite de musées d'art. De ce point de vue, cette visite répond à la fois la logique d'une « nouvelle proposition » (en décalage par rapport aux habitudes de visite de son compagnon) et de l'ajustement de la proposition aux intérêts respectifs des co-visiteurs.

Le plus souvent, les visiteurs que nous avons rencontrés ne se risquent pas à sortir des cercles des personnes avec lesquelles ils ont l'habitude de visiter ou qui partagent un goût commun pour cette pratique. Car proposer une visite engage le crédit social des individus. Chez ceux dont le réseau social est polarisé par ce type de pratiques culturelles (comme nous l'avons vu chez Hugues notamment), proposer une visite peut servir à tester une relation, à sélectionner ceux qui feront ou non partie du cercle des amis : en d'autres termes à engager le crédit social des autres. Ainsi, lorsque Hugues rencontre une fille, il lui arrive de proposer la visite d'un musée ou d'une galerie en guise de premier rendez-vous :

« quand j'ai rendez-vous avec une fille, plutôt que l'emmené boire un café ou un truc comme ça, parfois c'est bien d'aller voir une expo. [Tu dragues dans les expos ?] C'est ça. [Pourquoi ?] Parce qu'il y a quelque chose à faire... enfin c'est surtout aussi... comme ça je peux voir aussi ce qui plaît à l'autre personne et voir s'il y a des affinités ». Hugues, 20 ans, étudiant en médecine

Dans le même ordre d'idée, se risquer à proposer une visite peut introduire (ou dévoiler) une dissonance dans la relation que deux personnes entretiennent. L'expérience d'Ella avec l'un de ses amis est explicite à ce sujet. Elle raconte :

« Récemment j'ai eu une expérience avec un ami avec qui j'étais au lycée, donc lui il était en filière STG, je sais plus ce que c'est exactement mais c'est plus technique et là il passait par Paris et donc il est venu me faire un petit coucou au salon et il savait pas quoi faire et je lui ai dit "ben va au musée ! va au Louvre : c'est hyper beau et tout" et il m'a dit "au Louvre ? mais qu'est-ce que tu veux que j'aille faire au Louvre et tout je vais pas aller au Louvre, moi le musée il faut que je me prépare psychologiquement à y aller et tout" et là j'ai senti une telle distance entre nous » Ella, 25 ans, employée de vente dans le commerce de luxe

Mais, c'est aussi leur propre crédit social que risquent les enquêtés lorsqu'ils proposent une visite. À ce titre, Osman explique qu'il se méfie de la posture d'initiateur et de l'image que cela peut renvoyer de lui. Il en veut pour preuve l'attitude de ses amis face à Erik, son unique

ami amateur de visite et d'art qui lors de visites avec plusieurs amis s'est montré « *vachement snob, il va tout le temps utiliser des mots... il va tout le temps essayer d'étaler son savoir et tout...* ». Les amis d'Osman « *le clachent à mort là-dessus* », ce qui a tendance à l'inquiéter lui-même quant à sa propre posture d'initiateur : « *du coup je me dis "est-ce qu'ils, est-ce que moi aussi je suis comme ça ou pas ?" mais j'essaye de pas trop être...* ».

Nos enquêtés ont ainsi départagé et qualifié les personnes auxquelles ils peuvent proposer une visite ou même seulement parler de leur intérêt pour cette pratique. Dans ces catégorisations, un système d'oppositions se fait jour qui renseigne sur les représentations sociales de cette pratique culturelle et de ses publics.

Au rang de ces oppositions, tout d'abord celle qui renvoie dos à dos la culture littéraire et la culture scientifique ou technique. Nous l'avons vu chez Ella au travers de son expérience avec son ami de lycée dont elle précise qu'« *il était en filière STG, je sais plus ce que c'est exactement mais c'est plus technique* ». On le retrouve également chez Lucie, étudiante en communication qui dit ne pas pouvoir parler de ses sorties culturelles avec d'autres amis que ceux qu'elle fréquente à l'université car ses amis d'enfance ont pour la plupart fait des études d'ingénieur « *ils s'intéressent pas trop à tout ça, ils sont plus dans des trucs mécaniques etcetera, et le reste ça leur dit pas trop, ils sont pas très ouverts d'esprit on va dire* ». De même, comme chez Anaïs, si des personnes de leur entourage étudient dans des domaines scientifique ou technique et les accompagnent faire des visites, le fait est relevé comme un élément remarquable : « *elle est dans l'informatique mais ça n'empêche qu'elle s'intéresse à l'art* ». Cette opposition se retrouve également chez des personnes qui évoluent eux-mêmes dans des domaines scientifiques. Ainsi, chez Lucas, ingénieur dans l'aéronautique qui explique que ses années d'études en école d'ingénieur ont constitué un creux en matière de fréquentation des musées car « *mes amis ingénieurs, je sais pas si t'en connais beaucoup mais c'est assez pauvre culturellement les ingénieurs, c'est pas facile de faire des choses...* ».

Apparaissent ensuite des oppositions :

- entre sociabilités festives et culturelles, comme c'est le cas chez Hugues qui explique, qu'en deux années de médecine, il n'a pas particulièrement noué de liens avec les étudiants qu'il fréquente car, explique-t-il, « *il y a le dark side des études de médecine* » : « *enfin je pense que tu as un peu entendu parler de l'ambiance en médecine c'est vraiment l'humour un peu graveleux et des trucs comme ça des grosses bitures... disons que c'est pas un milieu où la culture ça a forcément trop, trop... d'importance* ».
- entre culture féminine et masculine, comme nous avons pu le voir chez Chloé (cf. portrait p. 207) dont l'univers de loisirs se scinde entre les filles de la classe avec lesquelles elle échange sur ses visites et plus largement ses sorties culturelles et ses amis proches, majoritairement des garçons avec lesquels elle partage son goût pour le sport.
- entre sport et culture qui se superpose en partie avec la précédente opposition comme en témoigne l'exemple de Morgane dont l'attrait pour la visite muséale est principalement connu de ses amies filles les plus proches quand son groupe d'amis garçons se polarise autour de la pratique du handball. De même, Casey explique lui aussi avoir eu



du mal à partager son goût pour la visite auprès de ses amis dont « *la plupart [...] préférerait aller au match de foot, et j'y allais avec eux et c'était amusant, mais je pense que je préfère aller au musée* ».

Il n'est pas certain que les personnes évoquées par nos enquêtés se reconnaîtraient dans les étiquettes qui leur sont accolées mais, quelle que soit la réalité que recouvrent ces représentations, elles apparaissent structurantes dans les définitions par nos enquêtés de la ou des personnes auxquelles il est possible de proposer de visiter, ou même simplement d'en parler. Ces représentations renvoient tout à la fois aux catégorisations sexuées des pratiques et des centres d'intérêt, aux valorisations différenciées de ces pratiques culturelles dans les différents domaines d'études ou professionnels et peuvent faire écho à la structuration de la pratique de visite dans le cercle familial (le cas de Chloé fournit un exemple emblématique).

- **Gratuité catégorielle et événementielle : élargir le cercle des (co-)visiteurs**

L'enquête menée auprès des 18-25 ans bénéficiaires de la gratuité (n=1185) comportait en 2014 une question relative à l'initiative de visite : « qui a proposé de venir au musée aujourd'hui ? ». L'analyse des résultats à cette question permet de lire le profil de ceux qui se font les ambassadeurs de cette pratique et de ceux qui s'y laissent entraîner.

Croisées avec le profil socioculturel des visiteurs, il apparaît que la propension à proposer une visite est moins clivée par le milieu social d'origine de ces jeunes qu'elle ne l'est par leur familiarité avec cette pratique. Considérée une à une, chaque classe sociale d'origine se départage en deux groupes quasiment équivalents de visiteurs initiateurs et de visiteurs entraînés. En revanche, ce sont les visiteurs les plus familiers de la pratique qui sont le plus souvent à l'initiative de la visite. Les initiateurs de la visite sont également ceux qui, à l'inverse des visiteurs entraînés, visitaient seul et/ou entre amis lorsqu'ils étaient plus jeunes. Chez eux, la pratique de visite a déjà fait l'objet d'une forme d'autonomisation à l'égard de l'école et/ou de la famille, dynamique d'autonomisation de la visite qu'ils poursuivent actuellement et initient à leur tour en entraînant leurs amis dans la visite.

De façon congruente avec le croisement de la familiarité, il apparaît que les visiteurs qui ont entraîné des membres de leur entourage dans la visite n'ont pas le même rapport à l'institution. Ce sont eux qui plus souvent ont anticipé la visite de longue date : leur décision est majoritairement prise quelques semaines auparavant ou depuis plus longtemps encore. Chez les visiteurs entraînés, cette décision remonte le plus souvent à quelques jours auparavant voire au jour même. De même, les visiteurs à l'initiative de la visite sont déjà venus dans le musée où nous les avons rencontrés (16 points de plus que chez les visiteurs entraînés et 7 points de plus par rapport à l'échantillon total).

De plus, l'initiative est plus souvent prise par les femmes que par les hommes ainsi que par les étudiants inscrits dans des filières relevant du domaine des arts et de la culture : sans que ce résultat soit statistiquement significatif, la part des jeunes à l'initiative dans ces filières est de 4 à 10 points supérieure à celle qu'ils occupent dans les autres filières. Ces deux clivages sont

d'autant plus prononcés que l'on se situe dans des musées d'art : là, la propension à proposer la visite devient significative chez les étudiants des filières culturelles et artistiques. À l'inverse, dans les musées d'histoire et de société, chez les hommes, la part des visiteurs à l'initiative de la visite devient majoritaire dans leurs rangs, de même qu'elle croît sensiblement au sein de l'ensemble des filières d'études en particulier chez ceux inscrits dans des filières scientifiques.

Enfin, et ici encore en lien avec leur niveau de familiarité muséale, ces jeunes à l'initiative de la visite apparaissent comme des visiteurs mieux informés des mesures de gratuité dont ils peuvent bénéficier au musée et dont ils sont également plus usagers.

Une même distribution des publics entre visiteurs à l'initiative et visiteurs entraînés se fait jour dans les données d'enquête collectées lors de la *Nuit des musées spéciale étudiants*. Aussi, ces données auprès des publics de la gratuité catégorielle et événementielle semblent indiquer que des publics familiers des musées et incités à cette pratique se saisissent de cette mesure non seulement pour développer leur propre carrière de visiteur mais aussi pour entraîner dans leur suite des visiteurs moins familiers. Néanmoins, il ne peut s'agir ici que d'une hypothèse puisque cette enquête ne permet pas d'appairer les réponses des visiteurs à l'initiative à celles du ou des visiteurs qu'ils entraînent. Il n'est ainsi pas possible d'assurer que ces visiteurs familiers ont effectivement entraîné dans la visite des visiteurs moins familiers.

Tableau 57. Profil sociodémographique des visiteur·ses à l'initiative de la visite et des visiteur·ses entraîné·es, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	initiateur·trice	entraîné·e
<b>Sexe</b>		
femmes.....	<b>65,1</b>	<u>59,1</u>
hommes.....	<u>34,9</u>	<b>40,9</b>
<b>Lieu de résidence</b>		
à Paris (intramuros et banlieue).....	39,9	35,7
en régions.....	60,1	64,3
<b>Situation par rapport à l'emploi</b>		
en activité.....	21	21,7
élèves ou étudiant·es.....	65,5	65,8
en stage.....	13	16,1
inactif·ves (au foyer, à la recherche d'un emploi).....	6,8	6,3
<b>Domaine d'étude ou professionnel</b>		
culture, arts et humanités.....	37	29,8
droit, économie, commerce.....	31,4	35,2
sciences et ingénierie.....	21,7	25,5
sciences médicales.....	9,9	9,4
<b>Milieu social d'origine</b>		
supérieures.....	20,5	17,8
moyennes supérieures.....	28,3	32,9
moyennes inférieures.....	23,7	22,3
populaires.....	27,6	27,1

source : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture  
 champ : échantillon total : n = 1185

 Tableau 58. Familiarité muséale et lien à l'établissement des visiteur·ses à l'initiative de la visite et des visiteur·ses entraîné·es, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	initiateur·trice	entraîné·e
<b>Niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale</b>		
très fort.....	<b>71,8</b>	<u>58,7</u>
fort.....	13,8	15,8
moyen.....	<u>12</u>	<b>18,5</b>
faible.....	<u>2,4</u>	<u>7,1</u>
<b>Est-ce votre première visite dans ce musée ?</b>		
primovisiteur·se.....	<u>51,9</u>	<b>68,1</b>
déjà venu·e.....	<b>48,1</b>	<u>31,9</u>
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>		
oui.....	<b>35,4</b>	<u>23,1</u>
non.....	<u>64,6</u>	<b>76,9</b>
<b>Information sur la gratuité pour les moins de 26 ans avant la visite</b>		
oui, et je savais que ce n'était que pour les collections permanentes.....	<b>50,3</b>	<u>40,9</u>
oui, mais je pensais que tout le musée était gratuit.....	21,4	18,9
non, je l'ai découvert en arrivant.....	<u>28,3</u>	<b>40,2</b>
<b>Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans</b>		
non.....	<u>3,7</u>	<b>9,2</b>
une fois.....	<u>7,1</u>	<b>14,2</b>
à plusieurs reprises.....	<b>89,2</b>	<u>76,6</u>
<b>Visites autonomes aux premiers temps de la jeunesse</b>		
seul·e ou entre ami·es.....	34,9	31,9
les deux.....	<b>22</b>	<u>14,1</u>
ni avec des ami·es, ni en solitaire.....	<u>43,2</u>	<b>54</b>

source : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture  
 champ : échantillon total : n = 1185

L'enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur* permet d'étayer en partie notre hypothèse. En effet, il y apparaît que ces incitations à la visite, et plus particulièrement les gratuités événementielles, jouent au moins de deux façons sur la manière dont les visiteurs peuvent partager une expérience de visite.

Premièrement, comme nous le soulignons plus haut, en contexte ordinaire, les visiteurs rencontrés paraissent frileux à s'arroger la posture d'initiateur auprès de leur entourage à moins qu'une demande explicite ne leur en soit faite ou s'ils entretiennent avec certaines personnes des liens suffisamment forts pour courir le risque. De même, lorsqu'ils se décident à proposer à une visite, ordinairement ils veillent à ajuster leur proposition aux intérêts des personnes qui les accompagnent. À l'inverse, plusieurs visiteurs ont expliqué avoir convié à la nocturne étudiante des amis avec lesquels ils n'ont pas pour habitude de visiter. C'est le cas de Chloé qui se rendra avec son petit ami à la nocturne alors que ce dernier, explique-t-elle, n'« *est pas du tout culture et tout ça, lui c'est vraiment le sport qui l'intéresse* ». De même d'Osman que l'on a vu être particulièrement esseulé dans son appétence pour cette pratique et qui parvient à convaincre au moins trois personnes de participer à la soirée, dont sa sœur. Ces deux visiteurs expliquent « *avoir entraîné* » ces personnes à la soirée, soulignant ici que leur venue n'était pas pour autant acquise, y compris dans ce contexte moins formel.

Leur stratégie respective pour orienter les lieux visités pendant la nocturne diffère en revanche. En effet, Osman explique avoir emmené ses amies au jardin botanique car il constitue selon lui un lieu de visite consensuel : « *tout le monde aime bien je pense, les serres* ». Il ajuste ainsi sa proposition de visite aux amis qu'il entraîne comme le font les visiteurs en contexte ordinaire lorsqu'ils endossent le rôle d'initiateur. Au contraire, Chloé se saisira de cette nocturne pour faire découvrir à son petit ami le musée des beaux-arts de la ville dans lequel il n'était jamais allé. Ce lieu qu'elle affectionne tout particulièrement (cf. portrait p. 207) contrevient en revanche aux centres d'intérêts qu'elle décrit de son petit ami. Elle veille toutefois à lui présenter avant tout la section des peintures classiques plutôt que celle consacrée à la collection d'art contemporain car

« lui il connaît pas trop alors je pense qu'il connaît pas trop non plus les mouvements, les courants... je suppose aussi que quand on est novice c'est plus simple de... d'aborder un tableau qui est plus explicite que... même s'il y a un message dedans, même si on comprend pas à première vue, c'est plus attrayant, c'est plus agréable à regarder »

Pendant la visite, elle a à cœur de lui présenter les œuvres et raconte avec satisfaction l'intérêt que prête son petit ami à la visite :

« je lui ai un peu expliqué quelques, quelques, quelques tableaux et tout ça, je lui expliquais quelques... il me disait "Claude le Lorrain il vient d'ici ?" "Ben oui, oui,

oui"... je lui montrais un petit peu des tableaux de peintres célèbres et tout ça et puis il a plutôt bien aimé »

Choé,

Dosant ce qu'elle décide de lui faire découvrir, elle dit l'avoir ensuite emmené au musée-aquarium pour terminer la soirée « *parce que, dit-elle, point trop il n'en faut hein... des musées... donc ouais on a été à l'aquarium après* ».

Aussi, en premier lieu, cette gratuité événementielle sert pour les uns à élargir et diversifier le cercle de leurs co-visiteurs, et pour les autres à élargir et diversifier le répertoire de visite de leur co-visiteur en assumant pleinement un rôle d'initiateur au sens où l'entend D. Pasquier.

Deuxièmement, cette nocturne voit des visiteurs peu férus de cette pratique et *a fortiori* peu amènes à la proposer, prendre l'initiative de la visite auprès de leurs pairs, parfois d'un commun accord comme c'est le cas chez Manon :

« Ça s'est fait d'un commun accord enfin on s'est retrouvé un mercredi en cours et euh... "mince il y a ça, il y a ça ce soir ! pourquoi pas essayer et tout", comme j'y avais pas été, ç'avait été fait aussi en septembre je crois quelque chose comme ça ? [oui il y a une autre nocturne en septembre] mais comme je connaissais personne j'y avais pas été » Manon, 20 ans, étudiante en licence culture et communication

La gratuité ne joue donc pas seule dans cette dynamique. Elle apparaît liée au caractère festif de l'événement et à la notoriété de ces nocturnes qui figurent en bonne place dans les rendez-vous de la vie étudiante locale. Son exclamation – « mince, il y a ça ! » – sonne à ce titre comme une obligation de la sociabilité estudiantine. En ce sens, si Manon propose la visite ce soir-là, c'est en partie parce que ne connaissant personne lors de la nocturne d'automne elle n'avait pas pu ou voulu y participer.

De même, en lien avec le format de cette soirée, tout à la fois festive et gratuite, apparaît l'effet ricochet ou boule-de-neige de la recommandation de la visite que nous constatons dans l'enquête lors du *Mois des étudiants au musée*. Ainsi, certains visiteurs férus font la première proposition qui se trouve ensuite relayée par d'autres moins souvent à l'initiative au sein de leur entourage : c'est le cas chez Osman qui explique qu'ayant déjà réussi à entraîner des connaissances à une précédente nocturne, celles-ci étaient cette fois-ci « *plutôt coopératives* » et tient pour preuve le fait que l'une d'elle y « *a invité son amie* ». On retrouve cette même dynamique chez Corentin qui s'était vu proposer de participer à la nocturne l'année précédente par son ami étudiant en architecture et qui cette année devient le catalyseur de la participation à la nocturne :

[Qui est-ce qui a décidé de participer à la nocturne ?] C'est moi parce qu'en fait on l'avait fait, parce qu'en fait Axel nous l'avait proposé l'année dernière, on l'a fait l'année dernière et moi j'ai été prévenu par l'université que c'était la nocturne et

Alex qui n'est plus étudiant cette année ne l'a pas eu je pense et moi je suis pratiquement un des seuls étudiants à lire mes emails de l'université donc tous les autres qui y sont ne l'ont pas lu et moi je leur ai dit "on y a été l'année dernière, on a qu'à y retourner cette année et on fait ce qu'on n'a pas fait l'année dernière" et ben, c'est comme ça que je les ai un peu tous motivés ». Corentin, 19 ans, étudiant en DUT d'infographie

À ce titre, il est souvent arrivé que ces jeunes se soient rendus collectivement au musée, parfois avec des groupes d'amis assez nombreux et souvent relativement élastiques au cours de la soirée (lorsque je lui demande avec qui il était ce soir-là, Corentin égrène : « *Rémi, Pierre-Louis, Matthias, Alex, Lucie, Laetitia-Marie, une copine que j'ai rencontrée l'année dernière par Pierre-Louis, avec qui d'autres... ?* »). Il leur est d'ailleurs souvent difficile de dire le nombre de personnes qui les accompagnaient compte-tenu que les groupes ont tendance à se faire et se défaire tout au long de la soirée.

## En résumé

Dans ce chapitre, nous avons proposé de déplacer le regard du point de vue de l'institution à celui de l'individu pour comprendre à cette échelle le rapport que des publics jeunes entretiennent avec la visite muséale.

De ce point de vue, il est possible d'analyser en quoi les politiques des publics, lorsqu'elles instaurent un rapport plus démocratique au musée permettent d'insérer la visite dans les loisirs ordinaires de ces jeunes. Deux ressorts principaux émergent. Le premier, celui par lequel les relectures des collections donnent prise sur le musée à des publics pour qui l'amour de l'art n'est pas une motivation suffisante pour visiter. « Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers »<sup>121</sup> : c'est là le potentiel du musée, envisagé comme une plateforme de ressources, pour nourrir les intérêts divers des publics et construire avec eux de nouveaux liens à partir des collections. Le second ressort est celui par lequel le caractère moins formel de la visite gratuite ou lors d'événements donne prise à l'activité ordinaire des « publics médiateurs » et leur permet d'élargir le cercle des visiteurs à entraîner dans la visite. Sous cet aspect, ces mesures d'incitation à la visite jouent sur la représentation sociale du musée et, de là, sur les représentations que ces publics médiateurs se font du goût des autres.

Au total, ce chapitre met en exergue la capacité qu'ont les politiques des publics de fonctionner comme instance de socialisation et d'être l'une des variables dans les processus dynamiques par lesquels les publics des musées se forment. Dans cette optique, cette analyse permet d'envisager la manière dont ce rôle pourrait être mesuré à l'échelle statistique voire les politiques des publics évaluées pour ce rôle. Il s'agirait tout d'abord de se déprendre de l'intensité de la fréquentation muséale comme critère minimal de la compréhension des rapports des publics au musée, d'élargir ensuite le questionnement aux formes d'usages de ces lieux et aux bénéfices retirés d'une visite, et enfin d'investiguer plus avant la question des sociabilités culturelles au musée pour interroger le rôle de ces politiques dans la mise en partage de ces lieux.

---

<sup>121</sup> Pour reprendre ce titre de l'ouvrage collectif dirigé par J. Davallon, *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers : la mise en exposition*, Paris, France : Centre Georges Pompidou, 1986

## **CHAPITRE 5. Du musée démocratisé au musée segmenté ?**

**5.1. Les actions d'incitation à la visite : levier pour le renouvellement des publics**

**5.2. Les effets bridés de la démocratisation des publics**





*« Rien n'oblige à postuler l'immobilité, mais la nouveauté ne saurait être traitée sur le mode magique des sociologues des "mutations", comme surgissement ex nihilo. La conception structurale du changement [...] étant analysable rationnellement (et relationnellement) comme une transformation réglée, il importe d'en prendre toujours en considération les conditions, les limites et, derrière ce qui varie, les invariants. »*

Louis Pinto, *Du bon usage de La Distinction*, p.90-91



## Introduction

Les politiques des publics adressées aux visiteurs jeunes adultes jouent comme l'une des variables susceptibles d'impulser, développer ou entretenir une carrière de visiteur. Comment cet effet à l'échelle des individus se traduit-il dans la structuration des publics des musées ? Et peut-on espérer que cet effet perdure ? Nous proposons dans ce chapitre de rouvrir la focale sur les publics aux schémas d'évolution de la structure sociale des publics.

Dans un premier temps, en nous saisissant de ce cadre interprétatif de la démocratisation culturelle, nous envisageons d'abord les évolutions des publics de la gratuité pour les moins de 26 ans. Les effets démocratiques de cette mesure relevés lors de l'expérimentation de la gratuité et aux premiers temps de cette mesure se maintiennent-ils quelques années plus tard ? Ensuite, considérant la *Nuit des musées spéciale étudiants*, nous considérons la possibilité qu'il puisse y avoir des moments où le musée paraît plus démocratique, tout comme au chapitre 3 nous avons vu qu'il y a des lieux de visite plus populaires. De ce point de vue, les schémas d'analyse proposés par S. Octobre permettent aussi de comparer la structuration des publics dans le temps court de l'événement ou d'une action muséale spécifique.

Dans un deuxième temps, notre réflexion s'élargit au-delà des catégories des jeunes adultes. D'une part, il s'agit de considérer la sensibilité des publics au-delà de la jeunesse adulte à des actions muséales semblables. Nous comparons alors la structuration des publics mobilisés par la gratuité dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* et celle des publics de la *Nuit européenne des musées*. D'autre part, dans une visée prospective, il s'agit de comprendre comment ces publics jeunes anticipent leur développement de carrière de visiteur une fois qu'ils seront sortis des catégories de publics destinataires de ces politiques des publics. De ce point de vue, nous mettons à l'épreuve l'hypothèse d'une démocratisation limitée dans le temps : le temps que dure la jeunesse, le temps des événements gratuits.

Parti cette analyse, un troisième temps de ce chapitre ouvre le questionnement sur la manière dont les publics perçoivent ces catégorisations et dont les professionnels les élaborent concrètement au musée. Nous prenons appui sur l'enquête *Le mois des étudiants au musée* et sur les entretiens menés auprès des professionnelles des publics dans ce cadre. Ce cas monographique nous permet à titre exploratoire d'observer quelques-unes des logiques qui président à cette segmentation des publics.

## 5.1. Les actions d'incitation à la visite : levier pour le renouvellement des publics

En quoi les actions d'incitation constituent-elles un outil pour la démocratisation des publics des musées ? Qui sont les publics les plus usagers de la gratuité et les plus mobilisés par elle ? Et qui sont ceux qui retirent le plus de satisfaction des *médiations culturelles* ? Dans la première partie de ce chapitre, nous observerons la manière dont des publics des plus ou moins familiers, d'origine sociale plus ou moins favorisée réagissent à ces formes d'incitation à la visite.

### 5.1.1. La gratuité pour les moins de 26 ans de 2009 à 2014

- Une mobilisation à la hausse

L'enquête *Les 18-25 ans et la gratuité des musées* a été menée à deux reprises : en 2009-2010, quelques mois après le lancement de cette politique tarifaire puis en 2014 après cinq années d'existence de la mesure. Dans l'intervalle, la part des visiteurs des visiteurs touchés par la gratuité a fortement augmenté, passant de 66,3% en 2009 à 90,7% en 2014. Cette hausse fait écho à celle de la fréquentation gratuite des 18-25 ans enregistrée par *Patrimostat* sur la période : de 2010 (1<sup>ère</sup> année complète de gratuité) à 2014, elle a augmenté de moitié, passant de 2,1 millions à 3 millions d'entrées dans les musées.

Tableau 59. 2010-2016 : évolution du nombre d'entrées des 18-25 ans dans les collections permanentes des musées nationaux sous tutelle du ministère de la Culture

	Nb d'entrées	% évolution à n-1
<b>2010</b>	2 147 066	
<b>2011</b>	2 364 453	+ 34
<b>2012</b>	2 877 547	+ 21,7
<b>2013</b>	3 017 805	+ 4,9
<b>2014</b>	3 038 967	+ 0,7
<b>2015</b>	2 645 444	- 12,9
<b>2016</b>	2 447 610	- 7,5

source : *Patrimostat 2017, département de la Politique des Publics, ministère de la Culture*

Dans le détail, ces données de fréquentation tendraient à accréditer l'hypothèse d'un effet « lune de miel » suivant lequel ce type de politique tarifaire n'aurait d'impact sur la fréquentation qu'à court ou moyen terme. En effet, il apparaît que la hausse de la fréquentation ne semble avoir été que de courte durée. Elle est particulièrement forte durant les deux premières années. À partir de 2013, la tendance à la hausse s'émousse – elle n'est plus que de 4,9% d'entrées supplémentaires en 2013 – et, en 2014, la fréquentation gratuite des 18-25 ans paraît se stabiliser (+0,7%). Par la suite, le nombre d'entrées gratuites enregistrées pour les 18-25 ans dans les

collections permanentes décroît : subitement en 2015 (-12,9% par rapport à 2014), puis plus lentement en 2016 (-7,5%).

Cependant, il convient de souligner, d'une part, que la baisse de la fréquentation en 2015 et 2016 n'est pas spécifique aux 18-25 ans bénéficiaires de la gratuité. Elle renvoie à plusieurs facteurs conjoncturels (en particulier le renforcement du plan Vigipirate suite aux attentats de janvier et novembre 2015<sup>122</sup>) qui ont impacté l'ensemble de la fréquentation des musées (-5% en 2015 et -9% en 2016). Malgré cette diminution, la fréquentation gratuite des 18-25 ans reste, pour ces deux années, supérieure à celle enregistrée aux premiers temps de cette politique tarifaire. D'autre part, la stabilisation de la fréquentation des 18-25 ans autour de 3 millions d'entrées en 2013 et 2014 doit être dissociée dans l'analyse de l'évolution des effets de cette mesure sur la mobilisation des visiteurs. En effet, loin d'un plafonnement des effets de la gratuité, les deux enquêtes auprès des 18-25 ans traduisent une nette augmentation de la mobilisation des visiteurs par cette mesure.

Tableau 60. Connaissance, mobilisation et usages de la gratuité pour les moins de 26 ans de 2009 à 2014

<b>% obs. sur 100 pers.</b> dans chaque enquête	en 2009	en 2014
<b>Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans</b>		
Première visite gratuite.....	33,7	9,3
Deuxième visite gratuite.....	13,9	11,6
Plusieurs visites gratuites.....	52,4	79,1
<b>Depuis avril 2009, la visite des collections permanentes est gratuite pour les moins de 26 ans. Le saviez-vous avant de venir ?</b>		
oui, et je savais que ce n'était que pour les collections permanentes.....	48,5	45,5
oui, mais je pensais que tout le musée était gratuit.....	14,7	20,1
non, je l'ai découvert en arrivant.....	36,8	34,4
<b>Mobilisation par la gratuité</b>		
mobilisé·e : la gratuité a compté dans ma décision de visite.....	67,5	73,9
indifférent·e : la gratuité n'a pas compté dans ma décision de visite.....	32,5	26,1
<small>source : Les 18-25 ans et la gratuité, 2009 et 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture champ : échantillon total : en 2009 : n = 1773 et en 2014 : n = 1185</small>		

Premièrement, cette mesure n'a rien perdu de sa notoriété auprès des jeunes adultes qui en font usage pour se rendre au musée. En effet, en 2009 comme en 2014, les deux tiers des visiteurs sont informés avant la visite de la gratuité dont ils bénéficient et près de la moitié sait précisément à quels espaces du musée la gratuité donne accès<sup>123</sup>.

En 2014, la part des publics qui ne savaient pas précisément à quels espaces du musée s'applique la gratuité a augmenté de 6 points par rapport à 2009. Ceci s'explique en partie par l'intégration dans l'enquête de 2014 de trois nouveaux établissements : le MuCEM, le Centre

<sup>122</sup> Cf. *Patrimostat*, 2017

<sup>123</sup> Majoritairement, il s'agit des collections permanentes du musée, l'accès aux expositions temporaires restant payant. Dans certains musées dans ces deux enquêtes néanmoins, la gratuité pour les 18-25 ans s'applique à l'ensemble des espaces d'exposition permanents et temporaires soit du fait d'une tarification unique soit que le musée ne soit constitué que d'espaces d'exposition temporaires : il s'agit dans ces deux enquêtes du Musée d'Orsay et dans l'enquête de 2014 du Centre Pompidou-Metz et du Louvre-Lens.

Pompidou à Metz et le Louvre-Lens. Ces deux derniers établissements, bien qu'ayant un statut d'établissement public de coopération culturelle, ont adopté la politique nationale de gratuité pour les moins de 26 ans appliquée au musée du Louvre et au Centre Pompidou à Paris et l'ont étendu à l'ensemble de leurs espaces d'exposition. La part de visiteurs moins bien informés sur la mesure de gratuité pourrait être liée à l'intégration de ces nouveaux établissements et à la particularité tarifaire des musées de Metz et Lens.

De 2009 à 2014, en revanche, les visiteurs qui n'ont découvert qu'une fois sur place la gratuité dont ils ont bénéficié reste stable et minoritaire (respectivement 36,8% et 34,4%). Aussi, le niveau d'information de ces bénéficiaires qui, en 2009, aurait pu être induit par le lancement médiatique de la mesure, n'a pas fléchi après cinq années de gratuité.

Deuxièmement, l'impact de cette mesure sur la mobilisation des visiteurs jeunes adultes se confirme de 2009 à 2014. Dans la première édition de l'enquête, 67,5% des nouveaux bénéficiaires de la gratuité déclaraient que cette mesure avait eu une incidence sur leur décision de visiter. En 2014, ils sont 73,9% dans ce cas. En conséquence, en cinq années de gratuité, la part des visiteurs totalement indifférents à l'égard de la gratuité a fléchi de 6 points.

Tableau 61. Mobilisation des visiteurs selon le contexte de visite en 2009 et en 2014

<b>% obs. sur 100 pers.</b> (en colonne)	public local	touristes nationaux
<b>2009</b>		
mobilisé·e par la gratuité.....	<b>70,7</b>	<b>63,3</b>
indifférent·e à la gratuité.....	<b>29,3</b>	<b>36,7</b>
<b>2014</b>		
mobilisé·e par la gratuité.....	<b>78,9</b>	<b>64,1</b>
indifférent·e à la gratuité.....	<b>21,1</b>	<b>35,9</b>
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2009 et 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : en 2009 : n = 1773 et en 2014 : n = 1185		

La hausse de la mobilisation est confirmée à la seule échelle des publics locaux. Ces derniers continuent d'être les plus sensibles à cette mesure et parmi eux, la part des visiteurs mobilisés par la gratuité a augmenté de 8 points sur la période. Après cinq années de cette politique tarifaire, et en dépit de sa moindre médiatisation au fil du temps, la capacité de cette mesure à mobiliser les publics croît sensiblement, en particulier chez ceux qu'elle mobilisait dès la première heure. De ce point de vue, l'effet de la gratuité ne saurait être résumé à l'attrait de la nouveauté.

- **Une culture de la gratuité vivace**

En cinq années de cette politique tarifaire, la mobilisation et les usages de la gratuité ont augmenté. De même, comme nous allons le voir à présent, les représentations associées à cette culture de la gratuité se maintiennent sur la période. Elles mettent en lumière une attente forte des publics jeunes à l'égard d'une mesure perçue pour son ambition démocratique.

Tableau 62. Importance accordée à la gratuité en 2009 et en 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	2009	2014
<b>Quelle importance accordez-vous à la gratuité ?</b>		
c'est un coup de pouce pour les jeunes...	56,5	76,7
c'est un plus.....	22,2	46,3
c'est normal, indispensable.....	31,5	26,5
ça n'a aucune importance.....	0,8	0,8
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2009 et 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : en 2009 : n = 1773 et en 2014 : n = 1185		

En 2009 comme en 2014, la majorité des visiteurs rencontrés estime que la gratuité est « un coup de pouce pour les jeunes » ou « un plus » qui incite à la visite. C'est une mesure « normale » ou « indispensable » pour 3 visiteurs sur dix en 2009 et un sur quatre en 2014. Moins de 1% déclare que « la gratuité n'a aucune importance » à leurs yeux. Cette part des indifférents n'a pas augmenté en cinq ans.

Tableau 63. Réactions en cas de suppression de la gratuité pour les moins de 26 ans, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	
<b>Réactions en cas de suppression de la gratuité pour les jeunes</b>	
l'indignation.....	60,3
le regret.....	49,8
l'indifférence, la résignation.....	3,9
<b>Arguments des indignés contre une éventuelle suppression de la mesure</b>	
un renforcement des inégalités d'accès à la culture.....	67,2
une entrave à la formation culturelle des jeunes.....	29,3
une remise en cause du rôle de l'Etat en matière culturelle.....	18,6
pourrait se mobiliser ou manifester contre une suppression de la mesure.	2,4
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185	

En 2014, lorsque les visiteurs sont interrogés sur leur réaction en cas de suppression définitive de cette politique tarifaire, près des deux tiers de ces jeunes témoignent de leur indignation (60,3%). La moitié exprime une forme de regret et envisage d'ores et déjà de s'adapter à une éventuelle disparition de cette mesure. 4% seulement des visiteurs fait montre d'une certaine indifférence ou de résignation à cette idée.



Chez les indignés, les arguments invoqués renvoient avant tout au rôle de l'État en matière culturelle : la suppression de la gratuité conduirait selon eux au renforcement des inégalités d'accès à ces lieux (67,2%). Pour 29,3% des indignés, ce serait en outre un frein à la formation culturelle de la jeunesse. Ces deux arguments qui renvoient à la fois à la gratuité comme mesure « normale » et comme « coup de pouce pour la jeunesse » soulignent l'importance que ces jeunes accordent à la gratuité, en particulier pour l'effet de démocratisation des publics qu'elle peut avoir.

En 2009 comme en 2014, les différentes représentations de la gratuité (comme « coup de pouce pour la jeunesse », « plus » incitatif, ou encore comme étant « normale ») sont relativement consensuelles. Chacune d'entre elles est exprimée dans de mêmes proportions quel que soit le genre, la classe sociale d'origine des visiteurs, qu'ils soient étudiants ou jeunes actifs et indépendamment de leur lieu de résidence. De même, en 2014, les réactions face à une suppression éventuelle de cette politique tarifaire ne semblent pas dépendre de leur profil sociodémographique. Dans chacune de ces catégories de visiteurs, l'indignation est exprimée par 6 visiteurs sur dix tandis que les attitudes résignées ou indifférentes rassemblent une portion congrue de visiteurs.

Tableau 64. Culture de la gratuité et importance accordée à la mesure pour les moins de 26 ans, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité*, 2014

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	les moins habitués de la gratuité	les plus habitués de la gratuité
<b>Quelle importance accordez-vous à la gratuité ?</b>		
c'est un coup de pouce pour les jeunes.....	77,9	76,6
c'est un plus.....	<b>57,8</b>	<b>43,9</b>
c'est normal, indispensable.....	<b>14,1</b>	<b>29</b>
ça n'a aucune importance.....	<b>2,5</b>	<b>0,4</b>
<b>Réactions en cas de suppression de la gratuité pour les jeunes</b>		
l'indignation.....	52,8	61,8
le regret.....	52,1	49,3
l'indifférence, la résignation.....	<b>8</b>	<b>3,1</b>
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : n = 1185		

En revanche, plus les usages de la gratuité sont importants et moins cette mesure est perçue comme accessoire. En effet, les habitués de la gratuité l'envisagent moins souvent comme un simple « plus » incitatif. Elle s'inscrit davantage chez eux dans un registre politique : 29 % de ces habitués la jugent « normale ou indispensable ». Ils sont deux fois moins nombreux à le dire chez les visiteurs qui utilisent peu ces mesures pour visiter.

De même, dans l'éventualité d'une suppression de la gratuité, l'indignation est d'autant plus prononcée que les visiteurs en font un usage régulier : 61,8% des habitués de la gratuité s'offensent à cette idée. Ils sont 52,8% dans ce cas chez les visiteurs peu utilisateurs de la gratuité qui plus souvent expriment une forme de regret ou d'indifférence. Aussi, l'attachement à cette mesure croît avec les usages qui en sont faits. Souscrire à une « culture de la gratuité », c'est

également revendiquer la nécessité de cette mesure, non seulement pour ses effets sociaux mais encore, à titre personnel, pour la pratique muséale qu'elle permet et que frustrerait la disparition de cette politique tarifaire.

- **Des plus utilisateurs aux plus mobilisés par la mesure**

Qui sont les publics que cette culture de la gratuité désigne ? Comme le montrent les figures 21 et 22 ci-après, le croisement de la fréquence des usages de la gratuité avec le profil des visiteurs nous enseigne tout d'abord que cette « culture de la gratuité » est plus souvent le fait des femmes, des jeunes issus des classes sociales supérieures, des jeunes résidant à Paris et des étudiants inscrits dans des formations artistiques et culturelles. Ensuite, cette « culture de la gratuité » est étroitement associée au rapport que ces visiteurs entretiennent avec la pratique de visite muséale. En effet, plus les visiteurs sont habitués de la gratuité et plus leur lien avec cette pratique est fort. Ils sont ainsi surreprésentés parmi les visiteurs les plus familiers des musées, chez ceux qui ne découvrent pas pour la première fois le musée où ils ont été rencontrés et qui se déclarent liés à cet établissement. À l'inverse, les visiteurs peu utilisateurs de la gratuité sont plus souvent des visiteurs dont la familiarité muséale est moyenne ou faible, des primovisiteurs ou qui ne se reconnaissent aucun lien avec le musée où ils ont été rencontrés.

Cette « culture de la gratuité » des visiteurs apparaissait déjà en 2009 lors de la première année de cette politique tarifaire. Parmi ces nouveaux bénéficiaires de la gratuité pour les jeunes, 52,4% avaient déjà profité de cette mesure à plusieurs reprises pour se rendre au musée. Parmi eux, la majorité des visiteurs constituait des habitués de la gratuité sous toutes ses formes : outre la gratuité pour les moins de 26 ans, 55,9% avaient déjà profité d'au moins deux autres mesures de gratuité (dimanches de gratuité, gratuités événementielles, etc.). Dès 2009, ces habitués de la gratuité se recrutaient déjà significativement parmi les familiers de la visite muséale, les visiteurs fidèles des établissements et chez ceux qui se déclaraient liés au musée où ils avaient été rencontrés. De même, dès 2009, ces usages plus ou moins intenses des mesures de gratuité influençaient déjà les représentations que ces jeunes avaient de cette politique tarifaire. Celle-ci leur étant nécessaire pour alimenter leur appétence pour la visite, les habitués de la gratuité l'envisageaient davantage comme une mesure « normale ou indispensable » par rapport aux primo-utilisateurs.

Figure 21. Usages de la gratuité et profil sociodémographiques des visiteurs, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité* 2014

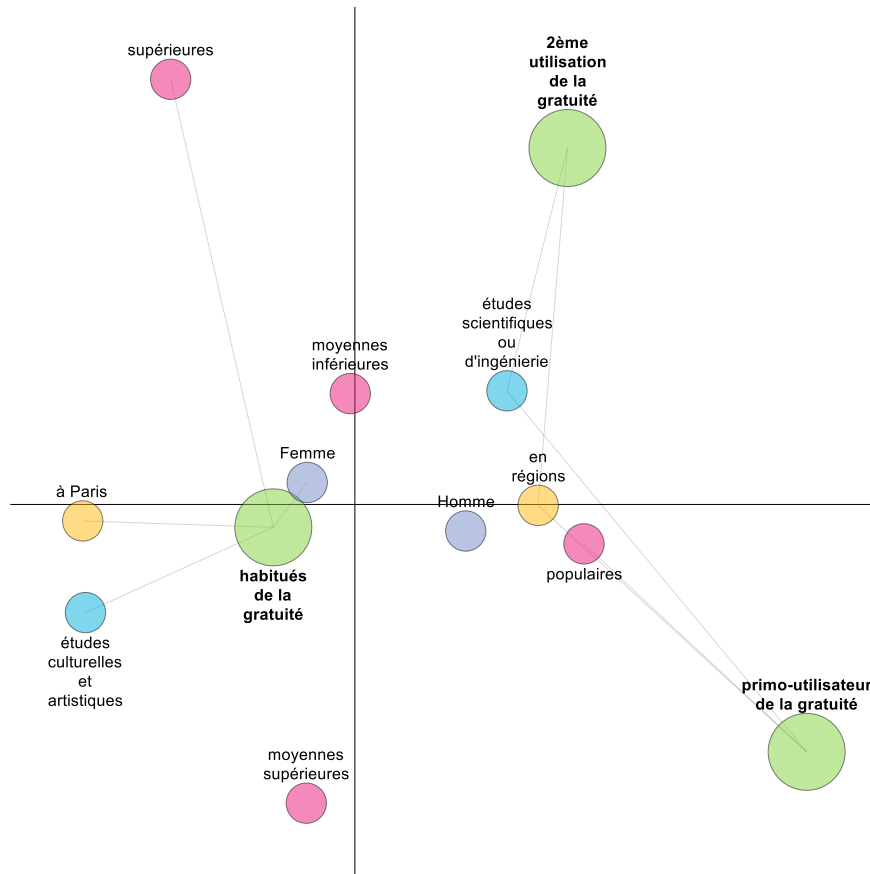


Figure 22. Usages de la gratuité et rapports au musée, enquête *Les 18-25 ans et la gratuité* 2014



Apparaissant dès 2009, au lancement de la mesure pour les moins de 26 ans, la corrélation entre « culture de la gratuité » et « capital élevé de familiarité muséale » ne saurait être interprétée cinq années plus tard comme l'effet de cette politique tarifaire. Néanmoins, et bien que la distribution des visiteurs entre ces niveaux de familiarité soit socialement marquée, il serait abusif de conclure au caractère contre-redistributif de cette mesure qui, financée par l'ensemble des contribuables, ne profiterait qu'aux mêmes privilégiés. Deux raisons à cela.

Premièrement, dès 2009, dans chacune de ces catégories de publics, la part des visiteurs qui avaient profité de cette gratuité à plusieurs reprises pour visiter est forte (4 visiteurs sur dix au moins). En 2014, leur part augmente : elle atteint au minimum les trois quarts des visiteurs quel que soit leur genre, leur groupe social d'origine ou leur lieu de résidence.

Tableau 65. Évolution de la part des habitués de la gratuité pour les moins de 26 ans dans chaque catégorie de visiteurs de 2009 à 2014

<b>% obs. sur 100 pers.</b> (dans chaque catégorie de visiteur·ses)	<b>en 2009</b>	<b>en 2014</b>	<b>écart de 2009 à 2014</b>
<b>Sexe</b>			
femmes.....	54,1	81	26,9
hommes.....	49,5	76,1	26,6
<b>Lieu de résidence</b>			
à Paris (intramuros et banlieue).....	67,5	88,3	20,8
en régions.....	43,2	73,6	30,4
<b>Domaine d'études</b>			
culture, arts, humanités.....	62,6	88,5	25,9
droit, économie, commerce.....	49	80,5	31,5
sciences, ingénierie.....	50,4	76,1	25,7
sciences médicales.....	43,1	69,8	26,7
<b>Classes sociales d'origine</b>			
supérieures.....	56,7	83,9	27,2
moyennes.....	51,2	80,9	29,7
populaires.....	49,3	72,3	23
<small>source : Les 18-25 ans et la gratuité, 2009 et 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total : en 2009 : n = 1773 et en 2014 : n = 1185</small>			

De plus, la comparaison des deux enquêtes montre que la part des habitués de cette mesure a eu tendance à augmenter autant si ce n'est plus fortement dans les catégories de visiteurs qui étaient à l'écart de cette culture de la gratuité en 2009. Autrement dit, si en 2009 les visiteurs qui cumulent les atouts en matière de fréquentation muséale se sont plus rapidement et fortement emparés de la gratuité, ils ont ensuite été rejoints par des visiteurs moins familiers. Aussi, cette évolution rappelle l'importance de la variable temporelle dans l'analyse des processus de démocratisation des publics de la culture (Fleury, 2006b).

Deuxièmement, dans ces enquêtes, si la distribution sociale des usages de la gratuité pourrait convaincre la critique d'une inefficience de cette politique tarifaire, l'analyse de la mobilisation à la visite par cette mesure nuance ce jugement.

Tableau 66. Part des visiteur·ses qui ne seraient pas venu·es au musée sans la gratuité en 2009 et en 2014

<b>% obs. sur 100 pers.</b> (dans chaque catégorie de visiteur·ses)	<b>en 2009</b>	<b>en 2014</b>
<b>Sexe</b>		
femmes.....	27,5	24
hommes.....	33,8	29,1
<b>Classes sociales d'origine</b>		
supérieures.....	24,7	23
moyennes.....	31,1	24,4
populaires.....	33,7	31,1
<b>Niveau de familiarité muséale</b>		
fort.....	27,4	26,3
moyen.....	30,1	18,8
faible.....	31	42,9
<b>Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?</b>		
oui.....	26,5	21,8
non.....	33,4	27,3
<b>source</b> : Les 18-25 ans et la gratuité, 2009 et 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; <b>champ</b> : échantillon total : en 2009 : n = 1773 et en 2014 : n = 1185		

En effet, les catégories de population qui comptent moins d'utilisateurs réguliers de la gratuité sont aussi celles pour lesquelles la gratuité a été déterminante pour se rendre au musée. Ainsi, en 2009 comme en 2014, les visiteurs pour qui l'existence de cette mesure a constitué la condition *sine qua non* de leur venue sont plus souvent des hommes, des jeunes issus des classes sociales populaires, des visiteurs peu ou très peu familiers des musées, de même que ceux qui ne se reconnaissent aucun lien avec l'établissement visité le jour de l'enquête. Réciproquement, chez ceux qui souscrivent à la culture de la gratuité et en font un usage régulier, cette mesure tarifaire est moins décisive pour se rendre au musée. Aussi, ces résultats soulignent que, si la gratuité profite plus souvent à des visiteurs d'ores et déjà familiers de la pratique muséale, son effet mobilisateur est plus fort pour des visiteurs plus éloignés des musées.

### 5.1.2. *La nuit des musées spéciale étudiants : l'attrait des moins familiers des musées*

Qu'en est-il pour les publics des *médiations culturelles* ? D'une part, au sein des visiteurs de la nocturne étudiante, quels sont les visiteurs les plus attirés par cette programmation, ceux qu'elle satisfait le plus ? D'autre part, ces visites « décalées » sont-elles plus satisfaisantes pour des publics éloignés des musées que ne le sont des visites plus « classiques » ?

Pour mener cette analyse, nous mobiliserons les trois indicateurs de satisfaction élaborés pour les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*<sup>124</sup>. Pour rappel, il s'agit de l'indicateur dit du « rapport aux attentes » et celui de la recommandation : tous deux relèvent d'une appréciation directement déclarée par le répondant. Le troisième indicateur correspond à une variable calculée faisant la moyenne des notes obtenues aux différentes composantes de la visite soumises à l'appréciation des visiteurs.

- **La satisfaction des visiteurs moins familiers**

À l'échelle globale des publics de la *Nuit des musées spéciale étudiants*, 11,4% des visiteurs déclarent que la visite a dépassé leurs attentes. Une même proportion estime à l'inverse que la visite était un peu ou très en-dessous de leurs attentes (11,1%). Les trois quarts de ces visiteurs se situent à un niveau intermédiaire de la satisfaction en déclarant que la visite pendant la soirée correspondait à leurs attentes. La variable calculée de la satisfaction indique que 20,5% des visiteurs sont globalement très satisfaits de cette soirée au musée et 25,7% peu ou pas du tout satisfaits. Au terme de la soirée, 33,8% des visiteurs recommanderaient cet événement à une personne de leur entourage et 8,5% des visiteurs en sont « détracteurs ». Aussi, le score de recommandation pour cet événement s'établit à 25,3 points.

Dans le détail, lorsque nous soumettons à leur appréciation les différentes composantes de la soirée, deux suscitent le plus d'enthousiasme. D'une part, il s'agit de l'accueil par les professionnels du musée et médiateurs du soir que plus d'un tiers des visiteurs ont jugé à la fois efficace et agréable. D'autre part, et dans les mêmes proportions, c'est la forme même de l'événement qui emporte l'adhésion des répondants et qu'ils jugent « très innovante ». Trois autres aspects de la soirée provoquent un fort taux de satisfaction : l'ambiance de la soirée que 29,3% des visiteurs rencontrés qualifient de « très conviviale », les apports culturels de la visite que plus du quart des visiteurs ont jugé d'une « très grande richesse » et les animations jugées « très réussies » par 17,7% des visiteurs. Un dernier élément souligne en creux la satisfaction des visiteurs à l'égard de l'événement : la soirée est jugée un peu ou vraiment trop courte par 38% des répondants. C'est le point noir de la soirée, celui qui suscite le plus fort taux d'insatisfaction.

---

<sup>124</sup> Cf. chapitre 2 pour la construction de ces indicateurs à des fins d'évaluation des politiques culturelles menées au sein des établissements patrimoniaux nationaux.

Tableau 67. Satisfaction des attentes selon le profil des visiteur·ses, *La nuit des musées spéciale étudiants*

% obs. sur 100 pers. (en ligne)	attentes dépassées	attentes contentées	attentes déçues
<b>Classe sociale d'origine</b>			
supérieures.....	3,2	74,2	22,6
moyennes.....	9,9	78,2	11,9
populaires.....	12,3	82,5	5,3
Ecart entre les classes supérieures et populaires.....	9,1	8,3	17,3
<b>Niveau de familiarité muséale</b>			
très fort et fort.....	9,1	80,5	10,4
moyen.....	2,8	86,1	11,1
faible et très faible.....	14,3	76,7	9
Ecart entre les plus et les moins familiar·ères.....	5,2	3,8	1,4

source : La nuit des musées spéciale étudiants, n = 288

Tableau 68. Satisfaction calculée selon le profil des visiteur·ses, *La nuit des musées spéciale étudiants*

% obs. sur 100 pers. (en ligne)	très satisfait·es	assez satisfait·es	peu ou pas satisfait·es
<b>Classe sociale d'origine</b>			
supérieures.....	9,4	46,9	43,8
moyennes.....	23,4	56,1	20,6
populaires.....	16,7	63,3	20
Ecart entre les classes supérieures et populaires.....	7,3	16,4	23,8
<b>Niveau de familiarité muséale</b>			
très fort et fort.....	18,8	51,3	30
moyen.....	17,9	53,8	28,2
faible et très faible.....	23,4	53,9	22,7
Ecart entre les plus et les moins familiar·ères.....	4,6	2,6	7,3

source : La nuit des musées spéciale étudiants, n = 288

La comparaison des niveaux de satisfaction exprimés par les différentes catégories de publics met en lumière l'attrait de cet événement pour les publics les plus distants des musées. En effet, les visiteurs qui déclarent que la soirée a dépassé leurs attentes se retrouvent plus souvent parmi les visiteurs les moins familiers de la pratique de visite (+5,2 points par rapport aux plus familiers) et parmi les jeunes issus des classes sociales populaires (+9,1 par rapport à ceux issus des classes sociales supérieures). En contrepoint, les jeunes issus des classes sociales supérieures déclarent plus souvent que leurs attentes à l'égard de la nocturne ont été déçues (+17,3 points). De même, la variable calculée de la satisfaction indique que les visiteurs les plus satisfaits sont plus nombreux parmi les jeunes issus des classes sociales populaires (+7,3 points) tandis que les moins satisfaits sont plus souvent issus des classes sociales supérieures (+23,8 points) ou dont la familiarité muséale est forte ou très forte (+7,3 points).

Tableau 69. La satisfaction envers les composantes de la nocturne étudiante selon le niveau de familiarité muséale des visiteur·ses

% obs. sur 100 pers. au sein de chaque niveau de familiarité muséale	très satisfait·es	assez satisfait·es	peu ou pas satisfait·es
<b>Le style de l'événement</b>			
fort ou très fort.....	32,1	47,4	20,5
moyen.....	38,9	55,6	5,6
faible ou très faible.....	37,9	50,7	11,4
Ecart entre les plus et les moins familier·ères.....	5,8	3,3	9,1
<b>L'ambiance de la soirée</b>			
fort ou très fort.....	28,8	53,8	17,5
moyen.....	23,7	55,3	21,1
faible ou très faible.....	30,7	51,1	18,2
Ecart entre les plus et les moins familier·ères.....	1,9	2,7	0,7
<b>Les animations lors de la soirée</b>			
fort ou très fort.....	16,9	64,9	18,2
moyen.....	25,7	57,1	17,1
faible ou très faible.....	17,5	73	9,5
Ecart entre les plus et les moins familier·ères.....	0,6	8,1	8,7
<b>Les apports culturels</b>			
fort ou très fort.....	26,3	57,5	16,3
moyen.....	28,2	51,3	20,5
faible ou très faible.....	27,1	62,9	10
Ecart entre les plus et les moins familier·ères.....	0,8	5,4	6,3
<b>La durée de la soirée</b>			
fort ou très fort.....	20,5	37,2	42,3
moyen.....	24,3	35,1	40,5
faible ou très faible.....	22,7	39,7	37,6
Ecart entre les plus et les moins familier·ères.....	2,2	2,5	4,7
<b>source</b> : La nuit des musées spéciale étudiants, n = 288			

Tableau 70. La satisfaction envers les composantes de la nocturne étudiante selon le groupe social d'origine des visiteur·ses

% obs. sur 100 pers. au sein de chaque groupe social d'origine	très satisfait·es	assez satisfait·es	peu ou pas satisfait·es
<b>Le style de l'événement</b>			
supérieures.....	40,6	34,4	25
moyennes.....	34,3	52,4	13,3
populaires.....	38,6	52,6	8,8
Ecart entre les classes supérieures et populaires.....	2	18,2	16,2
<b>L'ambiance de la soirée</b>			
supérieures.....	18,8	50	31,3
moyennes.....	32,7	52,9	14,4
populaires.....	32,2	45,8	22
Ecart entre les classes supérieures et populaires.....	13,4	4,2	9,3
<b>Les animations lors de la soirée</b>			
supérieures.....	12,9	61,3	25,8
moyennes.....	14,7	75,5	9,8
populaires.....	16,9	74,6	8,5
Ecart entre les classes supérieures et populaires.....	4	13,3	17,3
<b>Les apports culturels</b>			
supérieures.....	31,3	40,6	28,1
moyennes.....	22,4	65,4	12,1
populaires.....	25	63,3	11,7
Ecart entre les classes supérieures et populaires.....	6,3	22,7	16,4
<b>La durée de la soirée</b>			
supérieures.....	9,7	54,8	35,5
moyennes.....	20	45,7	34,3
populaires.....	27,1	23,7	49,2
Ecart entre les classes supérieures et populaires.....	17,4	31,1	13,7
<b>source</b> : La nuit des musées spéciale étudiants, n = 288			



De même, dans le détail, il apparaît que les différentes composantes de la soirée ont plus souvent suscité l'insatisfaction des visiteurs les plus familiers des musées et de ceux issus des classes sociales supérieures. Dans leurs rangs, les visiteurs déclarent plus souvent que l'événement était « un peu classique » ou « dépassé » (+9,1 points chez les plus familiers et +16,2 points dans les classes supérieures), que les animations lors de la soirée étaient « superflues » (+8,7 points chez les plus familiers et +17,3 points dans les classes supérieures), que les apports culturels procurés par cette visite étaient « un peu justes » ou « pauvres » (+6,3 points chez les plus familiers et +16,4 points dans les classes supérieures). Les visiteurs les moins familiers et ceux issus des classes sociales populaires se situent quant à eux plus souvent à un niveau moyen de satisfaction.

- **Visite en contexte « décalé » ou « classique » : variations de la satisfaction**

Comment la satisfaction à l'issue de la nocturne étudiante se situe-t-elle par rapport à celle que l'on peut observer à l'issue d'une visite en contexte « classique » ? Peut-on identifier des formats de visite que ces publics jeunes jugeraient plus satisfaisants, en particulier ceux qui comptent parmi les plus éloignés de cette pratique culturelle ? Pour apporter des éléments de réponses à cette question, nous avons comparé les résultats de l'enquête *La nuit des musées spéciale étudiants* à ceux obtenus auprès des étudiants rencontrés dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* de 2012 et 2015, c'est-à-dire en contexte de visite « classique » (hors événement spécial). Le résultat de cette analyse est ambivalent car de 2012 à 2015, la satisfaction des visiteurs fluctue.

Tableau 71. Satisfaction des publics étudiants suivant le contexte de visite, *La nuit des musées spéciale étudiants* 2013 et *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Nuit des musées spéciale étudiants	A l'écoute des visiteurs 2012	A l'écoute des visiteurs 2015
<b>Rapport aux attentes</b>			
attentes dépassées.....	11,4	18,9	19,6
attentes contentées.....	77,5	68,1	63,8
attentes déçues.....	11,1	12,9	16,6
<b>Satisfaction calculée</b>			
très satisfaits.....	20,5	20	17,1
assez satisfaits.....	53,8	51,4	59,4
peu ou pas satisfaits.....	25,7	28,6	23,4
<b>Recommandation</b>			
prescripteurs.....	33,8	42,6	45,8
passifs.....	57,7	45,9	43,9
détracteurs.....	8,5	11,5	10,4
<b>source</b> : La nuit des musées spéciale étudiants et A l'écoute des visiteurs 2012 et 2015			
<b>champ</b> : Nuit des musées étudiants : échantillon total, n = 288 ; AEV 2012 et AEV 2015 : strate des étudiants : en 2012, n = 815 et en 2015, n = 820			

En effet, la comparaison des indicateurs de satisfaction d'un contexte de visite à l'autre conduit à trois interprétations différentes suivant lesquelles les visites « décalées » pourront être dites tour à tour plus satisfaisantes, aussi satisfaisantes ou moins satisfaisantes que les visites en contexte « classique ».

Observons tout d'abord l'indicateur du « rapport aux attentes ». Parmi les publics étudiants rencontrés en 2012 et en 2015, une même proportion de visiteurs déclare que la visite en contexte « classique » dépasse leurs attentes (respectivement 18,9% et 19,6%) ou qu'elle les a déçues (12,9% en 2012 et 16,6% en 2015). Les taux de grande satisfaction et d'insatisfaction sont ainsi supérieurs dans ces deux enquêtes à ceux obtenus lors de la visite pendant la nocturne étudiante. À ce compte, nous pourrions avancer que les visiteurs de cette nocturne étudiante sont moins enthousiastes à l'égard de cet événement. Celui-ci suscite plus souvent chez eux un contentement modéré : 77,5% des visiteurs ont déclaré que la visite pendant la nocturne « correspondait à leurs attentes ».

Si l'on considère ensuite l'indicateur calculé de la satisfaction, une même stabilité se fait jour de 2012 à 2015 chez les publics étudiants en visite « classique ». 20% des étudiants rencontrés en 2012 et 17,1% de ceux rencontrés en 2015 se rangent parmi les visiteurs les plus satisfaits de leur visite. Un quart environ des étudiants dans ces deux enquêtes n'étaient pas satisfaits de leur visite (28,6% en 2012 et 23,4% en 2015). Ces taux obtenus en visite « classique » ne diffèrent pas de ceux calculés lors de la nocturne étudiante où la très grande satisfaction concerne un visiteur sur cinq contre 25,7% d'insatisfaits. De ce point de vue, il ne serait pas possible de démarquer l'un et l'autre contexte de visite que ces publics jugent tout aussi satisfaisants.

Enfin, en 2012 comme en 2015, le score de recommandation<sup>125</sup> de la visite en contexte « classique » s'établit respectivement à 31,1 points et 35,4 points chez les publics étudiants. Ces deux scores dépassent de 6 et 10 points celui obtenu lors de la nuit étudiante. Plus souvent, ces visiteurs de la nocturne constituent un public « passif » qui ne recommanderait ni ne déconseillerait l'événement. Interprété comme un indice de la satisfaction modérée, ce score de recommandation tendrait à souligner une certaine indifférence de ces visiteurs à l'égard du format « décalé » de la visite pendant la nocturne étudiante.

---

<sup>125</sup> Pour rappel, suivant les travaux de F. Reichheld (2004), ce score est calculé en soustrayant la part des visiteurs détracteurs à celle des visiteurs prescripteurs.

Comme le montre le tableau ci-dessous, de semblables variations s'observent à l'échelle des publics les moins familiers des musées.

Tableau 72. Niveau de satisfaction chez les jeunes les moins familiers suivant le contexte de visite, *La nuit des musées spéciale étudiants* 2013 et *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	Nuit des musées spéciale étudiants	A l'écoute des visiteurs 2012	A l'écoute des visiteurs 2015
<b>Rapport aux attentes</b>			
attentes dépassées.....	14,3	11,1	23,4
attentes contentées.....	76,7	78,1	64,4
attentes déçues.....	9	10,8	12,3
<b>Satisfaction calculée</b>			
très satisfaits.....	23,4	17,8	21,2
assez satisfaits.....	53,9	53,3	54,3
peu ou pas satisfaits.....	30	28,9	24,5
<b>Recommandation</b>			
prescripteurs.....	25,5	32,9	40,7
passifs.....	66,4	51,9	44,3
détracteurs.....	8	8,9	15
<b>source</b> : La nuit des musées spéciale étudiants et A l'écoute des visiteurs 2012 et 2015			
<b>champ</b> : Nuit des musées étudiants : échantillon total, n = 288 ; AEV 2012 et AEV 2015 : strate des étudiants : en 2012, n = 966 et en 2015, n = 717			

Si dans l'enquête auprès des publics étudiants de la nocturne les moins familiers des musées expriment leur attrait pour cette soirée, il n'est pas possible de conforter ce résultat par comparaison à la satisfaction qu'ils expriment dans d'autres contextes de visite.

Cette analyse interroge en retour sur ces indicateurs et leur interprétation. En effet, au sein de chacune des enquêtes que nous traitons, certaines catégories de visiteurs se démarquent bel et bien pour leur forte satisfaction ou, à l'inverse, leur plus grande insatisfaction, mais d'une enquête à l'autre, les catégories que ces niveaux de satisfaction désignent changent. Pour exemple, en 2012, ce sont les visiteurs les plus familiers des musées, ceux qui se reconnaissent un lien avec le musée visité le jour de l'enquête, les visiteurs venus en solitaire ou en couple qui sont surreprésentés parmi les publics dont les attentes à l'égard de la visite ont été dépassées. En 2015, ces visiteurs aux attentes dépassées sont plus souvent et significativement des visiteurs dont la familiarité muséale est moyenne, des hommes, des visiteurs qui ne se reconnaissent aucun lien avec le musée, des visiteurs venus en famille. Seule constante perceptible d'une édition de l'enquête à l'autre : le fait de découvrir un musée pour la première fois ou de visiter à l'occasion d'un déplacement touristique semble induire une satisfaction plus forte qu'elle ne l'est chez les publics locaux et fidèles des établissements. De même, la génération à laquelle les visiteurs appartiennent n'est pas sans incidence sur la satisfaction exprimée. À partir des données d'enquête de 2012, J. Eidelman et A. Jonchery soulignaient que les visiteurs les plus âgés constituent plus souvent un public enthousiaste à l'égard de leur visite quand les plus jeunes en sont plus critiques. Ce fait se maintient trois ans plus tard.

Si la construction de la satisfaction laisse entr'apercevoir certaines constantes liées au profil socioculturel des visiteurs ou au contexte de leur visite, ces variables ne suffisent pas pour

autant à expliquer les évolutions à la hausse ou à la baisse que connaît la satisfaction d'une édition de l'enquête à l'autre pour l'ensemble des publics ou l'une de ses catégories. Ces évolutions peuvent renvoyer à l'effet conjugué d'un faisceau de facteurs (mais difficilement contrôlable) parmi lesquels : des changements de conjoncture (trois années séparent ces deux enquêtes) et de calendrier d'enquête, de programmations culturelles et de conditions de visite selon les années et les périodes de l'année, l'ensemble de ces facteurs pouvant par ailleurs influencer sur la composition des publics que nous avons vu être différente entre 2012 et 2015. Aussi, comme l'analysaient J. Eidelman et A. Jonchery à partir des données de 2012, il convient de rappeler ici que la satisfaction au musée s'élabore au croisement d'une offre culturelle, des circonstances dans lesquelles les visiteurs la découvrent (à la fois conditions en salle et modalités de leur visite) et du rapport qu'ils entretiennent avec ces lieux et cette pratique.

- **La recommandation de la visite : une logique spécifique ?**

Pour conclure sur cette analyse des indicateurs de la satisfaction, relevons ce dernier point : la recommandation semble suivre une logique spécifique par rapport aux deux autres indicateurs de satisfaction.

Tableau 73. Recommandation à l'entourage selon la familiarité muséale des visiteur·ses, *La nuit des musées spéciale étudiants, 2013*

% obs. sur 100 pers. (en ligne)	prescripteur·trice	passif·ve	détracteur·trice
très fort et fort.....	46,8	44,3	8,9
moyen.....	26,3	65,8	7,9
faible et très faible.....	25,5	66,4	8
Ecart des plus familiar·ères aux moins familiar·ères...	21,3	22,1	0,9

source : La nuit des musées spéciale étudiants, n = 288

En effet, au sein de l'enquête sur la nocturne étudiante, la satisfaction exprimée (indicateur du « rapport aux attentes ») à la satisfaction calculée indiquent l'attrait des individus plus éloignés pour cette soirée. Mais, si l'on considère l'indicateur de la recommandation, une autre logique se fait jour. En effet, là, ce sont les femmes, les visiteurs les plus familiers de la pratique de visite et ceux qui ne découvriraient pas pour la première fois les musées de la ville qui ont plus souvent tendance que les autres à envisager de recommander l'événement. La part des prescripteurs s'élève à 46,8% chez les jeunes les plus familiers de la visite muséale contre 25,5% chez les moins familiers. Ils sont 36,9% chez ceux qui avaient déjà visité les musées organisateurs de la soirée contre 28,3% chez les primovisiteurs de ces musées. Enfin 33,1% des femmes déclarent qu'elles recommanderaient l'événement contre 29,3% des hommes. Moins prescripteurs, les catégories de visiteurs les moins familiers se rangent plus souvent parmi les publics dits « passifs » qui ne recommanderaient ni ne déconseilleraient l'événement (22 points de plus chez les visiteurs les moins familiers, 10 points de plus chez les primovisiteurs et 5 points de plus chez les hommes).

Tableau 74. Évolution de la satisfaction selon la familiarité muséale des visiteurs, enquête *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

% obs. sur 100 pers.	en 2012	en 2015	écart
<b>Part des visiteurs les plus familiers...</b>			
aux attentes dépassées.....	21,7	18,4	3,3
très satisfaits de leur visite.....	19,8	15,5	4,3
prescripteurs.....	48,3	47,3	1
<b>Part des visiteurs les moins familiers...</b>			
aux attentes dépassées.....	13,7	22,2	8,5
très satisfaits de leur visite.....	12,7	18,8	6,1
prescripteurs.....	36,3	42,2	5,9

source : A l'écoute des visiteurs, 2012 et 2015, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; champ : échantillon total hors non-réponses aux questions sur la familiarité, en 2012, n = 3505 ; en 2015, n = 2642

Ce décrochage entre les variables de la satisfaction exprimée et calculée et celle de la recommandation n'est pas spécifique à cet événement. Ainsi, de 2012 à 2015, les visiteurs les plus familiers voient la part des publics très satisfaits diminuer dans leur rang. Cette plus grande insatisfaction qu'ils expriment renvoie principalement aux conditions dans lesquelles ils effectuent leur visite : c'est au sujet du confort de la visite que leur insatisfaction croît de façon conséquente entre 2012 et 2015. À l'inverse, chez les visiteurs les moins familiers de la visite, la satisfaction augmente à tout point de vue entre 2012 et 2015. Parmi eux, cette hausse de la satisfaction (rapport aux attentes et satisfaction calculée) va de pair avec celle de la recommandation. Chez les plus familiers, si la satisfaction à l'égard de la visite diminue entre les deux enquêtes, leur propension à recommander la visite reste stable. De ce point de vue, nous pouvons nous interroger sur les logiques qui sous-tendent la recommandation d'une visite. N'y a-t-il dans cette déclaration qu'une simple expression de la satisfaction procurée par la visite ?

Ces deux évolutions croisées, chez les visiteurs les plus et les moins familiers de la visite, peut recevoir plusieurs explications, entre autres en lien avec le changement de période d'enquête (les conditions de visite n'étant pas les mêmes en haute et basse saison). Mais, ce décrochage observé dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* ou lors de la nocturne étudiante pourrait aussi indiquer que la recommandation d'une visite suit en partie une logique qui lui est propre.

Corroborant cette hypothèse, une analyse menée sur les données d'enquête *À l'écoute des visiteurs* de 2016 montre que la décorrélation entre satisfaction personnelle à l'égard de la visite et recommandation est d'autant plus forte au sein des établissements les plus fréquentés et, par conséquent, les plus renommés. De ce point de vue, la notoriété de ces établissements semble induire chez les visiteurs une plus forte propension à recommander la visite de lieux perçus comme incontournables, et cela même s'il apparaît que dans ces lieux la satisfaction à l'égard de la visite qu'ils viennent d'effectuer est moins forte que dans des établissements moins fréquentés

ou réputés<sup>126</sup>. De même, cette décorrélation pourrait traduire une logique sociale de la recommandation. La plus forte propension des visiteurs les plus familiers des musées à recommander la *Nuit des musées spéciale étudiants* quand bien même la visite ne les a pas satisfaits entièrement pourrait ainsi renvoyer à l'attachement et la valeur qu'ils accordent à cette pratique culturelle. Pour l'évaluation des politiques culturelles, ces données soulignent l'importance d'analyser la satisfaction en regard des contextes et des catégories de publics qui l'expriment. Une telle lecture des indicateurs dans les procédures d'évaluation jumellerait ainsi l'enjeu de satisfaire les publics et celui de les renouveler.

---

<sup>126</sup> Rapport d'analyse de l'enquête *À l'écoute des visiteurs* édition 2016 remis au département de la Politique des Publics, Ministère de la culture. Ce point était déjà soulevé dans les précédentes éditions dans les analyses livrées par A. Jonchery et J. Eidelman.

## 5.2. Les effets bridés de la démocratisation des publics

Comme nous avons pu le voir, la gratuité pour les moins de 26 ans de même que les programmations « décalées » peuvent constituer un argument à la venue d'un public plus populaire ou de visiteurs moins familiers de ces lieux. Cet attrait de publics moins présents au musée marque-t-il de façon significative la structuration sociale des publics de ces actions ? Si nous la comparons aux enquêtes tous publics menées en 2012 et en 2015, peut-on conclure à un effet de démocratisation des publics des musées par ces actions ?

Pour rappel, suivant la définition qu'en donne S. Octobre, il est possible de parler de démocratisation des publics d'un équipement culturel dès lors que deux effets sont réunis : l'augmentation de la fréquentation et, parallèlement, la réduction des écarts entre les groupes sociaux les plus et les moins favorisés au sein des publics. Cette réduction des écarts sociaux de pratique peut s'opérer suivant deux schémas : celui de la banalisation et celui de la popularisation relative. Le premier schéma se définit comme l'augmentation dans des proportions équivalentes des parts respectives des classes sociales supérieures et populaires au sein des publics. Le second schéma se fait jour lorsque la part des publics populaires augmente tandis que se maintient celle des classes sociales supérieures. Si la part des publics les plus favorisés diminuait (correspondant alors à une popularisation absolue), il ne serait plus possible de parler de démocratisation des publics en ce sens que la réduction des écarts sociaux s'accompagnerait de la désaffection d'une partie des publics.

### 5.2.1. Quels effets de démocratisation des publics ?

- **Entre banalisation et popularisation de la visite muséale**

L'analyse des enquêtes sur la gratuité catégorielle et événementielle met au jour une structuration des publics moins inégalitaire qu'elle ne l'est dans les enquêtes tous publics *À l'écoute des visiteurs*. En effet, l'enquête menée en 2009 auprès des bénéficiaires de la gratuité nous enseigne que 31,9% des jeunes rencontrés sont issus des classes sociales supérieures, 39,5% des classes moyennes et 28,6% des classes populaires.

La répétition de cette enquête en 2014 montre que la part des publics issus des classes sociales supérieures décroît par rapport à 2009 : ils représentent 18,9% des jeunes rencontrés dans l'enquête. La proportion des jeunes issus des classes moyennes a quant à elle augmenté en cinq années. 53,6% des jeunes de cette enquête sont issus des classes moyennes : 30,6% proviennent des classes moyennes supérieures et 23% sont issus des classes moyennes inférieures. Enfin, la part des jeunes issus des classes populaires se maintient d'une enquête à l'autre et s'élève en 2014 comme en 2009 à un peu plus d'un quart de l'échantillon (respectivement 28,6% et 27,5%).

Le constat est identique en ce qui concerne la morphologie des publics de la *Nuit des musées spéciale étudiants* où 16,1% des jeunes rencontrés sont issus des classes sociales supérieures, 27,1%

Figure 23. Structuration sociale des publics de la gratuité 2009 par comparaison aux enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

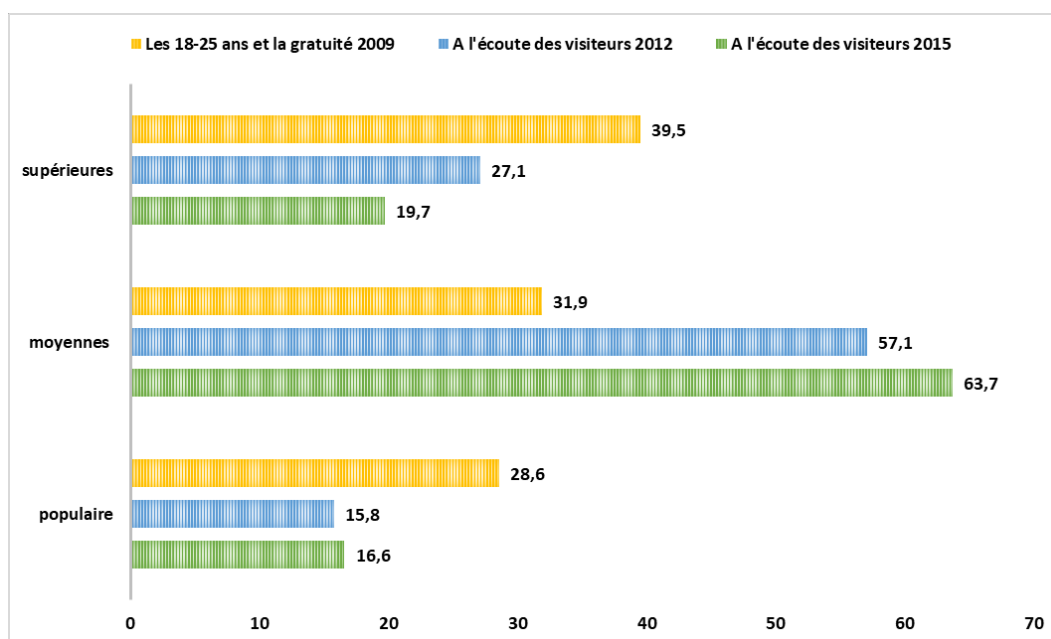


Figure 24. Structuration sociale des publics de la gratuité en 2014 par comparaison aux enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

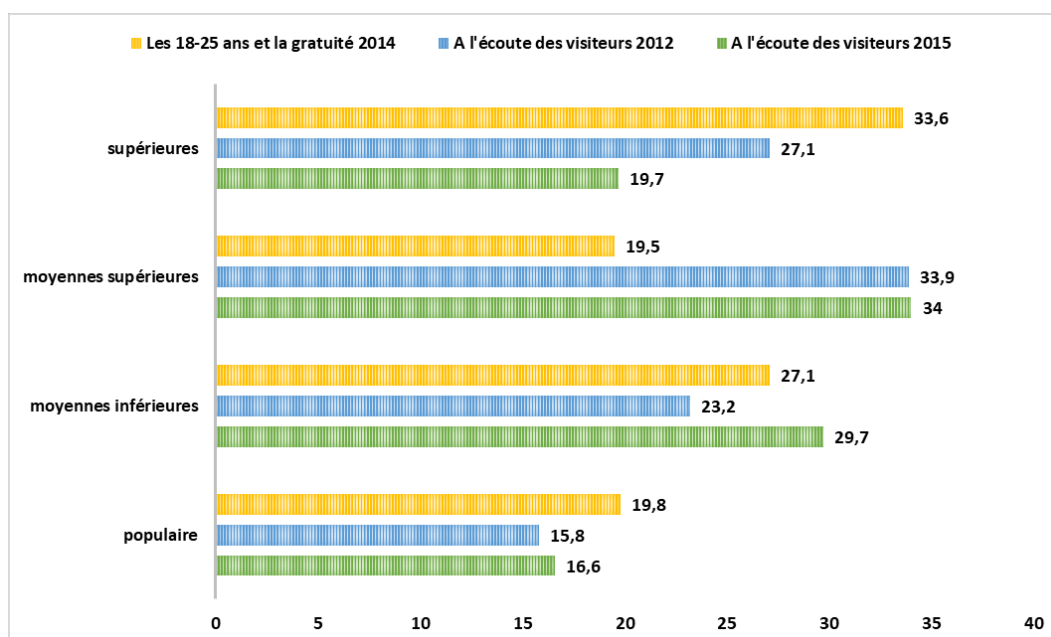




Figure 25. Structuration sociale des publics de la nocturne étudiante par comparaison aux enquêtes *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015

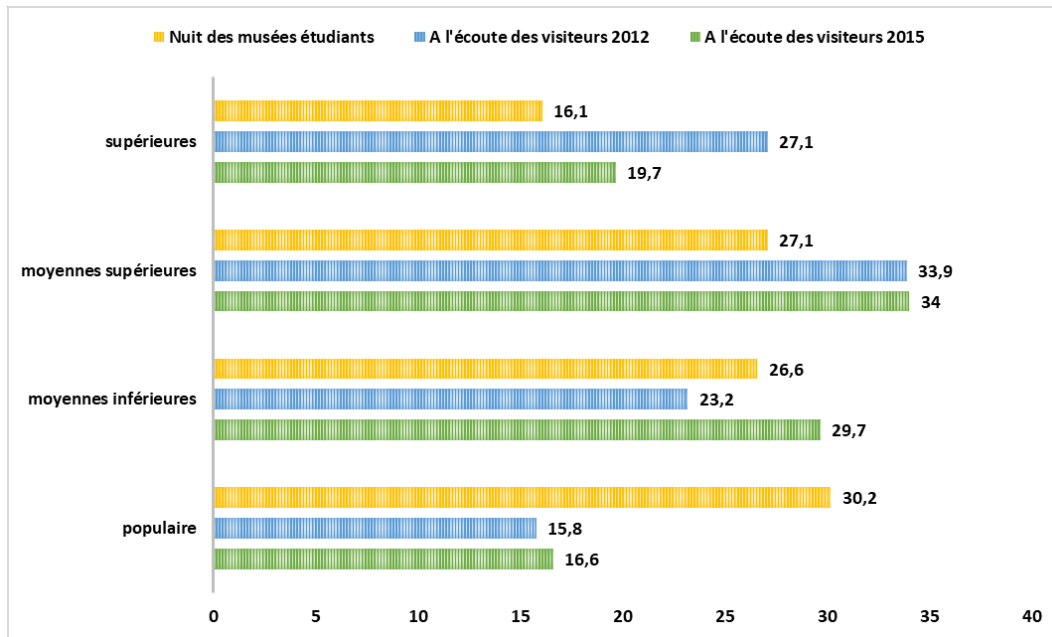
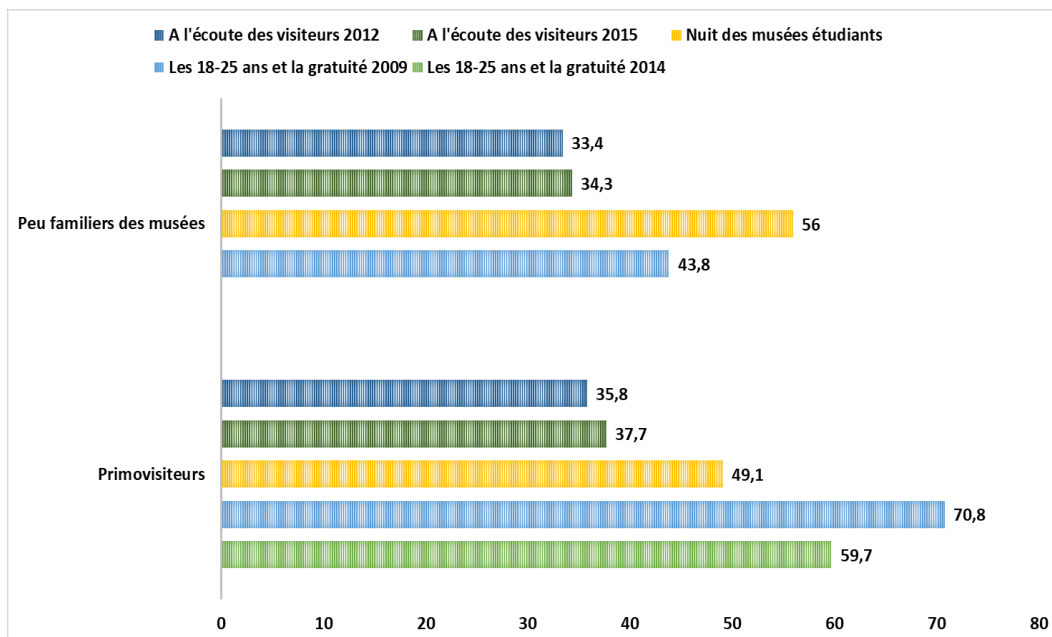


Figure 26. Part des primovisiteurs et des visiteurs peu familiers des musées dans les enquêtes sur la gratuité, la nocturne étudiante et dans *À l'écoute des visiteurs*



des classes moyennes supérieures. Plus de la moitié de ces publics sont issus de milieux sociaux moins favorisés : 26,6% d'entre eux des classes moyennes inférieures et 30,2% des classes populaires.

Par comparaison à la structuration sociale des publics dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* de 2012 et 2015, les deux effets de banalisation et de popularisation se font jour (cf. figure 23 à 25). Le premier apparaît dans l'enquête auprès des bénéficiaires de la gratuité de 2009 où les classes sociales supérieures et populaires ont toutes deux une part plus élevée que dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*. Le second schéma, celui de la popularisation, apparaît en 2014 auprès des publics de la gratuité et lors de la nocturne étudiante : dans ces enquêtes, la part des classes populaires y est accrue par rapport aux données d'*À l'écoute des visiteurs*. Suivant la lecture qu'en donne S. Octobre, cette popularisation est absolue puisqu'elle s'accompagne d'une diminution en parallèle de la part des classes sociales supérieures<sup>127</sup>.

Deux autres éléments traduisent la capacité de ces mesures pour restructurer de façon conséquente les publics des musées : la part des primovisiteurs chez les publics de ces actions d'incitation à la visite et celle des visiteurs les moins familiers des musées (cf. figure 26). L'augmentation de ces catégories de visiteurs chez les bénéficiaires de la gratuité et de la nocturne étudiante s'échelonne entre 12 et 35 points au-dessus de leur part dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs*.

- **Une démocratisation des publics par assignation**

Au moment de conclure à un effet de démocratisation des publics par ces actions d'incitation à la visite, il convient de garder en mémoire que ces enquêtes renseignent les milieux sociaux d'origine des jeunes adultes rencontrés. Dans les enquêtes tous publics *À l'écoute des visiteurs*, ce sont les classes sociales auxquelles appartiennent les individus qui composent la population active (en emploi, à la recherche d'un emploi ou retraités).

Or, dans les enquêtes menées auprès des publics des actions d'incitation à la visite, les jeunes rencontrés sont très majoritairement constitués d'une population étudiante. 9 visiteurs sur dix le sont lors de la nocturne étudiante du fait même de la catégorisation de l'offre et des efforts de communication autour de cette soirée, principalement orientés vers les établissements d'enseignement supérieur de la ville. Au sein des publics de la gratuité adressée aux moins de 26 ans, les deux tiers des visiteurs sont également en cours de formation (67,5% en 2009 et 65,9% en 2014). Dans les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* en 2012 et en 2015, nous parvenions à un même résultat parmi les 18-25 ans rencontrés : chez ces jeunes qui constituent majoritairement un public de la gratuité (70,3% en 2012 et 64,1% en 2015 étaient mobilisés par cette mesure), la part des étudiants s'élève à 69,1% en 2012 et à 80,6% en 2015. Conséquemment,

---

<sup>127</sup> Pour l'enquête sur la gratuité de 2014, cet effet serait relatif, lorsqu'on la compare à l'édition 2015 d'*À l'écoute des visiteurs* compte-tenu que la part des classes sociales supérieures et moyennes supérieures y est maintenue.

dans ces différentes enquêtes, seuls deux jeunes sur cinq sont en activité<sup>128</sup> entre 18 et 25 ans et la part de ceux qui sont à la recherche d'un emploi n'excède jamais 7%.

Tableau 75. Profil des publics dans les enquêtes sur la gratuité pour les moins de 26 ans et sur la nocturne étudiante

% sur 100 obs. dans chacune des enquêtes	Les 18-25 ans et la gratuité 2009	Les 18-25 ans et la gratuité 2014	La nuit des musées étudiants
<b>Sexe</b>			
femme.....	62,5	62,1	65
homme.....	37,5	37,9	35
<b>Âge</b>			
18-19 ans.....	27,5	14,3	18
20-21 ans.....	32,8	23,1	35
22-23 ans.....	27,1	27,1	26
24-25 ans.....	12,6	35,5	13
Plus de 25 ans.....	-	-	8
<b>Situation par rapport à l'emploi <sup>(1)</sup></b>			
élèves ou étudiant-es.....	67,5	65,9	89,8
stagiaire ou en apprentissage.....	8,3	14,1	3,3
en activité.....	22,6	21,1	8
inactif-ves (au foyer, à la recherche d'un emploi...).	6,9	6,7	2,2
<b>Niveau de diplôme obtenu chez les étudiant-es</b>			
aucun.....	0,3	0,4	0,8
moins du bac.....	5,4	4,9	2,1
bac.....	26,6	15,3	41,1
bac + 2.....	18,9	32,5	24,9
bac + 3.....	26,4	19,9	12
bac + 4 et plus.....	22,4	26,9	19,1
<b>Domaine d'étude</b>			
culture, arts et humanités.....	37,5	34,1	36,5
sciences et ingénierie.....	26,1	23,2	27,6
sciences médicales.....	10,9	9,6	10,3
droit, économie et commerce.....	25,5	33	25,6

**source** : Les 18-25 ans et la gratuité, 2009 et 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture et Nuit des musées spéciale étudiants ; (1) la situation par rapport à l'emploi est donnée à titre indicatif pour la nocturne étudiante ; **champ** : échantillon total : en 2009, n = 1773 ; en 2014, n = 1185 ; Nocturne étudiante : n = 288

La répartition par domaine de formation de ces étudiants incités à la visite par la gratuité ou la nocturne pourrait indiquer une autre forme de diversification des publics. En effet, comme le souligne le tableau ci-dessous, les étudiants rencontrés dans les enquêtes sur les mesures incitatives à la visite se répartissent de façon équilibrée entre les différents domaines de formation : un peu plus d'un tiers de ces étudiants suivent une formation dans le domaine de la culture, des arts et des humanités, une même proportion de ces jeunes (en cumulé) étudient dans le domaine des sciences, de l'ingénierie ou des sciences médicales tandis qu'un quart à un tiers des visiteurs est inscrit en droit, économie et commerce. Compte-tenu que ces différentes formations ne prescrivent pas de manière identique la visite de musée (Lahire, 2002), il serait possible d'avancer que ces mesures incitatives, si elles recrutent principalement leurs publics parmi la population étudiante, parviennent néanmoins à attirer des publics moins concernés par cette

<sup>128</sup> À l'exception des visiteurs de la nocturne étudiante, du fait de la catégorisation de l'offre, où la part des jeunes actifs s'établit à 8% de l'échantillon.

pratique du fait de leur domaine d'études. Cette répartition, à l'équilibre, des étudiants par domaine de formation traduirait à l'échelle quantitative la manière dont certains visiteurs se saisissent de ces mesures et programmations pour convaincre des individus moins intéressés par la visite muséale comme nous l'observons au chapitre précédent. Il n'est toutefois pas possible d'étayer ce résultat par comparaison avec des résultats obtenus auprès de publics venus en dehors de ces actions de gratuité ou de médiations « décalées ». En effet, ni auprès des étudiants, ni auprès de la population active, cette information n'est recueillie dans les enquêtes tous publics *À l'écoute des visiteurs*.

Ajoutons enfin que près de la moitié des visiteurs étudiants dans les enquêtes sur la gratuité et près d'un tiers de ceux rencontrés pendant la nocturne étudiante poursuivent leurs études après le niveau de la licence. Ils étaient 53,7% dans ce cas parmi les étudiants entre 18 et 25 ans dans l'enquête *À l'écoute des visiteurs* en 2012 et 50,7% chez ceux rencontrés en 2015. Or, comme l'indiquent les enquêtes *Pratiques culturelles des Français*, ce niveau constitue aujourd'hui un facteur discriminant pour la pratique de visite muséale.

Aussi, ces résultats soulignent que si une démocratisation des publics est à l'œuvre en lien avec ces actions d'incitation à la visite, celle-ci opère en sous-main. Ces actions semblent bel et bien attirer au musée des catégories de population plus éloignées de cette pratique culturelle ainsi que des publics plus populaires. Mais, cet effet de démocratisation, et plus particulièrement de popularisation des publics, n'est rendu visible que pour autant que le groupe social d'origine est interrogé. Une fois sortis des catégories de publics cibles, et des protocoles d'enquête sur ces actions, il est probable, au vu du niveau de certification de la majorité de ces étudiants, que ces jeunes rejoignent ultérieurement les catégories de visiteurs les plus diplômés. En ce sens, il semble que la démocratisation des publics par ces actions corresponde en partie au processus d'assignation qu'analysent O. Donnat ou P. Coulangeon, par lequel certains nouveaux entrants de l'enseignement supérieur, en particulier les plus éloignés de la pratique de visite ou ceux d'origine plus populaire, adoptent des comportements culturels caractéristiques des catégories vers lesquelles ils s'orientent, en l'occurrence celle des plus diplômés. En d'autres termes, et pour reprendre l'expression de J-C. Passeron, ces actions soutiendraient une forme de « culturalisation des classes moyennes ».

De ce point de vue, la mesure des effets de démocratisation des publics par ces actions incitatives appelle deux questions. Premièrement, que se passe-t-il lorsque ces jeunes sortent des catégories de publics ciblés par ces actions ? Ces publics plus éloignés de la visite ou d'origine plus populaires envisagent-ils de se reporter sur des formes plus « classiques » de visite (hors gratuité ou médiations « décalées ») ? Deuxièmement, observe-t-on de semblables effets de démocratisation de l'accès au musée par ces mesures incitatives lorsque celles-ci ne sont pas segmentées mais adressées à l'ensemble des publics ?

## 5.2.2. Sortir des catégories de publics cibles : déclic ou coup d'arrêt de la démocratisation ?

- **De la gratuité aux événements gratuits : une pratique festivalière au musée**

Dans l'enquête de 2014 auprès des publics de la gratuité, les visiteurs étaient invités à se projeter après leur 26<sup>ème</sup> anniversaire, au sortir de la gratuité. Seuls 14% des répondants déclarent qu'ils s'orienteront vers une autre sortie culturelle gratuite. De même, lors de la nocturne étudiante, seulement 7,7% des visiteurs déclarent qu'ils n'ont ni l'intention de visiter ou revisiter les musées de la ville ni celle de revenir à la prochaine édition de la nocturne.

Pour autant, ces incitations à la visite ne semblent pas non plus conduire les visiteurs sur la voie de la fidélisation aux établissements. Chez les bénéficiaires de la gratuité, 13,9% des visiteurs projettent par exemple de souscrire ultérieurement un abonnement dans un musée pour continuer de visiter à l'avenir. De même, les visiteurs de la nocturne étudiante expriment moins souvent leur intention de revisiter les musées découverts lors de la soirée que d'aller découvrir les autres musées de la ville (respectivement 28,6% et 42,5%).

Le plus souvent, les jeunes bénéficiaires de la gratuité n'ont exprimé qu'une seule intention une fois passé leur 26<sup>ème</sup> anniversaire, celle de continuer à visiter aussi souvent les musées qu'actuellement (41,7%). Un tiers des visiteurs entrevoient deux perspectives à l'issue de la gratuité : visiter les musées moins souvent (52,9%) et privilégier pour cela les événements gratuits (59,8%). Moins d'un visiteur sur cinq anticipe trois suites possibles : chez eux également les visites muséales se feront moins fréquentes et concentrées sur les événements gratuits ou dans des musées gratuits pour tous. Parmi les publics de la nocturne étudiante, 6 visiteurs sur dix ne déclarent qu'une seule intention à l'issue de la soirée et, pour une même proportion, il s'agit de revenir à la prochaine édition de la nocturne. En second lieu, près de la moitié des visiteurs de la nocturne envisagent également de se rendre dans les musées qu'ils n'ont pas visités lors de la soirée.

Aussi, à première vue, deux effets de ces mesures incitatives se dessinent sur le long terme et les deux s'apparentent à un prolongement de la carrière de visiteur. Pour les uns, sortir des catégories de publics cibles n'induirait pas de baisse de la fréquentation des musées et leur carrière de visiteur se développerait en dehors des mesures incitatives. Pour les autres, apparaît une fidélisation à ces mesures. La carrière de visiteur se poursuivrait pour autant que ces propositions soient renouvelées ou soient adressées à l'ensemble des publics. De ce point de vue, la sortie des catégories de publics cibles entraînerait une pratique de visite muséale plus épisodique en lien avec l'offre de gratuité dans certains musées ou à l'occasion d'événements spécifiques.



Observons à présent comment se structurent ces projections à l'issue des mesures incitatives selon le profil des publics et retrouvons tout d'abord les quatre catégories de visiteurs que nous avons vu, au chapitre précédent, être différemment mobilisés par la gratuité. En premier lieu, il apparaît que ce sont les visiteurs non-mobilisés par la gratuité le jour de leur venue que la sortie de la catégorie bénéficiaire laisse indifférents. Interrogés sur leurs intentions après 26 ans, ces visiteurs ne formulent, majoritairement, qu'un type de projet : celui de visiter aussi souvent qu'actuellement (54,6%). Mais aussi, une part significative de ces visiteurs envisage de prendre un abonnement dans un musée (15,9%).

En second lieu, il apparaît que chez les visiteurs que la gratuité mobilise à la visite (à un degré ou à un autre), l'intention de visiter plus tard les musées aussi souvent qu'à l'heure actuelle n'est jamais majoritaire. Elle rassemble tout au plus près d'un tiers des « incités », un visiteur sur cinq chez les « déclenchés », voire un sur sept chez les « hypermobilisés ».

Pour les jeunes dont la visite a été déclenchée par la gratuité, l'alternative dans l'avenir se situe d'abord entre privilégier des événements gratuits pour visiter (54,8%) ou, simplement, visiter moins souvent (45,7%). Parmi les « incités » et les « hypermobilisés », les intentions projetées au-delà de leur vingt-sixième année sont variées, mais essentiellement et significativement polarisées autour de deux options : visiter moins souvent les musées (61,8% des « hypermobilisés » et 49,3% des « incités »), privilégier les événements gratuits pour le faire (50,2% des « incités » et 55,6% des « hypermobilisés »).

Aussi chez les uns, ceux pour qui la gratuité constitue la courroie d'entraînement dans la visite, la sortie de la gratuité est synonyme d'un fléchissement du rythme de visite par report sur une offre événementielle de gratuité. Chez les autres, les « non-mobilisés », leur indifférence actuelle à la gratuité dont ils ont été les bénéficiaires se prolonge lorsque la mesure ne s'applique plus.

Dans le détail des catégories de publics que ces attitudes désignent, il apparaît que c'est plus souvent parmi les jeunes issus des classes sociales populaires que la fin de la gratuité est anticipée comme une forme de retrait de la pratique de visite. La moitié de ces jeunes déclare qu'ils visiteront moins souvent à l'avenir : ils sont surreprésentés dans ce cas marquant un écart de 10 points par rapport aux jeunes issus des classes sociales supérieures et moyennes supérieures. De même, ils expriment plus souvent leur intention de privilégier d'autres offres de gratuité pour visiter. 51,7% des jeunes issus des classes sociales populaires et 49,2% de ceux issus des classes moyennes inférieures projettent de se reporter sur des événements gratuits. Environ un tiers des jeunes des classes populaires et moyennes inférieures envisagent également de se rendre de préférence dans des musées gratuits pour tous contre un quart environ chez les jeunes des classes supérieures et moyennes supérieures.

Cette intention de privilégier des événements gratuits pour continuer de visiter est sans doute exprimée par les jeunes issus d'autres classes sociales (42,9% des jeunes des classes moyennes supérieures et 44,4% de ceux des classes supérieures). Néanmoins, dans ce cas, la

sortie de la gratuité est moins souvent synonyme de décrochage. À ce titre, anticiper une diminution du rythme de visite est sous-représenté chez les jeunes issus des classes moyennes supérieures. De même, chez les jeunes des classes sociales supérieures, un visiteur sur cinq projette de prendre un abonnement au musée pour continuer de visiter (contre 9,8% et 8,1% chez les jeunes issus des classes moyennes inférieures et populaires).

Parmi les visiteurs de la nocturne étudiante, les intentions à l'issue de la soirée sont moins fortement clivées socialement. Les jeunes des classes sociales supérieures se démarquent cependant parce qu'ils projettent moins souvent de revenir à la prochaine édition de la nocturne (de 11 à 18 points de moins par rapport aux autres groupes sociaux) ou de se rendre dans les musées qu'ils n'ont pas visités lors de la soirée (de 7 à 14 points de moins par rapport aux autres). D'un côté, ce point pourrait renvoyer à leur moindre satisfaction à l'égard de la soirée par rapport aux autres catégories de visiteurs. D'un autre, rappelons que cette question des suites envisagées à la soirée étudiante était posée à l'échelle des musées de la ville. À ce titre, il apparaît que lorsqu'ils ont déjà visité la majorité des musées de ce territoire, les visiteurs expriment moins souvent leur intention d'y retourner après la nocturne étudiante mais envisagent de revenir à l'occasion d'autres événements. Corroborant ce résultat, il semble que l'intention de visiter ou revisiter les musées organisateurs de la soirée est plus forte chez ceux qui résident depuis peu dans cette ville : 67,5% des nouveaux résidents (un an ou moins) font cette déclaration contre 53,3% des jeunes qui ont toujours vécu dans cette ville

- **Le prolongement des effets de démocratisation au-delà de la jeunesse adulte**

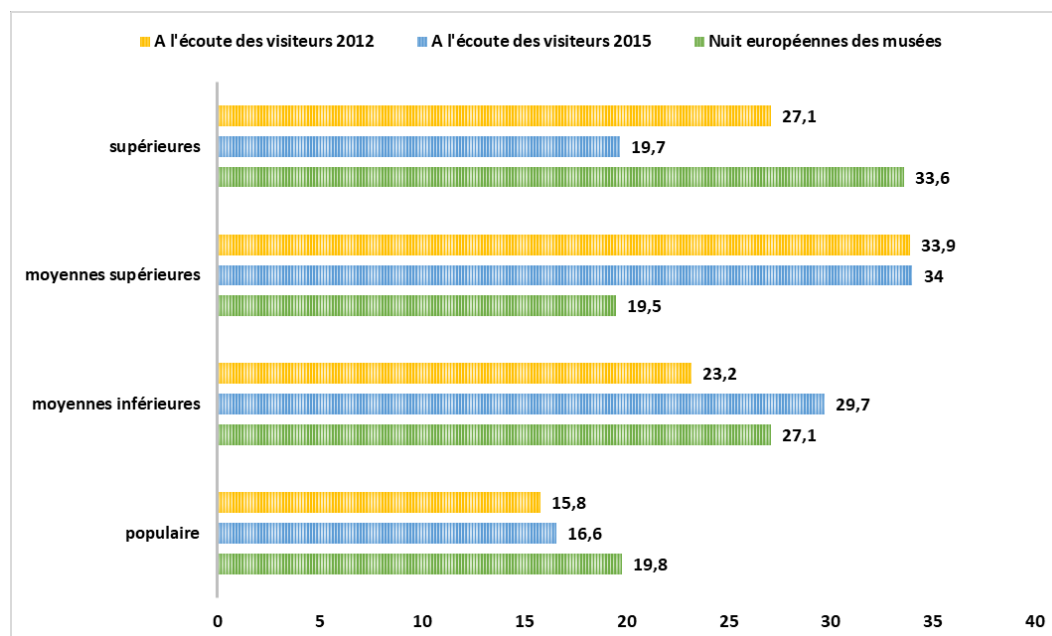
Les analyses qui précèdent mettent en lumière l'impact des mesures incitatives sur la démocratisation de l'accès aux musées. Cet effet semble toutefois relatif : mobilisant des visiteurs majoritairement étudiants, ces mesures redoubleraient les incitations à la visite auxquelles les expose leur situation scolaire et soutiendraient des processus de démocratisation des publics qui se jouent en d'autres lieux, dans l'accès aux études supérieures en particulier. De plus, cet effet semble temporaire : ces mesures suspendraient l'expression des clivages sociaux le temps de l'appartenance à une catégorie de public cible comme l'indiquent les projections de ces visiteurs au sortir de la gratuité. De ce point de vue, chez les publics que la gratuité événementielle ou catégorielle mobilise le plus fortement, la sortie de ces catégories est anticipée comme un ralentissement du rythme de visite et/ou par des stratégies d'évitement du retour au droit d'entrée payant. Celles-ci induiraient une pratique de visite festivalière ou prolongeraient la « culture de la gratuité » par une orientation plus sélective des visites vers des lieux gratuits pour tous. Socialement clivées, ces projections au sortir des catégories de publics cibles pourraient également sous-entendre une fragmentation des musées en différents usages et différents publics.

Qu'observe-t-on lorsque nous déplaçons le regard sur ces différentes formes de gratuité adressées cette fois à l'ensemble des publics ? Nous considérons d'une part les données de l'enquête menée en 2012 auprès des visiteurs de la *Nuit européenne des musées* pour analyser la structuration des publics lors d'un événement gratuit pour tous. D'autre part, nous revenons



sur les données d'*À l'écoute des visiteurs* en 2012 et 2015 pour analyser la mobilisation des publics par la gratuité dans l'ensemble des échantillons de ces deux enquêtes.

Figure 29. Structuration sociale des publics de la *Nuit européenne des musées* en 2012 par comparaison aux enquêtes *À l'écoute des visiteurs* en 2012 et 2015

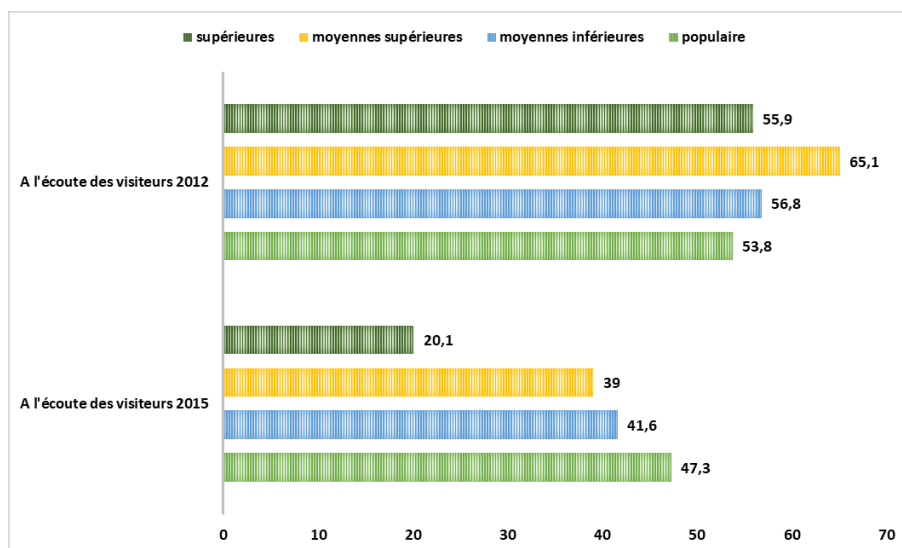


L'enquête réalisée lors de la *Nuit européenne des musées* en 2012 témoigne d'oscillations de la structuration des publics semblables à celles observées auprès des publics jeunes ciblés par les mesures d'incitation à la visite. Pendant cet événement gratuit et tous publics, 46,9% des visiteurs appartiennent aux classes sociales populaires et moyennes inférieures. Leur part (en cumulé) augmente de près de 8 points par rapport à 2012. En contrepoint, la part des classes sociales supérieures et moyennes supérieures est diminuée : elles représentent 53,1% des publics de la nuit des musées contre 6 visiteurs sur dix dans l'enquête *À l'écoute des visiteurs* en 2012. Comparé à 2015, cet effet de démocratisation des publics est moins net, la morphologie sociale des publics dans cette enquête et lors de l'événement étant identique. Comme nous l'avons vu au chapitre 3, ceci pourrait à la fois traduire une démocratisation progressive des publics au fil du temps ainsi que par l'événement et refléter une saisonnalité des publics<sup>129</sup>.

<sup>129</sup> La nuit européenne des musées comme l'enquête *À l'écoute des visiteurs* de 2015 ont lieu au printemps.

De même, au-delà de la gratuité pour les moins de 26 ans, ce sont encore les publics populaires qui sont les plus fortement mobilisés par les mesures de gratuité mises en œuvre dans les musées.

Figure 30. Part des publics mobilisés par la gratuité dans chaque classe sociale d'appartenance, *À l'écoute des visiteurs* 2012 et 2015



En 2012, 56,8% des classes moyennes inférieures et 53,8% des classes populaires sont mobilisés par une mesure de gratuité. Si ce taux équivaut à celui des classes sociales supérieures (55,7%), il apparaît toutefois que la gratuité est plus souvent déterminante pour les classes populaires : 22,9% d'entre eux déclarent qu'ils ne seraient pas venus au musée s'ils n'avaient bénéficié d'une gratuité contre 16,8% des classes sociales supérieures.

Cet effet démocratique de la gratuité apparaît encore plus nettement en 2015 : la part des visiteurs mobilisés par la gratuité est deux fois plus grande au sein des classes moyennes inférieures et populaires qu'elle ne l'est dans les classes sociales supérieures. En ce sens, qu'elle traduise une saisonnalité ou une évolution durable, la morphologie sociale des publics moins inégalitaire dans l'enquête de 2015 ne peut être dissociée des effets démocratiques de la gratuité.

Au vu de la mobilisation par la gratuité des publics populaires, il y a tout lieu de penser que la part de ces visiteurs en tendance moins présents au musée s'amenuiserait encore si ces politiques tarifaires venaient à disparaître. De ce point de vue, on peut s'interroger sur le choix de ne proposer ces mesures qu'à certaines catégories de public ou qu'à certains moments (la nuit des musées, le premier dimanche du mois et parfois uniquement en basse saison dans certains établissements, etc.).

Par ailleurs, on ne peut exclure de l'interprétation de ces données la disparité du questionnement entre les enquêtes menées auprès de l'ensemble des publics et celles menées auprès des jeunes adultes. Comme nous le soulignons plus haut, dans les premières, dès lors que les visiteurs font partie de la population active, le questionnaire interroge le milieu social auquel ils appartiennent et laisse dans l'ombre l'origine sociale des étudiants. À l'inverse, dans les enquêtes

auprès des jeunes adultes, l'origine sociale des étudiants est renseignée au travers d'une question sur la profession des deux parents. Si l'on tient compte que la gratuité fonctionne aussi comme une démocratisation par assignation, nous pouvons envisager qu'une partie des effets de démocratisation dans les enquêtes tous publics est passée sous silence, ces enquêtes n'interrogeant pour les actifs que la position sociale à un instant T et non leur origine sociale.

Enfin, si nous reprenons les deux conditions d'observation d'un effet de démocratisation énoncées par S. Octobre, l'évolution de la structuration sociale des publics et l'augmentation de la fréquentation, nous pouvons là encore émettre l'hypothèse d'une invisibilisation des effets démocratiques de ces mesures. En effet, si les gratuités catégorielles adressées aux moins de 26 ans, de même que celle dont les enseignants sont bénéficiaires, font l'objet d'un décompte systématique des entrées au sein du dispositif *Patrimostat*, un tel suivi n'existe pas en revanche pour toutes les formes de gratuité événementielle. Le ministère de la Culture dispose certes de données remontées par les collectivités pour les *Journées européennes du patrimoine* et la *Nuit européenne des musées* : en 2015, la fréquentation s'établirait à 12 millions de visiteurs pour les premières et à 2 millions pour les secondes. Au sein du dispositif *Patrimostat*, en revanche, le département de la Politique des Publics ne dispose que d'une information partielle, la fréquentation lors de ces deux événements n'étant pas systématiquement renseignée par les établissements. En 2015, elle est communiquée par 633 établissements pour les *Journées européennes du Patrimoine* et 576 établissements pour la *Nuit européenne des musées* sur les quelques 1200 Musées de France intégrés à *Patrimostat*. Trop parcellaire, cette information peut limiter l'analyse des effets démocratisation des publics qu'induisent ces actions.

### 5.2.3. À chacun selon sa pratique ? La segmentation des politiques des publics en débat

- **Publics cibles, publics hors cibles : négocier les catégorisations**

Lors du *Mois des étudiants au musée*, nous avons constaté l'importance accordée à la prise de parole de jeunes au musée. Leur jeunesse ou, plus souvent, le fait qu'ils ne sont pas professionnels du musée, créent un sentiment de proximité avec ces lieux. De même, la confiance que l'institution muséale leur accorde pour intervenir au musée a pu conférer aux visiteurs le sentiment d'être pris en considération et valorisés. Pour autant, était-il important pour ces visiteurs que ces programmations soient plus spécifiquement adressées aux étudiants et, de là, que l'assistance soit majoritairement constituée de jeunes ? Les avis sur ce point sont partagés.

Une moitié de l'échantillon accueille favorablement cette catégorisation des publics jeunes ou étudiants (la distinction n'est souvent pas faite chez ces visiteurs). Elle signe la volonté de la part de l'institution de se rapprocher d'une génération que beaucoup ont décrite comme éloignée de cette pratique culturelle (10/28) :

« Je me dis c'est pas forcément le public qui va le plus au musée et la nocturne a peut-être été un moyen de renverser un peu la donne, je trouve ça plutôt bien. Ça montre vraiment que le musée est allé vers les jeunes, est allé vers les étudiants, aller vers ceux qui ont pas forcément ni le temps, ni l'habitude, ni l'argent pour y aller. » (F7)

« Moi qui suis déjà intéressé à la base par ça, ça... je pense que ça change pas grand-chose. Mais pour des personnes qui sont un peu réticentes, voir qu'il y a un environnement ben proche de ce qu'ils connaissent et une approche qui va pas, entre guillemets, leur prendre la tête... je pense que ça doit les rassurer et leur permettre de dire après que le musée c'est pas si mal et d'y retourner. C'est intéressant parce que justement c'est un public qui a pas forcément l'habitude d'aller au musée et si on leur dit "le musée organise un truc juste pour vous" ça peut les faire venir parce qu'ils vont se dire "on est entre étudiants", ça sera bonne ambiance. » (H2)

Pour ces visiteurs, le format des visites tout comme la prise de parole des jeunes attestent selon eux de cette volonté d'ouvrir plus largement l'institution et de démocratiser cette pratique culturelle. Autre signe de cette politique volontariste : les conditions d'accès à ces soirées. L'ouverture en nocturne, de même que la gratuité d'accès à ces soirées, ont surtout été appréciées des visiteurs comme une adaptation nécessaire à leurs conditions de vie (10 visiteurs l'ont exprimé pour l'horaire nocturne et 6 au sujet de la gratuité d'accès).

Néanmoins, cette distance de la jeunesse à l'égard de la visite muséale est plus souvent attribuée aux autres qu'énoncée pour soi-même. À ce titre, s'il est important selon eux que cette offre s'adresse aux étudiants et aux jeunes, ces visiteurs signalent par ailleurs que ce n'est pas cette catégorisation de l'offre qui les a décidés à venir. Seuls trois des 28 visiteurs rencontrés

expliquent que cet étiquetage de l'offre a pu les influencer à se rendre à l'une des soirées. Ils ont eu le sentiment d'être plus directement concernés par cette programmation voire d'être traités en publics privilégiés :

« C'était nommé "nocturne étudiante" donc je me suis dit "c'est pour moi". [Vous n'y seriez pas allée si ça n'avait pas été marqué pour "étudiants" ?] J'aurais hésité, j'aurais été peut-être un peu moins concernée » (F8)

« Si c'est réservé aux étudiants, ça va être sûrement *par* des étudiants, donc ça va plus répondre à mes attentes mais bon après c'est pas parce que c'est ouvert à tous que je vais pas y aller. Mais c'est vrai que j'aurais plutôt un *a priori* de me dire "oui ça va être plus en accord avec mes attentes". » (F5)

« "Soirée réservée aux étudiants faite pour eux" : là, oui c'est sûr que ça donne plus envie d'y aller, de voir le fait que ce soit réservé. » (H1)

Il en va de même pour la présence en nombre de jeunes au musée. Si, comme nous avons pu le voir plus haut, plusieurs visiteurs estiment qu'être entre jeunes peut participer à la convivialité de la soirée, ils sont aussi nombreux à considérer par ailleurs que la visite leur aurait été aussi agréable en compagnie d'un public plus varié. Certains parmi ces visiteurs soulignent que l'essentiel est d'être entre amis :

« C'est pas un truc que je vais retenir, qu'il y avait que des jeunes à cette visite. Je vais plutôt retenir que c'était avec des amis, c'était l'occasion de faire un truc entre amis. » (F9)

« À vrai dire on est venu avec un groupe d'amis et, du coup, ça changeait pas grand-chose que les personnes soient jeunes ou pas autour de nous, j'ai trouvé ça marrant mais c'est tout quoi. » (F13)

Une autre moitié des visiteurs interviewés est en revanche circonspecte à l'égard de cette catégorisation de l'offre pour les étudiants. Lorsqu'ils l'expliquent, c'est principalement au regard de l'enjeu de démocratisation des musées que cette catégorisation leur paraît problématique. Une partie d'entre eux fait remarquer que, si elles étaient plus largement ouvertes aux publics, ces soirées leur auraient permis d'interagir avec des individus qui ne leur ressemblent pas nécessairement ou d'impulser des rencontres intergénérationnelles. Dans le même ordre d'idée, deux visiteurs soulignent que si les interventions de ces étudiants ont pour mérite de revaloriser l'image de la jeunesse, cet effet est limité compte-tenu du public restreint de ces soirées :

« C'est bien pour cette image mais du coup qu'il y ait que 40 personnes... ça le montre mais c'est très restreint, la portée du fait que ce soit des jeunes. » (H7)

« Ça aurait été pas mal aussi de voir que des adultes peuvent aussi venir voir des jeunes présenter des choses dans un musée. » (F4)

D'autre part, ces visiteurs soulignent que cette catégorisation peut s'apparenter à une forme d'exclusion :

« Tous ceux qui ont de 18 à 25 ans, même s'ils sont considérés comme étudiants dans la pensée collective s'il faut, ou ils sont au chômage ou ils ont un petit job parce qu'ils ont pas trop de formation. Mais, du coup, ils ont pas d'accès à cette visite. Peut-être plus une limite d'âge du coup si tu veux vraiment limiter le public à des jeunes, étudiants c'est trop restrictif. » (F16)

Ils rappellent ainsi que la question des moyens économiques ne se borne pas à la population étudiante :

« Il y a beaucoup de jeunes qui à 18 ans ont des formations en alternance et qui travaillent. Ça veut pas dire que... pourquoi ils peuvent pas, ils pourraient pas avoir accès à la culture comme ça ? Parce qu'au final qu'on soit étudiant ou qu'on aille à travailler, au début on n'a pas non plus un salaire à 2000 euros, on a des bourses, ou avec nos parents ou on a un petit salaire... » (F1)

de même que celle de la distance à l'égard des musées ne se limite pas à la jeune génération. Une visiteuse l'explique :

« Je pense que les animations comme ça, il faudrait aussi... enfin je sais pas si ça se fait d'ailleurs parce que j'en ai aucune idée... mais pour des familles, pour des enfants, pour tout le monde. Parce que je pense qu'il y a beaucoup de gens qui vont pas au musée parce qu'ils se disent que c'est ennuyeux etcetera... Et des animations comme ça, ça pourrait rendre la chose beaucoup plus accessible. [C'était important pour vous ces animations ?] Moi, je trouve ça super important dans la mesure où c'était vraiment une manière de populariser, de démocratiser un peu le côté, enfin surtout ce musée, je pense que c'est vraiment un musée qui est réservé à certaines classes sociales, à certains individus qui sont assez cultivés, qui sont en mesure de s'intéresser à ce genre d'œuvres. Et même moi qui fais des études littéraires et artistiques, j'y suis pas vraiment allée de ma propre initiative puisque c'était parce qu'on m'y a poussé d'une manière ou d'une autre. Et c'est vrai que le fait qu'il y ait des animations qui plongent le public dans un univers un peu différent, je trouve ça vraiment important parce que c'est dommage de... de pas savoir attirer, enfin je sais pas... c'est important. » (F4)

À l'inverse du premier groupe, ces visiteurs opèrent des distinctions entre classe d'âge et population étudiante ou, plus largement, entre des représentations sociales et leur réalité sociologique. Il est intéressant de noter que ces distinctions renvoient à leur propre expérience de ces catégorisations et de l'entrave qu'elles peuvent constituer. L'une d'entre eux anticipe le sentiment d'exclusion qu'elle subira prochainement :

« Et puis, voilà, moi pareil : l'année prochaine je suis plus étudiante et ça veut dire que je suis exclue de toutes les visites étudiantes ? Non ! ça me saoulerait, enfin ça me saoulerait... ce serait dommage quoi pour les gens qui veulent venir et qui ont à peu près l'âge mais pas le bon statut... » (F16)

De même la seconde explique sa position sur la question par la présence dans son cercle d'amis de jeunes actifs :

« J'ai aussi quelques amis qui ont pratiquement mon âge qui sont plus étudiants, ils sont partis à travailler, des fois ils sont un petit peu... des fois là ils me disent "ben je peux pas venir : c'est uniquement les étudiants" donc... c'est vrai que... c'est peut-être bien de ne pas faire qu'aux étudiants mais d'élargir aux jeunes » (F1)

À ce titre, cette catégorisation des soirées étudiantes a pu ponctuellement donner lieu à des stratégies de contournement qu'ils racontent comme des petites victoires. Ainsi de la visiteuse précédente qui a tout de même « réussi » à obtenir une « exception » pour son ami jeune actif. Ainsi également de cet autre visiteur, jeune actif lui-même, ayant « dû un peu feinter » et insister auprès du service de réservation afin d'être « accepté ».

- **La catégorisation des étudiants par les professionnels : solution locale pour un enjeu national**

Revenons à présent sur le choix des professionnels de cibler les étudiants pour la programmation *Le mois des étudiants au musée*. Les entretiens menés auprès des professionnelles des publics dans ce musée permettent d'explorer la manière dont certaines catégories de population se voient isoler et attribuer des formes de visite.

En effet, au vu de l'impact de démocratisation (des publics et du rapport au musée) que peuvent induire ces programmations, et compte-tenu du facteur incitatif pour la pratique de visite que constitue le fait de poursuivre des études, la segmentation de la population étudiante étonne.

Pourtant, la démocratisation culturelle reste toujours l'horizon des actions menées auprès des publics et les professionnelles interrogées n'ont pas manqué de le rappeler. Elle constitue la clé de voûte de la plupart des politiques culturelles depuis A. Malraux auxquelles se réfère ce musée labellisé « musée de France ». La création d'une programmation pour les étudiants devait ainsi permettre d'inscrire cet établissement dans le sillage de l'action ministérielle en faveur de l'éducation artistique et culturelle.

[Comment sont définis les objectifs et notamment les publics cibles de vos programmations ?] Ça dépend, déjà on les définit par rapport à la politique culturelle municipale, c'est-à-dire on reçoit les grandes tendances, s'ils sont en mode numérique ou éducatif, on sait que l'EAC [éducation artistique et culturelle] ça va être assez déterminant et on joue bien avec les parcours culturels gratuits que la ville a mis en place sur l'éducation culturelle et artistique nous on est très bons élèves vu qu'on fait beaucoup de choses comme ça. Et puis c'est aussi par rapport aux grandes tendances nationales, on est inspiré soit par des commandes directement du ministère, là c'est le cas en ce moment-là, on a des commandes par exemple sur tous les

dispositifs qui sont mis en place *La classe l'œuvre*, etcetera. Et sinon on les définit nous-mêmes par rapport à nos veilles »<sup>130</sup>

Mais les enjeux de la démocratisation des publics varient suivant les lieux où ils sont formulés (Moeschler et Thévenin, 2009). En l'occurrence, cette programmation constitue aussi une réponse à la problématique territoriale d'un musée implanté dans une ville universitaire importante et sous la tutelle d'une mairie active auprès des jeunes et des étudiants. Dans ce contexte, la responsable du service des publics explique que l'absence des étudiants en visite individuelle n'était que peu justifiable et allait à l'encontre « *des objectifs que la direction se donne d'être un musée ouvert, vivant et jeune* ».

À l'échelle locale, l'enjeu de démocratisation culturelle a été traduit dans un objectif d'augmentation de la fréquentation des jeunes en visite individuelle. À cette fin, la catégorisation des étudiants comporte certains avantages. En effet, comme l'explique la responsable du service des publics, « *les jeunes adultes la cible est pas évidente, il faut déjà savoir les identifier, savoir un petit peu comment les toucher* »<sup>131</sup>.

À l'inverse de cette population aux contours flous, celle des étudiants est plus clairement identifiable. Elle est constituée comme un réseau noué autour des écoles et universités, qui relaient l'information sur la programmation, et elle offre l'opportunité d'augmenter régulièrement la part de primovisiteurs de l'institution, puisque cette population accueille chaque année de nouvelles cohortes. De ce point de vue, la catégorisation des étudiants relève surtout d'un choix circonstancié, relatif aux politiques territoriales dans lesquelles s'inscrit le musée, et d'un choix pragmatique afin d'assurer un certain succès à la conquête de publics jeunes.

- **Les voies de la segmentation**

Pour cette programmation, l'enjeu de la diversification sociale des publics ne semble pas avoir été formulé comme une priorité. D'ailleurs, la pertinence de la catégorisation des étudiants au regard de cet enjeu n'a pas été interrogée par une étude préalable des publics potentiels comme cela avait été le cas au musée du Louvre pour l'élaboration des Nocturnes Jeunes (cf. chapitre 2). Dans le musée qui nous concerne, ce n'est que récemment que l'activité de connaissances des publics a été intégrée au fonctionnement du musée. Comme dans la majeure partie des musées de moyenne envergure (Schall, 2014), elle y est encore menée de façon ponctuelle (le plus souvent après lancement des programmations) au gré des évolutions budgétaires ou des sollicitations d'étudiants dans le cadre de leur recherche.

---

<sup>130</sup> Enquête *Le mois des étudiants au musée*, entretien avec la chargée du développement des publics et de l'accessibilité, décembre 2014

<sup>131</sup> Enquête *Le mois des étudiants au musée*, entretien avec la responsable du service des publics, décembre 2014



Le service des publics ne dispose donc pas d'étude approfondie pour mesurer les effets de la programmation pour les étudiants : sa réussite se mesure essentiellement par la fréquentation, qui s'est maintenue d'année en année, et par la notoriété acquise tant auprès des médias qu'auprès de la mairie.

« Je n'ai pas les chiffres en tête mais l'an dernier il me semble qu'il y avait eu 1000 étudiants [pour la programmation] sur toute l'année, ça fait venir oui plus d'étudiants que ceux qui viendraient peut-être dans les visites traditionnelles entre guillemets du musée. [...] Et on a eu des retours en termes de retombées presse, assez larges [...]. Ça a bien fonctionné, parce qu'on est parti vraiment, c'est intéressant parce que c'est un programme où on est parti de zéro pour arriver sur une vraie saison étudiante maintenant au musée et on est bien identifié maintenant, on a été reçu par l' élu, je ne sais plus comment est son intitulé, on a un jeune élu qui s'occupe des projets pour les étudiants à la ville et voilà il savait déjà, il connaissait déjà à peu près ce qu'on faisait. »<sup>132</sup>

De ce point de vue, la catégorisation des étudiants comme publics cibles résulte aussi de la disponibilité des ressources techniques et humaines. Comme le rappelle la responsable du service des publics, elle est décidée, au début des années 2000, de façon concomitante à l'installation d'un logiciel de billetterie renseignant les différentes catégories de publics. Les étudiants bénéficiant de la gratuité d'accès aux collections permanentes<sup>133</sup>, les données de fréquentation ont alors mis en lumière leur absence en visite individuelle. Ne pouvant toujours s'appuyer sur des données plus fines que celles des fréquentations, le service des publics met en œuvre ce que M. Akrich qualifie de « techniques implicites » (Akrich, 2006). Le service des publics procède ainsi par convocation indirecte des publics potentiels et, en premier lieu, en consultant « des représentants des usagers », soit des individus, organisations ou experts « suppos[és] avoir une connaissance des usagers sous tel ou tel aspect ». Il s'agissait, comme le rappelle la responsable du service des publics, de

« se rapprocher évidemment des personnes concernées, élaborer des projets ensemble et puis les proposer après de manière plus large. Mais on ne va pas faire l'erreur de monter un petit programme sur un coin de bureau sans en parler d'abord avec les publics concernés. »<sup>134</sup>

En l'occurrence, il s'est agi tout d'abord de mobiliser le réseau professionnel déjà constitué dans le cadre de différentes activités du musée et notamment une collaboratrice du conservateur, professeure d'histoire de l'art à l'université dont la rencontre a décidé du caractère privatif des

---

<sup>132</sup> Enquête *Le mois des étudiants au musée*, entretien avec la responsable du service des publics, décembre 2014

<sup>133</sup> Ces visiteurs doivent se présenter à la billetterie où un billet exonéré leur est remis.

<sup>134</sup> Enquête *Le mois des étudiants au musée*, entretien avec la responsable du service des publics, décembre 2014

visites menées *par* et *pour* les étudiants. Les partenariats noués ensuite avec les associations étudiantes de la ville ont permis d'étoffer la programmation en intégrant le musée dans les manifestations et festivals qu'elles initient tout au long de l'année.

Le second mode de convocation indirecte des publics potentiels, suivant M. Akrich, consiste à s'inspirer ou se démarquer d'offres déjà existantes selon l'appréciation qu'en ont les publics. Dans notre cas, la veille menée en interne sur les programmes culturels de musées comparables ou d'autres lieux (en particulier les bars qui, dans cette ville, organisent également des soirées d'enquête) a surtout permis de conforter les choix de programmations. Comme l'explique la responsable du service des publics, ces modèles donnent la mesure : « *le succès étant là, tout simplement, on se dit que c'est la formule qui marche* ». Cette expression, hâtive sur les causes et conséquences, n'induit pas que les méthodes implicites employées ici disposent au suivisme et la genèse des soirées d'enquête au musée l'illustre. Celles-ci ont été proposées par une association intervenant pour les activités en famille. Le directeur artistique de l'association explique : « *au bout de deux ans de visite [pour les publics en famille], la responsable du service culturel des publics, elle dit : "alors qu'est-ce que vous avez dans la manche ? On pourrait s'amuser avec d'autres trucs."* »<sup>135</sup> Ces propos, mis en scène dans le cadre de l'entretien, montrent que le musée est aussi pour ces professionnels et ces acteurs associatifs un terrain de jeu et d'exploration pour provoquer de nouvelles formes de rencontre avec les publics. Néanmoins, les « *formules* » n'y sont adoptées qu'à la condition que « *ça rentre vraiment en phase avec le projet* »<sup>136</sup>. La suggestion de mener des soirées d'enquête n'a été prise en compte qu'une fois la confiance solidement établie avec l'association partenaire : « *on se connaît, on a l'habitude de travailler ensemble, ils connaissent la façon dont on programme nos activités* »<sup>137</sup>. En dernière instance, le service des publics s'assure que ces différentes propositions peuvent être traduites dans le cadre du musée, de ses projets et missions spécifiques.

- **De l'écologie de la médiation à la médiation universelle**

Interrogée alors sur la possibilité de généraliser ce regard décalé dans la programmation du musée, la responsable du service des publics objecte : « *pour l'instant, la visite guidée classique, voilà elle est traditionnelle, mais elle a quand même la nécessité d'exister un peu comme un service public* ». Certaines programmations ont pu naviguer d'une cible de publics à l'autre. C'est le cas des soirées d'enquête au musée qui ont d'abord été adressées aux seuls étudiants puis étendues à tous les publics à la suite de déconvenues de visiteurs hors cibles au moment des réservations.

De même, depuis peu, les nocturnes étudiantes sont également ouvertes au moins de 30 ans. Mais, selon la responsable du service des publics, si la cible de certaines programmations peut être élargie, celles-ci ne sauraient se substituer à des formes plus classiques de médiation : « *à l'occasion des expositions temporaires, le discours tout simplement de présentation de l'expo est nécessaire. On peut pas toujours faire des choses décalées, faire des visites décalées, des visites avec un autre regard,*

---

<sup>135</sup> Enquête *Le mois des étudiants au musée*, entretien avec le directeur de l'association d'arts du spectacle partenaire du musée, décembre 2014

<sup>136</sup> Enquête *Le mois des étudiants au musée*, entretien avec la responsable du service des publics, décembre 2014

<sup>137</sup> *Ibid.*

*il faut aussi proposer un regard et une visite traditionnels* ». Elle renvoie ainsi aux prérogatives du musée dont le service des publics se fait le garant dans les offres de médiation. C'est pourquoi, dans ce musée, ces événements « décalés » sont adressés en priorité à des publics dont la responsable du service des publics considère qu'ils « *n'ont pas cette pratique culturelle inscrite depuis toujours* » et qu'ils « *n'ont pas forcément une pratique classique de la visite du musée* » ou plus largement qu'ils ont des intérêts culturels et de loisirs qui ne les portent que peu à visiter les musées. La conquête de nouveaux publics consiste alors à établir un lien entre les collections du musée et les intérêts de ces publics.

Ces offres « décalées » s'intégreraient ainsi dans une écologie de la médiation culturelle permettant, selon la responsable du service des publics, à « *chaque personne en fonction de sa pratique du musée, de son envie, [de] trouver dans la programmation quelque chose qui puisse l'intéresser* ». Au risque d'un musée à deux vitesses où publics néophytes ou éloignés du musée ne se mêleraient qu'en de rares occasions avec les publics amateurs ou très fréquentant ? La chargée du développement des publics et de l'accessibilité, estime personnellement que la cible des étudiants est doublement « *stigmatisante* » : pour les publics cibles, « *c'est penser que les étudiants peuvent venir que dans un contexte cool et décalé parce qu'ils ne sont pas capables d'approcher différemment le musée* », tandis que pour les publics hors cibles : « *ça implique que pour les autres c'est plus dur, c'est moins cool, ça ne va pas de soi* ». Ces catégorisations allant parfois à l'encontre de la mixité des publics, elle s'interroge sur le positionnement institutionnel que cela dénote : « *je sais pas si le musée, je sais pas si on veut être aussi gratifiant... "Ah ben vous voulez venir qu'avec des 23-25 [ans] ? Eh bien venez qu'avec des 23-25 [ans]"* ».

Loin de dénier toute légitimité à ces approches « décalées », elle estime au contraire qu'elles mériteraient d'être promues au-delà des étudiants ou jeunes adultes. L'élargissement de la cible servirait alors à déconstruire les codes culturels fortement ancrés dans l'image de cette institution : « *ça permet aussi de se dire que les musées c'est pas forcément un endroit silencieux pour les gens qui sont nouveaux visiteurs mais aussi pour ceux qui sont rodés* ». Aussi, elle s'affirme en faveur d'une médiation universelle. Cette notion a d'abord vu le jour sur la question des publics en situation de handicap pour penser leur intégration dans les offres tous publics. Elle l'utilise ici pour intervertir les publics cibles et hors cibles de ces offres « décalées » et placer les visiteurs « *rodés* », « *hyper-fréquentant* » au cœur du même enjeu de transformation de l'image du musée auquel sont associées les programmations pour les étudiants.

« *Les étudiants ils sont cools donc ils ont des visites cools.* » La chargée du développement des publics et de l'accessibilité caricature ici la logique, lourde de préconçus, sous-jacente à la catégorisation des publics et de leurs usages supposés du musée. Une segmentation trop exclusive des publics fait courir le risque d'un musée fragmenté en différents publics, cibles de programmations distinctes. Face à ce risque, deux postures se dégagent ainsi. L'une élude cette question en postulant une écologie de la médiation, c'est-à-dire une pluralité de formats de visite, traditionnelle ou décalée, où chaque visiteur est renvoyé à la discrétion de ses goûts. L'autre posture, celle d'une médiation universelle, envisage que la médiation amène les visiteurs, habitués ou novices, à questionner leurs propres usages du musée. De l'une à l'autre, l'objet de la médiation

se déplace : d'une médiation des œuvres par différentes approches à une médiation de l'institution muséale et des différents codes culturels qui y ont cours.

## En résumé

Ce chapitre nous a permis de rouvrir la focale sur les actions d'incitation à la visite et leurs effets pour la démocratisation des publics des musées. Il souligne les effets démocratiques de la gratuité et le levier que constituent les *médiations culturelles* pour attirer au musée des jeunes plus populaires et moins familiers. En ouvrant la réflexion sur le temps long, ce chapitre montre d'une part que ces effets positifs de la gratuité se sont maintenus sur cinq années et d'autre part qu'au-delà des publics prioritaires que sont les jeunes adultes ces actions d'incitation à la visite mobilisent aussi plus fortement des publics plus populaires ou moins familiers de la visite.

Ces effets interrogent en retour les choix de segmentation par les professionnels. Ce questionnement est d'autant plus prégnant que la sortie des catégories de publics cible tendrait à faire réémerger des clivages sociaux forts. Les anticipations du 26<sup>ème</sup> anniversaire indiqueraient en effet que ces actions pourraient n'avoir d'autre effet que de suspendre pour un temps l'expression des clivages sociaux. Le caractère plus souvent événementiel de la gratuité au-delà de 26 ans pourrait donner lieu chez certains à une forme de pratique festivalière au musée.

Par ailleurs, nous avons pu constater que la démocratisation des publics par ces actions d'incitation opère en partie par assignation. Au vu de ce résultat, on peut supposer que dans l'enquête *À l'écoute des visiteurs*, une partie des effets de démocratisation des publics n'est pas visible. Elle ignore les trajectoires sociales connues par les individus catégorisés uniquement par leur classe sociale d'appartenance au moment de l'enquête.

Enfin, à titre exploratoire, l'analyse de la catégorisation des publics dans l'étude d'un cas monographique souligne la diversité des logiques qui président aux choix de ciblage. Elles renvoient tout à la fois à la spécificité des enjeux territoriaux, au pragmatisme des professionnels pour assurer la réussite d'une programmation et pourrait également faire écho aux représentations des usages légitimes des musées. À ce titre, nous avançons l'hypothèse que ces catégorisations des publics pour des offres décalées pourraient cantonner certains publics dans une zone du « presque public » (Katz et Dayan, 2012).

## Conclusion

Cette recherche s'est proposée d'analyser les effets des politiques de démocratisation culturelles sur la formation des publics des musées. Elle prend pour objet deux mesures d'incitation à la visite muséale adressées aux jeunes adultes : la gratuité d'accès aux collections permanentes des musées nationaux pour les moins de 26 ans et les programmations événementielles conçues à l'intention des jeunes adultes. À un premier niveau, il s'est agi de fournir des éléments de connaissance sur ces publics jeunes adultes et sur leur rapport à la pratique de visite. À un deuxième niveau, nous entendions analyser la manière dont ces mesures d'incitation opèrent dans les processus sociaux de formation des publics. Ce faisant, à un troisième niveau, cette recherche interrogeait les procédures d'évaluation par les pouvoirs publics de ces politiques.

La recherche en sociologie de la culture fournit un modèle principal d'analyse des effets de ces mesures : par la structuration sociale des publics et ses évolutions, considérant le principe d'hétéronomie des pratiques culturelles. Les travaux récents sur la participation culturelle permettent d'envisager un second modèle qui tient compte du principe d'autonomie des univers culturels à l'échelle individuelle. Celui-ci intègre dans l'analyse la compréhension des trajectoires culturelles et la diversité des facteurs qui les orientent. Il procède également d'une analyse des univers culturels comme univers de goût qui se construisent et se traduisent dans des sociabilités culturelles, au travers d'une diversité de pratiques culturelles, sur des supports et dans des lieux variés. Nous avons proposé de mettre en œuvre ce modèle dynamique de compréhension des pratiques culturelles pour lire la manière dont ces politiques culturelles s'insèrent dans les processus sociaux de formation des publics.

### **Une nouvelle génération de publics au musée ?**

L'échec de la démocratisation est un discours et les débats qui entourent la question de la gratuité au musée paraissent bien plus idéologiques que scientifiquement fondés (Fourteau, 2007; Eidelman, 2009). Au travers de cette recherche, les effets de ces mesures d'incitation à la visite sur les publics se dessinent clairement.

À l'échelle des individus, elles parviennent à (ré)inscrire la pratique de visite de ces jeunes adultes dans le temps des loisirs ordinaires, ceux que l'on effectue à proximité de chez soi entre pairs. Lorsqu'elles sont formulées comme des *médiations culturelles*, c'est-à-dire quand elles démultiplient les points d'entrées et d'accroches sur les collections et impliquent directement les publics et leurs intérêts dans le discours muséal, ces mesures donnent prise sur le musée et la visite à des publics que cette pratique n'intéresse guère *a priori*. En inscrivant la visite dans un régime de familiarité, elles amendent une image rébarbative du musée, permettant à des visiteurs de se constituer en public médiateur et de proposer plus largement la visite autour d'eux. En rendant la visite plus « partageable » qu'elle ne l'est d'ordinaire dans les représentations de ces jeunes, ces mesures participent à remodeler les sociabilités culturelles qui se construisent au musée. Capables de moduler le rapport à la visite de ces jeunes, ces politiques des publics apparaissent ainsi comme l'une des variables qui donnent forme et orientent leur carrière de visiteurs. Cet effet à l'échelle individuelle se traduit en retour sur la fréquentation des musées que ces mesures augmentent et popularisent. Le maintien sur cinq ans du volume de fréquentation gratuite et de la composition plus populaire des publics de la gratuité interdit d'assimiler les effets de cette mesure à l'attrait de la nouveauté.

L'étude auprès des visiteurs de la nocturne étudiante a été menée en région. Si ce choix permet d'écarter le soupçon qui pèse sur la spécificité de l'offre culturelle et des publics à Paris, c'est aussi une première limite de cette recherche. Comme nous l'avons vu au travers des enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, le lieu de résidence constitue un facteur explicatif de la familiarité muséale des visiteurs. Les publics des musées situés en région apparaissent à la fois plus populaires et moins familiers de la visite. De ce point de vue, les effets de popularisation de la visite lors de la nocturne étudiante pourraient en partie renvoyer à la localisation de ces musées. Les enquêtes auprès des jeunes bénéficiaires de la gratuité tempèrent cette objection : collectées majoritairement à Paris, ces données témoignent de semblables effets de démocratisation des publics. Néanmoins, l'analyse comparée des publics en contexte ordinaire et de gratuité événementielle mériterait d'être étayée sur d'autres terrains et notamment dans les nocturnes qu'organisent les musées parisiens. Il est possible qu'auprès de leurs publics, le constat de démocratisation se nuance.

Peut-on imaginer que ces politiques marquent durablement les jeunes et leur rapport à la pratique de visite ? Ils apparaissent d'ores et déjà comme une génération de publics spécifique : celle de la sensibilisation précoce à la visite par l'école. Celle-ci explique que ces jeunes ont, aux débuts de leur carrière de visiteur, une familiarité muséale comparable aux générations des publics les plus âgés. Mais, s'il s'agit d'un dénominateur commun à cette génération de jeunes adultes, c'est en quelque sorte le plus petit : son effet ne supplante pas celui de facteurs sociaux qui distribuent inégalement ces jeunes sur l'échelle de la familiarité muséale. À ce titre, les politiques de gratuité catégorielle et événementielle soutiennent une incitation scolaire prolongée dans la jeunesse adulte et procèdent en partie d'une démocratisation par assignation. Le poids des étudiants au sein des publics de la gratuité, peu comparable à celui qu'ils ont dans la population française à ces âges, peut faire craindre que ces politiques ne laissent de côté une partie

des populations jeunes et ne retraduisent au musée les inégalités d'accès aux études supérieures. Ainsi, le choix dans certains établissements de cibler les étudiants comme destinataires de ces mesures n'en apparaît que plus délicat. De même, si les mesures d'incitation à la visite ont un effet démocratique, sortir des catégories ciblées (ou tout du moins l'anticiper) réintroduit des clivages sociaux non négligeables. Sous cet aspect, si ces mesures contribuent à populariser le musée et la visite, même par assignation, cet effet pourrait ne durer qu'un temps. Certes, la gratuité continue d'atteindre des publics plus populaires au-delà de la jeunesse adulte, mais rares sont les établissements qui instituent la *médiation culturelle* en politique d'établissement visant tous les publics<sup>138</sup> ou qui proposent une gratuité permanente et pour tous<sup>139</sup>. Aussi ce serait un musée démocratisé mais segmenté qui se ferait jour.

Dans cette recherche, cette partition sociale des publics selon les contextes de visite est interrogée indirectement au travers de la manière dont les publics projettent leur sortie des catégories cibles. En particulier dans l'enquête sur les *Débuts de carrière de visiteur*, nous aurions pu compléter l'enquête en interrogeant des publics sortis de ces catégories<sup>140</sup>. C'est une deuxième limite de cette recherche. Cette partition n'est formulée qu'à titre d'hypothèse. Pour la mettre à l'épreuve, plusieurs prolongements sont envisageables.

D'un côté, il s'agirait de pister les différentes vagues de bénéficiaires de la gratuité soit, comme nous avons proposé de le faire au chapitre 3, en suivant d'une enquête à l'autre une catégorie de publics à mesure qu'elle avance en âge, soit au travers d'une enquête dédiée qui interrogeraient les publics sur les évolutions de leur carrière de visiteur lorsqu'ils appartiennent aux catégories ciblées et ensuite.

De l'autre, au vu de la pratique festivalière qui semble émerger à l'issue de la gratuité catégorielle, en particulier pour des publics plus populaires ou moins familiers de cette pratique, on peut supposer qu'une enquête qui intégrerait dans un même protocole toute la diversité de ces politiques de gratuité offrirait une autre image des publics de ces lieux que celle que proposent actuellement les données d'enquête *À l'écoute des visiteurs*. Une nouvelle enquête permettrait en outre de mesurer la circulation des publics entre les différentes offres de gratuité et les usages qu'ils font de ces mesures à divers moments de leur carrière de visiteur. Ce faisant, elle élargirait l'analyse des effets de ces politiques à la question de la formation continue des publics, tout au long de la vie.

Réciproquement, cette hypothèse d'une partition des publics appellerait une étude approfondie auprès des professionnels : il s'agirait d'analyser leur manière d'élaborer ces programmations et de sélectionner les publics auxquels ils les adressent. L'analyse de la diffusion des mesures d'incitation à la visite pour les jeunes adultes au chapitre 2 laisserait entendre que

---

<sup>138</sup> Comme c'est le cas au Palais des beaux-arts de Lille ou au musée Saint-Raymond de Toulouse par exemple

<sup>139</sup> À l'instar des musées de la ville de Paris, bien que cette politique ne porte que sur les collections permanentes introduisant là encore une partition possible des publics.

<sup>140</sup> Ce qui aurait supposé de recruter les répondants à cette enquête en dehors des publics de la gratuité pour les moins de 26 ans et en dehors des événements spéciaux dédiés aux jeunes adultes.



ces catégorisations relèvent à la fois de l'argument du pragmatisme dans un contexte économique contraint et de traductions à l'échelle locale des enjeux de la démocratisation des publics. Au vu de la construction du *Mois des étudiants au musée* présentée dans le dernier chapitre, on peut également penser que ces catégorisations ressortent aussi de définitions concurrentielles au sein de l'institution muséale pour la définition de son rôle social et des usages légitimes de ces lieux.

### **L'évaluation des politiques des publics au prisme de la « culture vécue »**

Au travers des analyses secondaires des enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, nous avons proposé de tester un cadre interprétatif large des effets des politiques des publics.

Tout d'abord, l'exploration de ces enquêtes montre qu'il n'y a qu'au niveau agrégé des données que la visite muséale peut se lire comme une pratique élitiste et intemporelle. Selon les lieux où la visite s'effectue (localisation et catégorie thématique des musées) et selon les programmations qui la motivent, la morphologie sociale des publics analysée globalement se diffracte. Ces variations mettent en lumière des expressions différenciées des clivages sociaux et invitent à ne considérer les enjeux de la démocratisation des publics qu'en contexte (Moeschler et Thévenin, 2009). Comme le relève le rapport sur l'évaluation des politiques publiques de démocratisation mentionné en introduction de ce travail,

*« la notion même de diversité est toute relative, et dépend de l'endroit où se situe l'équipement : les structures situées en périphérie des grandes villes estiment qu'elles n'ont presque pas de public de CSP+, même issu de leur voisinage proche ou moyennement proche. Pour elles, la "diversité" supposerait d'intéresser ce public. »* (Le Guével, 2017 : 83)

Ces variations invitent par ailleurs à compléter l'analyse des effets de démocratisation sur la structuration sociale des publics en tenant compte d'autres critères de diversification. Aux premiers rangs de ces critères se placerait la répartition genrée des publics : en ce sens, il s'agirait d'observer les effets de ces politiques sur la féminisation des publics et la catégorisation sexuée de cette pratique. Corrélativement, un second critère pourrait être retenu : celui de la répartition des publics par domaines professionnels ou d'études ou par centres d'intérêt. C'est alors la capacité qu'ont ces politiques à mobiliser des communautés d'intérêt variées et à provoquer leur rencontre qu'il s'agirait d'examiner.

Ensuite, dans l'optique d'élargir le cadre interprétatif des effets de ces politiques à l'échelle de la « culture vécue », trois éléments principaux retiennent notre attention.

Premièrement, au vu de la syntaxe des pratiques culturelles et de loisirs, la fidélisation des publics apparaît comme un critère peu pertinent, en particulier pour des politiques des publics pensées sous le paradigme de la démocratie culturelle. En effet, la fidélité aux établissements ou à la pratique de visite relève, nous l'avons vu, d'usages spécifiques des musées. Chez ces visiteurs fidèles, la visite occupe une position principale dans leur univers culturel : elle y renvoie à un goût ou des pratiques de sociabilité qui en fournissent le principe unificateur.

Envisager le musée comme une plateforme de ressources, c'est-à-dire comme l'un des supports potentiels de l'expression des goûts, suppose d'autres enjeux pour les politiques des publics dont, en particulier, celui de soutenir et alimenter les univers culturels des individus. Outre la démultiplication des points d'entrée dans les collections, ces politiques pourraient également mettre en œuvre des dispositifs de recommandation susceptibles d'accompagner voire d'orienter la construction des goûts.

Un tel dispositif avait été envisagé lors du séminaire inter-musées sur les politiques tarifaires organisé en 2012 par le département de la Politique des Publics. Il consistait en une offre d'abonnement commune à plusieurs établissements qui inviterait les publics à sélectionner dans deux listes différentes les musées auxquels ils souhaiteraient accéder gratuitement pendant l'année. La première est constituée d'établissements de renom constituant l'offre d'appel pour ces abonnements, la seconde rassemblait des établissements moins connus ou fréquentés susceptibles de rejoindre les intérêts des visiteurs. De ce point de vue, cette proposition ferait de la circulation des publics l'un des objectifs de telles politiques de démocratisation culturelle.

Dans l'interprétation des enquêtes *À l'écoute des visiteurs*, il est d'ores et déjà possible de se déprendre de l'enjeu de la fidélisation et d'approcher la manière dont la visite s'insère dans les cultures individuelles. En particulier en se déplaçant d'une analyse de la familiarité muséale comme score qui répartit les publics sur une échelle de la fréquentation plus ou moins intense vers une lecture des formes d'usage de la visite. Approfondir cette lecture supposerait que le questionnaire interroge plus avant les univers de pratiques et de goûts culturels auxquels renvoie la visite muséale ainsi que les bénéfices que les visiteurs retirent de la visite.

Deuxièmement, au vu des processus par lesquels des individus deviennent visiteurs, les politiques des publics pourraient être évaluées pour leur capacité à donner prises à ces dynamiques culturelles. C'est l'un des principaux effets, à l'échelle individuelle, des mesures d'incitation à la visite. Elles permettent à des publics médiateurs d'élargir le cercle des individus auxquels il devient possible de proposer la visite et à des visiteurs plus éloignés des musées de se constituer en ambassadeurs de cette pratique.

Faute d'un questionnement complètement unifié entre les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* et auprès des publics de ces actions d'incitation, il ne nous est pas possible d'étayer l'hypothèse selon laquelle certains publics, plus familiers des musées, se saisissent de ces actions pour initier leur entourage. De ce point de vue, soulignons l'intérêt qu'il y a à uniformiser les modes d'interrogation des publics dans ces différents contextes pour mettre en lumière leur potentiel respectif. De même, le questionnement sur la construction des sociabilités culturelles au musée est pour le moment trop parcellaire. En particulier, il ne permet pas de reconstituer les groupes de co-visiteurs pour associer le profil des ambassadeurs de visite à celui des visiteurs qu'ils entraînent.

Éprouver cette hypothèse supposerait une évolution sinon du mode d'administration de l'enquête, tout du moins de son questionnaire. En effet, d'une part, conformément au protocole

d'enquête *À l'écoute des visiteurs*, le questionnaire est distribué suivant un pas de tirage établi d'après la fréquentation des établissements de l'enquête. De façon classique dans une enquête quantitative portant sur la participation culturelle, l'unité statistique est l'individu et non le groupe qui l'accompagne. Aussi, lorsque les visiteurs sont rencontrés en groupe, le questionnaire est remis à un seul d'entre eux.

Cette méthode, qui vise à ne pas biaiser les résultats en donnant un poids artificiel à certaines catégories de population, s'ancre dans l'idée d'une homogénéité sociale sinon culturelle des groupes de co-visiteurs. Pourtant, les dynamiques culturelles que l'analyse des débuts de carrière de visiteur met en lumière inviteraient à interroger ce postulat. En prenant le groupe de co-visiteurs pour unité statistique, il serait ainsi possible d'analyser la manière dont certains visiteurs se constituent en public médiateur de la visite en différents lieux et contextes de visite. À ce titre, les travaux récents de Milan Bouchet-Valat (2015) sur le choix du conjoint soulignent qu'y compris dans le couple la tendance à l'homogamie sociale est en recul sur le temps long. Aussi, même pour la visite en couple, un questionnement portant sur la propension de certains visiteurs à se constituer en public ambassadeur ou médiateur de la visite pourrait prendre comme unité statistique non plus l'individu mais le groupe de co-visiteurs (amis, couple ou famille), à la manière dont S. Octobre procède pour interroger les transmissions culturelles au sein de la famille : en enquêtant tant auprès des enfants que de leurs deux parents

*A minima*, sans changer d'unité statistique (et donc de mode d'administration de l'enquête), il serait possible d'interroger directement les visiteurs en intégrant au questionnaire un certain nombre de questions sur les personnes qui les accompagnent (leur profil social, culturel mais aussi les habitudes de visite ensemble et la force des liens qu'ils entretiennent<sup>141</sup>).

Ces remarques sur les sociabilités culturelles au musée nous ramènent à notre point de départ. Celui d'une sous-évaluation des politiques de démocratisation culturelle par les pouvoirs publics. C'est notre troisième point.

Outre que ces procédures d'évaluation ne tiennent pas compte des effets de ces politiques au plus près de la culture vécue par les individus, rappelons que l'évaluation de la performance des établissements nationaux réduit les enquêtes *À l'écoute des visiteurs* à deux chiffres : la part des visiteurs dont les attentes à l'égard de la visite ont été dépassées et le score de recommandation issu des recherches de F. Reichheld dans le secteur marchand.

La recherche qui a présidé à l'élaboration de ce dispositif a permis de ne pas réduire le visiteur à la figure d'utilisateur d'un service, comme il était courant de le voir dans les études d'évaluation empruntant le paradigme de la satisfaction. Cette enquête tient compte des dynamiques socioculturelles qui construisent la satisfaction à l'égard d'une visite muséale. Conçue pour mesurer la performance des politiques publiques de la culture, elle fait du visiteur un acteur direct

---

<sup>141</sup> Au risque toutefois de ne pouvoir analyser que le registre des représentations qu'ont les visiteurs sur les personnes qui les accompagnent, comme nous le soulignons au travers des données de l'enquête *Débuts de carrière de visiteur*.

de cette évaluation. En n'en retenant que deux indicateurs, ces procédures d'évaluation encourraient le risque signalé par J. Le Marec d'une « colonisation rapide de la muséologie par le marketing » (Le Marec, 2008b : 82). Si tant est que la performance à mesurer soit encore pensée en termes de démocratisation des musées, cette recherche souligne l'intérêt de jumeler l'analyse de la satisfaction à la compréhension de ses expressions différenciées par différentes catégories de publics et en différents contextes.

## Bibliographie

- Afsa, Cédric. 2009. « La moitié d'une génération accède à l'enseignement supérieur ». *INSEE, France, Portrait social - édition 2009*. Disponible sur : < <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1372404?sommaire=1372421> > (Consulté le 10 mars 2018).
- Akrich, Madeleine. 2006. « Les utilisateurs, acteurs de l'innovation ». Dans : *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*, Akrich Madeleine, Callon Michel et Latour Bruno (dirs). Paris, France : Presses de l'École des Mines, p. 253-265.
- Allard, Laurence. 2005. « Express Yourself 2.0 ! Blogs, pages perso, fansubbing...: de quelques agrégats technoculturels ordinaires à l'âge de l'expressivisme généralisé ». Dans : *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Maigret Éric et Macé Éric (dirs.). Paris, France : A. Colin, p. 145-172.
- Baudelot, Christian, et Roger Establet. 1989. *Le niveau monte*. Paris, France : Éd. du Seuil, 197 p.
- Baudelot, Christian, Marie Cartier, et Christine Détrez. 1999. *Et pourtant, ils lisent...* Paris, France : Éd. du Seuil, 245 p.
- Bayart, Denis, et Pierre-Jean Benghozi. 1993. *Le tournant commercial des musées en France et à l'étranger*. Paris, France : La Documentation française, 295 p.
- Becker, Howard Saul. 1985. *Outsiders : études de sociologie de la déviance*. 1ère édition : 1963. Paris, France : A.-M. Métailié, 247 p.
- Bellavance, Guy, Myrtille Valex, et Michel Ratté. 2004. « Le goût des autres : une analyse des répertoires culturels de nouvelles élites omnivores ». *Sociologie et sociétés*. Vol. 36, n°1, p. 27-57
- Benhamou, Françoise. 2012. *Économie du patrimoine culturel*. Paris, France : la Découverte, 126 p.
- Benhamou, Françoise, et David Thesmar. 2011. *Valoriser le patrimoine culturel de la France*. Paris, France : La Documentation française, 167 p.
- Bergé, Armelle, et Fabien Granjon. 2007. « Éclectisme culturel et sociabilités ». *Terrains & travaux*. n°1, p. 195-215.

- . 2005. « Réseaux relationnels et éclectisme culturel ». *Revue LISA/LISA e-journal* [En ligne]. Disponible sur : < <http://journals.openedition.org/lisa/909> > (Consulté le 28 février 2018).
- Bertaux, Daniel. 2010. *Le récit de vie*. Paris, France : A. Colin, 126 p.
- Bigot, Régis, Emilie Daudey, Sandra Hoibian, et Jörg Müller. 2012. *La visite des musées, des expositions et des monuments*. Paris, France : CRÉDOC, 84 p.
- Bigot, Régis, Sandra Hoibian, et Jörg Müller. 2016. *Les visites du patrimoine culturel et la question de la gratuité*. Paris, France : CRÉDOC, 106 p.
- Bordeaux, Marie-Christine. 2008. « La médiation culturelle en France, conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques ». Montréal, Canada : *Actes du 5e forum La Rencontre, colloque international sur la médiation culturelle*.
- Bouchet-Valat, Milan. 2015. [Thèse]. *Les rouages de l'amour et du hasard : homogamie et hypergamie dans la France et l'Europe contemporaines : dimensions socioéconomique et d'éducation, variations et mécanismes*. Paris, France : 610 p.
- Bouquillard, Olivier. 1997. « Les musées et les jeunes, comment développer la fréquentation ? » *Musées et collections publiques de France*. n°216, p. 63- 65.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris, France : Les Éd. de Minuit, 670 p.
- . 1986. « L'illusion biographique ». *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 62, n°1, p. 69- 72.
- Bourdieu, Pierre, et Alain Darbel. 1969. *L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*. Paris, France : Les Éd. de Minuit, 247 p.
- Bourdieu, Pierre, et Jean-Claude Passeron. 1970. *La reproduction : éléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris, France : Les Éd. de Minuit, 279 p.
- . 1964. *Les héritiers : les étudiants et la culture*. Paris, France : Les Éd. de Minuit, 179 p.
- Bryson, Bethany. 1996. « Anything but heavy metal : Symbolic exclusion and musical dislikes ». *American Sociological Review*. Vol. 61, p. 884-899.
- Burgos, Martine, Christophe Evans, et Esteban Buch. 1996. *Sociabilités du livre et communautés de lecteurs : trois études sur la sociabilité du livre*. Paris, France : Bibliothèque Publique d'Information, Études et recherche, 289 p.
- Caillet, Élisabeth. 1995. *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon, France : Presses universitaires de Lyon, 306 p.
- Caillet, Elisabeth. 1994. « L'ambiguïté de la médiation culturelle : entre savoir et présence ». *Publics et Musées*. Vol. 6, n°1, p. 53- 73.

- Cardon, Dominique, et Fabien Granjon. 2003. « Éléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilité ». Dans : *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*. Donnat, Olivier, et Paul Tolila (dirs.). Paris, France : Presses de Sciences Po, p. 93-108.
- Casanova, Françoise. 1998a. « La voix de musée ? Le problème des voix dans la médiation de l'œuvre d'art in situ ». *MEI, Médiation et information*. n°9, p. 99-116.
- . 1998b. « Une pratique interactive orale de l'histoire de l'art au musée du Louvre : des jeunes s'entretiennent ». *Publics et Musées*. Vol. 14, n°1, p. 69-85.
- Caune, Jean. 2006. *La démocratisation culturelle : une médiation à bout de souffle*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble, 205 p.
- Certeau, Michel de. 1990. *L'invention du quotidien. 1, Arts de faire*. Paris, France : Gallimard, 349 p.
- Chaumier, Serge. 2005. « Du musée au parc d'attraction. Introduction au numéro thématique ». *Culture et Musées*. Vol. 5, n°1, p. 13-36
- , (dir.). 2011. *Expoland, Ce que le parc fait au musée : ambivalence des formes de l'exposition*. Paris, France : Ed. Complicités, 191 p.
- . 2010. *L'inculture pour tous : la nouvelle utopie des politiques culturelles*. Paris, France : L'Harmattan, 226 p.
- . 2014. *Vers la fin de l'exposition temporaire ?* [En ligne]. Disponible sur : < <http://invisible.eu/fr/vers-la-fin-de-l'exposition-temporaire/> > (Consulté le 10 mai 2015).
- Chaumier, Serge, et François Mairesse. 2013. *La médiation culturelle*. Paris, France : A. Colin, 275 p.
- Chauvel, Louis. 1998. « La seconde explosion scolaire : diffusion des diplômes, structure sociale et valeur des titres ». *Revue de l'OFCE*. Vol. 66, n°1, p. 5-36.
- Cheyland, Gilles. 2000. « La "nuit à musée", une manifestation pour les étudiants à Aix-en-Provence ». *La Lettre de l'OCIM*. n°70, p. 30-32.
- Cicchelli, Vincenzo. 2001. « Les jeunes adultes comme objet théorique ». *Recherches et prévisions*. n°65, p. 5-18.
- Couillard, Noémie. 2017. [Thèse]. *Les community managers des musées français : identité professionnelle, stratégies numériques et politique des publics*. Thèse de doctorat. France : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Ecole du Louvre, Université du Québec à Montréal, 463 p.
- Coulangeon, Philippe. 2004. « Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie : Le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète ? ». *Sociologie et sociétés*. Vol. 36, n°1, p. 59-85.
- . 2007. « Lecture et télévision. Les transformations du rôle culturel de l'école à l'épreuve de la massification scolaire ». *Revue française de sociologie*. Vol. 48, n°4, p. 657-691.

- . 2011. *Les métamorphoses de la distinction : inégalités culturelles dans la France d'aujourd'hui*. Paris, France : B. Grasset, 165 p.
- . 2003. « Quel est le rôle de l'école dans la démocratisation de l'accès aux équipements culturels ? » Dans : *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*, O. Donnat et P. Tolila (dirs). Paris, France : Presses de Sciences Po, p. 245-265.
- Davallon, Jean. 1992a. « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée ». *Publics et musées*. Vol. 2, n°1, p. 10-18.
- . 1992b. « Le musée est-il vraiment un média ? ». *Publics et Musées*. Vol. 2, n°1, p. 99-123.
- Debenedetti, Stéphane. 2003a. « L'expérience de visite des lieux de loisir : le rôle central des compagnons ». *Recherche et application en marketing*. Vol. 18, n°4, p. 43-56.
- . 2010. « L'expérience sociale du musée, entre visite anonyme et visite collaborative ». *Recherches en marketing des activités culturelles*. p. 179- 196.
- . 2003b. « Visite occasionnelle du musée d'art et confort de visite : le rôle des compagnons ». Dans : *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*. Donnat, Olivier et Paul, Tolila (dirs.). Paris, France : Presses de Sciences Po, p. 273-279.
- Desvallées, André, (dir.). 1992. *Vagues : une anthologie de la nouvelle muséologie*. Mâcon, France : Éd. W, 529 p.
- Détrez, Christine. 2014. *Sociologie de la culture*. Paris, France : A. Colin, 191 p.
- DiMaggio, Paul. 1982a. « Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston, part II: the classification and framing of American art ». *Media, Culture & Society*. Vol. 4, n°4, p. 303-322
- . 1982b. « Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston: the creation of an organizational base for high culture in America ». *Media, Culture & Society*. Vol. 4, n°1, p. 33-50.
- Djakouane, Aurélien. 2006. « Du questionnaire à la biographie et vice et versa : regards croisés sur l'évolution des préférences esthétiques des spectateurs de théâtre ». *Sociologie de l'Art*. Vol. OPuS 9 & 10, n°2, p. 107-123.
- . 2011. « La carrière du spectateur. Une approche relationnelle des temps de la réception ». *Temporalités. Revue de sciences sociales et humaines* [En ligne]. n°14. Disponible sur : < <http://temporalites.revues.org/1939> > (Consulté le 19 février 2014).
- Donnat, Olivier. 2008. « Démocratisation de la culture : fin... et suite ? » Dans : *Culture et société : un lien à recomposer*. Saez, Jean-Pierre (dir.). Toulouse, France : Éd. de l'Attribut, p. 54-71.
- . 2005. « La féminisation des pratiques culturelles ». *Développement culturel*. n°147, p. 1-11.



- . 1996. *Les amateurs : enquête sur les activités artistiques des Français*. Paris, France : Ministère de la culture, Département des études et de la prospective, 229 p.
- . 1994. *Les Français face à la culture : de l'exclusion à l'éclectisme*. Paris, France : La Découverte, 368 p.
- . 2009. *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*. Paris, France : Ministère de la culture et de la communication, 282 p.
- . 1998. *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*. Paris, France : la Documentation française, 359 p.
- . 2011. « Pratiques culturelles, 1973-2008 : questions de mesure et d'interprétation des résultats ». *Culture méthodes*, Vol. 2011-7, p. 1-12.
- Donnat, Olivier, et Florence Lévy. 2007. « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques ». *Culture prospective*. Vol. 2007-3, p. 1-31.
- . 2011. « Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales ». *Culture études*. Vol. n°7, n°7, p. 1-36.
- Dorin, Stéphane. 2013. « Dissonance et consonance dans l'amour de la musique contemporaine. Les limites de l'omnivorisisme musical dans l'auditoire de l'Ensemble intercontemporain ». Dans : *Trente ans après « La Distinction » de Pierre Bourdieu*. Coulangeon, Philippe et Julien, Duval (dirs.), Paris, France : La Découverte, p. 99-112.
- Dubois, Vincent. 2012. *La politique culturelle : genèse d'une catégorie d'intervention publique*. Paris, France : Belin, 512 p.
- . 2003. « La statistique culturelle au ministère de la Culture, de la croyance à la mauvaise conscience ». Dans : *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*. Donnat, Olivier et Paul, Tolila (dirs.). Paris, France : Presses de Sciences Po, p. 25-32.
- Dumazedier, Joffre. 1962. *Vers une civilisation du loisir ?* Paris, France : Ed. du Seuil, 264 p.
- Dupuis, Xavier. 2002. « Entreprises culturelles, consommateurs et pouvoirs publics face à la tarification. Stratégies et pratiques ». Dans : *Les tarifs de la culture*. Rouet, François (dir.). Paris, France : La Documentation française, p. 35-161.
- Duru-Bellat, Marie, et Annick Kieffer. 2008. « Du baccalauréat à l'enseignement supérieur en France : déplacement et recomposition des inégalités ». *Population*. Vol. 63, n°1, p. 123.
- Dutoyer, Fanny. 2005. *Les Nocturnes du vendredi : voir le Louvre autrement ?* Mémoire de master. Paris, France : Ecole du Louvre, 63 p.
- Eidelman, Jacqueline (dir.). 2017. *Inventer des musées pour demain*. Paris, France : La Documentation française, 249 p.

- Eidelman, Jacqueline. 2009. « Du non-public des musées aux publics de la gratuité ». *Loisir et Société / Society and Leisure*. Vol. 32, n°1, p. 173-200.
- . 2005. *Musées et publics, la double métamorphose. Socialisation et individualisation de la culture*. Habilitation à diriger des recherches. Paris, France : Sorbonne/Paris 5-René Descartes, 298 p.
- Eidelman, Jacqueline, et Benoît Céroux. 2009. « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de la mobilisation des visiteurs ». *Culture études*. Vol. 2, n°2, p. 1-23.
- . 2008. *Sociologie de l'expérimentation de la gratuité dans les musées et monuments nationaux*. Paris, France : Cerlis, Université Paris Descartes-CNRS, 110 p.
- Eidelman, Jacqueline, Jean-Pierre Cordier, et Muriel Letrait. 2003. « Catégories muséales et identités de visiteurs ». Dans : *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Donnat, Olivier (dir.). p. 189-205.
- Eidelman, Jacqueline, et Anne Jonchery. 2013. « *A l'écoute des visiteurs 2012* » : résultats de l'enquête nationale sur la satisfaction des publics des musées nationaux. [En ligne]. Paris, France : Département de la politique des publics et de la Direction générale des patrimoines, Ministère de la Culture et de la Communication. Disponible sur : < [http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/77142/586188/version/1/file/ArticleAEVmus%C3%A9es\\_2012.pdf](http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/77142/586188/version/1/file/ArticleAEVmus%C3%A9es_2012.pdf) > (Consulté le 10 juin 2015).
- . 2014. « Les indicateurs de la satisfaction dans l'enquête nationale "A l'écoute des visiteurs" ». Dans : « *Les musées et leurs publics : savoirs et enjeux* ». Daignault, Lucie et Schiele Bernard (dirs). Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec, p. 309-331.
- Eidelman, Jacqueline, Anne Jonchery, et Lucile Zizi. 2012. « Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011) ». Département de la politique des publics et de la Direction générale des patrimoines, Ministère de la Culture et de la Communication. 13 p.
- Eidelman, Jacqueline, et Maylis Nouvellon. 2013. « Les 18-25 ans et la gratuité. Un public en apesanteur culturelle ». Dans : *Le prix de l'art. Le coût et la gratuité*. Naugrette Catherine (dir.). Paris, France : L'Harmattan, p. 151-158.
- Eidelman, Jacqueline, et Mélanie Roustan. 2008. « Les études de publics : recherche fondamentale, choix de politiques et enjeux opérationnels ». Dans : *La place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées*. Eidelman, Jacqueline, Roustan Mélanie, et Goldstein Bernadette (dirs.). Paris, France : La Documentation française, p. 11-33.
- Eidelman, Jacqueline, Mélanie Roustan, et Bernadette Goldstein (dirs.). 2008. *La place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées*. Paris, France : la Documentation française, 334 p.

- Erickson, Bonnie H. 1996. « Culture, Class, and Connections ». *American Journal of Sociology*. Vol. 102, p. 217- 251.
- Ethis, Emmanuel. 2003. « La forme Festival à l'œuvre : Avignon, ou l'invention d'un « public médiateur » ». Dans : *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*. Donnat, Olivier et Paul, Tolila (dirs.). Paris, France : Presses de Sciences Po, p. 181-194.
- . 2004. *Pour une po(i)étique du questionnaire en sociologie de la culture : le spectateur imaginé*. Paris, France : 191 p.
- Ethis, Emmanuel, Jean-Louis Fabiani, et Damien Malinas. 2008. *Avignon ou Le public participant : une sociologie du spectateur réinventé*. Montpellier, France : l'Entretiens éd., 231 p.
- Falk, John Howard, Lynn Diane Dierking, et Willard L. Boyd. 1992. *The museum experience*. Washington, D.C., Etats-Unis : Whalesback books, 205 p.
- Fleury, Laurent. 2016. « La catégorisation au risque de la normativité : défis épistémologiques, enjeux critiques ». Dans : *Penser les catégories de pensée : arts, cultures et médiations : [colloque, Paris, 11-12 juin 2015]*. Delaporte Chloé, Graser Léonor et Péquignot Julien (dirs). Paris, France : L'Harmattan, p. 15-34.
- . 2006a. *Le TNP de Vilar : une expérience de démocratisation de la culture*. Rennes, France : Presses universitaires de Rennes, 278 p.
- . 2004. « L'invention de la notion de "non-public" ». Dans : *Les non-publics : les arts en réceptions*. Ancel Pascale et Pessin Alain (dirs). Paris ; Budapest ; Torino : L'Harmattan, Vol. 1, p. 53-81.
- . 2015. « L'invention des politiques de médiation au plus près des institutions et des publics. Pour une compréhension socio-historique d'un processus d'"action réciproque" ». Dans : *Les mondes de la médiation culturelle. Volume 1, Approches de la médiation: [colloque international, Paris 17-19 octobre 2013]*. Camart Cécile, Mairesse François, Prévost-Thomas Cécile, et Vessely Pauline (dirs). Paris : L'Harmattan, p. 73-90.
- . 2006b. *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*. Paris, France : A. Colin, 127 p.
- Fonteneau, Emma. 2011. *La Place des jeunes adultes dans la programmation des musées : regards croisés entre la France et les Etats Unis*. Mémoire de master. Paris, France : Ecole du Louvre, 86 p.
- Fourteau, Claude. 2007. « La gratuité, point aveugle des politiques culturelles ». *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*. n°111, p. 15–22
- . 2001. « La gratuité au bois dormant... ». Dans : *Les publics des équipements culturels méthodes et résultats d'enquêtes*. Donnat, Olivier et Octobre, Sylvie (dirs.). Paris, France : Ministère de la Culture et de la Communication, Département des Études et de la Prospective, p. 147-168

- Fourteau, Claude. 1996a. « La carte Louvre jeunes pour fidéliser un nouveau public ». *La Lettre de l'OCIM*. n°47, p. 21-26.
- . 1996b. « Politiques de fidélisation, l'adhésion annuelle au musée ». *Publics et Musées*. Vol. 9, n°1, p. 129-142.
- Gennetais Lemaitre, Vanessa, et Lenaig Kerdilès. 1997. *Analyse d'un projet culturel : création, mise en oeuvre, évaluation : les Nocturnes-jeunes du Musée du Louvre*. Mémoire de master. Paris, France : Ecole du Louvre, 66 p.
- Ghebaur, Cosmina. 2013. « "Mais... je ne visite pas !" : une approche ethnographique de l'usage faible des œuvres ». *Ethnologie Française*. Vol. 43, n°4, p. 709-722.
- Ghلامallah, Sarah. 2010. *Le musée et la quête de soi*. Mémoire. Paris, France : Université Paris Descartes, 85 p.
- Giannesini, Emmanuel. 2011. *Les musées nationaux après une décennie de transformations (2000-2010)*. Paris, France : Cour des comptes, 270 p.
- Gire, Fabienne, Dominique Pasquier, et Fabien Granjon. 2008. « Culture et sociabilité ». *Réseaux*. n°6, p. 159–215.
- Glevarec, Hervé. 2013. *La culture à l'ère de la diversité : essai critique, trente ans après « La distinction »*. La Tour d'Aigues, France : Éd. de l'Aube, 124 p.
- . 2009. *La culture de la chambre : préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*. Paris : la Documentation française, 184 p.
- . 2005. « La fin du modèle classique de la légitimité culturelle. Hétérogénéisation des ordres de légitimité et régime contemporain de justice culturelle. L'exemple du champ musical ». Dans : *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Maigret Éric et Macé Éric (dirs.). Paris, France : A. Colin, p. 69-102.
- . 2003. « Le moment radiophonique des adolescents ». *Réseaux*. Vol. no 119, n°3, p. 27-61.
- Glevarec, Hervé, et Michel Pinet. 2014. « De la distinction à la diversité culturelle. Éclectismes qualitatifs, reconnaissance culturelle et jugement d'amateur ». *L'Année sociologique*. Vol. 63, n°2, p. 471-508.
- . 2009. « La "tablature" des goûts musicaux : un modèle de structuration des préférences et des jugements ». *Revue française de sociologie*. Vol. 50, n°3, p. 599-640.
- Gombault, Anne. 2002. « L'émergence du prix comme variable stratégique des musées : une étude internationale ». Dans : *Les tarifs de la culture*. Rouet, François (dir.). Paris, France : La Documentation française, p. 165-221.

- Gombault, Anne, Christine Petr, Dominique Bourgeon-Renault, Marine Le Gall-Ely, et Caroline Urbain. 2006. *La gratuité des musées et des monuments côté publics : représentations, projets d'usage et comportements des publics*. Paris, France : la Documentation française, 415 p.
- Gombault, Anne, Caroline Urbain, Dominique Bourgeon-Renault, Marine Le Gall-Ely, et Christine Petr. 2008. « La gratuité des musées et des monuments qu'en pensent les publics en France ? ». *Culture Etudes*. Vol. 1, n°1, p. 1.
- Gottesdiener, Hana. 1992. *Freins et motivations à la visite des musées d'art*. Paris, France : Département des études et de la prospective, Ministère de la culture et de la communication, 75 p.
- Gottesdiener, Hana, et Jean-Christophe Vilatte. 2006. *L'accès des jeunes adultes à l'art contemporain : approches sociologique et psychologique du goût des étudiants pour l'art et de leur fréquentation des musées*. Paris, France : Ministère de la culture et de la communication, Département des études, de la prospective et des statistiques, 135 p.
- Goux, Dominique, et Éric Maurin. 2012. *Les nouvelles classes moyennes*. Paris, France : Seuil, 118 p.
- Grignon, Claude, et Jean-Claude Passeron. 1989. *Le savant et le populaire : misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*. Paris, France : Gallimard : Le Seuil, 260 p.
- Guérin, Catherine. 1994. « Nocturnes gratuites en octobre au musée du Louvre pour les étudiants ». *Publics et Musées*. Vol. 5, n°1, p. 122-125.
- Habermas, Jürgen. 1993. *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris, France : Payot, 324 p.
- Heinich, Nathalie. 1993. *Du peintre à l'artiste : artisans et académiciens à l'âge classique*. Paris, France : les Ed. de Minuit, 302 p.
- . 2012. *L'art contemporain exposé aux rejets : études de cas*. Paris, France : Arthème Fayard, 214 p.
- Hennion, Antoine. 1993. *La passion musicale : une sociologie de la médiation*. Paris, France : Ed. Métailié, 406 p.
- Héran, François. 1988. « La sociabilité, une pratique culturelle ». *Economie et statistique*. Vol. 216, n°1, p. 3-22.
- Hoggart, Richard. 1970. *La culture du pauvre : étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*. Paris, France : Les Éd. de Minuit, 420 p.
- Hood, Marylyn G. 1994. « L'interaction sociale au musée, facteur d'attraction des visiteurs occasionnels ». *Publics et Musées*. Vol. 5, n°1, p. 45-58.
- . 1983. « Staying away: Why people chose not to visit museum ». *Museum News*. Vol. 4, n°61, p. 50-57.

- Jacobi, Daniel. 2013. « Exposition temporaire et accélération : la fin d'un paradigme ? » *La Lettre de l'OCIM*. n°150, Disponible sur : < <http://ocim.revues.org/1295> > (Consulté le 10 mai 2015).
- . 2012. « La muséologie et la transformation des musées ». Dans : *La muséologie, champs de théories et de pratiques*. Meunier, Anik (dir.). Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec, p. 133-149.
- Jacobi, Daniel, et Jason Luckerhoff, (dirs). 2012. *Looking for Non-Publics*. Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec, 158 p.
- Jauss, Hans Robert. 1990. *Pour une esthétique de la réception*. Paris, France : Gallimard, 305 p.
- Jeanson, Francis. 1973. *L'action culturelle dans la cité* [En ligne]. Paris : Éd. du Seuil, 248 p.
- Jonchery, Anne. 2010. « Enfance et musées : l'influence du contexte familial dans la construction des rapports aux musées pendant l'enfance ». Dans : *Enfance & culture : transmission, appropriation et représentation*. Octobre, Sylvie. (dir.). Paris, France : Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective, p. 59-81.
- . 2016. « La visite de musées, une affaire de famille ? Des logiques collectives et individuelles à la construction d'une pratique ». Dans : *Visiter en famille : socialisation et médiation des patrimoines*. Jonchery Anne et Biraud Sophie (dirs). Paris, France : La Documentation française, p. 15-60.
- Katz, Elihu, et Daniel, Dayan. 2012. « On publics, non-publics, former publics, future publics, almost publics, and their students and genealogies ». Dans : *Looking for Non-Publics*, Jacobi, Daniel et Jason, Luckerhoff (dirs.). Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec, p. vii-xx.
- Katz, Elihu, Paul Felix Lazarsfeld, [Traduction : Éric Maigret et Daniel Cefai]. 2008. *Influence personnelle : ce que les gens font des médias*. Paris, France : A. Colin, 416 p.
- Kerr, Aphra. 2002. « Representing Users in the Design of Digital Games ». *Tampere University Press* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.digra.org/digital-library/publications/representing-users-in-the-design-of-digital-games/> > (Consulté le 22 mai 2015)
- Krieg-Planque, Alice. 2009. *La notion de « formule » en analyse du discours : cadre théorique et méthodologique*. Besançon, France : Presses universitaires de Franche-Comté, 144 p.
- Labourdette, Marie-Christine. 2015. *Les musées de France*. Paris, France : Presses universitaires de France, 127 p.
- Lacerenza, Sabine. 2004. « L'émergence du « non-public » comme problème public ». Dans : *Les non-publics : les arts en réceptions*. Ancel Pascale et Pessin Alain (dirs). Paris ; Budapest ; Torino : L'Harmattan, Vol. 1, p. 37-51.

- Lafortune, Jean-Marie. 2008. « De la médiation à la médiacion : le double jeu du pouvoir culturel en animation ». *Lien social et Politiques*. n°60, p. 49.
- . 2012. *La médiation culturelle : le sens des mots et l'essence des pratiques*. Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec, 222 p.
- Lahire, Bernard. 2002. « Formes de la lecture étudiante et catégories scolaires de l'entendement lectoral ». *Sociétés contemporaines*. Vol. no 48, n°4, p. 87-107.
- . 2006. *La culture des individus : dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris, France : La Découverte, 778 p.
- Langeard, Chloé. 2016. « Des publics qui ne comptent pas ! Mises à l'épreuve d'une catégorie d'action publique ». Dans : *Penser les catégories de pensée : arts, cultures et médiations : [colloque, Paris, 11-12 juin 2015]*. Delaporte Chloé, Graser Léonor et Péquignot Julien (dirs). Paris, France : L'Harmattan, p. 189-204.
- Le Bart, Christian. 2000. *Les fans des Beatles : sociologie d'une passion*. Rennes, France : Presses Universitaires de Rennes, 242 p.
- Le Guével, Anne-Marie. 2017. *Évaluation de la politique publique de démocratisation culturelle, Rapport au Premier ministre, Secrétariat général de la modernisation de l'action publique, Rapport de diagnostic et plan d'action*. Paris, France : Ministère de la Culture et de la Communication, 292 p.
- Le Guern, Philippe. 2002. « En être ou pas : le fan-club de la série Le Prisonnier ». Rennes, France : Presses Universitaires de Rennes, p. 177-215.
- Le Marec, Joëlle. 2008a. « Muséologie participative, évaluation, prise en compte des publics : la parole introuvable ». Dans : *La place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées*. Eidelman, Jacqueline, Roustan Mélanie, et Goldstein Bernadette (dirs.). Paris, France : La Documentation française, p. 247-263.
- . 2008b. *Publics et musées : la confiance éprouvée*. Paris, France : L'Harmattan, 221 p.
- Le Marec, Joëlle, et Serge Chaumier. 2009. « Évaluation muséale : Hermès ou les contraintes de la richesse ». *La Lettre de l'OCIM*. n°126, p. 7-14.
- Lemerise, Tamara, Dany Lussier-Desrochers, et Brenda Soucy. 2000. *Projet d'enquête sur la relation musées-adolescents : Volet 2. À travers l'œil des adolescents*. Montréal : Université du Québec à Montréal, Laboratoire des apprentissages en nouveaux contextes éducatifs (LANCE)
- Levine, Lawrence W. 2010. *Culture d'en haut, culture d'en bas : l'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*. Paris, France : la Découverte, 314 p.
- Lizé, Wenceslas, et Olivier Roueff. 2010. « La fabrique des goûts ». *Actes de la recherche en sciences sociales*. n°181-182, p. 4-11.

- López Sintas, Jordi, Ercilia García Álvarez, et Elena Pérez Rubiales. 2014. « Art museum visitors: interaction strategies for sharing experiences ». *Museum Management and Curatorship*. Vol. 29, n°3, p. 241-259.
- Mairesse, François. 2000. « La belle histoire, aux origines de la nouvelle muséologie ». *Publics et Musées*. Vol. 17, n°1, p. 33-56.
- . 2005. *Le droit d'entrer au musée*. Bruxelles : Éditions Labor, 92 p.
- . 2010. *Le musée hybride*. Paris, France : la Documentation française, 208 p.
- . 2002. *Le musée, temple spectaculaire : une histoire du projet muséal*. Lyon, France : Presses universitaires de Lyon, 215 p.
- Maresca, Bruno. 2008. « La nocturne gratuite, un bon plan pour les jeunes et pour les musées ». *Consommation et modes de vie*. n°215, p. 1-4.
- Mauger, Gérard. 1995. « Jeunesse : l'âge des classements. Essai de définition sociologique d'un âge de la vie ». *Recherches et Prévisions*, Vol. 40, n°1, p. 19-36.
- Mauger, Gérard, Claude F. Poliak, et Bernard Pudal. 1999. *Histoires de lecteurs*. Paris, France : Nathan, 446 p.
- McManus, Paulette M. 1994. « Le contexte social, un des déterminants du comportement d'apprentissage dans les musées ». *Publics et Musées*. Vol. 5, n°1, p. 59-78.
- Ménard, Marc. 2004. « La culture et l'économie ». Dans : *Éléments pour une économie des industries culturelles*. Montréal : Société de développement des entreprises culturelles, p. 57-87.
- Mercklé, Pierre. 2016. *Comment mesurer l'évolution des inégalités sociales à l'école : l'exemple de l'accès au bac* [En ligne]. *Observatoire des inégalités*. Disponible sur : < [http://www.inegalites.fr/spip.php?page=article&id\\_article=1618](http://www.inegalites.fr/spip.php?page=article&id_article=1618) > (Consulté le 23 août 2017)
- Ministère de la Culture et de la Communication. 1991. *Les musées. État et culture*. Paris, France : La Documentation française, 160 p.
- Mironer, Lucien, Pascal Aumasson, et Claude Fourteau. 2001. *Cent musées à la rencontre du public*. Cabestany, France : France éd., 459 p.
- Moeschler, Olivier, et Olivier Thévenin. 2009. *Les territoires de la démocratisation culturelle : équipements, événements, patrimoines, perspectives franco-suisse*s. Paris, France : L'Harmattan, 206 p.
- Montoya, Nathalie. 2017. « Les médiateurs culturels et les modalités de croyance "en la victoire finale de la cause" ». Dans : *Expériences critiques de la médiation culturelle*. Québec, Canada : Presses universitaires Laval, p. 218-234.



- Montpetit, Raymond. 2005. « Expositions, parcs, sites : des lieux d'expériences patrimoniales ». *Culture & Musées*. Vol. 5, n°1, p. 111-133.
- Mouterde, François, Clément Lacouette-Fougère, et Caroline Massot. 2009. « Cartes et chèques culture : dispositifs et mise en œuvre ». *Culture Etudes*. n°6, p. 1-8.
- Muller, Séverine. 2008. *Étude du public adolescent en visite libre au Centre Georges Pompidou*. Mémoire de master. Paris, France : École du Louvre, 241 p.
- Navarro, Nicolas. 2015. [Thèse]. *Le patrimoine métamorphe : circulation et médiation du patrimoine urbain dans les villes et pays d'art et d'histoire*. Thèse de doctorat. France : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Ecole du Louvre, Université du Québec à Montréal, 522 p.
- Nouvellon, Maylis. 2009. *Dans la foule adolescente des Halles, les non-visiteurs du Centre Georges Pompidou : second volet de l'étude de préfiguration du Studio 13/16 du CNAC*. Mémoire de master. Paris, France : Ecole du Louvre, 139 p.
- . 2008. *Etude préalable à l'ouverture de « l'espace Ados » du Centre Pompidou : profil du public adolescent actuel*. Mémoire de master. Paris, France : Ecole du Louvre, 64 p.
- Nouvellon, Maylis, et Anne Jonchery. 2014. « Musées et adolescents : l'impossible médiation ? » *Agora débats/jeunesses*. n°66, p. 91-106.
- Octobre, Sylvie, et Yves Jauneau. 2009. « Tels parents, tels enfants ? » *Revue française de sociologie*. Vol. 49, n°4, p. 695-722.
- Octobre, Sylvie. 2001. « Comment mesurer la démocratisation ? Proposition de cadre interprétatif ». Dans : *Les publics des équipements culturels : méthodes et résultats d'enquêtes*. Donnat O. et Octobre S. (dirs). Paris : Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective, p. 21-25.
- . 2014. *Deux pouces et des neurones : les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*. Paris : La Documentation française, 285 p.
- . 2010. *Enfance & culture : transmission, appropriation et représentation*. Paris : Ministère de la culture et de la communication, Département des études, de la prospective et des statistiques, 230 p.
- . 2009. « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? » *Culture prospective*. n°1, p. 1-8.
- Octobre, Sylvie, Christine Detrez, et Pierre Mercklé, 2010. *L'enfance des loisirs : trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*. Paris, France : Ministère de la culture et de la communication, Département des études, de la prospective et des statistiques, 427 p.

- Packer, Jan, et Roy Ballantyne. 2005. « Solitary vs. Shared: Exploring the Social Dimension of Museum Learning ». *Curator: The Museum Journal*. Vol. 48, n°2, p. 177-192.
- Pasquier, Dominique. 2005. *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*. Paris : Éd. Autrement, 180 p.
- . 1999. *La culture des sentiments : l'expérience télévisuelle des adolescentes*. Paris, France : Éd. de la Maison des sciences de l'homme, 236 p.
- . 2013. *La sortie au théâtre*. Paris, France : Ministère de la Culture et de la Communication, Département des Études, de la Prospective et des Statistiques, 172 p.
- Pasquier, Dominique, Valérie Beaudouin, Tomas Legon, et Alexandre Mallard. 2014. *"Moi je lui donne 5/5" : paradoxes de la critique amateur en ligne*. Paris, France : Presses des Mines, 158 p.
- Passeron, Jean-Claude. 2003. « Consommation et réception de la culture. La démocratisation des publics ». Dans : *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*, Donnat, Olivier et Paul, Tolila (dirs.). Paris, France : Presses de Sciences Po, p. 361-390.
- . 2006. *Le raisonnement sociologique : un espace non poppérien de l'argumentation*. Paris, France : A. Michel, impr. 2006, 666 p.
- . 1990. « Biographies, flux, itinéraires, trajectoires ». *Revue française de sociologie*. 31-1, p. 3–22.
- Passeron, Jean-Claude, et Emmanuel Pedler. 1999. « Le temps donné au regard. Enquête sur la réception de la peinture ». *Protée*. Vol. 27, n°2, p. 93.
- Peterson, Richard A. 1992. « Understanding audience segmentation : From elite and mass to omnivore and univore ». *Poetics*. n°2, p. 243-258.
- Piel, Laure Estelle. 2002. *Les Jeunes et les musées : un rapport complexe*. Mémoire de master. Paris, France : Ecole du Louvre, 93 p.
- Pinto, Louis. 2013. « Du bon usage de La Distinction ». Dans : *Trente ans après « La Distinction » de Pierre Bourdieu*. Coulangeon, Philippe et Julien, Duval (dirs.). Paris, France : La Découverte, p. 83-95.
- Poirier, Christian. 2017. « La citoyenneté culturelle. Considérations théoriques et empiriques ». Dans : *Expériences critiques de la médiation culturelle*. Casemajor Nathalie, Dubé Marcelle, Lafortune Jean-Marie et Lamoureux Ève (dirs). Québec, Canada : Presses de l'Université Laval, p. 153-172.
- Poirrier, Philippe. 2009. *L'État et la culture en France au XXe siècle*. Paris, France : Librairie générale française, 256 p.
- Poulot, Dominique. 1985. « L'invention de la bonne volonté culturelle : l'image du musée au XIXe siècle ». *Le Mouvement social*. n°131, p. 35-64

- Prieur, Annick, et Mike Savage. 2013. « Les formes émergentes de capital culturel ». Dans : *Trente ans après « La Distinction » de Pierre Bourdieu*. Coulangeon, Philippe et Julien, Duval (dirs.). Paris, France : La Découverte, p. 227-240.
- Reichheld, Frederick F. 2004. « The One Number you Need to Grow ». *Harvard business review*. Vol. 81, p. 46-54
- Ripon, Romuald. 1995. *Les jeunes et les sorties culturelles : fréquentation et image des lieux de spectacles et de patrimoine dans la population française âgée de 12 à 25 ans*. Paris, France : Département des études et de la prospective, 191 p.
- Rouet, François, (dir.). 2002. *Les tarifs de la culture*. Paris, France : la Documentation française, 383 p.
- Samsoen, Delphine. 2002. « Petite histoire de la gratuité dans les musées nationaux ». Dans : *Les tarifs de la culture*. Rouet, François (dir.). Paris, France : La Documentation française, p. 269-301.
- Schall, Céline. 2014. « L'intérêt et l'usage des études de publics pour les responsables de petits et grands musées ». Dans : *Les musées et leurs publics : savoirs et enjeux*. Daignault, Lucie et Schiele Bernard (dirs.). Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec, p. 85-100.
- Silverman, Lois H. 1995. « Visitor Meaning-making in Museums for a New Age ». *Curator: The Museum Journal*. Vol. 38, n°3, p. 161-170.
- Strazzieri, Alain. 1994. « Mesurer l'implication durable vis-à-vis d'un produit indépendamment du risque perçu ». *Recherche et Applications en Marketing*. n°1, p. 72-91.
- Sullivan, Oriel, et Tally Katz-Gerro. 2007. « The Omnivore Thesis Revisited: Voracious Cultural Consumers ». *European Sociological Review*. Vol. 23, n°2, p. 123-137.
- Timbart, Noëlle. 2007. [Thèse]. *Adolescents et musées : état des lieux et perspectives*. Thèse de doctorat. Paris : Muséum national d'histoire naturelle, 683 p.
- Urfalino, Philippe. 2004. *L'invention de la politique culturelle*. Paris, France : Hachette Littératures, 427 p.
- Voegtli, Michaël. 2004. « Du Jeu dans le Je : ruptures biographiques et travail de mise en cohérence ». *Lien social et Politiques*. n°51, p. 145-158

## Liste des tableaux et figures

Tableau 1.	Catégories thématiques des collections et développement de programmations pour les jeunes adultes .....	112
Tableau 2.	Corpus de programmations dédiées aux jeunes adultes dans les musées de France (2013-2014). .....	114
Tableau 3.	Médiations et animations proposées dans les 37 programmations pour les jeunes adultes du corpus .....	116
Tableau 4.	Qualification des programmations pour les jeunes adultes dans la communication .....	120
Tableau 5.	Intervenants lors des 37 programmations pour les jeunes adultes du corpus.....	121
Tableau 6.	Familiarité muséale et taux de réponses aux questions sur la familiarité selon l'âge des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> , 2012 .....	133
Tableau 7.	Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, <i>À l'écoute des visiteurs</i> en 2012 .....	135
Tableau 8.	Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, <i>À l'écoute des visiteurs</i> en 2015 .....	135
Tableau 9.	Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> en 2009.....	136
Tableau 10.	Répartition des répondant·es dans les musées enquêtés, <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> en 2014.....	137
Tableau 11.	Composition des échantillons, enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015 .....	149
Tableau 12.	Niveau de diplômes d'ores obtenus par les étudiant·es entre 18 et 25 ans, enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015 .....	150
Tableau 13.	Profil social de la population étudiante entre 18 et 25 ans, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	151
Tableau 14.	Population active et étudiante chez les hommes et les femmes entre 18 et 35 ans, enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015 .....	151
Tableau 15.	Distribution des publics de la gratuité par domaine d'études selon le genre, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	152
Tableau 16.	Niveau de diplôme selon l'âge des visiteurs, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	153
Tableau 17.	Niveau de diplôme et classes sociales au sein de la population active entre 18 et 35 ans, enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	155
Tableau 18.	Niveau de diplôme et classes sociales au sein de la population active entre 18 et 35 ans, enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	155
Tableau 19.	Niveau de familiarité muséale selon l'âge, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	157
Tableau 20.	Degré de connaissance des musées selon l'âge, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015 .....	157
Tableau 21.	Nombre de catégories de musées visitées dans l'année selon l'âge, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	157
Tableau 22.	Familiarité muséale selon le groupe social d'appartenance et l'âge des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 .....	160
Tableau 23.	Familiarité muséale selon le groupe social d'appartenance et l'âge des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015 .....	160
Tableau 24.	Représentations du musée et attentes à l'égard de la visite selon l'âge des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et en 2015.....	163
Tableau 25.	Représentations du musée et attentes à l'égard de la visite selon l'âge des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015 .....	163
Tableau 26.	Rapports des visiteur·ses au musée visité le jour de l'enquête selon leur âge, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 .....	165

Tableau 27.	Rapports des visiteur·ses au musée visité le jour de l'enquête selon leur âge, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	165
Tableau 28.	Circonstances et formats de la visite selon l'âge des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	168
Tableau 29.	Circonstances et formats de la visite selon l'âge des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	168
Tableau 30.	Rapports au musée des visiteur·ses entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	171
Tableau 31.	Rapports au musée des visiteur·ses entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	171
Tableau 32.	Rapports au musée des actif·ves entre 18 et 35 ans selon leur groupe social d'appartenance, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	172
Tableau 33.	Rapports au musée des actif·ves entre 18 et 35 ans selon leur groupe social d'appartenance, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	172
Tableau 34.	Rapports au musée des visiteur·ses entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	173
Tableau 35.	Rapports au musée des visiteur·ses entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	173
Tableau 36.	Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	174
Tableau 37.	Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon le genre, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	174
Tableau 38.	Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	175
Tableau 39.	Rapports au musée des étudiant·es entre 18 et 35 ans selon leur niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	175
Tableau 40.	Primovisiteurs, primovisiteuses selon les catégories de musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	178
Tableau 41.	Socialisation à la pratique de visite muséale dans la prime jeunesse selon le milieu social d'origine, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	185
Tableau 42.	Familiarité muséale et socialisation à la pratique de visite muséale dans la prime jeunesse, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	187
Tableau 43.	Usages des différentes formes de gratuité chez les 18-25 ans, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	282
Tableau 44.	Publics de la gratuité catégorielle et publics des événements gratuits, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	282
Tableau 45.	Mobilisation et usages des différentes formes de gratuité, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	283
Tableau 46.	Usages de la gratuité, fidélisation et renouvellement des publics, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	283
Tableau 47.	Renouvellement et fidélisation des publics suivant l'intensité des usages de la gratuité pour les moins de 26 ans, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	284
Tableau 48.	Renouvellement et fidélisation des publics suivant la mobilisation par la gratuité pour les moins de 26 ans, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	284
Tableau 49.	Mobilisation par la gratuité pour les moins de 26 ans et contexte de la visite, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	285
Tableau 50.	Décision de visite et mobilisation par la gratuité, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	286
Tableau 51.	Familiarité muséale et lien avec l'établissement des visiteur·ses selon leur mobilisation par la gratuité, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	287

Tableau 52.	Accompagnement des visiteur·ses selon leur mobilisation par la gratuité, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	287
Tableau 53.	Profil des visiteur·ses selon leur mobilisation par la gratuité, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	287
Tableau 54.	Missions attribuées à l'événement, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> , 2013 .....	291
Tableau 55.	Attentes et format de la visite, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> , 2013, <i>À l'écoute des visiteurs</i> , 2012.....	291
Tableau 56.	Programme de visite pour la soirée et part des primovisiteur·ses, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> , 2013 .....	292
Tableau 57.	Profil sociodémographique des visiteur·ses à l'initiative de la visite et des visiteur·ses entraîné·es, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014 .....	318
Tableau 58.	Familiarité muséale et lien à l'établissement des visiteur·ses à l'initiative de la visite et des visiteur·ses entraîné·es, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	318
Tableau 59.	2010-2016 : évolution du nombre d'entrées des 18-25 ans dans les collections permanentes des musées nationaux sous tutelle du ministère de la Culture .....	328
Tableau 60.	Connaissance, mobilisation et usages de la gratuité pour les moins de 26 ans de 2009 à 2014 .....	329
Tableau 61.	Mobilisation des visiteur·ses selon le contexte de visite en 2009 et en 2014 .....	330
Tableau 62.	Importance accordée à la gratuité en 2009 et en 2014 .....	331
Tableau 63.	Réactions en cas de suppression de la gratuité pour les moins de 26 ans, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	331
Tableau 64.	Culture de la gratuité et importance accordée à la mesure pour les moins de 26 ans, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014 .....	332
Tableau 65.	Évolution de la part des habitués de la gratuité pour les moins de 26 ans dans chaque catégorie de visiteur·ses de 2009 à 2014.....	335
Tableau 66.	Part des visiteur·ses qui ne seraient pas venu·es au musée sans la gratuité en 2009 et en 2014....	336
Tableau 67.	Satisfaction des attentes selon le profil des visiteur·ses, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> .....	338
Tableau 68.	Satisfaction calculée selon le profil des visiteur·ses, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> .....	338
Tableau 69.	La satisfaction envers les composantes de la nocturne étudiante selon le niveau de familiarité muséale des visiteur·ses.....	339
Tableau 70.	La satisfaction envers les composantes de la nocturne étudiante selon groupe social d'origine des visiteur·ses .....	339
Tableau 71.	Satisfaction des publics étudiants suivant le contexte de visite, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> 2013 et <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	340
Tableau 72.	Niveau de satisfaction chez les jeunes les moins familiers suivant le contexte de visite, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> 2013 et <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015 .....	342
Tableau 73.	Recommandation à l'entourage selon la familiarité muséale des visiteur·ses, <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> , 2013 .....	343
Tableau 74.	Évolution de la satisfaction selon la familiarité muséale des visiteur·ses, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015 .....	344
Tableau 75.	Profil des publics dans les enquêtes sur la gratuité pour les moins de 26 ans et sur la nocturne étudiante .....	350
Figure 1.	La familiarité muséale et patrimoniale dans le questionnaire d'enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> , édition 2012 .....	64
Figure 2.	Répartition en France des musées développant une programmation pour les jeunes adultes .....	111
Figure 3.	Sélection de visuels parmi les 37 programmations pour les jeunes adultes du corpus .....	118
Figure 4.	Familiarité muséale selon le profil des visiteurs, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	159
Figure 5.	Familiarité muséale selon le profil des visiteurs, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	159

Figure 6.	Structuration sociale de la population active de 2012 à 2016 (périmètre constant de 20 musées).....	177
Figure 7.	Structuration sociale de la population active chez les 18-35 ans de 2012 à 2016 (périmètre constant de 20 musées).....	177
Figure 8.	Profil des publics et formes de visite selon la catégorie thématique des musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	180
Figure 9.	Profil des publics et formes de visite selon la localisation des musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	180
Figure 10.	Représentations du musée, attentes à l'égard de la visite et accompagnement des visiteur·ses suivant la catégorie thématique des musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	181
Figure 11.	Évolution de la part des visiteurs très familiers au sein d'une même classe d'âge de 2012 à 2016.....	184
Figure 12.	Évolution de la part des visiteurs peu familiers au sein d'une même classe d'âge de 2012 à 2016.....	184
Figure 13.	Formes d'usage des musées chez les visiteur·ses rencontrés dans les enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	274
Figure 14.	Degré de connaissance des musées et intensité des visites dans l'année suivant les formes d'usages des musées, <i>À l'écoute des visiteurs</i> , 2012.....	274
Figure 15.	Profil socioculturel des visiteur·ses selon les formes d'usage des musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	275
Figure 16.	Familiarité muséale des visiteur·ses selon les formes d'usages des musées, <i>À l'écoute des visiteurs</i> , 2012.....	276
Figure 17.	Liens à l'établissement visité le jour de l'enquête selon les formes d'usage des musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	278
Figure 18.	Attentes et format de la visite selon les formes d'usage des musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	278
Figure 19.	Pratiques culturelles et formes d'usage des musées, enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	279
Figure 20.	Formes de réactivité à l'égard de la gratuité, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	281
Figure 21.	Usages de la gratuité et profil sociodémographiques des visiteur·ses, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> 2014.....	334
Figure 22.	Usages de la gratuité et rapports au musée, enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> 2014.....	334
Figure 23.	Structuration sociale des publics de la gratuité 2009 par comparaison aux enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	347
Figure 24.	Structuration sociale des publics de la gratuité en 2014 par comparaison aux enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	347
Figure 25.	Structuration sociale des publics de la nocturne étudiante par comparaison aux enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	348
Figure 26.	Part des primovisiteurs et des visiteurs peu familiers des musées dans les enquêtes sur la gratuité, la nocturne étudiante et dans <i>À l'écoute des visiteurs</i> .....	348
Figure 27.	Projections après le 26 <sup>ème</sup> anniversaire, <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	353
Figure 28.	Projections après le 26 <sup>ème</sup> anniversaire selon le profil des publics, <i>Les 18-25 ans et la gratuité</i> , 2014.....	353
Figure 29.	Structuration sociale des publics de la <i>Nuit européenne des musées</i> en 2012 par comparaison aux enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> en 2012 et 2015.....	356
Figure 30.	Part des publics mobilisés par la gratuité dans chaque classe sociale d'appartenance, <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012 et 2015.....	357

## **Annexes**



## Table des annexes

1.	Questionnaire d'enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2012.....	397
2.	Questionnaire d'enquête <i>À l'écoute des visiteurs</i> 2015.....	399
3.	Questionnaire d'enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité des musées</i> 2009.....	401
4.	Questionnaire d'enquête <i>Les 18-25 ans et la gratuité des musées</i> 2014.....	403
5.	Questionnaire d'enquête <i>La nuit des musées spéciale étudiants</i> 2013.....	405
6.	Périmètre des enquêtes <i>À l'écoute des visiteurs</i> et <i>Les 18-25 ans et la gratuité des musées</i> .....	407
7.	Guide d'entretien pour l'étude de réception du <i>Mois des étudiants au musée</i> 2014.....	409
8.	Enquête <i>Le mois des étudiants au musée</i> , composition de l'échantillon.....	410
9.	Guide d'entretien pour l'enquête <i>Débuts de carrière de visiteur</i> .....	413
10.	Enquête <i>Débuts de carrière de visiteur</i> , composition de l'échantillon.....	414

# 1. Questionnaire d'enquête À l'écoute des visiteurs 2012

N° du questionnaire : \_\_\_\_\_ Date : \_\_\_\_\_ Direction générale des patrimoines - Département de la politique des publics

**Nom du musée :**

Votre anonymat est préservé.

Veillez cocher la ou les cases correspondant à vos réponses

## À l'écoute des visiteurs



### Votre appréciation de la visite par rapport à vos attentes

**1. Pendant cette visite, vous vous êtes senti(e) :**  ~~à l'aise~~  ~~agacé(e)~~  ~~bien accueilli(e)~~  ~~bouleversé(e)~~  ~~complexé(e)~~  concerné(e)  content(e)  convaincu(e)  déçu(e)  ébloui(e)  .....  exclu(e)  fatigué(e)  frustré(e)  impressionné(e)  indifférent(e)  .....  indigné(e)  stimulé(e)  méprisé(e)  mal à l'aise  nostalgique  .....  perplexe  plus intelligent(e)  respecté(e)  serein(e)  surpris(e)

**2. Que recherchez-vous d'abord, en venant ici aujourd'hui ?**  ~~l'apaisement, le calme~~  le rêve, la magie  un choc, une émotion intense  le dépaysement, la surprise  la beauté, l'esthétique  la détente, le divertissement  le fait d'être ensemble, de partager  rien de particulier  la découverte, le savoir  la discussion, le débat  le plaisir, la joie  .....

**3. Quelles sont, selon vous, les principales missions d'un établissement comme celui-ci ?**  ~~être un lieu chaleureux et accueillant~~  conserver le patrimoine et la mémoire  aider à comprendre le monde contemporain  favoriser le dialogue entre les cultures  présenter des œuvres ou des objets d'exception  aider à mieux se connaître soi-même  être un lieu de sortie attirant  transmettre des connaissances, faire découvrir  proposer un service de qualité  donner un rayonnement culturel à la ville, à la région etc.  faciliter l'accès à la culture pour tous  autre, précisez : .....

**4. Par rapport à l'idée que vous vous faisiez de cette visite avant de venir, diriez-vous...**  
 la visite est très en dessous de mes attentes  la visite est un peu en dessous de mes attentes  la visite correspond à mes attentes  la visite dépasse mes attentes

### Votre expérience de visite aujourd'hui : comment jugez-vous...

<p><b>5. Les œuvres et les objets exposés</b></p> <input type="checkbox"/> exceptionnels <input type="checkbox"/> intéressants <input type="checkbox"/> un peu décevants <input type="checkbox"/> minables, navrants <p><b>6. La mise en valeur des œuvres et des objets</b></p> <input type="checkbox"/> tout à fait remarquable <input type="checkbox"/> réussie <input type="checkbox"/> ordinaire <input type="checkbox"/> totalement ratée <p><b>7. Le fil conducteur de la visite</b></p> <input type="checkbox"/> très bien conçu, très pertinent <input type="checkbox"/> fluide et cohérent <input type="checkbox"/> un peu difficile à suivre <input type="checkbox"/> inexistant ou incompréhensible <p><b>8. L'apport de connaissances</b></p> <input type="checkbox"/> d'une grande richesse <input type="checkbox"/> au niveau attendu <input type="checkbox"/> un peu juste <input type="checkbox"/> d'une grande pauvreté <p><b>9. L'ambiance, l'atmosphère</b></p> <input type="checkbox"/> très chaleureuse <input type="checkbox"/> agréable <input type="checkbox"/> pas très gaie <input type="checkbox"/> franchement sinistre <p><b>10. L'affluence dans les salles</b></p> <input type="checkbox"/> aucun problème <input type="checkbox"/> maîtrisée <input type="checkbox"/> un peu trop dense <input type="checkbox"/> insupportable	<p><b>11. L'éclairage des œuvres, des objets</b></p> <input type="checkbox"/> impeccable <input type="checkbox"/> satisfaisant <input type="checkbox"/> insuffisant <input type="checkbox"/> catastrophique <p><b>12. Le confort de la visite (température, sièges,...)</b></p> <input type="checkbox"/> parfait <input type="checkbox"/> satisfaisant <input type="checkbox"/> à améliorer <input type="checkbox"/> déplorable <p><b>13. L'orientation, le fléchage dans le bâtiment</b></p> <input type="checkbox"/> très bien conçu <input type="checkbox"/> simple, commode <input type="checkbox"/> tout juste convenable <input type="checkbox"/> à revoir absolument <p><b>14. Accessibilité de la visite aux personnes en situation de handicap</b></p> <input type="checkbox"/> parfaitement adaptée <input type="checkbox"/> correcte <input type="checkbox"/> incomplète <input type="checkbox"/> inadaptée, inexistante <p><b>15. L'accueil par les personnels du musée</b></p> <input type="checkbox"/> efficace et très agréable <input type="checkbox"/> correct <input type="checkbox"/> pourrait être amélioré <input type="checkbox"/> inacceptable <p><b>16. Le temps d'attente au guichet</b></p> <input type="checkbox"/> parfait <input type="checkbox"/> acceptable <input type="checkbox"/> à améliorer <input type="checkbox"/> catastrophique	<p><b>17. Le bâtiment du musée, son architecture</b></p> <input type="checkbox"/> magnifique <input type="checkbox"/> pas mal <input type="checkbox"/> sans intérêt <input type="checkbox"/> affreux <p><b>18. Le site, l'environnement</b></p> <input type="checkbox"/> magnifique <input type="checkbox"/> pas mal <input type="checkbox"/> sans intérêt <input type="checkbox"/> affreux <p><b>19. L'accès au bâtiment et au site</b></p> <input type="checkbox"/> très bien signalé <input type="checkbox"/> facile <input type="checkbox"/> un peu difficile <input type="checkbox"/> beaucoup trop compliqué <p><b>20. Les services (boutique, restauration)</b></p> <input type="checkbox"/> excellents <input type="checkbox"/> satisfaisants <input type="checkbox"/> tout juste convenables <input type="checkbox"/> très médiocres <p><b>21. L'entretien, la maintenance</b></p> <input type="checkbox"/> exemplaire <input type="checkbox"/> convenable <input type="checkbox"/> quelques ratés <input type="checkbox"/> à l'abandon <p><b>22. La grille des tarifs</b></p> <input type="checkbox"/> très bien pensée <input type="checkbox"/> acceptable <input type="checkbox"/> à améliorer <input type="checkbox"/> à revoir totalement
---	---	---

23. Comment jugez-vous l'aide à la visite... ?	Nombre et fréquence				Niveau d'explication			
	parfait	correct	peu nombreux	trop rare	très clair	assez clair	compliqué	trop compliqué
Panneaux de textes, cartels, fiches, dépliants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maquettes, expériences, bornes interactives	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Audioguides, visio-guides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numérique (tablettes, appli, téléchargement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visite guidée, visite conférence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tournez SVP

**24. Au total quelle mention attribuez-vous au musée ?**  
 très bien, félicitations                       passable, peut mieux faire  
 bien, mission accomplie                       insuffisant, tout est à revoir

**25. Avez-vous l'intention de parler de votre visite sur un média en ligne**  
*(blog, facebook, twitter, flicker ...)* ?                       oui                       non

**26. Avez-vous l'intention de...**  
 revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire  
 approfondir la visite sur Internet  
 approfondir la visite par une conférence, des lectures, ...  
 visiter d'autres musées du même genre  
 rien, cette visite me suffit

**27. Sur une échelle de 0 à 10, jusqu'à quel point recommanderiez-vous la visite de ce musée à une ou des personnes de votre entourage ?**  
0   1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

### Votre venue aujourd'hui : circonstances et contexte

**28. Est-ce votre première visite ?**                       oui                       non, je suis déjà venu(e) ..... fois                      année de la dernière visite : .....

**29. Aujourd'hui vous avez visité ...**                       les collections permanentes                       l'exposition temporaire                       les deux

**30. Avez-vous des liens particuliers avec le musée ?**  
 non                       oui                       mon histoire personnelle                       mes passions, mes centres d'intérêt                       mon entourage                       abonné, adhérent, ami du musée  
 j'habite tout près                       mon métier ou mes études                       autre, précisez :

**31. Quand avez-vous décidé de visiter ce musée ?**  
 il y a longtemps que j'y pense                       depuis quelques semaines  
 depuis quelques jours                       aujourd'hui même                       en passant devant

**32. Êtes-vous de passage dans la région ?**                       oui                       non

**33. Quel est votre lieu de résidence habituel** (code postal, pays) : .....

**34. Vous êtes venu(e)...**  
 seul(e)  
 en couple  
 entre amis  
 en famille entre adultes  
 en famille avec enfants de moins de 15 ans  
 en groupe organisé

**35. La gratuité a-t-elle compté dans votre décision de visite ?**

	Oui, sinon je ne serais pas venu(e)	Oui, un peu quand même	Non, pas du tout	Non, je ne suis pas concerné(e)
moins de 18 ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18-25 ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dimanche gratuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
autres gratuités	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**36. Comment avez-vous connu le musée ou été informé de son programme ?**  
 campagne d'affiches                       réseaux sociaux en ligne (facebook, blogs...)                       un comité d'entreprise ou une association                       presse et médias  
 office de tourisme                       site Internet du musée                       le bouche-à-oreille                       je l'ai toujours connu  
 guide touristique, dépliant, brochure                       autre.....

### Quelques informations supplémentaires

37a. Avez-vous visité une exposition ou un musée de ...	Ces 12 derniers mois	Au moins 1 fois dans votre vie	Jamais
beaux arts (peinture, sculpture)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
art moderne ou contemporain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sciences, techniques et industrie (muséums, Cité des Sciences, planétarium)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
histoire, mémoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
archéologie, préhistoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sociétés et civilisations (arts et traditions populaires, ethnologie, arts premiers)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
architecture, design, arts décoratifs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
photographie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**37b. Et avez-vous visité....**

	Ces 12 derniers mois	Au moins 1 fois dans votre vie	Jamais
un monument religieux (cathédrale, abbaye, église, temple, mosquée, synagogue)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un château, des fortifications, un palais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un champ de bataille, un mémorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
une maison historique (d'écrivain, d'homme politique, d'artiste, de savant...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
une grotte préhistorique, un site archéologique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un jardin remarquable, un parc historique, des serres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
un site industriel (ancienne usine, exploitation minière...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
une ville d'art et d'histoire, un quartier historique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**38. Laquelle ou lesquelles de ces activités pratiquez-vous pendant vos loisirs ?**  
 artisanat d'art (poterie, bijoux, mosaïque tissage...)  
 bricolage, décoration  
 chantiers de fouilles ou chantiers de restauration  
 collection(s)  
 couture, tricot, broderie  
 cuisine  
 écriture (poèmes, romans, blogs...)  
 graphisme, arts numériques  
 jeux vidéos  
 lecture  
 musique, chant  
 peinture, dessin, sculpture  
 photographie, vidéo  
 sport  
 théâtre, danse  
 .....

**39. Ces 12 derniers mois, avez-vous assisté à ...**  
 un concert (tous types de musiques)                       une séance de cinéma  
 un match, une manifestation sportive                       un spectacle (danse, théâtre, cirque...)

**40. Vous êtes :**                       un homme                       une femme

**41a. Etes-vous sensibilisé(e) à la question du handicap ? :**                       oui                       non  
**41b. Etes-vous, Vous-même, en situation de handicap ? :**                       oui                       non

**42. Votre année de naissance :**

**43. Votre plus haut diplôme**  
 aucun diplôme  
 certificat d'étude  
 CAP / BEP  
 BEPC ou Brevet des collèges  
 BAC, diplôme de fin du secondaire  
 études supérieures :  
 Bac+2                       Bac+3  
 Bac+4                       Bac+5                       Bac+8  
 formation continue, professionnelle  
.....

**44. Actuellement, vous êtes :**                       en activité                       retraité(e)                       élève ou étudiant(e)  
 à la recherche d'un emploi                       parent au foyer / sans profession

**45. Quelle est, ou était, votre profession ?**  
.....

**Merci de votre participation**

## 2. Questionnaire d'enquête À l'écoute des visiteurs 2015

N° du questionnaire : ..... Date : ..... / ..... / .....

Direction générale des Patrimoines  
Département de la politique des publics



Nom du musée : .....

### A l'écoute des visiteurs



Votre anonymat est préservé  
Veuillez cocher la ou les cases correspondantes

#### Votre appréciation de la visite par rapport à vos attentes

1. Pendant cette visite, quels ont été vos ressentis ? ➔ choisissez 3 réponses

<input type="checkbox"/> surpris(e)	<input type="checkbox"/> perplexe	<input type="checkbox"/> indifférent(e)	<input type="checkbox"/> ébloui(e)	<input type="checkbox"/> complexé(e)
<input type="checkbox"/> stimulé(e)	<input type="checkbox"/> nostalgique	<input type="checkbox"/> impressionné(e)	<input type="checkbox"/> déçu(e)	<input type="checkbox"/> bouleversé(e)
<input type="checkbox"/> serein(e)	<input type="checkbox"/> mal à l'aise	<input type="checkbox"/> frustré(e)	<input type="checkbox"/> convaincu(e)	<input type="checkbox"/> bien accueilli(e)
<input type="checkbox"/> respecté(e)	<input type="checkbox"/> méprisé(e)	<input type="checkbox"/> fatigué(e)	<input type="checkbox"/> content(e)	<input type="checkbox"/> agacé(e)
<input type="checkbox"/> plus intelligent(e)	<input type="checkbox"/> indigné(e)	<input type="checkbox"/> exclu(e)	<input type="checkbox"/> concerné(e)	<input type="checkbox"/> à l'aise

autres, précisez :  .....  .....  .....

2. Que recherchez-vous d'abord, en venant ici aujourd'hui ? ➔ choisissez 3 réponses

<input type="checkbox"/> l'apaisement, le calme	<input type="checkbox"/> le rêve, la magie	<input type="checkbox"/> un choc, une émotion intense	<input type="checkbox"/> le dépaysement, la surprise
<input type="checkbox"/> la beauté, l'esthétique	<input type="checkbox"/> la détente, le divertissement	<input type="checkbox"/> le fait d'être ensemble, de partager	<input type="checkbox"/> rien de particulier
<input type="checkbox"/> la découverte, le savoir	<input type="checkbox"/> la discussion, le débat	<input type="checkbox"/> le plaisir, la joie	<input type="checkbox"/> .....

3. Quelles sont, selon vous, les principales missions d'un établissement comme celui-ci ? ➔ choisissez 3 réponses

<input type="checkbox"/> être un lieu chaleureux et accueillant	<input type="checkbox"/> conserver le patrimoine et la mémoire
<input type="checkbox"/> aider à comprendre le monde contemporain	<input type="checkbox"/> favoriser le dialogue entre les cultures
<input type="checkbox"/> présenter des œuvres et des objets d'exception	<input type="checkbox"/> aider à mieux se connaître soi-même
<input type="checkbox"/> être un lieu de sortie attirant	<input type="checkbox"/> transmettre des connaissances, faire découvrir
<input type="checkbox"/> proposer un service de qualité	<input type="checkbox"/> donner un rayonnement culturel à la ville, à la région, etc.
<input type="checkbox"/> faciliter l'accès à la culture pour tous	<input type="checkbox"/> autre, précisez : .....

4. Par rapport à l'idée que vous vous faisiez de cette visite avant de venir, diriez-vous que ...

<input type="checkbox"/> la visite est très en dessous de mes attentes	<input type="checkbox"/> la visite est un peu en dessous de mes attentes	<input type="checkbox"/> la visite correspond à mes attentes	<input type="checkbox"/> la visite dépasse mes attentes
--	--	--	---

#### Votre expérience de visite aujourd'hui : comment jugez-vous ...

5. Les œuvres et les objets exposés	11. L'éclairage des œuvres, des objets	17. Le site, l'environnement
<input type="checkbox"/> exceptionnels	<input type="checkbox"/> impeccable	<input type="checkbox"/> magnifique
<input type="checkbox"/> intéressants	<input type="checkbox"/> satisfaisant	<input type="checkbox"/> pas mal
<input type="checkbox"/> un peu décevants	<input type="checkbox"/> insuffisant	<input type="checkbox"/> sans intérêt
<input type="checkbox"/> minables, navrants	<input type="checkbox"/> catastrophique	<input type="checkbox"/> affreux
6. La mise en valeur des œuvres et objets	12. Le confort de la visite (température, sièges...)	18. L'accès au bâtiment et au site
<input type="checkbox"/> tout à fait remarquable	<input type="checkbox"/> parfait	<input type="checkbox"/> très bien signalé
<input type="checkbox"/> réussie	<input type="checkbox"/> satisfaisant	<input type="checkbox"/> facile
<input type="checkbox"/> ordinaire	<input type="checkbox"/> à améliorer	<input type="checkbox"/> un peu difficile
<input type="checkbox"/> totalement ratée	<input type="checkbox"/> déplorable	<input type="checkbox"/> beaucoup trop compliqué
7. Le fil conducteur de la visite	13. L'orientation, le fléchage dans le bâtiment	19. Les services (boutique, restauration)
<input type="checkbox"/> très bien conçu, très pertinent	<input type="checkbox"/> très bien conçu	<input type="checkbox"/> excellents
<input type="checkbox"/> fluide et cohérent	<input type="checkbox"/> simple, commode	<input type="checkbox"/> satisfaisants
<input type="checkbox"/> un peu difficile à suivre	<input type="checkbox"/> tout juste convenable	<input type="checkbox"/> tout juste convenables
<input type="checkbox"/> inexistant ou incompréhensible	<input type="checkbox"/> à revoir absolument	<input type="checkbox"/> très médiocres
8. L'apport de connaissances	14. L'accueil par les personnels du musée	20. L'entretien, la maintenance
<input type="checkbox"/> d'une grande richesse	<input type="checkbox"/> efficace et très agréable	<input type="checkbox"/> exemplaire
<input type="checkbox"/> au niveau attendu	<input type="checkbox"/> correct	<input type="checkbox"/> convenable
<input type="checkbox"/> un peu juste	<input type="checkbox"/> pourrait être amélioré	<input type="checkbox"/> quelques ratés
<input type="checkbox"/> d'une grande pauvreté	<input type="checkbox"/> inacceptable	<input type="checkbox"/> à l'abandon
9. L'ambiance, l'atmosphère	15. Le temps d'attente au guichet	21. La grille des tarifs
<input type="checkbox"/> très chaleureuse	<input type="checkbox"/> parfait	<input type="checkbox"/> très bien pensée
<input type="checkbox"/> agréable	<input type="checkbox"/> acceptable	<input type="checkbox"/> acceptable
<input type="checkbox"/> pas très gaie	<input type="checkbox"/> à améliorer	<input type="checkbox"/> à améliorer
<input type="checkbox"/> franchement sinistre	<input type="checkbox"/> catastrophique	<input type="checkbox"/> à revoir totalement
10. L'affluence dans les salles	16. Le bâtiment du musée, son architecture	22. L'accessibilité de la visite aux personnes en situation de handicap
<input type="checkbox"/> aucun problème	<input type="checkbox"/> magnifique	<input type="checkbox"/> parfaitement adaptée
<input type="checkbox"/> maîtrisée	<input type="checkbox"/> pas mal	<input type="checkbox"/> correcte
<input type="checkbox"/> un peu trop dense	<input type="checkbox"/> sans intérêt	<input type="checkbox"/> incomplète
<input type="checkbox"/> insupportable	<input type="checkbox"/> affreux	<input type="checkbox"/> inadaptée, inexistante
24. Comment jugez-vous l'aide à la visite, en termes de nombre et d'explication ?	23. Êtes-vous vous-même en situation de handicap ?	<input type="checkbox"/> non
		<input type="checkbox"/> oui, handicap moteur
		<input type="checkbox"/> oui, handicap visuel
		<input type="checkbox"/> oui, handicap auditif
		<input type="checkbox"/> oui, handicap mental

Disponibles au sein du musée	Nombre et fréquence				Niveau d'explication			
	parfait	correct	peu nombreux	trop rare	très clair	assez clair	compliqué	trop compliqué
panneaux, textes, fiches, dépliants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dispositifs interactifs et à manipuler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
audioguides, visioguides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
applications et téléchargements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
visite guidée, visite commentée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tournez SVP



<p>25. Au total, quelle mention attribuez-vous au musée ?</p> <p><input type="checkbox"/> très bien, félicitations    <input type="checkbox"/> passable, peut mieux faire</p> <p><input type="checkbox"/> bien, mission accomplie    <input type="checkbox"/> insuffisant, tout est à revoir</p>	<p>27. Partager sur les réseaux sociaux (<i>Diigo, Facebook, twitter, flickr ...</i>) des images ou des contenus liés à votre visite :</p> <p><input type="checkbox"/> je l'ai fait pendant ma visite    <input type="checkbox"/> je ne suis pas intéressé(e)</p> <p><input type="checkbox"/> je le ferai après ma visite    <input type="checkbox"/> je ne suis pas équipé(e)</p>
<p>26. Suite à votre visite d'aujourd'hui, avez-vous envie de ... ?</p> <p><input type="checkbox"/> revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire</p> <p><input type="checkbox"/> approfondir la visite sur Internet</p> <p><input type="checkbox"/> approfondir la visite par une conférence, des lectures ...</p> <p><input type="checkbox"/> visiter d'autres musées du même genre</p> <p><input type="checkbox"/> rien, cette visite me suffit</p>	<p>28. Sur une échelle de 0 à 10, jusqu'à quel point recommanderiez-vous la visite de ce musée à une ou des personnes de votre entourage ?</p> <p style="text-align: center;">0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p>

### Votre venue aujourd'hui : circonstances et contexte

<p>29. Est-ce votre première visite ? <input type="checkbox"/> oui    <input type="checkbox"/> non, je suis déjà venu(e) ..... fois → année de la dernière visite : <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/></p>																							
<p>30. Avez-vous des liens particuliers avec le musée ?</p> <p><input type="checkbox"/> non    <input type="checkbox"/> oui    <input type="checkbox"/> mon histoire personnelle    <input type="checkbox"/> mes passions, centres d'intérêt    <input type="checkbox"/> mon entourage    <input type="checkbox"/> abonné(e), adhérent(e), ami(e) du musée</p> <p><input type="checkbox"/> j'habite tout près    <input type="checkbox"/> mon métier ou mes études    <input type="checkbox"/> autre, précisez : .....</p>																							
<p>31. Quand avez-vous décidé de visiter ce musée ?</p> <p><input type="checkbox"/> il y a longtemps que j'y pense</p> <p><input type="checkbox"/> depuis quelques semaines</p> <p><input type="checkbox"/> depuis quelques jours</p> <p><input type="checkbox"/> aujourd'hui même</p> <p><input type="checkbox"/> en passant devant</p>	<p>35. Pourquoi être venu(e) et en quoi a consisté votre visite ?</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Initialement, pourquoi étiez-vous venu(e) aujourd'hui ?</th> <th>Et finalement, qu'avez-vous fait aujourd'hui ?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>visiter les collections permanentes</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>visiter une exposition temporaire</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>me promener sur le site ou dans les jardins</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>assister à une animation particulière</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>assister à une conférence, un concert, un spectacle, visiter les ateliers de fabrication, les réserves</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>autre : .....</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		Initialement, pourquoi étiez-vous venu(e) aujourd'hui ?	Et finalement, qu'avez-vous fait aujourd'hui ?	visiter les collections permanentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	visiter une exposition temporaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	me promener sur le site ou dans les jardins	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	assister à une animation particulière	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	assister à une conférence, un concert, un spectacle, visiter les ateliers de fabrication, les réserves	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	autre : .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<p>32. Êtes-vous de passage dans la région ?</p> <p><input type="checkbox"/> oui    <input type="checkbox"/> non</p> <p>33. Quel est votre lieu de résidence habituel ?</p> <p>Code postal : .....    <input type="checkbox"/> Pays : .....</p>
	Initialement, pourquoi étiez-vous venu(e) aujourd'hui ?	Et finalement, qu'avez-vous fait aujourd'hui ?																					
visiter les collections permanentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
visiter une exposition temporaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
me promener sur le site ou dans les jardins	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
assister à une animation particulière	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
assister à une conférence, un concert, un spectacle, visiter les ateliers de fabrication, les réserves	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
autre : .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
<p>34. Aujourd'hui, vous êtes venu(e) ...</p> <p><input type="checkbox"/> seul(e)    <input type="checkbox"/> en famille entre adultes</p> <p><input type="checkbox"/> en couple    <input type="checkbox"/> en famille avec enfants de moins de 15 ans</p> <p><input type="checkbox"/> entre amis    <input type="checkbox"/> en groupe organisé</p>	<p>37. La gratuité a-t-elle compté dans votre décision de visite d'aujourd'hui ?</p> <p><input type="checkbox"/> oui, sinon je ne serais pas venu(e)    <input type="checkbox"/> non, pas du tout</p> <p><input type="checkbox"/> oui, un peu quand même    <input type="checkbox"/> non, pas concerné(e) par l'offre de gratuité</p> <p>38. Si oui, à qui et comment cette gratuité s'est-elle appliquée ?</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Type de gratuité :</th> <th>Pour vous</th> <th>Pour l'une ou plusieurs des personnes vous accompagnant</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>moins de 18 ans</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>18-25 ans</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>dimanche gratuit</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>autre : .....</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		Type de gratuité :	Pour vous	Pour l'une ou plusieurs des personnes vous accompagnant	moins de 18 ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18-25 ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	dimanche gratuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	autre : .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
Type de gratuité :	Pour vous	Pour l'une ou plusieurs des personnes vous accompagnant																					
moins de 18 ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
18-25 ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
dimanche gratuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
autre : .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																					
<p>36. Comment avez-vous connu le musée ou été informé(e) de son programme ?</p> <p><input type="checkbox"/> campagne d'affiches</p> <p><input type="checkbox"/> réseaux sociaux en ligne (<i>facebook, blogs...</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> comité d'entreprise ou association</p> <p><input type="checkbox"/> presse, médias</p> <p><input type="checkbox"/> office de tourisme</p> <p><input type="checkbox"/> site Internet du musée</p> <p><input type="checkbox"/> bouche-à-oreille</p> <p><input type="checkbox"/> guide touristique, dépliant, brochure</p> <p><input type="checkbox"/> je l'ai toujours connu</p> <p><input type="checkbox"/> autre : .....</p>																							

### Quelques informations complémentaires

<p>39. Avez-vous visité une exposition ou un musée de ...</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Ces 12 derniers mois</th> <th>Au moins 1 fois dans votre vie</th> <th>Jamais</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>beaux-arts (<i>peinture, sculpture</i>)</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>art moderne ou contemporain</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>sciences, techniques et industrie (<i>muséum, cité des sciences, planétarium</i>)</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>histoire, mémoire</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>archéologie, préhistoire</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>sociétés et civilisations (<i>arts et traditions populaires, ethnologie, arts premiers</i>)</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>architecture, design, arts décoratifs</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>photographie</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </tbody> </table> <p>40. Et avez-vous visité ...</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>un monument religieux (<i>cathédrale, abbaye, église, temple, mosquée, synagogue</i>)</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>un château, des fortifications, un palais</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>un champ de bataille, un mémorial</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>une maison historique (<i>d'écrivain, d'homme politique, d'artiste, de savant...</i>)</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>une grotte préhistorique, un site archéologique</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>un jardin remarquable, un parc historique, des serres</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>un site industriel (<i>ancienne usine, exploitation minière...</i>)</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>une ville d'art et d'histoire, un quartier historique</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </tbody> </table>		Ces 12 derniers mois	Au moins 1 fois dans votre vie	Jamais	beaux-arts ( <i>peinture, sculpture</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	art moderne ou contemporain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sciences, techniques et industrie ( <i>muséum, cité des sciences, planétarium</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	histoire, mémoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	archéologie, préhistoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sociétés et civilisations ( <i>arts et traditions populaires, ethnologie, arts premiers</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	architecture, design, arts décoratifs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	photographie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	un monument religieux ( <i>cathédrale, abbaye, église, temple, mosquée, synagogue</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	un château, des fortifications, un palais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	un champ de bataille, un mémorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	une maison historique ( <i>d'écrivain, d'homme politique, d'artiste, de savant...</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	une grotte préhistorique, un site archéologique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	un jardin remarquable, un parc historique, des serres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	un site industriel ( <i>ancienne usine, exploitation minière...</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	une ville d'art et d'histoire, un quartier historique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<p>41. Ces 12 derniers mois, avez-vous assisté à ...</p> <p><input type="checkbox"/> un concert (<i>tous types de musiques</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> un match, une manifestation sportive</p> <p><input type="checkbox"/> une séance de cinéma</p> <p><input type="checkbox"/> un spectacle (<i>danse, théâtre, cirque</i>)</p> <p>42. Vous êtes : <input type="checkbox"/> un homme    <input type="checkbox"/> une femme</p> <p>43. Votre année de naissance : <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/></p> <p>44. Quel est votre plus haut niveau de diplôme ?</p> <p><input type="checkbox"/> aucun diplôme    <input type="checkbox"/> certificat d'étude</p> <p><input type="checkbox"/> CAP/BEP    <input type="checkbox"/> BEPC ou Brevet des collèges</p> <p><input type="checkbox"/> BAC, diplôme de fin du secondaire</p> <p><input type="checkbox"/> études supérieures :    <input type="checkbox"/> Bac+2    <input type="checkbox"/> Bac+3    <input type="checkbox"/> Bac+4</p> <p style="padding-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Bac+5    <input type="checkbox"/> Bac+8</p> <p><input type="checkbox"/> formation continue, professionnelle : .....</p> <p>45. Actuellement, vous êtes ...</p> <p><input type="checkbox"/> en activité    <input type="checkbox"/> retraité(e)</p> <p><input type="checkbox"/> élève ou étudiant(e)    <input type="checkbox"/> parent au foyer</p> <p><input type="checkbox"/> à la recherche d'emploi    <input type="checkbox"/> sans profession</p> <p>46. Quelle est, ou était, votre profession ?</p> <p>.....</p>
	Ces 12 derniers mois	Au moins 1 fois dans votre vie	Jamais																																																																		
beaux-arts ( <i>peinture, sculpture</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
art moderne ou contemporain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
sciences, techniques et industrie ( <i>muséum, cité des sciences, planétarium</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
histoire, mémoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
archéologie, préhistoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
sociétés et civilisations ( <i>arts et traditions populaires, ethnologie, arts premiers</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
architecture, design, arts décoratifs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
photographie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
un monument religieux ( <i>cathédrale, abbaye, église, temple, mosquée, synagogue</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
un château, des fortifications, un palais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
un champ de bataille, un mémorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
une maison historique ( <i>d'écrivain, d'homme politique, d'artiste, de savant...</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
une grotte préhistorique, un site archéologique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
un jardin remarquable, un parc historique, des serres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
un site industriel ( <i>ancienne usine, exploitation minière...</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		
une ville d'art et d'histoire, un quartier historique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																		

Merci de votre participation !

### 3. Questionnaire d'enquête *Les 18-25 ans et la gratuité des musées 2009*

Lu Ma Me Je Ve Sa Di  Journée  Nocturne Date : Musée : N° :

**Enquête auprès des visiteurs 18-25 ans**

Votre anonymat est préservé. Nous vous remercions de votre participation.

Veuillez cocher la ou les case(s) correspondante(s)

**Votre appréciation de la visite**

<p><b>1. A l'issue de cette visite, comment vous sentez-vous? Choisissez 3 réponses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Enthousiaste, émerveillé(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Mitigé(e), perplexe</li> <li><input type="checkbox"/> Fier(e), respecté(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Intéressé(e), stimulé(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Ému(e), bouleversé(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Rassuré(e), optimiste</li> <li><input type="checkbox"/> Décu(e), frustré(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Blasé(e), lassé(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Nostalgique, mélancolique</li> <li><input type="checkbox"/> Bien accueilli(e), bien reçu(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Méprisé(e), exclu(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Complexé(e), « inculte »</li> <li><input type="checkbox"/> Content(e), comblé(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Agacé(e), en colère</li> <li><input type="checkbox"/> Enrichi(e), plus intelligent(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Concerné(e), mobilisé(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Serein(e), détendu(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Inquiet(e), soucieux(se)</li> <li><input type="checkbox"/> Fatigué(e), épuisé(e)</li> <li><input type="checkbox"/> Surpris(e), étonné(e)</li> </ul>	<p><b>2. Comment l'expliquez-vous? Choisissez 3 réponses et indiquez la correspondance avec vos réponses à la question 1 par une flèche</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> L'ambiance</li> <li><input type="checkbox"/> Les collections exposées</li> <li><input type="checkbox"/> Le point de vue du musée sur les collections</li> <li><input type="checkbox"/> L'apport de connaissances et les explications</li> <li><input type="checkbox"/> Les aides à la visite (panneaux, dépliants, médiation)</li> <li><input type="checkbox"/> La scénographie (mise en scène des œuvres, des objets)</li> <li><input type="checkbox"/> Le bâtiment et son environnement</li> <li><input type="checkbox"/> Les services (boutique, vestiaire...)</li> <li><input type="checkbox"/> L'accueil des visiteurs par le personnel du musée</li> <li><input type="checkbox"/> Le confort (sièges, éclairage, température, affluence...)</li> <li><input type="checkbox"/> La gratuité</li> <li><input type="checkbox"/> La signalétique et les moyens d'orientation dans le musée</li> <li><input type="checkbox"/> L'entretien et la maintenance</li> <li><input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....</li> </ul>
---	--

**3. Que recherchez-vous d'abord, en venant ici aujourd'hui? Choisissez 2 réponses**

<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> La découverte, la curiosité</li> <li><input type="checkbox"/> La détente, le loisir</li> <li><input type="checkbox"/> L'apaisement, le ressourcement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Le savoir, la connaissance</li> <li><input type="checkbox"/> De l'émotion, une expérience forte</li> <li><input type="checkbox"/> Partager, être ensemble</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> La discussion, le débat</li> <li><input type="checkbox"/> Le dépaysement, la magie</li> <li><input type="checkbox"/> Rien de particulier</li> </ul>
---	--	---

**4. Quelles sont, selon vous, les principales missions d'un établissement comme celui-ci? Choisissez 3 réponses**

<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Qu'il soit un lieu chaleureux et convivial</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il permette de comprendre le monde contemporain</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il présente des œuvres ou des objets d'exception</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il soit un lieu de sortie attractif</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il propose une certaine qualité de service</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il collecte et conserve le patrimoine et la mémoire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Qu'il favorise le dialogue interculturel</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il transmette des connaissances, fasse découvrir</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il assure un rayonnement culturel à la ville, à la région</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il aide à mieux se connaître soi-même</li> <li><input type="checkbox"/> Qu'il facilite un large accès à la culture pour tous</li> <li><input type="checkbox"/> Autre.....</li> </ul>
--	---

**5. Par rapport à l'idée que vous vous faisiez de cette visite avant de venir, diriez-vous...**

<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Je suis très déçu(e)</li> <li><input type="checkbox"/> La visite est un peu en dessous de mes attentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> La visite correspond à mes attentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> La visite dépasse un peu mes attentes</li> <li><input type="checkbox"/> La visite dépasse largement mes attentes</li> </ul>
---	--	---

**Votre expérience de visite aujourd'hui, comment jugez-vous...?**

<p><b>6. Les œuvres ou objets exposés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> D'une grande richesse</li> <li><input type="checkbox"/> Convenables, adaptés</li> <li><input type="checkbox"/> Un peu décevants, médiocres</li> <li><input type="checkbox"/> Déplorables, navrants</li> </ul> <p><b>7. Le point de vue sur les collections</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Très convaincant</li> <li><input type="checkbox"/> Cohérent, intéressant</li> <li><input type="checkbox"/> Pourrait être amélioré</li> <li><input type="checkbox"/> Très insatisfaisant</li> </ul> <p><b>8. La scénographie, la muséographie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Décor et ambiance très réussis</li> <li><input type="checkbox"/> Bien, atmosphère agréable</li> <li><input type="checkbox"/> Pourrait être mieux</li> <li><input type="checkbox"/> Totalement ratée, pénible</li> </ul> <p><b>9. Le fil conducteur du parcours</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Parfait, très bien conçu et pertinent</li> <li><input type="checkbox"/> Bien, fluide et cohérent</li> <li><input type="checkbox"/> Un peu difficile mais intéressant</li> <li><input type="checkbox"/> Facile à suivre mais sans surprise</li> <li><input type="checkbox"/> Inexistant, invisible ou incohérent</li> </ul> <p><b>10. Les apports culturels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> D'une qualité exceptionnelle</li> <li><input type="checkbox"/> Tout à fait au niveau attendu</li> <li><input type="checkbox"/> Un peu juste</li> <li><input type="checkbox"/> D'une grande pauvreté</li> </ul>	<p><b>11. Handicaps et Accessibilité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Tout à fait adapté</li> <li><input type="checkbox"/> Passable</li> <li><input type="checkbox"/> Inadapté</li> <li><input type="checkbox"/> Inexistant</li> </ul> <p><b>12. L'accueil par les personnels du musée</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Très bien, efficace et agréable</li> <li><input type="checkbox"/> Bien, convenable</li> <li><input type="checkbox"/> Pourrait être plus chaleureux</li> <li><input type="checkbox"/> Renseigner n'est pas leur point fort</li> <li><input type="checkbox"/> Pose réellement problème</li> </ul> <p><b>13. Le site, le bâtiment</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Magnifique</li> <li><input type="checkbox"/> Bien</li> <li><input type="checkbox"/> Décevant, banal</li> <li><input type="checkbox"/> Indigne d'un musée</li> </ul> <p><b>14. L'orientation, la circulation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Très bien conçue</li> <li><input type="checkbox"/> Bien</li> <li><input type="checkbox"/> Tout juste convenable</li> <li><input type="checkbox"/> A revoir absolument</li> </ul>	<p><b>15. Boutique, Cafétéria</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Vraiment attractifs</li> <li><input type="checkbox"/> Choix et prix corrects</li> <li><input type="checkbox"/> Beaucoup trop chers pour l'offre</li> </ul> <p><b>16. Le vestiaire, les toilettes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Exemplaires</li> <li><input type="checkbox"/> Convenables</li> <li><input type="checkbox"/> A l'abandon</li> <li><input type="checkbox"/> Je ne les ai pas utilisés</li> </ul> <p><b>17. Les horaires, le temps d'attente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Parfaits</li> <li><input type="checkbox"/> Bien</li> <li><input type="checkbox"/> A améliorer</li> <li><input type="checkbox"/> Catastrophiques</li> </ul> <p><b>18. Globalement, quelle note et quelle appréciation donneriez-vous au musée ?</b> ...../20</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Très bien, félicitations</li> <li><input type="checkbox"/> Passable, peut mieux faire</li> <li><input type="checkbox"/> Insuffisant, doit se reprendre</li> </ul>
--	---	--

Contact : Direction des musées de France - Département des Publics - 6, rue des Pyramides 75001 Paris - Tel : 01 40 15 35 83 - Fax : 01 40 15 35 80 1 / 2



**Votre venue aujourd'hui et la gratuité 18-25 ans****19. Est-ce votre première visite dans ce musée ?**

- Oui  Non, je suis déjà venu(e) ..... fois

**20. Aujourd'hui, vous êtes venu(e)...**

- Seul(e)  Entre amis  Avec des collègues  
 En couple  En famille

**21. Avez-vous avec ce musée, des liens particuliers ?**

- Oui, par mes passions, mes intérêts  
 Oui, par mon histoire personnelle  
 Oui, par mon entourage  
 Oui, par mes études, mon métier  
 Oui, j'ai un Pass, un abonnement  
 Oui, je suis un Ami du musée  
 Non, aucun

**22. Depuis avril 2009, la visite des collections permanentes est gratuite pour les 18-25 ans. Le saviez-vous avant de venir ?**

- Oui, je savais que c'était seulement pour le permanent  
 Oui, mais je croyais que tout le musée était gratuit  
 Non, je l'ai découvert en arrivant au musée

**23. Si oui : Comment avez-vous eu l'information ?**

- Information du musée (site du musée, affiche...)  
 Dans les médias (journaux, internet, TV...)  
 J'en ai entendu parler autour de moi

**24. Aujourd'hui, est-ce que la gratuité a compté dans votre décision de venir ?**

- Oui, un peu  Oui, sinon je ne serais pas venu(e)  
 Non, pas du tout

**25. Finalement, qu'avez-vous visité ou allez-vous visiter ?**

- les collections permanentes  
 une ou plusieurs exposition(s) temporaire(s)

**26. La gratuité a-t-elle influencé votre façon de visiter ?**

- Oui  Non, ça n'a rien changé

**27. Si oui, précisez (plusieurs réponses possibles)**

- On est venu à plusieurs  
 La visite a été plus courte  
 La visite a été plus décontractée  
 J'ai pris un audioguide, un visio guide  
 J'ai participé à une visite spéciale « Jeunes »  
 J'ai assisté à une visite guidée  
 J'ai assisté à une conférence, une projection  
 J'ai assisté à un spectacle, un concert  
 J'ai participé à un atelier  
 J'ai fait ou vais faire un achat à la boutique  
 Je suis allé(e) ou vais aller au café, au restauro du musée

**28. Avez-vous l'intention de...**

- Visiter à nouveau le musée ou revenir pour une exposition  
 Approfondir la visite (lecture, site internet, conférence)  
 Visiter un autre musée sur la même thématique  
 Rien de tout cela. Cette visite me suffit

**29. Avez-vous l'intention de parler de votre visite sur un média en ligne (blog, Facebook, Twitter) ?**

- Oui  Non

**30. Sur une échelle de 0 à 10, jusqu'à quel point recommanderiez-vous ce musée à des 18-25 ans ?**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**31. Depuis Avril 2009, avez-vous déjà profité de la gratuité**

- Oui une fois  
 Oui, plusieurs fois  
 Non, c'est la 1ère fois

**32. Si oui, c'était**

- Dans ce musée  
 Dans un seul autre musée  
 Dans différents musées

**33. Si oui, précisez (plusieurs réponses possibles)**

- Vous êtes retourné(e) visiter un ou des musées que vous connaissiez déjà  
 Vous avez visité un ou des musées que vous ne connaissiez pas encore

**34. Et avez-vous déjà profité de la gratuité**

- Les 1ers dimanches du mois  
 Lors des Journées du Patrimoine ou des Musées  
 lors des Nuits des Musées, d'autres nocturnes  
 Lors de l'expérimentation Gratuité totale en 2008  
 En tant que « moins de 18 ans »  
 Non, jamais

**35. Quelle importance accordez-vous à la gratuité ?**

- Pour vous c'est un plus  
 Pour vous, c'est un coup de pouce pour les jeunes  
 Pour vous c'est normal  
 Pour vous, c'est .....  
 Pour vous, ça n'a aucune importance

**Quelques informations sur vous****36. Ces 12 derniers mois, vous êtes allé(e)**

- au Cinéma  
 à un festival, à un concert de :  
 rock, pop, rap, électro  
 musique classique  
 musique contemporaine  
 jazz  
 musique du monde  
 à un spectacle de  
 danse classique,  
 danse contemporaine  
 Humour, One man show  
 Cirque et théâtre de rue  
 Théâtre  
 Opéra, d'opérette  
 à un match, un spectacle sportif

**37. Ces 12 derniers mois, vous avez lu, pendant vos loisirs**

- aucun livre  
 1 à 9 livres  
 10 livres et plus

**38. Ces 12 derniers mois, vous avez visité un musée, une galerie, une exposition**

- De Beaux-arts, d'art moderne  
 D'art contemporain, visuel ou urbain  
 D'histoire, archéologie, préhistoire  
 De sciences, techniques, industrie  
 De civilisations, sociétés, écomusées  
 De photos  
 D'architecture, design, arts déco  
 Un monument, un lieu de mémoire

**39. Pratiquez-vous en amateur :**

- La musique, le chant  
 Le théâtre, la danse  
 L'écriture (poèmes, nouvelles, blog...)  
 Le dessin, la peinture, la sculpture  
 La photographie, la vidéo  
 le graphisme, les arts numériques  
 un sport

**40. Vous êtes :**

- un homme  
 une femme

**41. Votre année de naissance : .....****42. Votre lieu de résidence en France ou dans un autre pays : .....**

.....

**43. Votre plus haut diplôme**

- Aucun diplôme  Brevet des collèges  
 CAP / BEP  Bac  Bac+2  
 Bac+3  Bac+5 et plus

Dans quelle discipline ? .....

.....

**44. Vous êtes :**

- Lycéen  
 Etudiant  
 Stagiaire, en apprentissage  
 A la recherche d'un emploi  
 Vous avez un emploi. quelle est votre profession ? .....

.....

**45. Profession du père : .....**

.....

**46. Profession de la mère : .....**

.....

**47. Vous diriez que vous venez d'un milieu : .....**

## 4. Questionnaire d'enquête *Les 18-25 ans et la gratuité des musées 2014*

Département de la politique des publics - Direction générale des patrimoines - MCC

N° du questionnaire : \_\_\_\_\_ Date : \_\_\_\_\_  
 Musée : \_\_\_\_\_  
 Votre anonymat est préservé.  
 Veuillez cocher la ou les case(s) correspondant à vos réponses

### Enquête auprès des visiteurs



#### Votre appréciation de la visite par rapport à vos attentes

**1. Que recherchez-vous d'abord, en venant ici aujourd'hui ?** → choisissez 3 réponses

<input type="checkbox"/> l'apaisement, le calme	<input type="checkbox"/> le rêve, la magie	<input type="checkbox"/> un choc, une émotion intense	<input type="checkbox"/> le dépassement, la surprise
<input type="checkbox"/> la beauté, l'esthétique	<input type="checkbox"/> la détente, le divertissement	<input type="checkbox"/> le fait d'être ensemble, de partager	<input type="checkbox"/> rien de particulier
<input type="checkbox"/> la découverte, le savoir	<input type="checkbox"/> la discussion, le débat	<input type="checkbox"/> le plaisir, la joie	<input type="checkbox"/> .....

**2. Quelles sont, selon vous, les principales missions d'un établissement comme celui-ci ?** → choisissez 3 réponses

<input type="checkbox"/> être un lieu chaleureux et accueillant	<input type="checkbox"/> conserver le patrimoine et la mémoire
<input type="checkbox"/> aider à comprendre le monde contemporain	<input type="checkbox"/> favoriser le dialogue entre les cultures
<input type="checkbox"/> présenter des œuvres ou des objets d'exception	<input type="checkbox"/> aider à mieux se connaître soi-même
<input type="checkbox"/> être un lieu de sortie attirant	<input type="checkbox"/> transmettre des connaissances, faire découvrir
<input type="checkbox"/> proposer un service de qualité	<input type="checkbox"/> donner un rayonnement culturel à la ville, à la région, etc.
<input type="checkbox"/> faciliter l'accès de tous à la culture	<input type="checkbox"/> autre, précisez : .....

**3. Par rapport à l'idée que vous vous faisiez de cette visite avant de venir, diriez-vous que...**

<input type="checkbox"/> la visite est très en dessous de mes attentes	<input type="checkbox"/> la visite est un peu en dessous de mes attentes	<input type="checkbox"/> la visite correspond à mes attentes	<input type="checkbox"/> la visite dépasse mes attentes
--	--	--	---

#### Les suites de votre visite

**4. Sur une échelle de 0 à 10, jusqu'à quel point recommanderiez-vous la visite de ce musée à une ou des personne(s) de votre entourage ?**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**5. Avez-vous l'intention de parler de votre visite sur un média en ligne (blog, Facebook, Twitter ...)?**  oui  non

**6. Avez-vous l'intention de...**

<input type="checkbox"/> revenir visiter le musée ou voir une exposition temporaire
<input type="checkbox"/> approfondir la visite sur Internet
<input type="checkbox"/> approfondir la visite par une conférence, des lectures, ...
<input type="checkbox"/> visiter d'autres musées du même genre
<input type="checkbox"/> rien, cette visite me suffit

#### Votre venue aujourd'hui : circonstances et contexte

**7. Est-ce votre première visite dans ce musée ?**  oui  non, je suis déjà venu(e).....fois année de la dernière visite : .....

**8. Aujourd'hui vous avez visité...**  les collections permanentes  l'exposition temporaire  les deux

**9. Aujourd'hui, vous êtes venu(e)...**

<input type="checkbox"/> seul(e)	<input type="checkbox"/> en couple	<input type="checkbox"/> en famille entre adultes	<input type="checkbox"/> en famille avec enfants (moins de 15 ans)
<input type="checkbox"/> entre amis	<input type="checkbox"/> en groupe organisé	<input type="checkbox"/> avec des collègues (de votre travail, de vos études)	

**10. Qui a proposé de visiter ce musée ?**  vous-même  quelqu'un d'autre

**11. Quand avez-vous pris la décision de visiter ce musée ?**

<input type="checkbox"/> il y a longtemps que j'y pense	<input type="checkbox"/> depuis quelques semaines	<input type="checkbox"/> depuis quelques jours	<input type="checkbox"/> aujourd'hui même	<input type="checkbox"/> en passant devant
---	---	--	---	--

**12. Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?**  oui  non

Si oui, précisez :

<input type="checkbox"/> par mon histoire personnelle
<input type="checkbox"/> par mes passions, centres d'intérêt. Précisez : .....
<input type="checkbox"/> par mon métier ou mes études
<input type="checkbox"/> par mon entourage
<input type="checkbox"/> a bonné(e), adhérent(e), ami(e) du musée
<input type="checkbox"/> autre, précisez : .....

**13. Depuis avril 2009, la visite des collections permanentes est gratuite pour les 18-25 ans. Le saviez-vous avant de venir ?**

<input type="checkbox"/> oui et je savais que ce n'était que pour les collections permanentes
<input type="checkbox"/> oui mais je pensais que tout le musée était gratuit
<input type="checkbox"/> non, je l'ai découvert en arrivant au musée

**14. Aujourd'hui, est-ce que la gratuité a compté dans votre décision de venir ?**

<input type="checkbox"/> oui, sinon je ne serai pas venu(e)	<input type="checkbox"/> oui, un peu quand même	<input type="checkbox"/> non, pas du tout	<input type="checkbox"/> la visite n'était pas gratuite
---	---	---	---

Tournez la page pour continuer SVP



**15. Avez-vous déjà profité de la gratuité pour les 18-25 ans...**

	une fois	plusieurs fois	jamais
dans ce musée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dans un seul autre musée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dans différents musées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**16. Aviez-vous déjà profité de la gratuité lors d'événements...**

	une fois	plusieurs fois	jamais
les 1 <sup>ers</sup> dimanches du mois	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
les journées européennes du patrimoine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
les nuits des musées ou d'autres nocturnes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**17. Si vous avez déjà profité d'une gratuité, vous l'avez utilisée pour...**  
 revisiter un ou des musée(s) que vous connaissiez       découvrir un ou des musée(s) que vous ne connaissiez pas

**18. Quelle importance accordez-vous à la gratuité ?** → 2 réponses possibles  
 pour vous, c'est un plus       pour vous, c'est un coup de pouce pour les jeunes       pour vous, c'est.....  
 pour vous, c'est normal       pour vous, ça n'a aucune importance

**19. La gratuité a-t-elle influencé votre façon de visiter aujourd'hui ?**       oui       non, ça n'a rien changé

**Si oui, précisez :**     on est venu à plusieurs       j'ai ou je vais faire un achat (boutique/librairie) ou aller au café/restaurant du musée  
 la visite a été plus courte       j'ai pu prendre un outil d'aide à la visite (audioguide, guide multimédia, application mobile)  
 la visite a été plus décontractée       j'ai pu participer à une activité (atelier, spectacle, concert, événement, conférence, projection)  
 j'ai pu suivre une visite guidée       autres, précisez : .....

**20. Quand vous ne bénéficierez plus de la gratuité pour les 18-25 ans, pensez-vous ...** → plusieurs réponses possibles  
 visiter les musées plus souvent qu'aujourd'hui       privilégier les événements gratuits pour visiter les musées       choisir une autre sortie culturelle gratuite  
 visiter les musées aussi souvent qu'aujourd'hui       privilégier la visite de musées gratuits pour tous  
 visiter les musées moins souvent qu'aujourd'hui       prendre une carte d'abonnement, carte Pass (accès illimité aux collections permanentes et expositions temporaires)       autre : .....

**21. Imaginons : la gratuité pour les 18-25 ans est supprimée. Vous vous dites :** .....

**Quelques informations sur vous...**

**22. Avez-vous visité...**

	ces 12 derniers mois	au moins 1 fois dans votre vie	jamais	dans votre région	dans une autre région de France	à l'étranger
<b>un musée</b> (beaux arts, art moderne et/ou contemporain, sciences et techniques, histoire, archéologie, préhistoire, sociétés et civilisations, architecture, arts décoratifs, photographie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>une exposition</b> (beaux arts, art moderne et/ou contemporain, sciences et techniques, histoire, archéologie, préhistoire, sociétés et civilisations, architecture, arts décoratifs, photographie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>un monument</b> (monument religieux, château, palais, mémorial, maison historique, grotte préhistorique, site archéologique, jardin remarquable, site industriel, ville d'art et d'histoire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**23. Enfant ou adolescent (avant 18 ans), vous visitiez les musées...**

	oui	non
avec votre famille	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
avec l'école/collège/lycée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
avec un centre pour les jeunes (Centre de loisirs, MJC...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
avec des amis ou en couple (sans accompagnateurs adultes)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
seul(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**24. Vous êtes :**     un homme       une femme

**25. Votre année de naissance :** .....

**26. Votre lieu de résidence habituel (code postal, pays) :** .....

**27. Vous y vivez...**     depuis toujours       depuis.....années

**28. Votre plus haut diplôme :**     aucun diplôme  
 BEPC ou brevet des collèges  
 CAP / BEP  
 bac, diplôme de fin du Secondaire  
 études supérieures :     bac+1     bac+2     licence     master 1     master 2     doctorat

**Dans quelle discipline :** .....

**29. Actuellement, vous êtes :**     lycéen       stagiaire/en apprentissage       en activité. Précisez votre emploi : .....  
 étudiant       à la recherche d'un emploi  
 en service civique       sans profession, parent au foyer

**30. Quelle est ou était la profession de vos parents ?**

père : .....

mère : .....


**31. Et avec quel niveau de diplôme ?**

	Père	Mère
aucun diplôme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CAP/BEP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bac, diplôme de fin du secondaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
études supérieures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**32. En définitive, vous diriez que vous venez d'un milieu :** .....

UN GRAND MERCI POUR VOTRE PARTICIPATION ;-)

5. Questionnaire d'enquête *La nuit des musées spéciale étudiants 2013*



## Enquête auprès des visiteurs

N° : \_\_\_\_\_

Lieu : \_\_\_\_\_

Nous vous remercions de votre participation.  
Ces informations font l'objet d'un traitement anonyme.  
Veuillez cocher la ou les case(s) correspondant à vos réponses

**Votre appréciation de la soirée par rapport à vos attentes**

- 1. Tout au long de cette soirée, comment vous êtes-vous senti(e) ?** → choisissez 3 réponses

<input type="checkbox"/> Stimulé(e)	<input type="checkbox"/> Complexé(e)	<input type="checkbox"/> Déçu(e)	<input type="checkbox"/> À l'aise	<input type="checkbox"/> Plus intelligent(e)	<input type="checkbox"/> Surpris(e)
<input type="checkbox"/> Bien accueilli(e)	<input type="checkbox"/> Concerné(e)	<input type="checkbox"/> Ébloui(e)	<input type="checkbox"/> Impressionné(e)	<input type="checkbox"/> Méprisé(e)	<input type="checkbox"/> Respecté(e)
<input type="checkbox"/> Mal à l'aise	<input type="checkbox"/> Content(e)	<input type="checkbox"/> Exclu(e)	<input type="checkbox"/> Indifférent(e)	<input type="checkbox"/> Nostalgique	<input type="checkbox"/> Bouleversé(e)
<input type="checkbox"/> Serein(e)	<input type="checkbox"/> Frustré(e)	<input type="checkbox"/> Fatigué(e)	<input type="checkbox"/> Indigné(e)	<input type="checkbox"/> Perplexe	<input type="checkbox"/> Agacé(e)
<input type="checkbox"/> Convaincu(e)	<input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....				
- 2. Que recherchez-vous d'abord, en participant à \_\_\_\_\_ ce soir ?** → choisissez 2 réponses

<input type="checkbox"/> L'apaisement, le ressourcement	<input type="checkbox"/> Le dépassement, la magie	<input type="checkbox"/> Une expérience, une émotion	<input type="checkbox"/> Rien de particulier
<input type="checkbox"/> La beauté, l'esthétique	<input type="checkbox"/> La détente, le loisir	<input type="checkbox"/> Partager, être ensemble	<input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....
<input type="checkbox"/> La découverte, le savoir	<input type="checkbox"/> La discussion, le débat	<input type="checkbox"/> Le plaisir, la joie	
- 3. Quelles sont, selon vous, les principales missions d'un événement tel qu' \_\_\_\_\_ ?** → choisissez 3 réponses

<input type="checkbox"/> Qu'il organise une sortie conviviale	<input type="checkbox"/> Qu'il présente un regard nouveau sur le patrimoine
<input type="checkbox"/> Qu'il permette d'accéder gratuitement dans les musées	<input type="checkbox"/> Qu'il favorise le dialogue entre les cultures
<input type="checkbox"/> Qu'il propose des activités adaptées aux jeunes	<input type="checkbox"/> Qu'il transmette des connaissances, fasse découvrir
<input type="checkbox"/> Qu'il offre une certaine qualité de service	<input type="checkbox"/> Qu'il assure un rayonnement culturel à la ville, à la région
<input type="checkbox"/> Qu'il facilite un large accès à la culture pour tous	<input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....
- 4. Par rapport à l'idée que vous vous faisiez de cet événement avant de venir, diriez-vous que...**

C'est très en dessous de mes attentes     C'est un peu en dessous de mes attentes     Cela correspond à mes attentes     Cela dépasse mes attentes

Dans ce musée, comment jugez-vous...

- 5. Les apports culturels**
- D'une grande richesse
- Tout à fait au niveau attendu
- Un peu justes
- D'une grande pauvreté
- 6. Le confort et les services**
- Excellents
- Satisfaisants
- Tout juste convenables
- Très médiocres
- 7. La mise en valeur, la mise en scène des collections par les animations (musique, théâtre, performance...)**
- Très réussies
- Intéressantes
- Superflues
- Incompréhensibles, sans rapport

Concernant l'événement \_\_\_\_\_, comment jugez-vous...

- 9. La nature, le style de l'événement**
- Très innovant(e)
- Prévisible, attendu(e)
- Un peu classique
- Dépassé
- 10. L'accessibilité de l'événement aux personnes en situation de handicap**
- Parfaitement adaptée
- Correcte
- Incomplète
- Inadaptée, inexistante
- 11. L'accueil dans les musées**
- Très bien, efficace et agréable
- Bien, convenable
- Pourrait être mieux
- Inadmissible
- 12. La durée de la soirée (20h-minuit)**
- Parfaite
- Suffisante
- Un peu trop courte
- Vraiment trop courte
- 13. Les informations pratiques et la logistique (navettes)**
- Très bien signalées
- Faciles
- Un peu difficiles
- Beaucoup trop compliquées

**14. Ce soir, vous avez...**

	déjà visité	envie de visiter
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**15. Lors de cette soirée :**

Qu'avez-vous le plus aimé ? .....

Qu'avez-vous le moins aimé ? .....

*Tournez la page pour continuer SVP*

16. Après ce soir, avez-vous l'intention de...  
 Revenir visiter les musées où vous êtes allés ce soir  
 Revenir à la prochaine édition [REDACTED]  
 Aller visiter les musées où vous n'êtes pas allés ce soir  
 Participer à d'autres événements dans les musées  
 Rien d'autre, cette soirée me suffit

17. Sur une échelle de 0 à 10, jusqu'à quel point recommanderiez-vous cet événement à une ou des personne(s) de votre entourage ?  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
18. Avez-vous l'intention de parler de votre soirée sur un média en ligne (blog, Facebook, Twitter...)?  
 Oui  Non

**Votre venue ce soir : circonstances et contexte**

19. Ce soir, est-ce votre première participation à [REDACTED] ?

- Oui  
 Non, je suis déjà venu(e).....fois  
 Année de la dernière participation : .....

20. Ce soir, vous êtes venu(e)...

- Seul(e)  En couple  
 Avec des amis  En famille  
 Avec des collègues (de vos études/ de votre travail)

21. Qui a proposé de participer à [REDACTED] ?

- Vous-même  Quelqu'un d'autre

22. Quand avez-vous pris la décision de participer à cette soirée ?

- Il y a longtemps  Depuis quelques semaines  
 Depuis quelques jours  Aujourd'hui même

23. Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?

- Non  Oui  Par mon histoire personnelle  Par mes passions, mes centres d'intérêt  Ami du musée/adhérent/Pass Culture...  
 Par mon métier ou mes études  Par mon entourage  Autre, précisez : .....

24. Comment avez-vous eu connaissance de l'événement [REDACTED] ...

- Une campagne d'affiches  Réseaux sociaux en ligne (Facebook, blogs...)  Une association, un club  Vous y avez déjà participé  
 L'Office de tourisme  L'université, l'école  Le bouche-à-oreille  Autre.....  
 Un dépliant ou flyer  La presse, les médias  Le site Internet d'un [REDACTED], la page Facebook de l'événement

**Quelques informations supplémentaires...**

5. Avant ce soir, avez-vous déjà visité...

	Oui	Non
[REDACTED]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[REDACTED]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[REDACTED]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[REDACTED]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[REDACTED]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[REDACTED]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Et avez-vous visité un musée ou une exposition (à [REDACTED] ou ailleurs)...

	Ces 12 derniers mois	Au moins une fois dans votre vie	Jamais
De beaux arts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D'art moderne et/ou contemporain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De sciences, techniques et industrie (muséums, conservatoires, Cité des Sciences...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D'histoire, de mémoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D'archéologie, de préhistoire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De sociétés et civilisations (arts et traditions populaires, ethnologie, arts premiers)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D'architecture, de design, d'arts décoratifs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De photographie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Ces 12 derniers mois, vous vous êtes rendu(e) :

- À un concert (tous types de musiques)  
 Au cinéma  
 À un spectacle (danse, théâtre, cirque...)  
 À un match, spectacle sportif

28. Pratiquez-vous dans vos loisirs :

- Musique, chant  
 Lecture  
 Théâtre, danse, arts du cirque  
 L'écriture (poèmes, nouvelles, blog)  
 Dessin, peinture, sculpture  
 Photographie, vidéo  
 Graphisme, arts numériques  
 Sport

34. Vous êtes ?  Un homme  Une femme

35. Votre année de naissance : .....

29. Vous vivez à [REDACTED] ?  Oui, depuis toujours  Oui, depuis.....années  Non, précisez : (code postal, pays).....

30. Actuellement, vous êtes :

- Lycéen  Étudiant  
 À la recherche d'un emploi  Stagiaire/en apprentissage  
 Vous avez un emploi. Précisez : .....

31. Quelle est, ou était, la profession de vos parents ?

Père : .....  
 Mère : .....

32. Votre plus haut diplôme :

- CAP / BEP  
 BEPC ou Brevet des collèges  
 BAC, diplôme de fin du Secondaire  
 Études supérieures :  Bac+2  Bac+3  Bac+4  Bac+5  Bac+8  
 Formation continue ou professionnelle : .....  
 AUCUN diplôme

Dans quelle discipline : .....

Dans le cadre de mes études, je prolonge cette enquête : accepteriez-vous d'être interviewé(e) ? Si oui, vous pouvez laisser votre contact mail en retournant ce questionnaire à l'enquêteur

**Un grand merci pour votre participation !**

## 6. Périmètre des enquêtes *À l'écoute des visiteurs* et *Les 18-25 ans et la gratuité des musées*

	Statut	Localisation	Périmètre 2012 et 2015	Périmètre de 2012 à 2016	Les 18-25 ans et la gratuité 2009	Les 18-25 ans et la gratuité 2014
<b>Nombre d'établissements</b>			<b>40</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>8</b>
Musée du Louvre	musée national MC	Paris	x	x	x	
Musée national d'art moderne, Centre Pompidou	musée national MC	Paris			x	
Musée des arts asiatiques, musée Guimet	musée national MC	Paris	x	x		
Musée d'Orsay	musée national MC	Paris	x	x	x	x
Musée de l'Orangerie	musée national MC	Paris	x	x		
Musée Gustave Moreau	musée national MC	Paris	x	x		
Musée national du moyen âge, Cluny	musée national MC	Paris	x	x	x	x
Musée du quai Branly-Jacques Chirac	musée national MC	Paris	x	x	x	x
Musée national de l'histoire de l'immigration	musée national MC	Paris	x			
Aquarium de la Porte Dorée	musée national MC	Paris	x			
Cité de l'architecture et du patrimoine	musée national MC	Paris	x	x	x	
Musée des arts décoratifs, Rivoli	musée national MC	Paris	x	x	x	
Musée de la musique	musée national MC	Paris	x		x	
Château musée de Fontainebleau	musée national MC	Île-de-France	x	x		x
Musée de Port-Royal	musée national MC	Île-de-France	x	x	x	
Musée d'archéologie nationale	musée national MC	Île-de-France	x	x		
Domaine et château de Versailles	musée national MC	Île-de-France	x	x		x
Cité de la céramique	musée national MC	Île-de-France	x			
Musée des châteaux de Malmaison	musée national MC	Île-de-France	x	x		
Musée national de la Renaissance, Écouen	musée national MC	Île-de-France	x	x	x	
Musée national de la préhistoire	musée national MC	Régions	x	x		
Château de Pau	musée national MC	Régions	x	x	x	
Musée Magnin	musée national MC	Régions	x		x	
Musée national Adrien Dubouché	musée national MC	Régions	x		x	
Château de Compiègne	musée national MC	Régions	x	x		
Musée national Fernand Léger	musée national MC	Régions	x	x	x	
Musée national Marc Chagall	musée national MC	Régions	x	x	x	
Musée d'art et d'histoire du judaïsme	musée associatif (MC au conseil administratif)	Paris	x		x	
Palais de Tokyo		Paris	x			
Cité des sciences et de l'industrie	musée national hors MC	Paris	x			
Palais de la découverte	musée national hors MC	Paris	x			

	Statut	Localisation	Périmètre 2012 et 2015	Périmètre de 2012 à 2016	Les 18-25 ans et la gratuité 2009	Les 18-25 ans et la gratuité 2014
Centre-Pompidou-Metz	collections nationales	Régions	x			x
Musée du Louvre à Lens	collections nationales	Régions				x
MuCEM	musée national MC	Régions				x
Centre national du costume de scène	collections nationales	Régions	x			
Muséum national d'histoire naturelle Grande galerie de l'évolution	musée national hors MC	Paris	x			
Musée national des arts et métiers	musée national hors MC	Paris	x			
Musée de l'air et de l'espace	musée national hors MC	Île-de-France	x			
Musée national de la Marine, Paris	musée national hors MC	Paris	x		x	
Musée national de la Marine, Brest	musée national hors MC	Régions	x		x	
Musée national de la Marine, Port-Louis	musée national hors MC	Régions	x		x	
Musée national de la Marine, Toulon	musée national hors MC	Régions			x	
Musée national de la légion d'honneur	musée national hors MC	Paris	x			
Musée des archives nationales	musée national MC	Paris	x			

## 7. Guide d'entretien pour l'étude de réception du *Mois des étudiants au musée* 2014

Thématique	Questions posées à l'interviewé	Informations recherchées
Question d'amorce	Est-ce que vous pouvez me raconter votre visite lors de [REDACTED] ?	Perception de la visite dans une description spontanée
Relances	Qu'avez-vous le plus aimé lors de cette visite ? Pourquoi ? Qu'avez-vous le moins aimé ? Pourquoi ?	
Question 2 : Motivations à la visite	Qu'est-ce qui vous a donné envie de venir à [REDACTED] ?	Attrait pour la programmation étudiante : en lien avec les études, comme pratique de sociabilité, en lien avec un intérêt/goût pour les musées, le patrimoine, etc.
Relance sur l'information sur la programmation	Comment avez-vous eu l'information que cette programmation aurait lieu ?	Identification des moyens de communication mobilisée par les étudiants
Question 3 : Circonstances de la visite	Avec qui êtes-vous venu à [REDACTED] ?	Identification de visiteurs "ambassadeurs" de la pratique de visite muséale
Relances sur l'initiative de la visite	Est-ce que c'est vous qui avez proposé de participer à cette programmation ?	
Question 4 : Connaissance du [REDACTED]	Est-ce que vous connaissiez le [REDACTED] avant cette dernière visite ? - Fréquence des visites - Participation à d'autres événements étudiants au [REDACTED] et si oui, lesquels ? Est-ce que vous suivez l'activité du [REDACTED] ? - abonnement à la page Facebook du musée - suivi du compte twitter - suivi d'autres RS du musée ( <i>scoopit, pinterest, instagram</i> ) - abonnement à la newsletter du musée - information sur le site internet du musée - connaissance du petit journal	Familiarité avec le [REDACTED]
Relances sur les habitudes de visite muséale	Est-ce que vous avez visité d'autres musées à [REDACTED] ou ailleurs ces 12 derniers mois ?	Familiarité muséale : les visites actualisées
	Si oui : Est-ce que c'était à l'occasion d'événement du type de [REDACTED] ? Et quand vous étiez plus jeune, vous visitiez des musées ? Le plus souvent vous y alliez avec qui : école/famille/entre amis/centre de loisirs, etc. Si visite familiale : introduire la question de la profession des parents ? Quels souvenirs gardez-vous de ces visites lorsque vous étiez plus jeune ?	
Question 5 : Format de la programmation	Par rapport à ces autres visites dont vous venez de me parler / Par rapport à une visite ordinaire du musée (c'est-à-dire quand on y vient en dehors de ce type d'événements un peu spéciaux), comment avez-vous apprécié le fait : - d'être entre jeunes - d'être entre étudiants - que ce soit gratuit - qu'il y ait des animations (jeu de rôle/théâtre) - que des jeunes prennent la parole ([REDACTED]) ou animent le musée ([REDACTED]) - que le musée soit ouvert en nocturne - qu'il y ait une réservation à faire	Appréciation du format de l'événement par rapport à un format ordinaire de visite muséale
Question 6 : Suites envisagées	Pensez-vous revenir visiter le [REDACTED] à l'avenir ? Si oui, sur quel type de programmation	
Question 7 : Informations supplémentaires	Vous êtes étudiant à [REDACTED] ? Dans quel domaine ? Vous êtes venu à [REDACTED] pour vos études ? Depuis combien de temps y habitez-vous ? Quel âge avez-vous ? Si non demandé avant, quel est ou était la profession de vos parents ?	Profil sociodémographique du répondant Inscription de la visite dans le domaine d'études ou non ; Inscription de la visite dans une démarche de découverte de la ville ou non

## 8. Enquête *Le mois des étudiants au musée*, composition de l'échantillon

Entretien n°1, femme (F1), 22 ans, étudiante en master d'histoire de l'art, résidente depuis 3 ans dans la ville, parents : négociants agricoles, plus jeune : visites scolaires uniquement, visites en solitaire ou entre amis à partir de l'université

Entretien n°2, homme (H2), 20 ans, étudiant en droit, originaire de la ville ; père : ingénieur dans l'aéronautique, mère : assistante maternelle, plus jeune : visite en famille uniquement, pas de visite en autonomie plus jeune ni actuellement

Entretien n°3, homme (H3), 20 ans, étudiant en médiation culturelle, originaire de la ville, parents : père : cadre dans l'aéronautique, mère au foyer ; plus jeune : visites scolaires et familiale, visite en autonomie depuis l'université

Entretien n°4, femme (F2), 22 ans, étudiante en master d'histoire de l'art, résidente depuis 3 ans dans la ville, parents : père : concessionnaire, mère : puéricultrice, plus jeune : peu de visite pendant l'enfance, uniquement dans le cadre scolaire, visite autonome depuis l'université

Entretien n°5, homme (H3), 21 ans, étudiant en biochimie, originaire de la ville, parents : père : cadre, mère : comptable, plus jeune : ne visitait ni avec l'école, ni avec la famille, ni en autonomie

Entretien n°6, homme (H4), 29 ans, ingénieur, résident depuis quelques mois dans la ville, parents : père : technicien support SAV, mère : technicienne en assurance ; plus jeune : visite familiale, scolaire, pas de visite en autonomie avant le bac

Entretien n°7, homme (H5), 21 ans, en interruption d'étude, résident depuis 10 ans dans la ville, parents : père : ouvrier dans le bâtiment, mère : aide-soignante à domicile ; plus jeune : visite familiale et scolaire, pas de visite autonome avant le bac

Entretien n°8, homme (H6), 20 ans, étudiant en géographie, originaire de la ville, parents : professeurs ; plus jeune : visite familiale et scolaire, pas de visite autonome avant le bac

Entretien n°9, femme (F3), 23 ans, étudiante en communication et médiation culturelle, originaire de la ville, parents : formateur, mère : assistante maternelle, visite familiale uniquement, visite en autonomie avant le bac

Entretien n°10, homme (H7), 19 ans, étudiant en économie (en interruption d'études), résident depuis moins d'un an dans la ville ; père : cadre, mère : secrétaire comptable ; plus jeune : visites scolaires et familiales, pas de visite en autonomie avant l'université

Entretien n°11, femme (F4), 19 ans, étudiante en khâgne, résidente de la ville depuis 2 ans, parents : père : maraîcher, mère : sans profession, plus jeune : visite scolaire uniquement, pas de visite en autonomie avant le bac

Entretien n°12, femme (F5), 24 ans, étudiante en école de commerce, résidente depuis 2 ans dans la ville, parents : père : exploitant agricole, mère : assistante de direction, plus jeune : visite familiale et scolaire, pas de visite autonome avant le bac

Entretien n°13, femme (F6), 21 ans, étudiante en BTS tourisme, originaire de la ville, parents : mère : professeur, père : ingénieur, plus jeune : visite familiale, pas de visite en autonomie avant le bac

Entretien n°14, homme (H8), 29 ans, étudiant en géographie et sociologie, originaire de la ville, parents : père : ingénieur en électronique et chef d'entreprise, mère : psychologue ; plus jeune : visites scolaires et familiale, visite en autonomie depuis l'université

Entretien n°15, femme (F7), 19 ans, étudiante en khâgne, résidente depuis 2 ans dans la ville, parents : mère : enseignante, plus jeune : visite familiale et scolaire, pas de visite en autonomie avant le bac

Entretien n°16, femme (F8), 19 ans, étudiante en histoire de l'art, résidente depuis 2 ans dans la ville, parents : mère : professeure des écoles, père : électricien, plus jeune : visite familiale, scolaire et en autonomie avant le bac

Entretien n°17, femme (F9), 21 ans, étudiante en urbanisme, résidente depuis moins d'un an dans la ville, parents : architectes ; plus jeune : visite familiale et scolaire et en autonomie

Entretien n°18, femme (F10), étudiante en art du spectacle, originaire de la ville mère : employée commerciale, père : ingénieur, plus jeune : visite familiale et scolaire et en autonomie avant le bac

Entretien n°19, femme (F11), 19 ans, étudiante en lettres modernes, originaire de la ville, parents : mère : chercheuse en chimie, père : commerçant ; plus jeune : visites familiales et scolaires, visite en autonomie avant le bac

Entretien n°20, femme (F12), 25 ans, doctorante en physique, résidente depuis un an dans la ville, parents : père : professeur, mère : médecin ; plus jeune : visites familiales, scolaires, visite en autonomie après le bac

Entretien n°21, homme (H9), 24 ans, doctorant en météorologie ; résident dans la ville depuis 5 ans, parents : enseignants, plus jeune : visite familiale uniquement, visite en autonomie avant le bac

Entretien n°22, homme (H10), 28 ans, intermittent du spectacle ; résident dans la ville depuis 10 ans, parents : père : employé de banque, mère : assistante sociale scolaire, plus jeune : visites familiales, scolaires, visite en autonomie après le bac

Entretien n°23, femme (F13), 26 ans, doctorante en sciences, résidente depuis 3 ans dans la ville, parents : père : ingénieur, mère : expert-comptable ; plus jeune : visite familiale et scolaire, pas de visite en autonomie avant le bac

Entretien n°24, homme (H11), 28 ans, ingénieur dans l'aéronautique, parents : mère : conseillère conjugale, père : agent immobilier, plus jeune : visites familiales et scolaire, pas de visite en autonomie avant le bac



Entretien n°25, femme (F14), 23 ans, étudiante en animation socioculturelle, originaire de la ville, parents : père : ingénieur informaticien, mère : éducatrice spécialisée ; plus jeune : visite familiale uniquement, et en autonomie avant le bac

Entretien n°26, femme (F15), 23 ans, étudiante en arts du spectacle, résidente depuis 4 ans dans la ville ; parents : gérants d'une entreprise ; plus jeune : visites familiales uniquement, pas de visite en autonomie

Entretien n°27, femme (F16), 23 ans, stagiaire dans l'administration d'un théâtre, originaire de la ville ; parents : père : chargé de mission au ministère de l'intérieur, mère : professeur des écoles ; plus jeune : visite familiale et scolaire, visite en autonomie avant le bac

Entretien n°28, femme (F17), 28 ans, ingénieure informaticienne, résidents depuis 19 ans dans la ville ; parents : père : ingénieur dans le domaine des télécommunications, mère : comptable ; plus jeune : visites familiales et scolaire, pas de visite en autonomie avant le bac

## 9. Guide d'entretien pour l'enquête *Débuts de carrière de visiteur*

<b>Introduction</b>	<b>Présentation de la recherche : doctomat/thèse à l'École du Louvre.</b> Je travaille actuellement sur les publics jeunes (18-30 ans) qui visitent les musées, ce qui les séduit dans la visite de musée mais aussi ce qu'ils font pendant leur temps libre, leurs goûts et pratiques en matière de loisirs. Ce sont les thèmes que j'aborderai avec vous pendant l'entretien : il s'agit en quelque sorte de faire un portrait de vous.
<b>PRESENTATION DE L'INTERVIEWE</b>	
<b>Q1</b>	<b>D'une manière générale, comment vous définiriez-vous à quelqu'un qui ne vous connaît pas ?</b>
Relances	Reprise des éléments de présentations s'ils n'ont pas été mentionnés par l'interviewé : <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ âge</li> <li>✍ situation sociale : étudiant ou en activité / recherche d'emploi <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ancienneté dans les études/ l'emploi</li> <li>- Choix d'orientation professionnelle ou d'études – goût pour la profession, les études – projection professionnelle pour les étudiants</li> </ul> </li> <li>✍ Lieu de résidence actuel et mobilité éventuelle (motif)</li> <li>✍ Vie seul, en colocation (parentale, entre amis)</li> </ul>
<b>LES RESEAUX DE SOCIABILITE : je vais vous demander maintenant de me décrire votre réseau social d'abord familial puis amical.</b>	
<b>Q2</b>	<b>On peut commencer par parler de votre famille...</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Les parents : Profession des parents, fréquence des rencontres et activités partagées</li> <li>✍ La fratrie : nombre de frères/sœurs, âges respectifs, fréquence des rencontres et activités partagées</li> </ul>
<b>Q3</b>	<b>Nous pourrions parler maintenant de vos relations amicales. Pour simplifier cette description, nous pourrions parler des personnes que vous avez vues ces 15 derniers jours. Pour chacune d'entre elles, il s'agit de me préciser qui ils sont, qui ils sont pour vous, ce que vous partagez ensemble, etc. Je vais noter les noms de ces personnes pour que nous ayons une image de votre réseau d'amis qui pourra nous servir pour la suite de l'interview.</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Précisions sur les personnes évoquées : Origine de cette connaissance – Situation actuelle des personnes mentionnées – Age – Fréquence des rencontres et activités partagées</li> <li>✍ Ces différentes personnes se connaissent-elles entre elles ?</li> </ul>
<b>Q4</b>	<b>Ya-t-il d'autres personnes, autres que votre famille et ces amis que vous venez d'évoquer, qu'il faudrait mentionner pour décrire au mieux votre réseau social ?</b>
<b>LES ACTIVITES DU TEMPS LIBRE : nous allons maintenant parler de ce que vous faites pendant votre temps libre</b>	
<b>Q5</b>	<b>Diriez-vous que vous êtes passionné ?</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Pourquoi s'attribuent-ils ou non ce qualificatif ?</li> <li>✍ Pour les passionnés <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Objet de passion</li> <li>✍ Histoire de cette passion : origine (événements et/ou personnes qui ont fait naître cette passion) et développement de cette passion</li> <li>✍ Pratiques associées : inscription dans des clubs/ pratiques d'information et d'exploration de cet objet de passion (lectures, abonnement magazines spécialisés, etc.)</li> <li>✍ Pratiques sociales associées : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratique en solitaire ou collective et si en commun : cercle social spécialisé ?</li> <li>- Connaissance de cette passion par les proches et/ou les amis : sujet de discussion ?</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<b>Q6</b>	<b>Que faites-vous pendant votre temps libre ?</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Origine et développement de ces pratiques, goûts pour ces pratiques</li> <li>✍ Pratiques associées : inscription dans des clubs/ pratiques d'information et d'exploration de cette activités pratiquées (lectures, abonnement magazines spécialisés, etc.)</li> <li>✍ Pratiques sociales associées : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratique en solitaire ou collective et si en commun : cercle social spécialisé ?</li> <li>- Connaissance de cette activités pratiquées par les proches et/ou les amis : sujet de discussion ?</li> </ul> </li> <li>✍ Considération du coût des pratiques de loisirs : vous est-il déjà arrivé de renoncer à l'une de ces pratiques de loisirs à cause de son coût ?</li> <li>✍ Faites-vous ou avez-vous fait partie d'une association ? Type d'association, origine de l'adhésion, statut et activités au sein de l'association, cercle social lié</li> </ul>

<b>LA CARRIERE DE VISITEUR : J'aimerais parler maintenant avec vous de vos souvenirs de visite. Quand je parle de visite cela peut être tout type de lieu : les musées, les espaces d'exposition hors des musées (dans une bibliothèque, à l'université, dans des lieux associatifs, dans des théâtres, cinéma, dans la rue, etc.), les monuments, etc. En bref, tout type de lieu visitable.</b>	
<b>Q7</b>	<b>Quel est votre plus vieux souvenir de visite ?</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Description de la visite : Lieu – Age – Motivation de visite – Accompagnement – Souvenirs de la visite : perception et représentation</li> <li>✍ Autre souvenir de visite pendant l'enfance, l'adolescence : Lieu – Age – Motivation de visite – Accompagnement – Souvenirs de la visite : perception et représentation des visites selon leurs modalités</li> </ul>
<b>Q8</b>	<b>Vous souvenez-vous de la première fois que vous êtes allés faire une visite seul (c'est-à-dire sans être accompagné par des adultes) ?</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Description de la visite : Lieu – Age – Motivation de visite – Accompagnement – Souvenirs de la visite : perception et représentation des visites</li> <li>✍ Autre souvenir de visite sans accompagnement d'adultes : Lieu – Age – Motivation de visite – Accompagnement – Souvenirs de la visite : perception et représentation des visites</li> </ul>
<b>Q9</b>	<b>Depuis que vous êtes étudiant/travaillez, avez-vous fait des visites ?</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Visite ces 12 derniers mois : Lieu – Age – Motivation de visite – Accompagnement – Souvenirs de la visite : perception et représentation des visites</li> <li>✍ Ces 12 derniers mois vous est-il arrivé de renoncer à une visite parce que c'était trop cher ?</li> <li>✍ Si jeune actif : faisiez-vous des visites lorsque vous étiez étudiant ? Lieu – Age – Motivation de visite – Accompagnement – Souvenirs de la visite : perception et représentation des visites</li> </ul>
<b>Q10</b>	<b>Pouvez-vous me raconter votre dernière visite dans un musée, celle où nous sommes rencontrés ?</b>
Relances	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Description de la visite : Motivation de visite – Accompagnement – Prescrit ou prescripteur – Souvenirs de la visite : perception et représentation</li> </ul>
Relances en visite libre	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Décision de visite</li> <li>✍ Primo-visiteur ou déjà venu ?</li> <li>✍ Souvenirs de la visite : perception et représentation de la visite et du musée (ce qui a plu – déplu)</li> <li>✍ Avez-vous déjà participé à des événements dans des musées (nocturne jeune, atelier, visite théâtralisée, etc. mais journée du patrimoine, nuit des musées) ? Description de ces expériences de visites</li> <li>✍ Perception et représentation du musée</li> </ul>
Relances visite lors d'un événement public jeunes	<ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Appréciation des différents aspects de l'événement : <ul style="list-style-type: none"> <li>- entre jeunes/étudiants : important ?</li> <li>- présence d'animations : apport ?</li> <li>- prise de parole de jeunes : important ?</li> <li>- gratuité de l'événement : important ?</li> <li>- ouverture en nocturne : apport ? différence ?</li> </ul> </li> <li>✍ Avez-vous participé à d'autres événements de ce type ? – Description de ces visites à l'occasion d'un événement</li> <li>✍ Perception et représentation du musée – changement d'image éventuel</li> </ul>
<b>Q11</b>	<b>Conservez-vous des traces de vos visites ?</b>
Relance	Type de traces conservées (objets souvenirs, cartes, ticket, flyers, photo, vidéo, dessin, notes, etc.) et réutilisation éventuelle
<b>Q12</b>	<b>Pour vous, quelle serait la visite idéale ?</b>
Relances	Lieu, Accompagnement, Moment de visite, Thématique, Forme de la visite
<b>Q13</b>	<b>Ya-t-il un lieu de visite auquel vous êtes particulièrement attaché ?</b>
Relances	Raisons – S'il fermait définitivement, seriez-vous prêt(e) à vous manifester ?
<b>Q14</b>	<b>Imaginons que l'on ferme définitivement les musées : que vous dites-vous ? que faites-vous ?</b>
Relances	Représentation des musées, importance théorique et/ou personnelle
<b>Q15</b>	<b>Pensez-vous qu'à l'avenir vous continuerez de visiter/visitez ?</b>
Relance	Incitation à la visite – notamment pour ceux qui vont sortir de la gratuité

## 10. Enquête *Débuts de carrière de visiteur*, composition de l'échantillon

### **Rencontres en mai 2013 au musée du Louvre, à la suite de leur participation aux *Jeunes ont la parole***

Entretien n°1, Agathe, 18 ans, étudiante en arts appliqués, père : en recherche d'emploi, mère : commerciale pour une entreprise de BTP

Entretien n°2, Anaïs, 19 ans, étudiante en arts appliqués, père : informaticien, mère : au foyer

Entretien n°3, Liliana, 22 ans, étudiante à l'École du Louvre, père : pilote de ligne, mère : employée consulaire

### **Rencontrés en mai 2013 après qu'ils et elles ont répondu à l'enquête *La nuit des musées spéciale étudiants***

Entretien n°4, Valentin, 28 ans, ingénieur d'étude en biologie, en reprise d'études (concours du CAPES sciences de la nature), père : ingénieur informaticien, mère : au foyer

Entretien n°5, Corentin, 19 ans, étudiant en DUT d'infographie, père : opticien, mère : opticienne

Entretien n°6, Vincent, 23 ans, étudiant en master d'aménagement du territoire, père : ouvrier qualifié maçon, mère : ouvrière dans le textile, en recherche d'emploi

Entretien n°7, Audrey, 19 ans, étudiante en hypokhâgne, père : mécanicien carrossier, mère : au foyer

Entretien n°8, Chloé, 18 ans, étudiante en 1<sup>ère</sup> année en classe préparatoire économique et commerciale, père : cadre dans une agence de location de matériel de BTP, mère : secrétaire de direction dans l'enseignement

Entretien n°9, Anthony, 25 ans, pâtissier en reprises d'études, père : travailleur médical, beau-père : entrepreneur, mère : formatrice

Entretien n°10, Hortense, 18 ans, étudiante en arts appliqués, père : manager dans la grande distribution en recherche d'emploi, mère : professeur des écoles

Entretien n°11, Manon, 20 ans, étudiante en communication, père : militaire, mère : employée dans une banque alimentaire

Entretien n°12, Osman, 20 ans, étudiant en biologie, père : consultant indépendant en informatique, mère : au foyer

Entretien n°13, Lucie, 23 ans, étudiante première année de master d'études européennes, spécialité communication, père : cadre en entreprise, mère : au foyer

Entretien n°14, Morgane, 19 ans, étudiante en droit, père : maçon, mère : gérante de société

Entretien n°15, Justin, 25 ans, étudiant en arts du spectacle, animateur périscolaire, père : dessinateur industriel en arrêt de travail longue durée, mère : infirmière libérale en arrêt de travail longue durée

**Rencontré·es en avril 2014 après qu'ils et elles ont répondu à l'enquête *Les 18-25 ans et la gratuité* ou visité le musée du quai Branly-Jacques Chirac lors de la *Before* en lien avec l'exposition *Indiens des plaines***

Entretien n°16, Pascal, 21 ans, en interruption d'études, père : exploitant agricole, mère : assistante maternelle

Entretien n°17, Alexis, 18 ans, étudiant en classe préparatoire économique et commerciale, père : cheminot en arrêt de travail longue durée, mère : aide-soignante urgentiste

Entretien n°18, Ella, 25 ans, employée de vente dans le commerce de luxe, beau-père : gérant d'une entreprise de pneumatique, mère : assistante marketing

**Rencontré·es en mai 2014 après qu'ils et elles ont visité le musée lors du *Mois des étudiants au musée***

Entretien n°19, Lucas, 29 ans, ingénieur dans l'aéronautique, parents : père : technicien support SAV, mère : technicienne en assurance

Entretien n°20, Enzo, 21 ans, en interruption d'étude, parents : père : ouvrier dans le bâtiment, mère : aide-soignante à domicile

Entretien n°21, Théo, 28 ans, intermittent du spectacle ; parents : père : employé de banque, mère : assistante sociale scolaire

Entretien n°22, Hugo, 28 ans, ingénieur dans l'aéronautique, parents : mère : conseillère conjugale, père : agent immobilier

Entretien n°23, Sarah, 23 ans, stagiaire dans l'administration d'un théâtre ; parents : père : chargé de mission au ministère de l'intérieur, mère : professeur des écoles

Entretien n°24, Séverine, 28 ans, ingénieur informaticienne, parents : père : ingénieur dans le domaine des télécommunications, mère : comptable

**Rencontré·es en janvier 2015 après qu'ils et elles ont visité le musée du quai Branly-Jacques Chirac lors de la *Before* en lien avec l'exposition *Tatoueurs tatoués***

Entretien n°25, Tiphaine, 24 ans, fleuriste, mère : professeur des écoles, père : dessinateur industriel

Entretien n°26, Benjamin, 24 ans, boulanger, mère : assistante maternelle, père : carrossier

Entretien n°27, Pauline, 26 ans, ferronnière d'art, mère : libraire, père : directeur commercial d'une coopérative d'agriculteurs

Entretien n°28, Jeanne, 22 ans, étudiante en psychologie, père : gérant d'une maison d'hôte, mère : chargée de projets culturels dans un musée

Entretien n°29, Casey, 21 ans, étudiant en langues étrangères, père : policier, mère : propriétaire d'une agence de mannequinat

Entretien n°30, Sandro, 22 ans, étudiant en droit, père : commercial, mère : hôtesse d'accueil

Entretien n°31, Hugues, 20 ans, étudiant en médecine, père : médecin, mère : au foyer

## LE MUSEE AUTREMENT ?

*Les mesures d'incitation à la visite et leurs effets sur le public des jeunes adultes dans les Musées de France*

Mots-clefs

démocratisation culturelle – publics et non-publics – jeunesse adulte – gratuité – médiation – pratiques culturelles – carrière de visiteur

Résumé

Le musée du XXI<sup>e</sup> siècle est caractérisé comme un espace « inclusif et collaboratif » qui intègre la voix des publics à la construction de son discours. Il repose sur une acception qualitative du projet de démocratisation culturelle comme « démocratisation d'un rapport social ». Nous nous intéressons aux mesures d'incitation à la visite adressées aux jeunes adultes : la gratuité pour les moins de 26 ans dans les musées nationaux et un ensemble d'événements dédiés aux jeunes adultes qui ensemble leur proposent de découvrir le musée autrement et participent de cette acception qualitative de la démocratisation culturelle.

En quoi ces politiques des publics au musée sont-elles le vecteur d'un renouvellement des publics de ces lieux ? La structuration sociale des publics constitue la première clef d'analyse des effets de démocratisation. Pour l'étudier, on prend appui tout à la fois sur le dispositif d'enquête conçu par le ministère de la Culture afin d'évaluer la performance des établissements patrimoniaux nationaux (éditions 2012 et 2015 menées auprès de l'ensemble des visiteurs et éditions de 2009 et 2014 auprès des bénéficiaires de la gratuité) et deux enquêtes (statistique et qualitative) auprès des publics jeunes adultes d'événements conçus à leur intention complètent le terrain. Une seconde clef intègre la compréhension des trajectoires culturelles et la diversité des facteurs qui les orientent ainsi qu'une lecture des univers culturels comme univers de goût (enquête de type biographique).

En mettant en exergue le rôle des politiques des publics, cette recherche propose un modèle dynamique de compréhension des pratiques culturelles pour analyser la formation des publics des musées. Dans cette optique nous nous plaçons à l'échelle de la « culture vécue » et deux éléments principaux retiennent notre attention. L'un envisage le musée comme une plateforme de ressources, c'est-à-dire comme l'un des supports potentiels de l'expression des goûts, et suppose que les politiques des publics soutiennent et alimentent les univers culturels des individus. L'autre tient compte des processus par lesquels des individus deviennent visiteurs et de la capacité des politiques des publics à consolider ces dynamiques culturelles à l'instar des mesures d'incitation à la visite qui permettent à des publics de se constituer en ambassadeurs du musée.

L'enjeu de cette recherche est donc bien celui d'une réévaluation des politiques publiques de démocratisation culturelle.