¿ Interrogations ?
revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales

Nouvellon Maylis

Jeunes générations de publics et musées : une approche par la carrière de visiteur et la grammaire des loisirs

Pour citer l'article

Nouvellon Maylis, « Jeunes générations de publics et musées : une approche par la carrière de visiteur et la grammaire des loisirs », dans *revue ¿ Interrogations ?*, N°24. Public, non-public : questions de méthodologie, juin 2017 [en ligne], http://revue-interrogations.org/Jeunes-generations-de-publics-et,566 (Consulté le 4 mai 2024).

ISSN 1778-3747

Tous les textes et documents disponibles sur ce site sont, sauf mention contraire, protégés par la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 France.

Résumé

Les transformations du contexte culturel et muséal interrogent la nature des relations qui se tissent aujourd'hui entre musées et publics. L'institutionnalisation de la jeunesse adulte comme publics cibles des musées participe de cette interrogation. La jeunesse adulte constitue le terrain privilégié de cette recherche sur la relation entre musées et visiteurs et sur la manière dont se construit aujourd'hui l'identité de visiteur. Cette recherche procède d'un jeu d'échelle sur la notion de *public* : de la vue d'ensemble fournie par des données statistiques sur ces publics cibles à une vue rapprochée de ces rapports à l'échelle individuelle par le recours aux notions de carrière de visiteur et de grammaire du loisir. Cette étude vise la compréhension des multiples dimensions des liens qui trament la relation visiteur-musée dans laquelle assiduité et distanciation, familiarité et dilettantisme ne s'opposent pas terme à terme.

Mots clés : muséologie, jeunesse adulte, publics des musées, réseau de pratiques, engagement.

Abstract

Younger generations of public and museums : an approach with the concepts of visitor career and grammar of leisure

Transformations of cultural and museum context are questioning the nature of the relationships that nowadays develop between audience and museums. The institutionalization of young adulthood as target audience of museum relate to this question. For this research, young adulthood is the field of analysis of the relationship between museums and visitors and of how the identity of the visitor is built nowadays. This research conducts a scale game on the notion of *public* : from the overview provided by statistics on this target audience to a closer view of this relationship at the individual level through the use of concept visitor career and grammar of leisure. It attempts to understand the multiple dimensions of the relationship between visitor and museum in which attendance and dilettantism, familiarity and detachment are not opposed term by term.

Keywords : Museum studies, young adulthood, museum publics, network of practices, commitment.

« *Le public consomme vite. Devient-il superficiel* » ? Cette question, soulevée en 1997 par Jean Davallon, témoigne de l'inquiétude qui agitait les professionnels des musées sur la nature de la relation tissée entre une institution et ses visiteurs (Davallon, 1997). La question fait suite à près de quarante années de politiques de démocratisation culturelle et de transformations de la sphère muséale. Depuis la seconde moitié du XXe siècle, en France, ces politiques ont constitué un vaste programme de rénovations du paysage muséal dans le sens d'un rééquilibrage et d'une diversification des musées sur le territoire national. De façon concomitante, la relation aux visiteurs s'est transformée passant du public aux publics. Cette dénomination au pluriel désigne au minimum deux aspects. Le pluriel démarque l'enjeu *du* public – soit la nation pour laquelle le musée est historiquement destiné –, de la réalité *des* publics – soit les visiteurs effectifs de ces institutions, majoritairement issus des classes sociales supérieures. Ce constat fondateur a été le point de départ du développement de politiques de médiation au sein des musées : il s'est agi d'accroître la connaissance des publics afin de mieux les cerner et catégoriser pour adapter l'offre muséale à leurs attentes et besoins. En cela, la désignation au pluriel des publics renvoie aussi à la segmentation de plus en plus fine de l'audience des musées par le recours à des techniques empruntées à des modèles gestionnaires de la culture (Ballé, 2003 ; Tobelem, 2010).

L'engouement des publics, entraîné par ces transformations des musées, a fait apparaître un effet inattendu : la « *routinisation* » de la pratique de visite (Eidelman, 2005 : 259), de moins en moins assimilée à une pratique exceptionnelle, voire réservée à certains privilégiés, de plus en plus intégrée dans l'ordinaire des pratiques culturelles et de loisirs. S'il n'y a pas lieu de déplorer que cette pratique soit moins jugée par son élitisme (Alibert *et al.*, 2005 : 57), sa possible assimilation à une pratique de loisirs, voire de consommation culturelle, a jeté le trouble sur la nature des relations entre visiteurs et musées ; encore aujourd'hui cette question alarme professionnels et chercheurs de ce domaine (Chaumier, 2005). Ce questionnement sur la nature de la relation actuelle entre musées et visiteurs mérite qu'on s'y attarde à l'heure où le phénomène numérique transforme les rapports aux pratiques culturelles ; à l'heure également où les financements publics de la culture évoluent et où les institutions muséales sont de plus en plus sommées d'accroître leurs ressources propres. Ces deux phénomènes poussent les institutions à examiner de nouveaux modes de fonctionnement associant plus étroitement les visiteurs comme partenaires aux ressources multiples [1].

La présente recherche menée auprès de visiteurs âgés entre 18 et 30 ans s'ancre dans ce contexte culturel. Elle vise à comprendre la relation que ces publics de jeunes adultes ou jeunes générations, nous y reviendrons, tissent avec la pratique muséale : comment s'est construite cette relation par le passé, comment ils l'élaborent actuellement. Il s'agit d'analyser la manière dont se construit aujourd'hui l'identité de visiteur en explorant les multiples dimensions des liens qui trament la relation musées-visiteurs. Ces publics jeunes constituent une cible au sein des musées dont témoigne l'existence d'une offre dédiée depuis vingt ans. Dans un premier temps, un bref retour sur les formats de pratique promus par les musées pour ces publics cibles sera l'occasion de souligner les enjeux de la jeunesse du point de vue institutionnel. À travers ces enjeux, une double dimension de la jeunesse se fait jour : la jeunesse comme génération ayant évolué dans un contexte culturel transformé et la jeunesse comme période de la vie où s'autonomise la participation culturelle. Cette double dimension ancre le questionnement de cette contribution sur le devenir visiteur. En prenant acte des évolutions des recherches en sociologie de la culture, cette recherche mobilise deux notions centrales, la carrière et la grammaire du loisir, pour analyser la construction de l'identité de visiteur. Elles permettent de comprendre un rapport variable au musée au sein d'une même classe de population ou encore chez un même individu au cours du temps. Nous reviendrons dans un deuxième temps sur ces deux apports importants de la sociologie à la question d'être, ou non, membre des publics, avant de présenter, dans un dernier temps, leur mise en œuvre dans la méthodologie choisie pour notre étude.

Jeunes adultes, jeunes générations : publics cibles des musées

En 1993, à la suite de l'inauguration du Grand Louvre, le service culturel du musée lance une nouvelle opération intitulée « *Nocturnes jeunes* » à destination des moins de 26 ans pour lesquels ces nocturnes sont gratuites. Élaborées à partir d'études des pratiques et représentations du musée chez les étudiants, cette programmation vise à (re)conquérir des publics précédemment captifs des prescriptions scolaires et familiales. Les offres dédiées à ces jeunes adultes prennent ainsi le relais des offres pour les publics scolaires et familiaux. En proposant d'autres manières d'apprécier le musée, il s'agit d'effectuer la transition d'une pratique encadrée par les adultes, aux premiers temps de la jeunesse, à une pratique effectuée par goût, entre amis, pendant la jeunesse adulte.

L'enjeu au cœur de cette logique de cible est, en premier lieu, l'autonomisation de la participation culturelle dont les travaux de Sylvie Octobre (2003 ; 2007 ; 2009) ont montré l'importance. Elle souligne en effet que l'autonomisation de la participation culturelle n'est pas nécessairement favorable aux équipements culturels dont la pratique aux premiers temps de la jeunesse est fortement dépendante des prescriptions scolaires et familiales, comme c'est le cas de la visite de musée. Celle-ci suscite un fort taux d'adhésion au moment de l'enfance qui chute ensuite à l'adolescence à mesure que cette pratique culturelle est assimilée au temps contraint de l'école et/ou de la famille. Sylvie Octobre montre ainsi que la construction durable d'un goût pour cette pratique implique que « *la fréquentation "active" [...] remplac[e] la fréquentation "passive" [...] [pour que] l'équipement culturel [ait des] chances de s'insérer durablement dans l'univers culturel des jeunes* » (Octobre, 2003 : 74). À l'inverse, plus la pratique muséale reste captive et prescrite et plus son « *désencadrement progressif [...] est défavorable à ces équipements culturels et n'est pas enrayé par la bonne image de ces établissements* » (*ibid.* : 77). Pensées comme un déclencheur de pratique volontaire, le but des « Nocturnes Jeunes » est de pallier ce décrochage possible de la visite muséale au moment où celle-ci ne bénéficie plus autant de la prescription scolaire et familiale qu'aux premiers temps de la jeunesse.

C'est ensuite en travaillant sur le format de cette programmation que les professionnels ont cherché à amender, chez ces jeunes, la mauvaise image dont pâtit la pratique de visite scolaire du type visite conférence. Pour s'en démarquer, l'accent est porté sur la convivialité et l'autonomie de la visite par le recours à une « *médiation conversationnelle* » (Casanova, 1998 : 74) : celle-ci est fondée sur l'échange et l'interaction entre les visiteurs et les étudiants-médiateurs qui sont présents dans les salles et sollicités à l'envi par les visiteurs. Françoise Casanova, partie prenante de l'élaboration des « *Nocturnes jeunes* » au musée du Louvre dès 1995, analyse cette offre autour de « *la métaphore du musée Louvre-Internet* » :« *réseau non plus virtuel et délocalisant mais bien "actualisé", dans lequel les étudiantsseraient 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* » (*ibid.* : 75).

Aussi, en second lieu, la logique de cible consiste à appréhender ces publics jeunes par la génération à laquelle ils appartiennent et dont la spécificité est d'évoluer dans une offre culturelle transformée. Il s'agit non seulement du phénomène numérique, désigné par Françoise Casanova et qui s'est largement accru depuis son

article. Il s'agit aussi, et dès avant l'ère numérique, du phénomène d'« *affaiblissement ou [...] assouplissement des normes culturelles légitimes* » (Lahire, 2006 : 203) dont Bernard Lahire analyse les effets sur les rapports que les individus entretiennent avec leurs pratiques culturelles. À partir d'une analyse secondaire des données de l'enquête *Pratiques culturelles des Français* de 1997 [2], Bernard Lahire met en lumière deux types de profils culturels : les uns cohérents en termes de légitimité et qualifiés de profils consonants à forte ou faible légitimité ; les autres, plus bigarrés, mêlent divers degrés de légitimité et sont qualifiés de dissonants à tendance légitime ou peu légitime. La majorité de profils dissonants parmi les enquêtés fait apparaître que la dissonance culturelle constitue « *l'horizon le plus probable* » et ce, quels que soient la catégorie socioprofessionnelle et le niveau de diplôme (Lahire, 2006 : 203-204). Ce phénomène de dissonance met en lumière un rapport individuel aux pratiques culturelles dissocié de considérations sur leurs valeurs et légitimités : aussi, « *si écart culturel il y a, c'est d'abord l'écart culturel traversant chaque individu, l'écart de soi à soi* » (*ibid.* : 205).

Les programmations pour ces publics cibles, qui vont considérablement se développer à partir des années 2000 [3], proposent de plus en plus souvent des formats qui font écho à ce phénomène. Ces programmations reprennent majoritairement les trois éléments développés par les « *Nocturnes Jeunes* » du musée du Louvre que sont la gratuité, le caractère événementiel, l'entre soi ou entre pairs (ces programmations sont présentées comme étant faites pour et par les publics jeunes ciblés). À ces éléments s'ajoute, y compris dans le développement de cette offre au musée du Louvre, la pluridisciplinarité : celle-ci vise à présenter le musée autrement en mettant en relation les objets exposés avec d'autres pratiques artistiques et culturelles (danse, théâtre, musique, performance, vidéo,*etc*.), ainsi qu'avec des objets et pratiques culturelles dites peu ou pas légitimes ou en cours de légitimation. Lors de ces soirées, apparaissent ainsi des motifs empruntés aux industries culturelles et médiatiques, des pratiques issues de nouvelles formes de sociabilité ou des cultures populaires. Nous citerons entre autres exemples, l'édition 2014 de la « *Nocturne des étudiants* » au musée des beaux-arts d'Angers sur le thème des super héros, la soirée slam pour la deuxième édition des « *Nocturnes Jeunes* » du MuCEM, les soirées sur le format du *speed dating*organisées annuellement par le muséum-aquarium de Nancy (soirée « *Zoo Dating Night* » en 2014 et soirée « *Viens parader au musée* » en 2012). En cela, ces programmations cristallisent une évolution des musées où, à la dimension patrimoniale de conservation et de diffusion des témoignages de l'Homme et des sociétés, s'adjoint une dynamique de présentation de ces témoignages visant à faire communiquer les arts et les cultures sous toutes leurs formes, à l'image du Centre Pompidou-Paris inauguré, en 1977, comme centre culturel pluridisciplinaire. Ces évolutions participent d'un certain brouillage des frontières : entre les différentes pratiques artistiques et culturelles, entre les différentes normes de légitimité qui leur sont associées, entre les différents registres qui peuvent composer la notion de culture.

Désormais les musées récemment créés proposent dès leur inauguration des programmations pour ces publics cibles [4]. Ces programmations, dans un double enjeu économique et de démocratisation de la pratique muséale, sont appelées à fonctionner comme des déclencheurs de pratique de visite, afin de l'inscrire durablement dans les pratiques culturelles et, de là, fidéliser ces publics dès aujourd'hui pour qu'ils constituent les publics adultes et familiaux de demain. En retour, ces programmations interrogent la manière dont l'identité de visiteur se construit aujourd'hui et la nature de la relation qui se noue entre les musées et leurs visiteurs.

Carrière de visiteur et grammaire du loisir : un jeu d'échelle

Une perspective classique sur les publics de la culture consiste à rapporter la participation culturelle à un ensemble de facteurs qualifiés de déterminants ou prédictifs de la pratique.Cette approche, fondamentalement ancrée dans un raisonnement statistique sur les publics, examine les chances, plus ou moins grandes, d'un individu ou groupe d'individus d'avoir certains types de pratiques culturelles et d'y être plus ou moins assidu. Forgés à partir d'un ensemble de variables sociodémographiques permettant de situer les individus dans l'espace social, ces facteurs permettent d'analyser les pratiques culturelles surreprésentées parmi les différentes classes sociales et de comprendre ainsi la structuration sociale des pratiques et des goûts. À la suite de *L'amour de l'art* de Pierre Bourdieu et Alain Darbel (1969), l'analyse de la structuration sociale des pratiques et des goûts culturels, et, de là, des mécanismes de la diffusion culturelle, fonde l'une des voix majeures par lesquelles sont appréhendés les publics dans la seconde moitié du XXe siècle, comme en témoignent les enquêtes*Pratiques culturelles des Français*depuis 1973 ainsi que nombre d'enquêtes statistiques sur les publics des musées.

Pour autant, le constat, réitéré dans ces enquêtes, de la stabilité de la stratification sociale des pratiques

culturelles ne doit pas masquer les évolutions de la morphologie des classes sociales ni le déplacement cyclique des frontières de la culture légitime (Coulangeon, 2004 : 62). Ces évolutions participent ensemble aux « *métamorphoses de la distinction* », pour reprendre le titre de l'ouvrage de Philippe Coulangeon (2011). Celles-ci dessinent une légitimité culturelle non pas comme un ensemble fixe de contenus mais comme une attitude à l'égard d'objets divers (*ibid.* : 129-130), engageant le chercheur à interroger, sur et par le terrain, les catégories auxquelles il a recours pour analyser la ou les culture(s) successivement qualifiée(s) de légitime(s) et leurs publics. Pour exemple, les résultats de l'enquête*Pratiques culturelles des Français*montrent, au sein de la population de 15 ans et plus, un taux de fréquentation annuelle des musées et des monuments historiques relativement faible [5]. Or, dès l'enquête de 1997, il est signalé que, s'il était tenu compte des élargissements qu'a connus la notion de patrimoine et de la diversification des modes de participation culturelle qui s'en est suivie, ce taux de fréquentation annuelle tendrait à doubler (Donnat, 1998 : 222). Une enquête, par entretiens cette fois-ci, a validé ce point en montrant que, « de manière quasi systématique, on relève une forte sous-estimation tant du nombre que de la variété des pratiques » (Eidelman *et al.*, 2003 : 195). Dans une enquête du Crédoc de 2012 [6]auprès d'un échantillon représentatif de la population de 18 ans et plus, l'utilisation d'un spectre de catégories de visites patrimoniales à la fois plus large et plus congruent avec les catégories en usage chez les visiteurs met en lumière un taux de pratique au sein de la population plus fort que dans les enquêtes*Pratiques culturelles des Français* : « *au total, 61% de nos concitoyens ont, au cours des douze derniers mois, visité un musée, une exposition ou un monument », attestant que « le patrimoine, sous toutes ses formes, attire une population bien plus large qu'on pourrait le penser* » (Bigot*et al.*, 2012 : 6). Ainsi, différentes recherches ont contribué à actualiser dans de nouveaux contextes culturels les théories de la diffusion et de la participation culturelles élaborées par Pierre Bourdieu en discutant « *la portée de cette thèse […] sous l'angle notamment de son extensibilité au-delà du contexte historique et national où elles ont vu le jour* » (Coulangeon, 2011 : 15).

Parmi ces recherches, certaines – dont celle développant la théorie de la dissonance culturelle mentionnée plus haut – ont intégré un niveau de lecture supplémentaire, à l'échelle individuelle, à la compréhension des stratifications sociales des goûts et des pratiques. Ce faisant, elles ont rendu perceptible ce que des modèles établis à un niveau agrégé des données laissent dans l'ombre : les nuances, variations et changements qui s'opèrent au sein même de ces modèles et en dépit de leur apparente inertie. Aussi, si l'appartenance à une classe sociale continue d'être un facteur explicatif puissant, d'autres variables – renvoyant à « *la pluralité des dispositions et des compétences d'une part [et à] la variété des contextes de leur actualisation d'autre part* » (Lahire, 2006 : 10) – méritent d'être mises sur l'établi du sociologue pour rendre compte de ces transformations lentes des publics et de leurs rapports aux institutions culturelles.

Cette approche à l'échelle individuelle nuance le caractère prédictif de facteurs communément admis comme tels, en montrant que la corrélation de ces variables, aussi complexes soient-elles, à la participation culturelle ne résume pas le rapport des individus à leurs pratiques culturelles ni l'évolution de ce rapport dans le temps, au cours d'une vie. Comme le souligne Jacqueline Eidelman,« *dans une même fratrie, des frères et des 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 […] qui peuvent beaucoup diverger* » (Eidelman, 2005 : 102). Dans le sillage d'Howard Saul Becker, plusieurs études sur les publics de la culture – dont celle de Jacqueline Eidelman – ont eu recours à la notion de carrière. Celle-ci permet de tenir compte de la pluralité des socialisations – de leur jeu de concurrence (entre complémentarité, opposition, substitution), de l'évolution de leur poids relatif – et de la variabilité des représentations qui influent sur l'identité de visiteur en fonction des rôles sociaux endossés par les individus au cours d'une vie. En d'autres termes, la notion de carrière permet de penser que « *les modes de comportement se développent selon une séquence ordonnée », par opposition à « l'analyse multivariée [qui] présuppose […] que tous les facteurs qui contribuent à produire le phénomène étudié agissent simultanément* » (Becker, 1963 : 46). Le recours à cette notion met ainsi en lumière « *différents profils de […] "carrières de visiteur" dont certaines présentent des allures uniformes (avec des enchaînements marqués au sceau dusuccès ou de l'échec), et d'autres revêtent un aspect plus ou moins discontinu (avec des inflexions, des reprises, des ruptures)* » (Eidelman, 2005 : 103).

La notion de répertoire culturel constitue un autre apport de cette approche compréhensive des pratiques culturelles. Celle-ci permet de situer la pratique muséale dans un ensemble plus vaste de pratiques culturelles et de loisirs. L'analyse secondaire des données *Pratiques culturelles des Français* 1997 produite par Jacqueline Eidelman (2005) a par exemple mis en exergue la probabilité de visite de certains types de musées selon les types de pratiques de loisirs déployées hors musée [7]. Cette notion permet d'observer les arbitrages opérés par les individus entre ces pratiques en fonction du temps qu'ils leur accordent et du goût dont elles font ou non l'objet. Ces arbitrages dessinent une « *grammaire du loisir* » (Octobre, 2007 : 21) dans laquelle les

pratiques culturelles s'agencent les unes par rapport aux autres. Loin de ne décrire qu'une relation de cause à effet, cette notion souligne la cohérence des liens qu'élaborent les individus entre leurs différentes pratiques culturelles et s'oppose à l'image d'une simple juxtaposition, comme le sous-entendrait la notion de cumul. En laissant apparaître une catégorisation des publics davantage fondée sur l'appartenance à des communautés d'intérêt que sur l'assiduité de pratique, cette notion invite à interroger « *laforce des liens faibles* », pour reprendre le titre de l'article de Mark Granovetter (2000), à savoir qu'un lien distendu avec une institution, en termes de fréquence des visites, peut être néanmoins fort du fait de cet enchâssement dans un réseau de pratiques culturelles et sociales.

Enquêter sur l'engagement dans la pratique muséale

Carrière de visiteur et grammaire du loisir permettent ensemble de définir l'engagement des publics à la fois comme engagement d'un individu dans la pratique muséale et comme engagement de cette pratique dans un réseau de pratiques culturelles et sociales qui l'étayent et la soutiennent. Dans notre recherche sur les jeunes générations de publics des musées, ces notions sont mobilisées dans une double perspective diachronique et synchronique.

Une première approche des pratiques muséales des jeunes générations est réalisée par une analyse secondaire de deux enquêtes quantitatives intitulées *À l'écoute des visiteurs*(aev) menées par le ministère de la Culture et de la Communication [8]en 2010 et 2012 au sein des musées nationaux. Ces enquêtes ont en commun un protocole unifié dans lequel les visiteurs sont interrogés en contexte de visite muséale (par questionnaire auto-administré assisté), des échantillons conséquents de visiteurs (6540 répondants de 18 ans et plus pour l'éditionaev-2010 et 7336 pour l'aev-2012) et un terrain de musées nationaux variés (de beaux-arts, d'histoire, de sciences et techniques, de société et de civilisations) répartis sur l'ensemble du territoire national. Nous procédons à l'extraction des réponses des 18-30 ans afin d'analyser leurs pratiques muséales et de les situer au sein de l'image détaillée des publics des musées que ces enquêtes fournissent.

L'analyse générationnelle de ces données [9]fait émerger les formes de leurs pratiques. Par rapport aux générations de visiteurs plus âgés, les publics des 18-30 ans ne formulent pas les mêmes attentes à l'égard de la visite : ils l'assimilent plus souvent que leurs aînés à une sortie conviviale et de détente (écart respectif de 4 et 12 points). Ces attentes font écho aux formats de leurs pratiques, la visite entre amis étant plus prononcée chez eux que la visite en solitaire, à l'inverse des générations de visiteurs plus âgés. Ce point renvoie également aux missions que ces deux générations de publics attribuent aux musées. Les 18-30 ans partagent avec les visiteurs plus âgés l'idée que cette institution culturelle est avant tout un lieu de conservation du patrimoine et de la mémoire dont il est porteur. Mais, à la différence des plus âgés, les visiteurs entre 18 et 30 ans, estiment plus souvent que l'une des missions principales de ces institutions est de rendre ce patrimoine accessible à tous. Cette dimension d'une « *culture pour tous* » arrive au second rang des missions qu'ils attribuent aux musées tandis qu'elle n'est qu'au quatrième rang des missions que les visiteurs de 60 ans et plus attribuent aux musées, derrière celles de la « *transmission de savoirs* » et de la « *présentation d'œuvres et d'objets d'exception* ».

Les données de ces enquêtes relèvent essentiellement d'une perspective synchronique des rapports que ces jeunes générations de publics entretiennent avec les musées. Toutefois, certains éléments de ces enquêtes permettent de faire une incursion dans une perspective diachronique sur la construction dans le temps de ces rapports aux musées, en particulier grâce aux questions relatives à la familiarité avec la pratique de visite. Un indicateur synthétique de familiarité avec les musées et les lieux patrimoniaux a été élaboré pour ces enquêtes : sous la forme d'un score variable distribuant les niveaux de pratiques sur une échelle à cinq niveaux (de la très forte à la très faible familiarité), cet indicateur tient compte de la diversité des pratiques de visites muséales et patrimoniales (reprenant en cela le spectre élargi des catégories de pratiques dont il était question plus haut) ainsi que de leur temporalité (au cours des 12 derniers mois, au moins une fois dans la vie, jamais). Il apparaît que les publics des 18-30 ans sont parmi les plus familiers des musées : par rapport à l'ensemble des publics enquêtés (N=7336), les 18-30 ans ne se répartissent pas de la même manière sur cette échelle de la familiarité. Ils sont plus nombreux du côté des familiarités forte et très forte (respectivement +2,3 et +2,9) que du côté de la familiarité très faible (-3,5) par rapport à l'échantillon total. La familiarité de ces jeunes se démarque encore plus nettement si on les compare à la génération des visiteurs de 60 ans et plus : par rapport à ces derniers, les 18-30 ans ont plus souvent un niveau de familiarité forte ou très forte (respectivement +6,1 et +7,1) qu'un niveau très faible (-9,2).

Ainsi, d'une génération à l'autre, une réduction des écarts entre les classes sociales supérieures et populaires se fait jour : au niveau des familiarités forte et très forte, l'écart entre ces deux classes est de 17 points chez les 18-30 ans contre 23 points chez les visiteurs de 60 ans et plus. Si la familiarité muséale reste socialement clivée chez ces deux générations de publics (les classes supérieures étant les plus familières des pratiques de visites dans l'une et l'autre génération), elle l'est moins fortement chez les jeunes générations de publics. Les données de ces enquêtes dressent aussi le portrait d'une génération de publics plus fortement sensibilisés aux pratiques de visites muséales par les politiques de démocratisation culturelle (notamment par l'école) qui ne laissent pas indemne la carrière de ces visiteurs jeunes comme en témoignent leur forte familiarité avec la pratique du musée, de même que la prégnance de la « culture pour tous » dans les représentations qu'ils s'en font.

Une seconde approche des pratiques muséales des jeunes générations est développée dans une enquête par entretiens auprès de visiteurs entre 18 et 30 ans recrutés lors d'événements muséaux qui leur sont dédiés. Cette enquête explore plus avant une perspective diachronique de la carrière de ces visiteurs et de la grammaire du loisir dans laquelle s'insère ou s'est insérée leur pratique muséale, deux points que les enquêtes–aev n'interrogent que de façon fragmentaire. Conçus comme des récits biographiques (Bertaux, 1997), ces entretiens approfondis 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 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 sociales et 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 visiteur 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 pas !* », pour reprendre le titre de l'article de Cosmina 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), sur la première fois qu'ils ont été au musée sans y être accompagnés et sur leurs souvenirs de pratiques actuelles (au cours des 12 derniers mois). Pour chacun de ces souvenirs, les enquêtés étaient invités à commenter les impressions que ces visites leur ont laissées du musée et de la pratique elle-même, les traces éventuelles qu'ils auraient pu conserver de ces visites, les motivations qui les avaient poussés à visiter.

En première analyse [10], il apparaît que les carrières aux allures discontinues sont jalonnées de points de rupture qui déchirent le temps en un avant et un après (de désintérêt puis d'intérêt pour la visite, ou inversement). Ces points de rupture sont de natures diverses. Le contraste peut s'établir entre le milieu social d'appartenance et celui de référence : l'investissement dans la pratique de visite fonctionne alors comme un pari fait que ces pratiques permettront de s'insérer dans le milieu social de référence, la visite étant alors perçue, de façon stratégique, par sa valeur culturellement et socialement reconnue. Le contraste peut aussi s'établir entre le réseau social professionnel et amical : c'est le cas de plusieurs jeunes actifs rencontrés dans l'enquête qui évoluent dans un réseau social professionnel éloigné de ces formes de pratiques culturelles et qui conçoivent ces pratiques de visite comme une incursion dans d'autres dimensions culturelles que celles qui les environnent professionnellement. Le contraste peut enfin s'établir à la suite de longs séjours dans des lieux où l'offre culturelle est plus rare. C'est le cas de deux jeunes, l'un étudiant, l'autre jeune actif, qui, par effet de rattrapage après un long séjour à l'étranger, se sont investis à corps perdu dans des pratiques de visites patrimoniales. À l'opposé de ces carrières contrastées, figurent des profils dont la dynamique d'ensemble est plus continue, soit en faveur de la pratique soit en sa défaveur. Toutefois, loin d'être entièrement uniformes,

ces carrières apparaissent également jalonnées d'aller-retour dans les représentations que suscitent ces pratiques indépendamment des types de visite ou des types de lieux visités. En ce sens, alors même que certains de ces enquêtés se disent « *visiteur* », ils n'assument pas cette identité en tout lieu et en tout temps.

Conclusion

La notion de public est à géométrie variable : selon les catégories de publics qui sont institutionnalisées, selon les catégories dont la recherche se dote pour l'appréhender. Cette recherche sur l'engagement des jeunes générations de publics dans la pratique muséale procède d'un jeu d'échelle sur cette notion : de la vue d'ensemble – à un niveau agrégé des données sur ces publics et les formes de leurs pratiques muséales – à l'échelle individuelle, depuis laquelle le rapport au musée apparaît comme une relation nuancée dans le temps et selon les lieux. Ces jeux d'échelle sur la notion de*public*permettent de lire l'éventail des rapports qu'elle recouvre dans lequel assiduité et distanciation, familiarité et dilettantisme ne s'opposent pas terme à terme. L'approche de la pratique muséale par la grammaire du loisir qu'elle intègre récuse l'assiduité et la familiarité comme uniques critères d'une relation forte au musée et permet de comprendre les liens, souples et évolutifs, que les individus tissent avec cette pratique, y compris lorsqu'elle occupe une place secondaire dans cette grammaire, qu'elle y est occasionnelle. Pour les institutions muséales, cette approche pourrait être porteuse de perspectives différentes sur la captation et la fidélisation des visiteurs : plus en partenariat qu'en concurrence pour la conquête des publics.

Bibliographie

Alibert David, Bigot Régis, Hatchuel Georges (2005), *Fréquentation et image des musées au début 2005,* enquête réalisée par le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (France), Département Conditions de vie et aspirations des Français, Paris, Crédoc.

Ballé Catherine (2003), « Musées, changement et organisation », *Culture et Musées*, 2, pp. 17-33.

Becker Howard Samuel (1963), *Outsiders : études de sociologie de la déviance*, trad. de l'anglais par Jean-Pierre Briand et Jean-Michel Chapoulie, Paris, Métailié, 1985.

Bertaux Daniel (1997), *Le récit de vie*, 3e édition révisée, Paris, A. Colin, 2010.

Bigot Régis, Daudey Émilie, *et al.* (2012), *La visite des musées, des expositions et des monuments,* étude pour la Direction générale des patrimoines, Département de la politique des publics, Paris, Crédoc, Collection des rapports, n°R281.

Bourdieu Pierre, Darbel Alain, Schnapper Dominique (1969), *L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*, Paris, Éd. de Minuit.

Casanova Françoise (1998), « Une pratique interactive orale de l'histoire de l'art au musée du Louvre : des jeunes s'entretiennent », *Publics et Musées,* 14, pp. 69-85.

Chaumier Serge, dir. (2005), *Culture et Musées*, 5 :*Du musée au parc d'attractions : ambivalence des formes de l'exposition*, Paris, Actes Sud.

Coulangeon Philippe (2004), « Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie : Le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète ? », *Sociologie et Sociétés*, 36, pp. 59-85.

Coulangeon Philippe (2011), *Les métamorphoses de la distinction : inégalités culturelles dans la France d'aujourd'hui*, Paris, B. Grasset.

Davallon Jean (1997), « Le public consomme vite. Devient-il superficiel ? », pp. 177-188, dans Doré Guy, dir., *La société et le musée, l'une change, l'autre aussi. Actes du colloque tenu au Centre canadien d'architecture, à Montréal, dans le cadre des neuvièmes entretiens du Centre Jacques Cartier, les 2,3 et 4 octobre 1996*, Montréal, Pointe-à-Callière, musée d'archéologie et d'histoire de Montréal.

Donnat Olivier (1998), *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, Documentation Française.

Donnat Olivier (2009), *Les pratiques culturellesdes Français à l'ère numérique : enquête 2008*. Paris : La Découverte : Ministère de la culture et de la communication.

Eidelman Jacqueline (2005), *Musées et publics, la double métamorphose. Socialisation et individualisation de la culture,* habilitation à diriger des recherches, Paris, Paris V-René Descartes/Faculté des sciences sociales et humaine.

Eidelman Jacqueline, Cordier Jean-Pierre, Letrait Muriel (2003), « Musées et patrimoine : catégories administratives, catégories de la recherche et catégories "spontanées" », pp. 189-205, dans Donnat Olivier, dir., *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris, Documentation française.

Ghebaur Cosmina (2013), « "Mais... je ne visite pas !" : une approche ethnographique de l'usage faibles des œuvres », *Ethnologie Française*, 43/4, pp. 709-722.

Granovetter Mark (2000). « La force des liens faibles », pp. 45-73, dans *Le marché autrement : les réseaux dans l'économie*, trad. de l'anglais par Isabelle This Saint-Jean, Paris, Desclée de Brouwer.

Lahire Bernard (2006), *La culture des individus : dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, Ed. La Découverte.

Octobre Sylvie (2003), « Les 6-14 ans et les équipements culturels : des pratiques encadrées à la construction des goûts », pp. 73-83, vol. II (cédérom), dans Donnat Olivier, Tolila Paul, dir., *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*, Paris, Presses de Sciences Po.

Octobre Sylvie (2007), « Les loisirs culturels des 6-14 ans, réflexions et résultats », pp. 13-28, dans INJEP, DEPS, Centre Pompidou, éds, *Panorama art et jeunesse*, Marly-le-Roi, INJEP.

Octobre Sylvie (2009), « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? », *Culture Prospective, 1,* pp. 1-8.

Tobelem Jean-Michel, 2010, *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, A. Colin.

Notes

[1] Qu'il s'agisse d'en appeler à leur consentement à financer des projets muséaux par des projets de financement participatif, le *crowdfunding*, ou plus traditionnellement par un appel à souscription, ou de mobiliser leurs compétences et savoirs par des projets de production participative, le *crowdsourcing*, et de documentation collaborative.

[2] Les données des différentes éditions (1973 ; 1981 ; 1988 ; 1997 ; 2008) de l'enquête nationale *Pratiques culturelles des Français* sont disponibles en ligne sur un site Internet dédié : http://www.pratiquesculturelles.cul....

[3] À la suite du musée du Louvre, et plus particulièrement à partir des années 2000, de nombreux musées vont développer ce type d'offres dédiées à la cible des publics jeunes : aussi bien dans des musées de beaux-arts, d'art contemporain que dans des musées de société, de sciences,*etc*., et ce, sur l'ensemble du territoire national.

[4] Les soirées « *Before* » au musée du quai Branly, les « *Nocturnes étudiantes* » au Louvre-Lens, la programmation « *Alter Ego* »au Centre Pompidou-Metz, les « *Nocturnes Jeunes* » au MuCEM en sont quelques exemples.

[5] D'après les données de l'enquête sur *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008* ; pour les musées : 30% en 2008, soit 3% de moins qu'en 1997 ; et pour les monuments historiques : 30% en 2008 et en 1997 (Donnat, 2009 : 185).

[6] Bigot Régis, Daudey Émilie,*et al. (*2012), *La visite des musées, des expositions et des monuments,* étude pour la Direction générale des patrimoines, Département de la politique des publics, Paris, Crédoc, Collection des rapports, n°R281.

[7] Pour exemple, il apparaît que la propension à fréquenter des musées de société est significativement représentée chez des individus qui sont engagés par ailleurs dans des activités associatives et/ou qui ont des lectures d'ouvrages de sciences sociales, d'actualité, de magazines économiques (Eidelman, 2005 : 73-74).

[8] Ces enquêtes sont élaborées, conduites et analysées au sein du Département de la politique des publics de la direction générale des patrimoines du ministère de la Culture et de la Communication.

[9] Cette perspective générationnelle est établie par la comparaison des jeunes générations de publics (18-30 ans) avec une génération de visiteurs âgés de 60 ans et plus. Ce choix suit les comparaisons générationnelles établies par Olivier Donnat dans « Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales », *Cultures Études*, 2011, 7,pp. 1-36. Les résultats qui suivent sont tirés de l'édition 2012 de l'enquête *À l'écoute des visiteurs*(aev-2012 : 18-30 ans : N=1772 ; 60 ans et plus : N=1444).

[10] L'analyse de ces entretiens est en cours : il ne s'agit là que de premiers résultats.