



LA NOTION DE "PUBLIC" DANS LA
CULTURE
CINDY LEBAT

Cet article propose une approche historique et conceptuelle de la notion de public dans le contexte français, pointant à la fois les difficultés à la définir, les implications concrètes dans le champ de la culture et les perspectives d'évolution.



Recherche et rédaction du texte: Cindy Lebat

Mise en page: Audrey Doyen

Relecture: Audrey Doyen, Cindy Lebat, Olivier Thévenin.

2019 par l'association Mêtis.

www.metis-lab.com

Reproduction et diffusion sous licence CC Licence 3.

1. FONDEMENTS EN ENJEUX DE LA CONNAISSANCE DES PUBLICS

"Public.s": les fondements d'une nouvelle sociologie

En France, l'histoire de la connaissance des publics se révèle indissociable de la création du ministère des Affaires Culturelles, confié à André Malraux en 1959, avec pour mission de "rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel et de favoriser la création de l'art et de l'esprit qui l'enrichisse"^[1].

Dès lors, l'idée de démocratisation culturelle émerge, mais les outils conceptuels pour s'en saisir manquent.

"La notion de "public" dans ses acceptions multiples suscite encore de nombreux discours des acteurs sociaux impliqués dans son usage."

[Thevenin, 2015]

De plus, les premières politiques culturelles françaises sont imprégnées de l'idée qu'une rencontre avec l'œuvre est en elle-même suffisante pour permettre aux visiteurs de s'appropriier cette dernière, et que : "la seule diffusion de l'art fournirait les conditions suffisantes d'une communion avec le public" [Chaumier et Mairesse, 2013 : 182].

Dans les années 1960, la connaissance des publics s'affine, notamment autour des figures de Pierre Bourdieu et d'Alain Darbel, qui ont largement contribué à révéler le caractère socialement marqué de la visite culturelle, et notamment muséale.

La publication d'ouvrages phares tels que *La Distinction: critique sociale du jugement* (1979) et *L'amour de l'art les musées d'art européens et leur public* (1969), ainsi que la première édition en 1966 des résultats de l'enquête de Pierre Bourdieu sur la fréquentation des musées en Europe, font date.

À la suite de ces premiers résultats, les études de type sociologique se multiplient au cours des années 1970 et 1980, favorisant un dialogue entre recherche académique et politiques publiques.

La sociologie des pratiques culturelles, plus empirique et venant compléter la sociologie de la culture et l'étude spécifique des musées via la

muséologie, met en exergue l'indéniable poids social du musée et révèle l'ampleur des inégalités perceptibles à travers les pratiques muséales.

Les politiques publiques, confortées par les résultats de la recherche académique, portent alors leur intérêt sur la connaissance des publics. C'est dans ce contexte qu'est créé en 1963 le DEPS (Département des Études de la Prospective et des Statistiques) au sein du ministère de la Culture et de la Communication (qui produira notamment les célèbres enquêtes "Pratiques Culturelles des Français", coordonnées par Olivier Donnat et Augustin Girard dès 1973).

Les outils d'analyse et d'étude sont clairement mis au service du développement de politiques culturelles : "L'invention de la prospective sous Augustin Girard, au ministère de la Culture, a été, de ce point de vue, l'une des avancées dans l'appréhension de la question des publics, même si celle-ci était pensée dans la perspective de justifier une politique publique tant dans sa dimension économique que sociologique." [Thevenin, 2015]. Les grands établissements nationaux, dont plusieurs voient le jour à cette même époque (Centre Georges Pompidou, Musée d'Orsay...) cherchent aussi de plus en plus à produire des données statistiques, et se dotent de services des études de publics. Les inégalités sociales d'accès à la culture ayant été révélées, l'heure est à l'action et les politiques de démocratisation culturelle se développent fortement.

"La référence cardinale est le travail de Pierre Bourdieu et Alain Darbel et le reste de la production émane essentiellement de cette discipline "

[Eidelman et al., 2007 : 12]

^[1] Décret n°59-889 du 24 juillet 1959, in : JORF du 26 juillet 1959, p. 7413.

La sociologie des pratiques culturelles et les données statistiques qu'elle produit permettent de prendre en considération cette indéniable dimension sociale que le musée porte en lui, étant un lieu où s'expriment et se reproduisent les inégalités sociales. La notion de "public" connaît alors un tournant.



La notion de public se restructure : les pratiques et attentes sont différentes selon les publics. Le public unitaire et monolithique n'existe pas.

Public, publics ou non-publics ?

Ces mutations de la perception des publics engendrent nécessairement un travail et une redéfinition de la notion. La conséquence première et fondamentale de ces études empiriques a été l'abandon de l'idée d' "un" public, au profit de celle "des" publics, multiples dans leurs formes et leurs pratiques. Il a fallu abandonner le point de vue globalisant sur "le" public de l'art, pour raisonner en termes de publics socialement différenciés, stratifiés par les milieux sociaux.

Dans le champ muséal, l'idée d'un public pensé comme divisible en catégories s'impose donc, sous l'impulsion des avancées de la sociologie de la culture : "L'enjeu de l'approche nouvelle des "visiteurs", selon les catégories de la sociologie ou la conception marketing, pourrait donc se dire ainsi : le musée ne rapporterait plus son action à un "public" défini comme une entité abstraite et générale (comme une des figures du citoyen), mais à des publics considérés comme autant de regroupements d'utilisateurs empiriques réels ou potentiels et définis en fonction de caractéristiques, de ressources, d'attentes ou de pratiques communes" [Davallon, 1992].

L'invention de la notion de "non-public"

Les inégalités de l'accès à la culture ainsi révélées ne passent pas inaperçues dans le contexte de contestation et de militantisme que connaît la France dans la fin des années 1960. Ainsi, pendant les événements de mai 1968, quarante metteurs en scène réunis autour de Roger Planchon au théâtre de la Cité signent ensemble la Déclaration de Villeurbanne, qui introduit pour la première fois la notion de "non-public" : "Cette déclaration, rédigée par Francis Jeanson, est reprise et accompagnée d'un texte intitulé "Sur la notion de non-public" en

1973 dans L'Action culturelle dans la cité (Jeanson, 1973)" [Gerber et Thevenot, 2017]

Il s'agit de faire face au constat d'échec des politiques publiques, puisque les inégalités d'accès à la culture persistent, et ce sont toujours les mêmes classes sociales qui bénéficient des actions mises en place par les pouvoirs publics et les établissements culturels. La mixité des publics n'est, au vu des chiffres produits par les grandes enquêtes statistiques, pas au rendez-vous. C'est ce constat qui va amener à l'invention de ce terme de "non-public" (par opposition au public, celui qui vient).

Mais l'émergence de ce terme n'est pas sans susciter des interrogations. Son usage risque en effet d'engendrer un processus de marginalisation, voire d'exclusion d'une partie du public potentiel. L'assignation de cette étiquette de "non-public" à une partie de la population menace de produire un effet d'enfermement dans une catégorie. Cela révèle donc davantage de l'étiquetage que d'une véritable appréhension du réel : "Ce n'est pas parce que le "non-public" est autre ou différent qu'il doit être exclu politiquement de la communauté, certes imaginaire, du public" [Fleury, 2007 : 222]. Ainsi, si la notion est avant tout idéologique, il n'en reste pas moins que le passage de "public potentiel" à "non-public" présente un risque de marginalisation d'une partie du public (potentiel) et d'intériorisation d'une catégorisation négative.

De plus, ce terme de "non-public" ne peut pas tenir compte des évolutions des modes de transmission et de diffusion des œuvres. Nombre d'œuvres et de formes artistiques entrent aujourd'hui plus facilement dans la sphère domestique, ce qui amène de nouveaux publics, et induit des rencontres, des relations fortuites, occasionnelles voire "accidentelles" à l'art.

Pour reprendre les mots de Martine Azam : "plus personne "n'est à l'abri de l'art"" [Azam, 2004 : 67]. D'autres chercheurs partagent cette même opinion, à l'instar d'Emmanuel Ethis pour qui : "Les non-publics n'existent pas" [Ethis 2004 : 231, in Gerber et Thévenot, 2017].

La notion de public est donc encore une fois ébranlée et sa définition évolue, faisant entrer en jeu la notion de présence physique dans le lieu. Parler de "public" ou de "non-public" ne prend en considération que la présence de la personne dans le lieu, et non son engagement dans la relation à l'œuvre.

"Être public", ce n'est pas seulement être physiquement présent, c'est être présent à l'œuvre".

[Azam, 2004 : 67]

Pourtant, au cours d'une même expérience culturelle, un même individu peut être successivement public et non-public, selon qu'il est plus ou moins actif dans sa réception. Cela conduit donc à réexaminer le préalable d'intentionnalité comme point de départ d'une relation aux œuvres.

Comment alors parler d'un "non-public" qui n'irait pas à la rencontre des œuvres et lieux légitimes ? La pluralité des rapports à l'art brouille la frontière entre publics et non-publics, et il est difficile de dire aujourd'hui avec certitude où commence le public et où il s'arrête. Ainsi, il nous paraît plus pertinent de parler de continuum entre les pôles "publics" et "non-publics", afin d'échapper à une vision fixiste et essentialisante. Le public répond alors au contraire à une perception mouvante, parfois pour un même individu : chacun peut être tour à tour "public" et "non-public" d'une pratique (opéra, théâtre, art contemporain...). Cette prise de position invite à être plus proche de l'expérience de l'individu.

Publics pluriels, actifs et dynamiques

Les limites de la notion de non-publics montrent à quel point les publics sont en réalité plus rétifs et plus complexes que ce que la théorie sociologique nous expose. Elles amènent alors à privilégier une approche des publics prenant en compte la dimension dynamique de la rencontre avec les lieux et productions culturelles.

Jacqueline Eidelman [2002] nous invite à examiner les comportements culturels sous l'angle d'un processus dynamique. Pour elle, il n'y a pas un profil figé, un répertoire de sortie déterminé une fois pour toute pour l'individu, mais ce dernier est construit au cours d'un processus d'élaboration continu initiant des identités et des carrières de visiteurs. La constitution des publics répond donc à des processus sociaux en perpétuelle évolution. Il s'agit alors de révéler les processus de formation d'une identité de visiteur, et de mettre l'accent sur la pluralité des facteurs. Les "histoires" propres à chaque visiteur font donc émerger la difficulté à saisir le public comme le seul produit de processus

Quelques opérateurs de la production de statistiques culturelles

1. Le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS)

Les missions du DEPS sont pour partie centrées sur la production de données statistiques concernant le secteur culturel français. On peut lire sur le site Internet du ministère de la Culture "Le DEPS collecte les données, rassemble les sources et élabore les statistiques relatives au champ culturel pour apporter un éclairage quantitatif et qualitatif à la définition et aux orientations des politiques culturelles nationales, mais également communautaires et internationales".

2. EGMUS - The European Group on Museum Statistics (www.egmus.eu)

EGMUS est un réseau européen d'harmonisation et de diffusion des statistiques sur les musées. Il a été créé en 2002 et regroupe à présent 30 pays. L'organisme cherche à produire des données chiffrées comparables sur les musées d'Europe, en travaillant à la mise en place d'indicateurs communs.

3. Eurostat - Office de statistiques de l'Union Européenne (www.ec.europa.eu)

Eurostat est l'organisme officiel d'harmonisation, d'exploitation et de diffusion des données statistiques de l'Union Européenne. L'objectif est de fournir des données de qualité, permettant d'établir des comparaisons entre les états membres dans des domaines variés tels que l'emploi, l'éducation, la santé et - bien sûr - la culture. Les données sont consultables sur leur site Internet sous forme brute ou dans des synthèses thématiques. EuroStat, sous son appellation actuelle, a été créée en 1959.

de reproduction sociale des inégalités, puisque les attitudes face à la culture varieront au cours de la vie pour un même individu.

La focale est mise sur les registres et lieux de sociabilités comme éléments clés de la constitution de soi en tant que "public": "on distingue généralement les socialisations primaires (les héritages transmis par la famille et l'école par exemple) des socialisations secondaires qui fonctionnent comme une aptitude à inventer de nouvelles pratiques à partir d'expériences de vies et des sociabilités suscitées par des environnements du système relationnel (parents, conjoint, frères et sœurs, cousins, voisins, groupes d'amis, collègues, etc.) et la nature d'échanges effectués (régularité, densité, temporalité, etc.) et servent ainsi de concept opératoire dans les recherches actuelles." [Thevenin 2015].

S'opposant à la distinction entre "publics" et "non-publics", la sociologie de la réception va au contraire s'intéresser à la diversité des modes de réception, c'est-à-dire des manières d'être public (visiteur, spectateur, ou lecteur), accordant une même légitimité à chacune des pratiques étudiées. Aussi pour Jean Caune [2018] : "La question des publics doit être abordée en même temps que l'expérience esthétique de la personne". Cette approche se situe dans la lignée des travaux d'Umberto Eco [1979] et de sa définition d'un lecteur actif dans la construction du sens. Serge Saada va dans le même sens avec le spectateur de théâtre [2011]. Dans toutes ces approches, le récepteur est actif de sa réception et participe à la construction du sens, il est "acteur de ce qu'il est venu voir" [Sorlin, 1992] ; alors, le public est aussi créé par l'auteur, le concepteur de l'œuvre et celui de sa mise en discours : "Rechercher le public d'une œuvre signifie alors chercher le public envisagé par l'auteur dans une esthétique de la réception". [Gerber et Thévenot 2017].

Le "public" est donc à chercher entre ces approches, au croisement de ces conceptions qui le pensent pour lui-même, dans sa relation ou son absence de relation à l'œuvre, et dans le lien qu'il crée volontairement ou non avec le concepteur de l'œuvre rencontrée.

Des nouveaux modes de consommation culturelle: une nécessaire nouvelle définition du terme "public"?

Les modifications des modes de consommation culturelle et d'accès aux contenus « conduisent à un certain éclatement des connaissances et des goûts

à l'origine d'une plus grande autonomie culturelle » (Thevenin, 2015). Dès lors se pose la question de l'angle sous lequel analyser les publics. Impossible de le considérer encore comme une masse uniforme, impossible également de l'étudier sous l'angle de sa fréquentation ou sa non-fréquentation d'un lieu, ni même sous l'angle de l'étude de ses goûts et pratiques, qui s'avèrent mouvants et parfaitement hétéroclites. L'approche sociale, classique jusqu'à récemment et héritée des travaux de P. Bourdieu, perd également de son sens, à une époque de grande transversalité et circulation des contenus (même si les pratiques culturelles restent fortement déterminées par des critères sociaux tels que le niveau de diplôme ou de revenus). Dès 1992, Pierre Sorlin qualifie la notion de public de "mirage", d'une "expression vide dont les sciences humaines se forgent des représentations extrêmement variables" [Sorlin, 1992]. Mais les interrogations et le flou semblent s'accroître aujourd'hui, car il faut à présent prendre en considération "l'éclectisme et l'hybridation croissants des univers culturels qui dépendent aussi de l'identité des individus et des rapports diversifiés à la culture, aux médias et aux industries de contenus" [Thevenin 2015]. La "diversification des voies d'accès à la culture" [Thevenin 2015] amène à repenser totalement la façon de définir les publics et ouvre la voie à des approches conceptuelles et scientifiques nouvelles, qui se traduisent également sur le terrain par des actions et injonctions renouvelées face aux publics.

"On ne naît pas visiteur, on l'est différemment et plus ou moins à chaque cycle de la vie et aux différents temps sociaux"

[Eidelman et Jonchery, 2013]

Différentes phases de la "carrière du visiteur" [Eidelman et al. 2003]:

- Enfance, cadre familial et scolaire: relation soutenue avec les espaces d'expositions ;
- Adolescence, période précédant l'âge adulte: diminution ou arrêt de la fréquentation ;
- Le début de la vie de couple n'offre pas nécessairement l'occasion d'une découverte ou d'une relance, qui intervient davantage au moment de l'éducation des enfants ;
- Puis, à la prise d'indépendance de ces derniers, le temps libre augmente. Les voyages aussi, par conséquent les visites se multiplient.

2. SUR LE TERRAIN: MÉDIATION CULTURELLE ET POLITIQUES PUBLIQUES

La médiation culturelle

Ce constat de pluralité des publics et de leurs trajectoires révélées va de pair avec le développement de politiques culturelles axées vers la démocratisation. Il est difficile d'affirmer l'origine réelle de cette ambition portée par les politiques publiques : doit-on se référer au développement du rôle éducatif des musées, posé comme une priorité par le Front populaire dans les années 1930 ? Ou à la création des Maisons de la Culture par le ministère des Affaires culturelles d'André Malraux en 1959, dont le but était de "transformer un privilège (la culture) en un bien commun" [Eyries, 2014] ?

Mais malgré ces racines anciennes, ce sont les années 1970/80 qui constituent véritablement un tournant, avec la formalisation de ces ambitions de démocratisation de la culture autour de la notion de médiation culturelle, qui constitue un nouveau champ académique autant que professionnel. Elle traduit des volontés "à la fois politique, utopique, idéologique" [Caillet et al., 2016 : 16].

Les musées et le patrimoine sont les secteurs dans lesquels la notion de médiation culturelle se développe le plus [Chaumier et Mairesse, 2013 : 180] ; les différentes catégories de publics sont prises en compte et les acteurs de la médiation culturelle ont à cœur de proposer pour chacune d'entre elles des dispositifs d'accueil et de transmission adaptés. Dans les faits, cela se traduit par la création dans les années 1970 et 1980 de services des publics, dont sont dotés les grands établissements culturels nouvellement créés. Notons par exemple le centre Pompidou (1977), la cité des Sciences et de l'industrie (1986) ou le musée d'Orsay (1986), qui comptent dès leur ouverture des services des publics particulièrement

actifs. La médiation culturelle désigne souvent les "actions d'accompagnement et la construction de dispositifs d'interprétation des œuvres pour des publics, l'espace de production d'objets culturels et de langages qui produisent du sens et des liens..." [Gellereau, 2006 : 28]. Elle se fonde sur le fait que le sens n'est pas immanent aux objets mais se construit par des sujets interprétants, grâce à des langages et des dispositifs. L'influence des *cultural studies* et de la sociologie de la réception a permis de diffuser cette idée que le public est actif dans sa réception, mais que cette dernière est fortement conditionnée socialement : à partir de là, peut se développer le concept de médiation culturelle, qui est justement pensé pour accompagner le visiteur ou spectateur dans son appropriation du contenu culturel.

"La médiation culturelle désigne les actions d'accompagnement et la construction de dispositifs d'interprétation des œuvres pour des publics, l'espace de production d'objets culturels et de langages qui produisent du sens et des liens..."

[Gellereau, 2006 : 28].

Le champ académique répond totalement à ces actions de terrain en posant la notion de médiation comme un corollaire à celle d'exposition. Jean Davallon (1999), en pensant le musée dans une perspective communicationnelle, conçoit l'exposition en elle-même comme "une situation de

médiation" [Chaumier et Mairesse, 2013 : 180]. La notion de publics devient un pilier de la médiation culturelle, s'ancrant dans une pluralité de champs disciplinaires.

Toutefois, l'évolution que connaissent à la fois les modes de consommation et de diffusion des biens culturels, ainsi que les restructurations dont sont l'objet les établissements culturels, amène à un redéploiement des notions de médiation culturelle et de publics, autour de problématiques qui sont le reflet de grandes questions sociétales. Le rapport de la Mission musée du 21^e siècle (2017) ainsi que la proposition de nouvelle définition du musée par l'ICOM^[2] (2019) pointent, dans le cadre des musées, certaines de ces évolutions. Le musée doit – d'après ces textes – devenir un lieu inclusif, participatif, construit autour d'une mission critique et sociale. Attardons-nous à présent sur quelques-unes de ces grandes lignes pour percevoir la façon dont la notion de « public » est repensée et questionnée.

[2] Définition disponible sur le site de l'ICOM : <https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>



3. LE PUBLIC DE DEMAIN: VERS DE NOUVELLES ÉVOLUTIONS?

Inclusion VS approches catégorielles

Le musée contemporain et futur est présenté comme "inclusif" [Eidelman, 2017]. Depuis 2008, l'*International Journal of the Inclusive Museum* documente d'ailleurs cette évolution dans le secteur muséal, en assurant la publication d'articles muséologiques autour de la question suivante : "comment l'institution du musée peut-elle devenir plus inclusive ?" [3]

Les décisions faisant suite à la 25e Assemblée générale de l'ICOM (Shanghai, Chine, 2010) témoignent elles-aussi de cette évolution majeure du musée. Il s'agit d'une part de l'adoption par l'ICOM de la Charte de la diversité culturelle, et d'autre part de la création d'une "Plate-forme pour des musées inclusifs" (*Inclusive Museum Knowledge Platform*).

La notion d'inclusion constitue donc un défi pour les professionnels de musées, qui cherchent à se l'approprier. Il s'agit donc de faire groupe tout en respectant les individualités. La "promesse universelle" du musée inclusif se voit alors confrontée à la nécessaire prise en compte des besoins et parcours spécifiques de chacun. Si l'approche universelle des publics est mise en avant par des approches pensées comme inclusives (notons le développement de *design universel*), la persistance d'offres catégorielles est dans le même temps le reflet de la conception plurielle des publics. Une des grandes questions actuelles est donc de parvenir à faire coïncider des approches à première vue contradictoire, et la notion de "public" se retrouve de nouveau ébranlée.

"Dans les musées, les discours formulés par les professionnels autour de la notion d'inclusion vont dans le sens d'une mixité des publics. Éviter stigmatisation et dépendance tout en garantissant l'autonomie d'action : telle est la conception de l'inclusion défendue par de nombreux acteurs du secteur".

[Lebat, 2019].

Musée participatif et citoyen : le.s public.s au centre de l'action

Les origines d'un musée participatif sont à trouver dans l'écomuséologie, dès les années 1970. L'objet premier des écomusées est la préservation et transmission des cultures populaires, savoir-faire et traditions locaux. La participation des citoyens et l'implication des communautés locales est un pilier de l'écomuséologie.

Pourtant, la problématique semble réactivée à l'heure actuelle, dans les musées mais aussi dans d'autres champs de la culture : le mouvement semble global et transversal. Le public n'est plus simple consommateur, il co-construit. Il est consulté et a un "droit de regard" sur la production dont il sera soit l'objet soit le spectateur. Prenons l'exemple du public de cinéma et de productions audiovisuelles: "La participation est une composante essentielle des nouvelles modalités collectives de ces écritures créatives numériques qui brouillent les rôles traditionnels entre auteur et utilisateur" [Chapelain, 2017]. Les publics sont amenés très concrètement à participer à la création de certaines œuvres et à leur évolution : "Le public est parfois sollicité pour orienter un récit médiatique", il peut par exemple "Sauver un personnage comme dans *Anarchy*, fiction participative et "transmédia", ou dans *Falltown*, série fantastique et humoristique" [Chapelain, 2017]. Le public devient alors partie prenante de la construction du discours produit par le média (qu'il soit audiovisuel, théâtral, muséal, etc.), ce qui bouleverse profondément à la fois la façon dont il va lui-même définir et construire son rapport à l'objet et au lieu, mais aussi la façon dont les professionnels de la culture vont s'adresser à lui. Dans ce sens, le développement des outils numériques, et notamment des réseaux sociaux numériques, a permis de renouveler dans une certaine mesure les modes d'implication des publics : **"les usages de l'internet fondés sur les pratiques contributives ont brouillé la division entre producteurs et consommateurs de contenu"** [Gerber et Thevenot, 2017].

[3] Programme de la 8e conférence internationale sur le musée inclusif, "Museums as Civic Spaces", National Science Museum, Delhi, New Delhi, India, 7-9 August 2015.

4. RENCONTRE AVEC OLIVIER THÉVENIN

Propos recueillis par Cindy Lebat, le 12 décembre 2019.

Comment la recherche académique s'empare-t-elle de la question des publics aujourd'hui ?

La question des publics est difficile à résumer lorsque l'on envisage de croiser les études des publics des établissements culturels et celles de la sphère académique.

Les études fondées sur la fréquentation des établissements subventionnés ou sur la représentativité des pratiques culturelles peuvent être considérées comme des artefacts qui fournissent à notre société un moyen de se représenter "la culture" et les "publics" sous formes de conventions consensuelles. Comme l'a bien montré Alain Desrosières^[1], il s'agit de catégories construites qui conduisent à considérer la mesure de l'opinion comme une réalité sociale où "l'essentiel n'est pas de savoir si les données sont les reflets ou des miroirs de la société ou d'autre chose, mais de faire quelque chose qui se tienne". Cette notion de publics de la culture appréhendée à partir notamment de la statistique culturelle a une logique institutionnelle - celle du Ministère de la culture en particulier - qui a vocation à justifier une politique publique. Comment rendre accessible des œuvres, soutenir la création ou transmettre des connaissances correspondant à des logiques spécifiques à ce secteur ? Ces questionnements, si l'on se place du point de vue des établissements nationaux ou des différents acteurs de ce secteur labélisé, correspondent à l'injonction à développer l'accès à des publics et à rendre compte de l'efficacité de la "démocratisation culturelle".

Les études concernant la démocratisation culturelle ont eu le mérite d'apporter une accumulation de données qui rendent intelligibles les modalités de la fréquentation culturelle dans des domaines délimités, mais elles ne sont pas aisément articulables entre elles et ne renvoient pas à un courant d'études académiques homogène^[2]. En outre, l'étude de la consommation de cette culture en chiffres ne se retrouve que partiellement dans la sociologie qui a une tradition plus ancienne et ne se confond pas avec celle qui a été développée par la statistique culturelle initiée dans les années 60. L'étude des "effets des médias" et de la "consommation de masse" relève en effet d'approches nombreuses et antérieures en Amérique du nord. En France, les travaux précurseurs de Michel de Certeau ou de Daniel Dayan ont ouvert un champ d'étude plus qualitatif en travaillant sur l'organisation de l'expérience des publics et sur le sens que les individus accordent à leurs pratiques avec une dimension plus anthropologique. Plus récemment, la recherche académique sur les publics de la culture centre également ses problématiques non seulement à partir de la sociologie de la domination et de la reproduction, mais également avec des théories dispositionnalistes des individus, du travail créateur, des attachements et de

[1] Alain Desrosières, *La politique des grands nombres. Histoire de la raison statistique*, La Découverte/Poche, 2010.

[2] Séverine Dessajan et Olivier Thévenin, "L'étude des pratiques de visites: Entre sociographie et réception". in *Regards interdisciplinaires sur les publics de la culture*, dir. M-C Larouche, J. Lukerhoff, S. Labbé, Presses de l'Université du Québec, 2017, pp. 215-229.

[3] Dominique Boullier, "Les sciences sociales face aux traces du big data. Société, opinion ou vibrations?". *Revue française de science politique*, vol. 65, Presses de Sciences Po, 2015/5. Dominique Cardon, *La culture numérique*, Presses de Sciences Po, 2019.

Olivier Thévenin est professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, CERLIS (Centre de recherche sur les liens sociaux). Ses recherches s'inscrivent dans le domaine de la sociologie des arts, de la culture et des médias, et portent sur l'étude des publics du théâtre, des musées et des festivals de films, ainsi que sur les articulations entre les pratiques de sociabilité, les pratiques de communication à distance et les pratiques culturelles de loisir.

l'acteur réseau... Un autre changement profond se dessine aussi avec l'étude des traces numériques (je pense notamment aux travaux de Dominique Boullier et de Dominique Cardon[3]). Il s'agit là d'une transformation qui bouleverse les protocoles d'enquêtes et la production de connaissances à partir des données du numérique qui ne sont plus principalement celles des instituts et des chercheurs, mais aussi celles des grands groupes de l'économie du numérique qui utilisent des algorithmes pour constituer des corrélations prédictives à des fins mercantiles. Dominique Cardon montre très bien en quoi "les écosystèmes numériques déplacent le centre de gravité des sociétés vers les individus connectés et vers les acteurs qui contrôlent les plateformes assurant la mise en réseaux". Ces changements nourrissent ainsi de nouveaux questionnements sur le devenir de la place de la culture dans nos sociétés et donc incidemment sur les formes de sociabilité - notamment numérique - et les logiques d'individuation dans un régime d'abondance culturelle.

Les questions de démocratisation culturelle et de réduction des inégalités sont-elles toujours le cœur du propos ?

Il faut de toute évidence resituer la sociologie de la domination et de la reproduction dans son contexte avec son corollaire : la critique de la démocratisation culturelle des années 60-70 du Ministère de la culture. Il s'agit de théories qui parlent de l'école avant la massification de l'accès à l'enseignement supérieur et d'une consommation encore peu impactée par les industries de la culture et de la communication. Pour reprendre le mot d'Edgar Morin, la consommation de masse a déclenché un "cracking culturel". "Là où existaient des molécules sociales intégrées - les classes -, elle a révélé une multitude d'atomes de plus en plus petits[4]". Autrement dit, observe François Dubet, "la consommation a multiplié les publics sans que ces publics recouvrent des positions de classes". Avec l'accentuation des processus de différenciation de la société de la consommation et de l'information, les inégalités culturelles changent de nature. L'une des pistes pour les saisir consisterait ainsi, selon François Dubet, à appréhender ce passage progressif du régime des inégalités de classe au régime des inégalités multiples afin d'étudier comment ces inégalités s'individualisent.

Comment ces modèles d'action peuvent-ils s'ancrer dans le réel des pratiques professionnelles ?

Comprendre les différentes caractéristiques des publics est nécessaire pour organiser l'accès et le développement de la diversification "aux biens communs" des établissements culturels. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue que l'on a trop fortement tendance à segmenter les publics - par exemple les publics jeunes, les publics touristiques, les publics du champ social, etc. - à partir de domaines du type "les visiteurs des musées, les spectateurs du spectacle vivant, les lecteurs, les auditeurs, etc." en donnant une représentation réifiée de ce qu'est l'expérience de la culture des individus. Pour les acteurs en charge des publics, il est difficile d'envisager la relation entre médiation artistique, enseignement scolaire et éducation non formelle[5]. Cette dernière prend la forme d'actes volontaires effectués dans le temps de loisirs, sans programme imposé, et se distingue de la culture scolaire qui fonctionne sur des temporalités plus longues. Pour autant notre système éducatif et toutes ses médiations - même l'Éducation Nationale avec les moyens dont elle dispose - n'infléchissent pas du tout au tout les inégalités sociales, aussi c'est en renforçant les complémentarités entre

[4] François Dubet, *Le temps des passions tristes*, Seuil, p. 27.

[5] Daniel Jacobi, *Culture et éducation non formelle*, Presse de l'Université du Québec, 2018.

ces deux secteurs que l'on surmontera les immenses ruptures qui s'accroissent. Cette perspective enjoint non seulement de chercher des passerelles avec le monde de l'éducation, mais aussi de favoriser une démocratie culturelle qui demeure instable et fragile. L'une des utopies concrètes consiste à s'inscrire dans le prolongement des réflexions de Francis Jeanson^[6] pour qui tout est à "inventer" dans le domaine de l'action culturelle et de s'engager comme Edgar Morin le propose en affrontant les incertitudes de la complexité des êtres humains, de la vie, de nos sociétés et de la mondialisation.

^[6] Francis Jeanson, *La culture, pratique du monde*, dir. F. Jeanson, P. Forest, P. Champagne, Editions Cécile Defaut, 2003, p. 35.

Quelques références proposées par Olivier Thévenin pour penser la question des publics :

BARRÈRE, Anne. 2011. *L'éducation buissonnière: quand les adolescentes se forment par eux-mêmes*. Paris : Armand Colin.

DÉTREZ, Christine. 2014. *Sociologie de la culture*. Paris : Armand Colin.

DUBET, François. 2002. *Le déclin de l'institution. L'épreuve des faits*. Paris : Seuil.

MORIN, Edgar. 2000. *Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*. Paris : Seuil.



LES PUBLICS DE LA CULTURE: BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

AZAM, Martine. 2004. "Les non-publics, Les arts en réception". Paris : L'Harmattan, (Collection Logiques sociales, tome 2).

BOURDIEU, Pierre, DARBEL, Alain et SCHNAPPER, Dominique. 1969. *L'amour de l'art les musées d'art européens et leur public*, Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU, Pierre. 1979. *La Distinction: critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU, Pierre et PASSERON, Jean-Claude. 1994. *Les héritiers : les étudiants et la culture*. Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU, Pierre. 2009. *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*. Paris : Éditions du Seuil.

CAILLET, Elisabeth. 1994. "L'ambiguïté de la médiation culturelle : entre savoir et présence". *Publics et Musées* 6, 1, p.53-73.

CAILLET, Élisabeth, SERAIN, Fanny, CHAZOTTES, Patrice et VAYSSE, François. 2016. *La médiation culturelle : cinquième roue du carrosse*. Paris : l'Harmattan.

CAUNE, Jean. 1999. *Pour une éthique de la médiation : le sens des pratiques culturelles*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

CAUNE, Jean. 2017. *La médiation culturelle : expérience esthétique et construction du vivre-ensemble*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, (Communication, médias et sociétés).

CAUNE, Jean. 2018. "La médiation culturelle. Notion mana ou nouveau paradigme?". *L'Observatoire* 51, 1, p. 9-11.

CHAPELAIN, Brigitte. 2017. "La participation dans les écritures créatives en réseaux: de la réception à la production". *Le français aujourd'hui* 196, 1, p. 45-56. Disponible en ligne sur : <https://doi.org/10.3917/lfa.196.0045>.

CHAUMIER, Serge, et MAIRESSE, François. 2013. *La médiation culturelle*. Paris : Armand Colin.

COULANGEON, Philippe. 2010. *Sociologie des pratiques culturelles*. Paris : La Découverte.

CUCHE, Denys. 2010. *La notion de culture dans les sciences sociales*. Paris : La Découverte.

DAVALLON, Jean. 1996. "La sociologie de la réception au musée". *Revue européenne des sciences sociales*, 34, 103, p.133-136.

DAVALLON, Jean. 2000. *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : l'Harmattan.

DONNAT, Olivier, et TOLILA, Paul. 2003. *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*. Paris : Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

DONNAT, Olivier. 2011. "Pratiques culturelles, 1973-2008". *Culture études*, 7, p. 1–36.

ECO, Umberto. 1979. *Lector in fabula : ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*. Paris : Grasset.

EIDELMAN, Jacqueline, CORDIER, Jean-Pierre et LETRAIT, Muriel. 2003. "Catégories muséales et identités des visiteurs". *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Paris : La Documentation Française, p. 189-205.

EIDELMAN, Jacqueline, ROUSTAN, Mélanie et GOLDSTEIN, Bernadette. 2007. *La place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées*. Paris: La Documentation Française.

EIDELMAN, Jacqueline, et JONCHERY, Anne. 2013. "Sociologie de la démocratisation des musées". *Hermès*, 61, p. 52-60.

EIDELMAN, Jacqueline, et JONCHERY, Anne. 2013. "A l'écoute des visiteurs 2012": résultats de l'enquête nationale sur la satisfaction des publics des musées nationaux. Paris : ministère de la Culture. Disponible en ligne sur: http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/77142/586188/version/1/file/ArticleAEVmus%C3%A9es_2012.pdf.

EIDELMAN, Jacqueline. 2017. "Rapport de la mission "Musées du XXIe siècle"". Paris: Ministère de la Culture et de la Communication.

EYRIES, Alexandre. 2014. "Communication politique et culture : enjeux paradoxaux de la médiation culturelle impulsée par André Malraux". *Quaderni*, 83, p. 83-90.

FLEURY, Laurent, et DE SINGLY, François. 2011. *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*. Paris : Armand Colin.

FLEURY, Laurent. 2007. *Le TNP de Vilar : une expérience de démocratisation de la culture*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.

GELLEREAU, Michèle. 2009. "Pratiques culturelles et médiation" In: OLIVESI, Stéphane (dir.), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, p. 27-42.

GERBER, Nathalie et THÉVENOT, Pauline. 2017. "Repères interdisciplinaires sur les notions de public(s) et non-public(s) en sciences de l'homme et de la société". *Interrogations ?*, 24. Disponible en ligne sur: <https://www.revue-interrogations.org/Reperes-interdisciplinaires-sur>

GOTTESDIENER, Hana, VILATTE, Jean-Christophe et VRIGNAUD, Pierre. 2008. "Image de soi-image du visiteur et pratiques des musées d'art". *Culture études*, 3, p. 1–12.

LEBAT, Cindy. 2019. "Complexité de la notion d'inclusion mise en lumière par l'étude des institutions muséales françaises et de leurs dispositifs de médiation culturelle". *Développement humain, handicap et changement social*, 25, 1, p. 177-187.

MOUCHTOURIS, Antigone. 2003. *Sociologie du public dans le champ culturel et artistique*. Paris : l'Harmattan.

SAADA, Serge. 2011. *Et si on partageait la culture ? : essai sur la médiation culturelle et le potentiel du spectateur*. Toulouse: Éditions de l'attribut.

SORLIN, Pierre. 1992. "Le Mirage du Public". *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 39, p. 86-102.

THÉVENIN, Olivier. 2015. "Publics, médias de masse et participation culturelle. Trois concepts interdépendants". *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 7, Disponible en ligne sur: <https://journals.openedition.org/rfsic/1541>