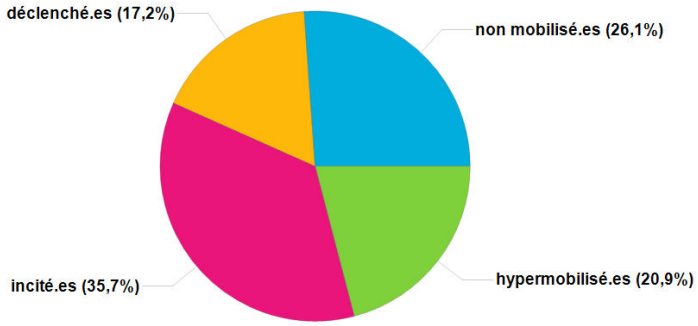
Gratuité et médiactons : (ré)inscrire la visite à l'agenda des loisirs ordinaires

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.	
Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans	
non	9,3
une fois	11,6
à plusieurs reprises	79,1
Usages des gratuités événementielles	
jamais	13
une à deux visites gratuites	45,3
plusieurs visites gratuites	41,7
Usages de la gratuité toutes mesures confondues	
première visite gratuite	6,4
une à deux visites gratuites avant celle enquêtée	10,7
plusieurs visites gratuites avant celle enquêtée	82,9

source : Les 18-25 ans et la gratuité, 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; **champ :** 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*, 1ers 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
Usages des gratuités événementielles			
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

source : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; **champ :** 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. Céroux 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-moblisé·es**
Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans				
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
Usages des gratuités événementielles				
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

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 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)	
Si vous avez déjà profité d'une gratuité, vous l'avez utilisée pour…	
revisiter un ou des musée(s) que vous connaissiez	42,2
découvrir un ou des musée(s) que vous ne connaissiez pas	87,3
vous avez déjà bénéficié de la gratuité pour les moins de 26 ans dans ce musée…	
jamais	22,9
une fois	47
plusieurs fois	30,1
vous avez déjà bénéficié de la gratuité pour les moins de 26 ans dans différents musées…	
jamais	18,7
une fois	8,8
plusieurs fois	72,5

source : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; **champ :** 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)**
Si vous avez déjà profité d'une gratuité, vous l'avez utilisée pour…			
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
Est-ce votre première visite dans ce musée ?			
primovisiteur·se	**89,1**	**75**	54,1
déjà venu·e	10,9	25	**45,9**
Après cette visite, vous avez l'intention de…			
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

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 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-moblisé·es**
Si vous avez déjà profité d'une gratuité, vous l'avez utilisée pour…				
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
Est-ce votre première visite dans ce musée ?				
primovisiteur·se	52	50,6	**74,6**	**68,4**
déjà venu·e	**48**	**49,4**	25,4	31,6
Après cette visite, vous avez l'intention de…				
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

source : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; **champ :** 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-moblisé·es**
visite de proximité	64,9	**69,5**	52,1
visite touristique	35,1	30,5	**47,9**
Chez les visiteur·ses résidant en régions			
visite de proximité	49,7	**52,4**	43,1
visite touristique	50,3	47,6	**56,9**

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-moblisé·es**
Quand avez-vous décidé de venir dans ce musée?			
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-moblisé·es**
Niveau de familiarité avec la visite muséale				
très fort	67,5	**71,2**	56,1	61,9
fort	15,2	12,5	15,2	16,9
moyen	11,5	14,4	18,7	16,9
faible	5,8	1,9	**10,1**	4,3
Est-ce votre première visite dans ce musée ?				
primovisiteur·se	52	50,6	**74,6**	**68,4**
déjà venu·e	**48**	**49,4**	25,4	31,6
Avez-vous un lien particulier avec ce musée ?				
oui	26,3	**33,9**	20,8	31,9
non	73,8	66,1	**79,2**	68,1
Nature des liens				
par mes passions	43,9	56,6	53,7	51,5
par mon métier, mes études	47	59,4	48,8	64,6

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 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-moblisé·es**
Visitiez-vous seul·e ou entre ami·es étant plus jeune ?				
oui	47	**56,9**	52,8	47,4
non	53	43,1	47,2	52,6
Aujourd'hui, qui a proposé la visite ?				
moi-même	51	**56,6**	43,1	50,3
quelq'un d'autre	49	43,4	**56,9**	49,7
Aujourd'hui, vous êtes venu·e…				
seul·e	9,6	9,7	6,9	6,7
en couple	26,7	27,7	33,3	30,1
entre ami·es	**54,6**	45,9	42,3	31,4
en famille	14,2	20,9	21,2	**38,5**

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 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-moblisé·es**
Niveaux de diplôme des parents				
les deux parents diplômés du supérieur	38,5	**45**	34	40,7
l'un des deux parents diplômé du supérieur	21,8	20,9	22,7	**27,5**
les deux parents bacheliers ou moins diplômés	39,7	34,1	**43,3**	31,8
Lieu de résidence				
à Paris et proche banlieue	38,3	**42**	36,8	31,1
en régions	61,7	58	63,2	**68,9**
Situation par rapport à l'emploi				
actif·ves	46,5	36,9	45,5	40
étudiant·es	59,7	70,7	64	65,6
Domaine d'études				
culture, arts, humanités	35,8	**44**	25,7	43,2
droit, économie, commerce	27,6	29	37,6	29
sciences et ingénierie, sciences médicales	36,6	27	36,6	27,7

source : Les 18-25 ans et la gratuité 2014, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; **champ :** échantillon total : n = 1185

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'écarts 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 *médiactions 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

source : Nuit des musées spéciale étudiants, 2013 ; **champ :** 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

% obs. sur 100 pers. (en colonne)	**Nuit des musées spéciale étudiants**	**A l'écoute des visiteurs**
Que recherchiez-vous d'abord en venant ici aujourd'hui ?		
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
Modes d'information sur la visite		
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	-
Quand avez-vous décidé de visiter ?		
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
Aujourd'hui vous êtes venu·e…		
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

source : Nuit des musées spéciale étudiants, 2013 et A l'écoute des visiteurs, 2012, Département de la politique des publics, ministère de la Culture ; **champ :** 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

Ce soir, vous envisagez de visiter…	
1 ou 2 musées	32,6
3 ou 4 musées	44,1
5 ou 6 musées	23,3
Vous venez de visiter des musées…	
que vous aviez déjà visités avant ce soir	61,5
que vous n'aviez jamais visités avant ce soir	49,1
Dans la suite de la soirée, vous allez visiter des musées…	
que vous aviez déjà visités avant ce soir	47,1
que vous n'aviez jamais visités avant ce soir	74,3

source : Nuit des musées spéciale étudiants, 2013 ; **champ :** échantillon total, n = 288

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[120] : 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,

[120] 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 amenderaient 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 claque 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 :

> « Ç'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 *médiactions*. 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 visiteurs 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 longuement 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 débriefez 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, ingénieur 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 précédent, 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 varie.

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 soulignions 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 fond 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 soulignions 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 sollicite 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 :

> « Axel, 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. Ella 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'emmener 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* […] *préférait 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**
Sexe		
femmes	**65,1**	59,1
hommes	34,9	**40,9**
Lieu de résidence		
à Paris (intramuros et banlieue)	39,9	35,7
en régions	60,1	64,3
Situation par rapport à l'emploi		
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
Domaine d'étude ou professionnel		
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
Milieu social d'origine		
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**
Niveau de familiarité avec la pratique de visite muséale		
très fort	**71,8**	58,7
fort	13,8	15,8
moyen	12	**18,5**
faible	2,4	**7,1**
Est-ce votre première visite dans ce musée ?		
primovisiteur·se	51,9	**68,1**
déjà venu·e	**48,1**	31,9
Avez-vous des liens particuliers avec ce musée ?		
oui	**35,4**	23,1
non	64,6	**76,9**
Information sur la gratuité pour les moins de 26 ans avant la visite		
oui, et je savais que ce n'était que pour les collections permanentes	**50,3**	40,9
oui, mais je pensais que tout le musée était gratuit	21,4	18,9
non, je l'ai découvert en arrivant	28,3	**40,2**
Usages de la gratuité pour les moins de 26 ans		
non	3,7	**9,2**
une fois	7,1	**14,2**
à plusieurs reprises	**89,2**	76,6
Visites autonomes aux premiers temps de la jeunesse		
seul·e ou entre ami·es	34,9	31,9
les deux	**22**	14,1
ni avec des ami·es, ni en solitaire	43,2	**54**

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 soulignions 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 traîné* » 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 constations 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 »[121] : 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.

[121] 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