



Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire

Observatoire de la jeunesse et des politiques de jeunesse

INJEPR-2011/16

Pratiques culturelles et artistiques des adolescents

Transmettre et accompagner, comment faire ?

Musées et Patrimoine

Rapport d'étude

Remis en décembre 2011

Dominique Delord

Commanditaire : INJEP

Chantal Dahan

Contexte de l'étude

Nombre de pratiques culturelles sont proposées aux jeunes enfants, puis aux étudiants. Par contre, les actions visant la tranche d'âge des lycéens, hors temps scolaire, sont beaucoup plus rares. Dans le cadre d'une étude générale sur ce thème entreprise par Chantal Dahan (INJEP), cette étude partielle, menée en 2011, a ciblé les musées et le patrimoine, pour qui la motivation de ce public est considérée comme la plus difficile à obtenir. Elle a cherché à rappeler les cadres administratifs, et tâché de repérer exemples représentatifs de projets ponctuels ou au long cours, réflexions, avancées et hésitations.

Méthodologie

L'enquête a recherché les expériences visant à amener les 15 à 18 ans à accéder aux musées et au patrimoine, hors temps scolaire. La parole a été donnée aux porteurs de projets, réussis ou non : musées, grands comme le Centre Pompidou ou plus modestes comme le Château de Mayenne ; associations ou leurs fédérations ; centres sociaux et de loisirs. Des fiches détaillées de ces actions sont présentées afin d'irriguer la réflexion sur leur pertinence et leur déroulement. La parole a aussi été donnée aux animateurs du terrain ou médiateurs des musées, leur formation, l'exercice de leur rôle de pivot entre les lieux culturels et les jeunes. Des chercheurs spécialistes de ce thème se sont également exprimés.

Mots clés

Musées – patrimoine - adolescents – art contemporain – médiateurs culturels – pratiques artistiques et culturelles

L'auteure

Dominique Delord est historienne de l'art de formation, artiste du spectacle, productrice d'événements culturels, chercheuse sur l'histoire du spectacle (comité historique Audiens, Paris-Sorbonne). Elle a notamment publié :

Actes du colloque, *Économie et nouveaux territoires de l'art*, COUAC, Toulouse, 2006 (co-auteure, avec Frédéric Kahn).

Jules Pacra, fondateur de la Sté de prévoyance des artistes lyriques (1881), In *La protection sociale du spectacle et des media*, Comité d'histoire Audiens, Ed. Jacob-Duvernoy, 2012.

Contact : dominique.delord@wanadoo.fr

SOMMAIRE

CHAPITRE 1. QUI SONT LES 15-19 ANS ?	7
CHAPITRE 2. QUI SONT LES MUSEES ?	9
CHAPITRE 3. ENTRE LES MUSEES ET LES JEUNES : LES MEDIATEURS	14
<i>Les médiateurs dans les musées</i>	14
<i>L'artiste médiateur</i>	17
<i>Les médiateurs du secteur associatif</i>	17
CHAPITRE 4. LES EXEMPLES D' ACTIONS	19
<i>Le Studio 13/16 du Centre Pompidou</i>	19
Le lieu et ses principes	19
Historique du projet	20
Le Studio 13/16 vécu par quatre MJC participantes	22
Un an de fonctionnement : un premier bilan	27
<i>Impliquer le visiteur dans une action</i>	28
Musée Guimet à Paris	28
Maison de l'outil à Troyes	29
Muséum d'histoire naturelle à Rouen	30
<i>Tisser un réseau culturel local : le château de Mayenne</i>	31
<i>Communication et réseaux sociaux : article de Noémie Couillard</i>	35
CONCLUSIONS	37
<i>Retour sur les statistiques de base</i>	37
Qu'entend-t-on par musées ?	37
La fréquentation des jeunes	38
<i>La catégorisation des jeunes</i>	39
<i>La politique tarifaire : gratuité ou pas?</i>	40

CHAPITRE 1. QUI SONT LES 15-19 ANS ?

Où sont les 15-19 ans ?

3 125 808 jeunes ont entre 15 et 18 ans révolus (*Statistiques INSEE, 2011*).

84 % sont scolarisés, contre 89 % en 1995 (Note sur la France, *OCDE, septembre 2011*).

71 % ont obtenu leur bac en 2011.

En 2009-2010, 10,6 % des scolarisés de cette classe d'âge étaient en apprentissage,

(Chiffres 2009-2010. *Repères et références statistiques, Éducation Nationale - édition 2010*). (NB : l'âge moyen des apprentis est actuellement de 18,5 ans).

Qui va au musée ?

Fréquentation au cours des 12 derniers mois				La dernière fois, y sont allés... (sur 100 personnes ayant visité un musée au cours des 12 derniers mois)				
	Au moins 1 fois	<i>Dont 1 ou 2 fois</i>	<i>Dont 3 fois et +</i>	Seul	En couple	En famille	Avec amis	En groupe
Ensemble des plus de 15 ans	30	21	9	9	33	39	19	9
15-19 ans	37	27	10	3	8	43	16	35
20-24 ans	34	23	11	10	25	24	40	9

Source : les pratiques culturelles 2008, DEP, cité dans *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Olivier Donnat, 2008.

NB: plusieurs réponses étaient manifestement possibles, le total des chiffres dépassant 100 %.

Les chiffres de la colonne de gauche montrent que les jeunes de 15 à 19 ans vont plus au musée que la tranche d'âge suivante – la différence n'étant cependant que de trois points. Il y a une décline progressive dans les tranches d'âge suivantes.

Les chiffres de la colonne de droite permettent d'affiner l'analyse.

Point commun des visiteurs entre 15 et 24 ans : on va au musée à plusieurs. Mais grande différence dans la constitution de ces « groupes » :

- 27 % des 15-19 ans y sont allés (au moins une fois) de leur propre initiative (seul, couple, amis), 78 % avec famille ou groupe.

- 75 % des 20-24 ans (au moins une fois) de leur propre initiative (seul, couple, amis), 33 % en famille ou groupe.

Les jeunes de 15-19 ans sont majoritairement venus en « public captif », avec leur famille ou en groupe (lycée probablement). Seuls 24 % d'entre eux sont venus avec des gens de leur âge choisis (couple, amis), contre 65 % pour les 20-24 ans.

Ces statistiques ne donnent cependant pas d'indication sur deux points qui paraissent essentiels à notre propos : qu'appelle-t-on musée ? De quel lieu s'agit-il ? Musée d'art, des techniques, monument, éco-musée, centre d'art contemporain...?

D'autre part, l'origine géographique des jeunes n'est pas précisée. Or à l'évidence l'accessibilité des musées et apparentés est bien différente pour un jeune parisien ou banlieusard et un jeune vivant en milieu rural, pour de basiques raisons de transport : la pénurie croissante de transports en commun prive ce dernier de beaucoup d'autonomie, indépendamment de ses désirs ou des lieux visitables à une distance raisonnable.

CHAPITRE 2. QUI SONT LES MUSEES ?

Les musées : quelques notions de base

Le ministère de la Culture recense, en 2011, **1 315 musées** (888 communes) dans sa base de données Muséofile. 80 % sont gérés par des collectivités locales. [www.culture.gouv.fr/documentation/museo/].

Les **musées nationaux ne sont que 37**. Ils sont de deux types :

- 19 sont dits « services à compétence nationale », tels le musée Picasso à Paris, le château de Compiègne, le musée de la Renaissance d'Écouen...
- 18 sont des établissements publics tels les châteaux de Fontainebleau et Versailles ou le Centre Georges-Pompidou.

La plupart des autres (1 212 en 2010) sont des **musées de France**. Ce label est attribué, sur dossier, depuis une loi de 2002, en échange principalement d'un engagement au respect de diverses procédures sur l'acquisition, la vente, la conservation et la restauration des œuvres.

C'est la direction des patrimoines, une des quatre branches du ministère de la Culture, qui octroie ce label. Elle comprend un **département de la politique des publics**, qui suit la fréquentation des musées avec Museostat.

Depuis 1999, une **charte d'objectifs** lie les musées de France, par le biais du ministère de la Culture, aux fédérations d'éducation populaire.

La loi de 2002 s'est cependant souciée de **l'accueil des publics (voir encadré 4)**.

Les musées et monuments ont deux missions: assurer la transmission d'un patrimoine culturel, et permettre au plus grand nombre d'y avoir accès.

La loi de 2002 sur les musées de France (voir encadré) **a fait naître les services des publics**.

ENCADRE 4

EXTRAIT DE LA LOI DE 2002 CREANT LES MUSEES DE FRANCE: LES SERVICES DES PUBLICS

*Art. 7: **Article L442-6** : Les droits d'entrée des Musées de France sont fixés de manière à favoriser l'accès de ces musées au public le plus large. Dans les musées de France relevant de l'Etat, les mineurs de dix-huit ans sont exonérés du droit d'entrée donnant accès aux espaces de présentation des collections permanentes. **Article L442-7**: Chaque Musée de France dispose d'un service ayant en charge les actions d'accueil du public, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles. Ces actions sont assurées par des personnels qualifiés. Le cas échéant, ce service peut être commun à plusieurs musées.*

Décret 2002-852 d'application de la loi, Titre II, article 8:

Sans préjudice des dispositions particulières aux musées de France dont les collections appartiennent à l'Etat ou à ses établissements publics, les qualifications des personnels responsables des actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles dans les musées de France dont les collections appartiennent à une personne publique sont celles présentées par les professionnels mentionnés à l'article 6 de la loi du 4 janvier 2002 susvisée, ainsi que par les personnels des autres corps de la conservation du patrimoine, de l'enseignement, de la recherche, des services culturels et de la documentation appartenant à la fonction publique de l'Etat et aux cadres d'emploi de la filière culturelle de la fonction publique territoriale, dans les conditions définies par leurs statuts particuliers.

Outre celles qui sont définies à l'alinéa précédent, les qualifications des personnels responsables des actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles dans les musées de France dont les collections appartiennent à une personne morale de droit privé et, par exception, selon la nature des fonctions ou les besoins des services, dans les musées de France dont les collections appartiennent à une personne publique, sont celles présentées par :

- les personnes titulaires des titres et diplômes du niveau requis pour l'accès aux corps et cadres susmentionnés, acquis dans l'un des domaines suivants : archéologie, art contemporain, arts décoratifs, arts graphiques, ethnologie, histoire, peinture, pratiques artistiques, sciences de la nature et de la vie, sciences et techniques, sculpture, ainsi que dans les domaines de l'accueil des publics, de la diffusion, l'animation et la médiation culturelles, du tourisme et de la communication ;

- les personnes pouvant se prévaloir d'une expérience professionnelle dans les mêmes domaines.

1) Comme on l'a vu au début de ce document, les transformations de la vie et des pratiques des jeunes provoquent très largement une image générale : **les adolescents sont un public difficile à toucher**, à intéresser, à cerner, à tenir. Pour résumer: ils ne sont plus en main, etc.

2) Une constatation s'impose : **les grands adolescents, les 15-19 ans, ne sont pas considérés par les musées et monuments comme un groupe de public spécifique.**

M. Mourrad Benaxyer, chef adjoint du département des publics, nous a déclaré que l'objectif actuel de la direction du patrimoine est la venue du public familial, qu'elle espère élever à 25 % des visiteurs. Une attention particulière est également portée à des activités concernant les handicapés (un certain nombre de musées offrent à présent des parcours tactiles aux aveugles) ou des publics défavorisés (comme le projet *Vivre ensemble*, né en 2004).

De notre enquête sur les musées dont nous avons tenté de repérer les offres se dégagent quelques constatations :

- **En groupe**, le jeune de cet âge est supposé avoir l'opportunité d'être pris en charge par son établissement scolaire (rappelons que 80 % d'entre eux sont lycéens ou apprentis). L'offre des musées vers les lycées est bien inférieure à celles portée vers les collèges, déjà nettement plus faible que celle portée aux écoles. Elle n'est cependant pas à négliger, bien que notre propos ne porte que sur le hors temps scolaire.

En dehors d'un accompagnement scolaire, comme nous le verrons, un adolescent de plus de 15 ans vient très rarement au musée dans un groupe encadré par des adultes.

- **Individuellement**, il est considéré comme un « jeune », notion floue et incertaine, puisque certains sociologues prolongent la jeunesse jusqu'à 40 ans. Beaucoup de musées se jettent actuellement à corps perdu vers une conquête de ce « jeune » (fantasque, velléitaire, paresseux, timoré, etc.) en utilisant les nouveaux moyens de communication.

- **Parfois l'offre n'est que tarifaire**. Rappelons que l'entrée des musées et monuments nationaux (expositions permanentes) est gratuite pour les moins de 26 ans depuis 2009, les autres étant libres de moduler à leur guise les tarifs (les musées municipaux de Paris sont d'accès libre pour tous les visiteurs).

Lors de la vidéo promotionnelle de cette mesure, réalisée par le ministère de la Culture, des directeurs de musée expliquent la raison de cette gratuité.

Guy Cocheval, président du musée d'Orsay :

« Après 18 ans, les jeunes sont pris dans les obligations d'études et les premières obligations de travail, qui font qu'ils échappent aux musées. C'est un des segments de la population la plus difficile à fidéliser au sein d'un musée. Si on pouvait corriger les différences de classes sociales et faire venir les publics qui n'ont pas l'habitude ou qui tremblent devant le fait d'aller au musée, je pense qu'on aurait accompli un très grand pas. »

Alain Seban, président du Centre Georges Pompidou :

« Pour les jeunes, le musée est souvent associé à la contrainte. Ce que la gratuité apporte, c'est la liberté – de venir au musée quand on veut, pour la durée qu'on veut, et de revenir aussi souvent qu'on veut. Chaque jeune aura la possibilité de se voir proposer un parcours en fonction du temps de visite dont il dispose, mais aussi en fonction de son humeur du jour, pour rendre la visite du musée un moment de fête, ludique, de découverte. »

Jean-Paul Ciret, directeur du développement culturel, Centre des monuments nationaux :

« Quelque soit l'âge qu'on a, on découvre ces monuments, qui sont des liens entre les générations, et il faut être capable de les découvrir à n'importe quel âge de la vie, différemment. »

Tous les observateurs sont cependant unanimes pour considérer cette gratuité comme un atout certain, mais pas une panacée pour pallier la désaffection redoutée des jeunes : un accompagnement est nécessaire, même après une entrée gratuite.

Comme nous le verrons dans les chapitres suivants, les musées proposent aussi des **parcours ou événements ciblés** sur les jeunes.

Il est significatif que les tranches d'âge visées par ces actions soient souples. Au Louvre, c'est 26 ans maximum, et même 30 ans avec la carte jeunes. Au musée d'Orsay, des offres privilégiées sont réservées aux 18-25 ans – mais avec la Carte Museo un moins de 30 ans peut inviter un ami de son choix du même âge. Au musée Guimet, musée parisien d'art oriental, on s'adresse aux 16-25 ans... « et plus », comme il est indiqué, pour des conférences animées (voir ci-dessous).

Le musée des Arts décoratifs propose un large éventail d'ateliers pour les enfants et a été le pionnier, en 2009, de l'utilisation de Facebook pour proposer/créer quelques événements et ateliers destinés aux 18-25 ans. Il s'est en outre associé au Studio 13/16 du Centre Pompidou pour des ateliers de la *Fashion Factory* en juin 2011 (voir ci-dessous).

Par contre, au Parc de La Villette, c'est dès 14 ans qu'on peut participer, individuellement, aux « balades urbaines » permettant de découvrir architecture et urbanisme du quartier.

Le musée des Augustins de Toulouse a quant à lui fait un autre choix : sauf pour les petits enfants, les animations se veulent résolument intergénérationnelles, de « 9 à 99 ans ».

En 2011, la Cour des comptes a réalisé un rapport [Encadré 5] analysant les dix dernières activités des musées nationaux. Du point de vue de l'élargissement des publics jeunes, qui avait pourtant été défini comme un objectif, ses conclusions sont peu amènes.

RAPPORT DE LA COUR DES COMPTES (2011): LES MUSEES NATIONAUX APRES UNE DECENNIE DE TRANSFORMATIONS, 2000 – 2010.

Objet d'étude: « les 37 musées nationaux, parmi lesquels figurent le Louvre, Versailles, le Centre Georges Pompidou, le musée d'Orsay, le musée du quai Branly, etc. »

Extraits de l'allocution du président présentant le rapport, Didier Migaud

[...] L'offre culturelle des musées nationaux est incontestablement plus riche qu'elle ne l'était il y a dix ans. Mais il y a deux ombres à ce tableau. [...]

La première ombre, c'est que l'Etat a concentré ses investissements et ses moyens sur la capitale, accentuant le déséquilibre Paris – province en matière d'équipement culturel au lieu de contribuer à la réduire. [...]

La seconde ombre au tableau du développement de l'offre culturelle, qui n'est pas sans lien avec ce que je viens d'évoquer, c'est que **la diversification du public des musées n'a pas eu lieu**. Tout au long de la décennie, l'Etat a demandé à ses musées de rajeunir leur public et de s'ouvrir aux Français éloignés du monde de la culture. Ce double objectif incarnait l'entreprise de « démocratisation culturelle » qui constitue depuis 1959 la raison d'être du ministère de la culture.

À partir de 2006, la proportion des jeunes de moins de 18 ans dans la fréquentation des musées est devenue un indicateur de performance du ministère de la culture. Or, il n'a cessé d'afficher des résultats décevants, en passant de 17 % en 2003 à 15,6 % en 2009, loin de la cible de 20 % qui avait été fixée au milieu des années 2000.

Ce constat doit être lu simplement : les musées déploient bien évidemment des actions en direction des jeunes, et notamment en direction du public scolaire. Mais ces actions ne se sont pas renforcées au cours de la décennie. En regard de la hausse de la fréquentation totale, la part des jeunes a donc diminué.

La Cour recommande donc d'amplifier les actions en direction du public scolaire, et peut-être d'en imaginer de plus innovantes. Les musées, sur ce plan, doivent être innovants et volontaires.

Car le constat est décevant : **la démocratisation de l'accès aux musées n'a pas progressé**. La forte hausse de la fréquentation totale est due principalement aux touristes étrangers et au public des amateurs parisiens, qui sont devenus encore plus assidus. **La diversification sociale érigée en objectif tout au long de la décennie ne s'est pas produite**. Le rapport en donne plusieurs indices, mais le principal vient du ministère de la culture et de sa très passionnante étude sur « Les pratiques culturelles des Français » [voir bibliographie].

En 1989, 30 % des Français de plus de 15 ans avaient visité un musée au moins une fois au cours des douze derniers mois. En 1997, ce taux avait progressé à 33 %. En 2008, après une décennie d'investissements soutenus, il est redescendu à 30 %. [NDLR: pour les expositions, les chiffres des mêmes années sont 23 %, 25 % et 24 % (même source)]. [...]

Les musées, c'est une évidence, se situent en bout de chaîne de la démocratisation culturelle. La Cour n'a pas à analyser les déterminants sociologiques, psychologiques, économiques qui tiennent les deux tiers des Français éloignés des musées. Mais chacun pressent que l'éducation artistique, la sensibilisation à l'art, à l'Histoire, au patrimoine, sont autant de préalables à l'action des musées. [...]

CHAPITRE 3. ENTRE LES MUSEES ET LES JEUNES :

LES MEDIATEURS

Les médiateurs dans les musées

Depuis une trentaine d'années, le recours à la médiation est allée croissant dans les musées français, signe d'une prise en compte plus active des publics et de leurs diversités.

Le rôle des médiateurs est encadré par les dispositions de la loi de 2002 sur l'accueil des publics (voir encadré 4).

Plusieurs remarques peuvent être faites sur ce cadre juridique et administratif.

Le personnel d'un service du public d'un musée doit indéniablement être qualifié en référence aux collections du musée, mais la seconde qualification le contact au public – et donc, entre autres, du public des jeunes qui nous préoccupe ici – est optionnelle, éventuelle.

Cette deuxième qualification aura plus de facilité à un être un critère de recrutement dans les musées de droit privé (comme les établissements publics, dont le Centre Georges Pompidou est le meilleur exemple), en raison de la souplesse du cadre d'emploi défini pour eux par la loi.

La loi ne dit rien non plus sur les moyens de ces services des publics, ni sur l'évaluation de leur travail, et ce dans la durée. Pas trace de sanctions ou du retrait du label Musée de France, contrairement aux manquements à des missions de conservation ou de restauration des œuvres qui eux sont mentionnés...

Cette loi a donc le mérite d'exister, mais reste bien vague sur le pan de « l'accueil des publics » des missions muséales.

Mais **qui sont donc ces médiateurs** – puisque ce terme s'est imposé – poussant un peu aux oubliettes ceux de « guides » ou de « conférenciers », voire « d'animateurs » ? Termes qui paraissent désormais obsolètes, voire péjoratifs, alors que le travail même des médiateurs en synthétise souvent les tâches.

Médiateur est devenu un terme d'usage courant, mais recouvrant une grande quantité de situations, d'emplois et de missions, à l'instar des autres « métiers culturels ».

Isabelle Mathieu, chercheuse, a évoqué ces contradictions dans ses travaux¹: « L'emploi culturel n'a jamais fait l'objet d'une description précise, encore moins d'une nomenclature opératoire tant soit peu éclairante. Pour preuve, l'incroyable imprécision des données chiffrées, l'invraisemblable hétérogénéité des catégories proposées par les différents organismes chargés de fournir des statistiques

¹ Isabelle Mathieu, *L'action culturelle et ses métiers*, coll. « Le Monde/Partage du savoir », PUF, 2011, p. 197.

relatives à l'emploi ». Et comme elle le signale (ibid., p. 207), « une des particularités de l'emploi culturel étant que fonctions et emplois se superposent rarement de façon exacte ».

Il est par ailleurs évident qu'un médiateur travaillant au château de Versailles et un autre dans l'écomusée d'un village des Vosges n'exercent certainement pas les mêmes fonctions.

Par curiosité, nous avons consulté la définition du médiateur qu'en donne Pôle emploi. Huit fiches métier existent. Pour toutes, notons que médiation est synonyme « d'assistance aux défavorisés ».

La seule pouvant correspondre au médiateur de musée est celle de « **médiateur social et culturel** », avec les spécifications suivantes :

Mène des actions d'information, de prévention ou de médiation auprès d'un public généralement en difficulté, selon l'orientation de la structure. Peut réaliser des permanences en téléphonie sociale. Peut coordonner l'activité d'une équipe.

Cet emploi/métier est accessible avec un diplôme de niveau CAP/BEP à Bac+2 (BTS, L2, ...) dans le secteur social, juridique ou de l'animation socioculturelle.

Il est également accessible avec une expérience professionnelle ou bénévole dans ces secteurs sans diplôme particulier. [...]

Structures de travail: Association à caractère social - Collectivité territoriale - Service de téléphonie sociale - administrations de l'Etat.

On est donc très loin des compétences du médiateur de musée requises par la loi de 2002, ne serait-ce qu'au niveau de la formation ; elle demande en général (en fonction de la taille et l'importance de la structure bien sûr) une formation supérieure très spécialisée dûment validée par un diplôme – même si, dans la pratique, les formations des médiateurs sont très diverses et beaucoup s'apprend « sur le tas ». Cette formation concerne l'acquisition de connaissances, alors que la fiche-métier de Pôle emploi n'évoque que des formations touchant à l'action sociale.

Lacune administrative ? Elle nous paraît plutôt illustrer l'absence de réelle reconnaissance sociale de la fonction de « médiateur culturel », puisqu'il y a césure entre le rôle double du médiateur, et tout particulièrement dans les musées et monuments : d'une part, la contribution à la transmission d'un savoir spécialisé, de l'autre, l'attention portée au contexte sociologique d'une personne ou d'un groupe, se traduisant par un accompagnement du visiteur.

Du point de vue de son statut, le médiateur est en large majorité un employé de passage, en contrat précaire (vacataire, CDD, contrat aidé, ou, bien sûr, stagiaire).

Une enquête récente du DEPS² explique : « Le travail n'est pas stabilisé et échappe le plus souvent aux cadres statutaires de la sphère publique. Du même coup, les contours professionnels de l'activité sont mal définis, les acteurs, à l'image professionnelle peu claire, ne bénéficient pas d'un statut stable

² Nicolas Auboin, Frédéric Kletz, Olivier Lenay. *Médiation culturelle; l'enjeu de la gestion des ressources humaines*. DEPS, Ministère de la culture, 2010-1.

et effectuent des allers-retours entre différentes activités (médiation, pratiques artistiques, formation...). »

Pour donner la parole aux médiateurs eux-mêmes, voici comment Médiation culturelle association (MCA)³, fondée en 1999, définit les fonctions qu'elle estime revenir à ces « professionnels des musées, centres d'art, sites, écomusées, lieux d'exposition, CCSTI (centres de culture scientifique technique et industrielle)..:

- la prise en compte effective des publics dans les projets scientifiques et culturels des établissements ;
- la reconnaissance des publics dans leurs diversités et la pluralité de leurs approches et compétences culturelles. »

Les médiateurs situent en tout cas clairement leur activité dans l'action culturelle. Mais Isabelle Mathieu (*op. cit.*, p. 240) remarque : « [La médiation] du fait de l'important travail de définition fonctionnelle qui a été effectué dans le camp muséal et patrimonial, renvoie désormais à une conception plus restreinte autour de l'accompagnement des publics – étendue, pour certains acteurs, à la conception et la réalisation d'outils d'aide à la médiation. »

Trop peu souvent, sans doute, puisque l'enquête du DEPS remarque: « Les médiateurs en face-à-face avec le public, tout particulièrement, subissent un confinement organisationnel sclérosant, dont les manifestations sont multiples (peu conviés aux réunions, interventions pensées en bout de course de la chaîne organisationnelle, absence de bureaux, etc.). »

L'enquête du DEPS a défini six configurations d'emploi de ces médiateurs. Pour les musées, surtout les plus importants, le cas le plus répandu est la séparation des secteurs d'activité en deux pôles: des concepteurs « publics » élaborent les projets de médiation, en liaison avec les porteurs de contenu (les conservateurs), puis des médiateurs spécialisés dans ces contenus les mettent en œuvre avec le public. Pour les monuments, la configuration la plus fréquente privilégie le contenu : le concepteur du contenu passe le flambeau à un médiateur spécialisé dans le même contenu. Enfin, pour l'art moderne, il y a parfois une hyperspécialisation : suivant les publics visés, les porteurs de contenu s'appuieront sur des médiateurs spécialisés dans le contenu, tandis qu'en d'autres circonstances les concepteurs de dispositifs pour les publics seront secondés par des médiateurs « publics ».

Dans la pratique, être médiateur semble en fait le sas d'entrée dans l'emploi muséal. Un médiateur est toujours un jeune, et on compte bien sur lui pour savoir d'adresser aux autres jeunes – les scolaires surtout, leur « cœur de cible » le plus fréquent.

Un formateur interviewé, Michel Tiard⁴, indique même :

« Assez souvent, les jeunes étudiants en début d'activité ou en stage ont comme mission de développer la présence sur les réseaux sociaux. Parce qu'on considère qu'ils sont plus sensibles, plus compétents, etc. »

³ Médiation culturelle association (MCA) <http://sites.google.com/site/mediationculturelleassociation/a>

⁴ Michel Tiard est directeur des études à l'Institut de Recherche et d'Etudes Supérieures du Tourisme, Université Paris-I Sorbonne.

Statut précaire, manque de perspectives, moyens et cadre d'action flous..., la légitimité du médiateur reste mal définie. Et comme le note l'enquête du DEPS : « L'une des principales difficultés rencontrées par cette population : faire reconnaître les acquis de l'expérience, au-delà des connaissances et des savoir-faire découlant d'une formation. ». Pas facile dans ces conditions de « construire un public » !

L'artiste médiateur

Un autre partenaire intervient dans le rapport des musées avec leur public, et tout particulièrement les enfants et les jeunes : l'artiste. Car tous les professionnels l'ont bien remarqué : les jeunes sont séduits par une participation active, ils refusent d'être simples spectateurs. Dans les musées d'art ou d'histoire, c'est donc parfois un artiste qui est le médiateur, assisté ou non de médiateurs/assistants en communication et organisation.

- Médiateur par rapport à sa propre œuvre ou à elle d'un autre artiste contemporain.
- Médiateur vers l'interprétation d'un objet, effectuée par le regard d'un spécialiste, légitime par son expérience artistique personnelle des problématiques de l'art et de ses techniques.
- Médiateur aussi comme animateur d'un atelier artistique – éphémère/performance ou travail sur plusieurs jours/semaines/mois.

Nous ne nous attarderons pas sur cet aspect de la médiation, qui lui aussi peut être mal défini: un excellent plasticien peut un être un piètre « transmetteur » ou « initiateur » (même de ses propres œuvres), ou l'inverse. Il faut bien reconnaître que l'extrême précarité de la vie des plasticiens ne peut que les rendre réceptifs aux propositions des musées, mais savoir gérer un groupe d'adolescents peut être une autre paire de manches !

Notons aussi que certains musées veulent frapper fort, en associant à leurs projets vers la jeunesse des personnalités célèbres, sans lien avec leurs collections, mais aimées des jeunes. Citons Lilian Thuram, parrain du tout nouveau Studio 13/16 du Centre Pompidou, ou la chanteuse Emily Loizeau, à qui le Louvre a donné carte blanche pour un programme cinéma muet/musiques actuelles.

Les médiateurs du secteur associatif

Si côté musées on se soucie des médiateurs – en dépit des incohérences, de l'anarchie de la situation évoquée plus haut, et si des formations leur sont dispensées par les musées eux-mêmes ou diverses institutions – la formation des animateurs de centres culturels ou sociaux, des MJC, dans les formations dispensées par les fédérations d'éducation populaire, est pratiquement inexistante sur l'accompagnement des jeunes vers une pratique muséale.

En 2005, le Centre Pompidou (Sylvie Armilhon était alors la personne en charge de ces questions) a bien mené quelque temps une formation de six jours de découverte de l'art moderne et contemporain pour le BAFA organisée par Léo-Lagrange, mais cette formation n'a pas été reconduite,

En 2006, une formation avait été mise en place entre l'association des centres sociaux et culturels de Créteil, le Centre Pompidou et l'INJEP. Seize animateurs ou bibliothécaires ont six mois durant réfléchi au concept même de médiation, et particulièrement sur l'art contemporain, envers lequel les réticences des publics (mais aussi des animateurs) sont le plus marquées⁵.

« Ça a permis à certaines personnes d'oser m'appeler, de me demander des adresses d'artistes, qu'ils ont fait intervenir dans leurs centres » (S. Armilhon, responsable du projet pour le Centre Pompidou).

Pour l'une des stagiaires, Josefa Parejo, animatrice :

« Pour la plupart d'entre nous, cela a enrichi notre parcours. Une formation de plusieurs mois, c'est rare. On a vu plus loin: ce n'était pas seulement mieux comprendre l'objet d'art contemporain, mais d'avoir une ouverture sur d'autres sortes de pratiques, par exemple comment des disciplines différentes peuvent travailler ensemble. Et préparer la visite avant d'aller au musée, ça la dédramatise. »

En prolongement de ce stage, la MJC-Soleil de Créteil a en outre l'année suivante emmené les stagiaires à Berlin pendant une semaine, dans le cadre d'un échange sur ce même thème de travail sur les publics.

LE PROGRAMME DU STAGE DE FORMATION DES ANIMATEURS EN ART CONTEMPORAIN EN 2006 (INJEP, Centre Pompidou, Union locale des Centres sociaux de Créteil)		
Axes de transformation des pratiques	Objectifs pédagogiques	Méthode
La notion d'expérience esthétique: La rencontre avec l'œuvre d'art et a fortiori l'art contemporain, ne va pas de soi. Quelles sont les données fondamentales de l'expérience esthétique (objectives, subjectives, artistiques, sociales, culturelles)? Comment les prendre en compte pour favoriser l'appréhension des œuvres?	OBJECTIF 1 : Placer les stagiaires en situation de vivre, d'analyser et de partager leur expérience esthétique	Équilibre entre une expérience sensible des œuvres d'art moderne et contemporain, et des apports théoriques. Pratique artistique. Éléments d'analyse de son propre rapport à la culture, au savoir et à l'art
La place de l'art contemporain dans la pratique des professionnels du domaine culturel, éducatif et social.	OBJECTIF 2 : À partir de cette expérience, permettre le développement de compétences en médiation de l'art contemporain.	- Echange d'expériences et analyses de pratiques professionnelles. - Mise en situation de médiation. - Apports théoriques de sociologie de la culture.
Le développement culturel territorial	OBJECTIF 3 : Créer les conditions de développement de projets en partenariat sur la connaissance de l'art contemporain en Ile de France.	- Rencontre avec des professionnels de l'action muséale et de la médiation culturelle. - Connaissance des lieux d'art contemporain. - Mise en réseau et en projet(s) des acteurs.

⁵ Sur les objectifs et le programme de cette formation, voir article d'Isabelle Moulinier, sa coordinatrice pour Créteil, dans les actes du séminaire de mars 2006, Musée de la Renaissance, Ecoen, *La collaboration entre les musées de France et les Fédérations d'Education Populaire*, Ministère de la Culture, DMF, 2006

CHAPITRE 4. LES EXEMPLES D' ACTIONS

Dans ce chapitre, nous tâcherons de décrire quelques exemples d'initiatives pouvant ouvrir des pistes en faveur d'un nombre plus important de jeunes visiteurs dans les musées, hors temps scolaire.

Nous avons distingué quatre tendances :

- Aller à revers de l'école et des activités pratiquées habituellement dans les musées: **le Studio 13/16 du Centre Pompidou.**
- Proposer une visite interactive: l'exemple du **musée Guimet, Paris – musée de l'Outil, Troyes – muséum d'Histoire naturelle, Rouen.**
- Tisser autour du musée un réseau local de tous les partenaires impliqués peu ou prou à la fois dans la jeunesse et dans la culture: le **château de Mayenne.**
- Recourir aux nouvelles technologies de communication : **réseaux sociaux, musées et adolescents: entretien avec Noémie Couillard.**

Le Studio 13/16 du Centre Pompidou

Sources : Interviews de Patrice Chazottes, ancien responsable des publics du Centre Pompidou et initiateur du projet (responsable des publics au musée Branly au moment de l'étude) ; Sarah Mattera, chef de projet du Studio 13/16 ; Nelly Lopez, responsable culture de la FMJC ; Maelys Nouvellon, doctorante, enquête préalable sur le public.

Le lieu et ses principes

Le Studio 13/16 a été inauguré en septembre 2010 : « Premier espace exclusivement dédié aux adolescents dans une grande institution culturelle, le Studio 13/16 propose de dialoguer avec des artistes et des créateurs, découvrir un espace de curiosité, entrer dans un territoire de liberté et de développement personnel » (Dossier de presse.). Avec comme principe de base une très grande liberté laissée aux adolescents.

L'accès est libre et gratuit pour un public non-scolaire, sans inscription, trois après-midi par semaine (week-end et mercredi), plus vacances scolaires. « Ce lieu est un lieu de vie autant qu'un espace productif et performatif » (Alain Seban, président du Centre Pompidou, Dossier de presse).

Le Studio 13/16 occupe 250 m² au sous-sol du Centre. L'architecte, Mathieu Lehanneur, a voulu cet espace « souple et élastique », très modulable : « Loin d'une tentative de reconstituer un hypothétique

“style ado”, je n’ai gardé de l’adolescence que ce désir – et parfois cette capacité – de distordre les choses et les lieux. »

Dans le Studio se déroulent des expositions spécifiques et des ateliers où interviennent des artistes de toutes disciplines.

Alain Seban : « Nous leur proposerons des workshops et une programmation, mais les ados peuvent également venir librement au Studio 13/16 pour ne rien y faire: pour simplement «s’écrouler» dans des fauteuils pour écouter de la musique, regarder une vidéo, discuter... »

Une équipe technique spécifique met en effet œuvre la régie du projet, les équipements son et éclairage permettant de créer toutes sortes de décors. Deux ou trois médiateurs accompagnent les ateliers, assistés de stagiaires. Âgés de 23-24 ans, ils ont majoritairement suivi les Beaux-Arts, ou des études d’arts plastiques ou d’histoire de l’art.

Historique du projet

• Le choix de la tranche d’âge

L’idée de créer cet espace adolescents est dans la continuité de l’action menée depuis ses origines vers les enfants par le Centre Pompidou. Le Centre a été pionnier dans l’intérêt à la diversité des publics. L’idée de s’adresser à un public non scolaire, d’individuels, n’était pas envisagée au départ du projet.

Patrice Chazottes :

« Ça devait être un mixte, parce que pour les scolaires, il s’agissait de montrer qu’on pouvait faire autre chose que des visites guidées. Pour que ce soit encore plus fort, Alain Seban a décidé, “on n’arrête pas de dire que les individuels c’est compliqué, allons-y à fond sur les individuels. [...] C’est très facile pour un musée de faire venir des scolaires. Un public individuels, surtout des ados, où il n’y a pas les parents derrière forcément, c’est plus compliqué” [...] »

Les visites scolaires laissent trop souvent les enfants indifférents :

« L’école dégoûte de tout. Elle dégoûte de la lecture, de la culture, etc. [...] C’est vraiment la grosse problématique. Parce qu’on est plus jeune, on a envie parce qu’on est petit, mais quand on commence à se construire, à être interrogatif – justement là où la culture devrait être utile, elle est moins présente. [...] L’ado n’a plus de pratique artistique après le primaire, les activités plastiques sont tellement faibles, il n’y a rien... »

• Les enquêtes préliminaires

Près de trois ans de préparation ont précédé l’ouverture du Studio. Le public potentiel a été étudié à la loupe: « C’est en observant ce qu’ils aiment et la façon dont ils abordent les choses que nous avons avancé. » (Alain Seban.) Deux enquêtes en amont du Studio 13/16 ont été menées par des étudiantes de l’École du Louvre. Maelys Nouvellon, actuellement en cours d’une thèse sur les jeunes et les musées, a participé aux deux.

Dans la première enquête (2008-2009) cinq étudiantes ont directement abordé les adolescents déjà visiteurs du Centre Pompidou. Les questions portaient sur leur fréquentation des musées en général et

le Centre Pompidou en particulier. La très grande majorité était tout à fait familière des musées, et déclarait y être allée deux ou trois fois dans l'année, avec leurs parents ou des amis. La conclusion était qu'une programmation à la thématique ciblée motiverait les adolescents à venir, et qu'ils entraîneraient peut-être leurs amis dans cette démarche.

Dans la seconde enquête (2010), deux étudiantes ont pendant six mois abordé deux ou trois fois par semaine des jeunes dans le quartier des Halles. Environ 250 d'entre eux ont été interrogés. Beaucoup venaient de banlieue. Les questions portaient sur leurs loisirs en général, leur pratique muséale, leur image du Centre Pompidou, ce qu'ils souhaiteraient y trouver si un espace était dédié aux adolescents. Un album de photos leur était présenté « avec des types d'activité proposées dans les musées – de la visite de musée à la battle de hip-hop qui avait eu lieu avec des adolescents au Centre Pompidou, et on leur demandait : selon toi, qu'est-ce qu'on peut faire dans un musée? Qu'est-ce que *toi* tu aimerais qu'on te propose?. [...] 70 à 80 % des jeunes avaient jamais mis les pieds au Centre Pompidou, ne savaient pas où il était, ni ce que c'était. » Les enquêtrices ont constaté qu'elles revoyaient constamment les mêmes jeunes passant leur après-midi à faire le tour des Halles, où commerces, cinémas, etc., sont légion, pour y bavarder avec leurs amis, « comme dans un centre commercial ».

• Les choix de Beaubourg : thèmes et artistes

L'envie de se démarquer de tout ce qui associe école et musée est donc au cœur des activités proposées Studio 13/16 : surtout pas de contrainte ! Sarah Mattera résume: « le concept du studio est que l'artiste soit le plus souvent présent, et au contact des adolescents. »

Les thèmes choisis des expositions dans le lieu et des activités associées collent à ce que les études ont montré motiver les jeunes: La ville (*Macadam*), les jeux vidéo (*Play it yourself*), la mode (*Fashion Factory*), et à l'automne 2011, le bio et le recyclage des déchets (*Green Attitude*).

Les artistes intervenants sont bien sûr souvent des plasticiens, mais la porte est également ouverte aux musiciens, comédiens, stylistes, chorégraphes, vidéastes... le Centre Pompidou, en veille permanente sur ce que font les artistes, déjà connus ou non, les choisit en fonction de leur proximité avec le thème à l'affiche. Ils accueillent en général tout à fait favorablement la demande, même si, constate Patrice Chazottes, certains plasticiens la déclinent, puisque ce travail ne mènera pas à une exposition personnelle de leurs œuvres.

Les intervenants sont nombreux : « Sur un thème, les expos du Studio durent entre deux mois et demi et quatre mois, il y a un minimum de trente ateliers. Aujourd'hui, le maximum était de 55, donc c'est beaucoup. En général un artiste va intervenir, soit une seule fois, soit trois fois maximum – jamais plus de trois:, pour les ados il faut aussi une diversité. Sur *Macadam* on a pris 18 artistes intervenants ! » (Sarah Mattera.)

Les médiateurs ne sont pas associés à la préparation des activités, mais sont briefés, et rencontrent l'artiste intervenant.

Le processus d'élaboration des ateliers est assez minutieux, avec un impératif de taille : à tout moment, entre 14 h et 18 h, un adolescent doit pouvoir s'intégrer à l'atelier, ou l'abandonner sans que le travail commun soit stoppé. Un vrai défi pour les artistes! Mais, comme le souligne P. Chazottes, « le résultat [artistique] importe peu. C'est plutôt l'idée de créer un état d'esprit : il est possible de faire ça dans cet endroit, voilà ».

Il n'y a non plus aucune inscription à effectuer, puisque les ateliers se veulent des événements éphémères. P. Chazottes :

« Beaucoup de musées veulent faire un travail sur le long terme, des ateliers de 3 h : les jeunes n'accrochent pas et n'y vont pas. [...] Ça correspond aussi à leur style de vie, ça zappe pas mal... Mais même si un jeune est venu une fois, voire deux, je trouve ça déjà pas mal parce que déjà il s'est confronté à d'autres choses – visuellement, intellectuellement, il y a quelque chose qui se passe. »

Le Studio 13/16 est une des facettes du pôle création du Centre Pompidou, un aspect exceptionnel dans l'ensemble des musées français. Mais qu'en est-il du rapport de ces adolescents avec les collections du musée, avec le pôle Patrimoine du Centre ?

S. Mattera convient que l'accent n'est peut-être pas assez mis sur cet aspect, mais que des activités visent bel et bien à faire visiter le musée – et les autres lieux culturels – aux jeunes du Studio :

« Pour la *Fashion Factory*, il y a eu les six ateliers Collection/Collections. On avait travaillé au préalable avec les médiateurs, leur laissant un grand choix pour choisir trois œuvres du musée qui correspondaient au monde de la mode pour eux. L'idée était d'amener – à l'inverse de ce qu'on fait d'habitude – les adolescents devant ces trois œuvres, les faire parler devant ces œuvres, le médiateur leur expliquant aussi ce que c'était. Puis ils redescendaient, retravaillaient en lien avec les trois œuvres qu'ils avaient vues au musée – Mais on fait beaucoup de liens avec le musée, et aussi d'informations et de liens avec tout ce qui est spectacle vivant – en tout cas on essaie. Le but [du Studio] est justement de permettre au jeune d'aller voir ailleurs, de l'inciter. »

Le Studio 13/16 vécu par quatre MJC participantes

Au départ, pour ébaucher le tissage d'un réseau et d'un réel partenariat de construction de projet, une collaboration a été proposée à la Confédération de la Fédération des MJC-Ile-de-France. Celle-ci a répercuté la demande à ses membres et sept MJC se sont lancées dans l'aventure – intitulée *Les nouveaux ambassadeurs* – participant à de nombreuses tables rondes afin d'organiser le projet.

Avant l'ouverture du Studio proprement dit, le but était de faire travailler chaque structure avec un artiste, au fil de l'année, tous se retrouvant en fin d'année pour une performance collective.

Mais il y a une ombre au tableau : plusieurs MJC qui s'étaient engagées au départ se sont retirées. Nelly Lopez, tête de pont de la FMJC pour la relation avec Beaubourg, l'a constaté : « On a perdu des MJC, dans ce projet-là, notamment celles de Saint-Cloud et de Sceaux qui se sont mises en retrait. »

• La MJC-ECLA de Saint-Cloud. Interview : Vivien Roland, coordinateur des manifestations

Cette structure compte 1 900 adhérents, dont 70 % ont moins de 25 ans. Les arts visuels sont le pôle principal des activités proposées (40 %). Celles-ci concernent majoritairement enfants et adolescents

(filles majortiaires), jusqu'à 17 ans. Un des ateliers, Prep'art, prépare informellement les plus grands qui envisagent d'entrer dans une école d'art.

Vivien Roland s'est occupé du projet pendant un an et demi à partir de 2008.

Sollicitée par la FMJC, la MJC a tenté de constituer un groupe hétérogène, car elle venait de sa faire confier par la mairie la gestion d'un espace pour les adolescents, près des lycées. Mais elle n'a pas réussi à convaincre, et ce sont donc des jeunes déjà impliqués dans leur MJC qui ont participé. Ils étaient 12, garçons et filles à peu près à égalité, entre 13 et 16 ans.

V. Roland nous a expliqué la désaffection de la MJC, les défauts du projet portant, à son avis, sur plusieurs points. Sur l'organisation générale tout d'abord :

« Il n'y avait pas le temps pour construire un projet ensemble. C'était vraiment uniquement de la logistique, comment faire venir du monde dans cet espace, et nous ça ne nous intéresse pas. Ce qu'on essaie de leur faire comprendre, c'est que motiver de jeunes adolescents par rapport à des projets, c'est compliqué pour eux, mais c'est compliqué pour nous aussi. C'est pas simplement en éditant des flyers et en faisant venir des artistes peut-être prestigieux, mais qui ne le sont pas du tout pour les adolescents. Je pense qu'ils n'ont pas vraiment compris comment on peut travailler dans des associations comme les nôtres. » [...] « On était pas du tout associés à la construction du projet, pas du tout dans une dynamique de partenariat. On cherchait du public, voilà. C'est tout à fait respectable. Mais il ne faut pas confondre. Un partenariat, c'est une négociation, une discussion entre les partenaires – et à chaque fois on était dans l'urgence. Le Centre courait derrière les artistes, courait derrière les financements et après courait après nous pour qu'on puisse faire venir du monde et finir de boucler le projet. »

Sur le rapport avec l'artiste intervenant, choisi par le Centre Pompidou :

« C'était un peu compliqué, parce que l'artiste n'était pas très disponible, n'était pas à Paris... visiblement il ne comprenait pas du tout ce que nous on faisait, qui on était, comment on travaillait. Du coup c'était un peu conflictuel. »

Et finalement, il met en doute la finalité du Studio :

« Finalement ce que propose le Centre Pompidou, c'est une sortie, une activité. C'est quand même une démarche de consommation. Ça peut convenir aux maisons de type centre social, qui proposent des activités à des groupes. On en a beaucoup parlé, avec les collègues, pendant l'année et demie du projet, et quelques-uns se sont retirés. Nous, ça ne nous convenait pas. »

Quant aux 12 jeunes participants, on leur a demandé, à l'ouverture du Studio, s'ils avaient envie de reprendre un projet au Centre Pompidou : tous ont décliné.

Bien qu'orientée vers les arts visuels, la MJC n'a de relations suivies avec aucun musée. V. Roland précise qu'à Saint-Cloud (comme à Sceaux), proche de Paris, la plupart des jeunes sont de famille aisée, avec une certaine ouverture culturelle et des moyens de transport et financiers leur permettant d'aller au musée.

• *La MJC Simon-Lefranc à Paris. Interview : Gwenaël Forestier, animateur*

Ce petit centre d'animation parisien, à deux pas du Centre Pompidou, ouvert en 2007, est géré par la FMJC. Il offre tous types d'animation, surtout pour les enfants. Pour les 10-15 ans, deux activités particulières : l'aide aux devoirs (amenant des enfants d'arrondissements éloignés), l'atelier arts plastiques (plus de 13 ans), robotique (13-15 ans).

L'appréciation portée sur le Studio 13/16 a des points communs avec celle portée par Saint-Cloud. La MJC a cependant choisi de poursuivre la collaboration avec le Centre Pompidou. Elle aussi s'était associée au Studio 13/16 dès sa préfiguration.

La première année de travail avec un artiste choisi sur le « catalogue » du Centre Pompidou (cinq ou six projets d'artiste, que les structures devaient se répartir) s'est avérée décevante: comme à Saint-Cloud, l'artiste était trop peu disponible, paraissait peu motivé, à l'instar d'autres artistes que G. Forestier a pu voir au Studio: « On a eu l'impression d'avoir juste des jeunes à apporter et c'est tout. Pour jouer avec son jeu Simon. »

À l'inverse, la collaboration avec un autre artiste, l'année suivante, s'est révélée fructueuse, tant et si bien que la MJC lui a proposé l'été 2011 d'animer un atelier d'art contemporain dans ses murs, au-delà du projet du Centre Pompidou. C'est aussi un artiste qui parfois emmène les enfants à Beaubourg et leur en fait visiter une partie, avec sa vision des choses. La proximité géographique autorise une vraie perméabilité entre la MJC et le Centre Pompidou. Mais pour G. Forestier, alimenter en information sur ce qui se passe au Centre, inciter, est suffisant, il n'y organise pas de sorties.

L'usage du Studio 13/16 est pragmatique. Lors des présentations des projets par le Centre Pompidou, si l'un d'eux présente une thématique intéressante, « on peut se réapproprier le thème et essayer de le faire vivre plus concrètement auprès de nos publics. Prochainement il va y avoir la Green attitude, et ça tombe bien parce qu'on voulait nous aussi faire quelque chose autour de l'environnement. »

Les réunions avec les structures comme la sienne concernent en fait l'organisation matérielle des projets : « Quand on réunit les MJC, c'est juste pour faire une performance tous ensemble, qui se déroulera à Beaubourg, avec l'aide d'un artiste qui passe au Studio 13/16. »

Comme les autres MJC, à Simon-Lefranc on est enchanté du brassage des enfants qui s'effectue lors de projets à Beaubourg.

« La première année, c'était un flash-mob au rez-de-chaussée de Beaubourg, où ils ont tous retiré un vêtement pour montrer un tshirt de couleur. Ça ils l'ont vécu tous ensemble, ils l'ont inventé, c'était une manip' bien conçue, parce que ça unifiait tous les ados qui ne se connaissaient pas pour vraiment réfléchir à faire quelque chose en commun. »

G. Forestier met le même principe en application quand il mène un groupe participer à un atelier du Studio 13/16. Il s'arrange pour faire déjeuner ensemble ces enfants qui pouvaient ne pas se connaître auparavant (la MJC accueille des enfants parfois non résidents dans le quartier, qui s'y déplacent pour l'aide au devoirs). « Enfants », car voici le hic. La petite dizaine de participants de cette MJC au Studio 13/16 n'a pas l'âge requis (plutôt 11 ans), si affluence ils sont même parfois refusés.

En tout cas, un point positif :

« Je crois que les gens de Beaubourg, depuis un an, ont découvert ce qu'était l'animation de terrain. À Beaubourg, ils sont essentiellement des médiateurs culturels – ils vont avoir un objet, autour duquel raconter la genèse de la création, l'auteur, le mouvement, etc. alors que l'espace 13/16 est aussi un espace d'animation. Il faut aller à l'humain dans la dynamique. Je crois qu'ils ont vraiment découvert notre cœur de métier, l'animation. »

« [Les médiateurs, quant à eux], ont fait des études dans l'art et donc ont un discours organisé autour du contenu qui sera la thématique du Studio 13/16. Ils ont un discours, ils le sortent, le donnent, ils sont là pour faire de la médiation autour d'un objet particulier un peu étrange, pour le faire mieux comprendre – et quelque part accepter – par les ados. La différence que je fais avec l'animateur, c'est que c'est lui qui va animer complètement le groupe présent, faire en sorte que personne ne soit laissé sur le côté, et qu'il y ait une dynamique tout au long de la séance. Après, ça dépend de chaque animateur et de la préparation qui peut être faite en amont. Moi, je sais que jusqu'à présent je n'ai jamais été très sensible à l'art contemporain, sauf depuis que je travaille avec le Studio 13/16, depuis la préfiguration. Pour moi c'est aussi la découverte d'une autre façon de voir les choses. [...] Après, il y a toutes les variantes.

Des médiateurs auront eu leur BAFA, ou auront une aisance avec les personnes présentes et du coup apporteront un aspect animation au travers de leur façon d'aborder. Et certains animateurs s'intéressent à l'art contemporain et pourront ajouter un complément. »

• *Le centre social et culturel Lutèce de Valenton (94). Interview : Josefa Parejo Carranza, coordinatrice enfance et jeunesse.*

Cet espace associatif ouvert en 2003 offre à tous les âges services et activités concernant social et emploi, culture et loisirs. Cette dernière branche propose ciné-clubs ou le festival Vive l'art rue, spectacles. Des sorties sont proposées spécifiquement aux 12-17 ans. Citons le musée Branly, spectacle hip-hop à Créteil, théâtre à Paris, flash-mob au 104...

Josefa Parejo Carranza a participé en 2006 à la formation Centre Pompidou/INJEP de Créteil évoquée plus haut. Le Centre Lutèce est engagé depuis trois ans dans le Studio 13/16. Il a participé aux trois thématiques de la première année du Studio. Ce qu'elle apprécie particulièrement est le va-et-vient entre la Lutèce et les équipes du Centre Pompidou, la constitution d'un véritable projet commun. Au départ, elle propose le projet aux jeunes, et un groupe se constitue. Plusieurs rendez-vous ont ensuite lieu avec les équipes du Centre Pompidou pour construire et organiser le projet.

Les artistes choisis par le Centre Pompidou viennent trois ou quatre fois à Valenton, afin de préparer avec les jeunes – en sus donc des ateliers de Beaubourg – une création qui sera mise en commun avec celles d'autres centres sociaux ou culturels pour la présentation publique en fin d'année⁶.

La participation aux ateliers est parfois incluse dans une journée complète. D'une part, cela peut permettre aux jeunes de faire une visite accompagnée par les médiateurs du Studio dans les collections du musée (c'est une demande du centre Lutèce, et non une exigence du Centre Pompidou), de l'autre, cela peut permettre de rencontrer et d'échanger, à l'heure du déjeuner, avec d'autres jeunes venus d'autres structures, ce qui est très apprécié.

J. Parejo souligne la disponibilité et l'écoute des jeunes médiateurs, habitués à travailler avec des jeunes. Les petits groupes qu'elle constitue sont restreints, et composés majoritairement de pré-ados de 13-14 ans. Elle explique que les jeunes, au-delà de 16 ans, sont dans une autre démarche – études ou recherche de travail – mais que leur éloignement de certaines pratiques culturelles ou artistiques peut n'être que temporaire. L'important est surtout d'acquérir, avant 12 ans, « des bases solides, en éducation, culture, valeurs, en tout ».

⁶ Ces performances sont également visibles sur le site du Centre Pompidou.

• La MJC André-Philip de Torcy (78). Interview : Rachid Seghiri, animateur

Au cœur du quartier de l'Arche Guédon de cette commune (une des villes nouvelles de la communauté de communes de Marne-la-Vallée), la MJC rassemble des jeunes dont la majorité, ou leurs parents, sont d'origine africaine (maghrébine ou subsaharienne). Un collège jouxte la MJC, qui n'a que dix ans. Son espace jeunesse s'adresse aux 12-25 ans : « Ils y sont écoutés, conseillés, orientés et accompagnés dans leurs projets. L'Espace Jeunesse propose aussi aux jeunes de découvrir autrement l'art et la culture. Des sorties, des rencontres, des stages, des événements leurs sont proposés tout au long de l'année et des vacances scolaires avec le pôle arts plastiques et visuels Rhizome, le Service culturel de la ville de Torcy et les partenaires (Scène nationale de la Ferme du Buisson, Centre Pompidou...) » (extrait du site Internet.)

Cette MJC est la plus active – si ce n'est la seule impliquée – dans le Studio 13/16. Sept jeunes participaient au début du projet, 60 lors de l'inauguration. Garçons et filles sont en nombre équivalent Ils ont de 13 à 17 ans.

R. Seghiri est intarissable sur les effets bénéfiques du Studio et semble contredire les animateurs des deux MJC précédentes :

« On a eu des temps de réunion, de préparation, de propositions...ET on a construit ensemble. C'est-à-dire qu'il y avait du non négociable, et ça je l'ai dit dès le début.. [...] On disait ce qu'on pensait. Pour moi, les conflits c'est positif. On n'est pas d'accord, mais on discute, on argumente. Il fallait un aller-retour : oui, les jeunes viennent, mais ils doivent s'exprimer. Pas question d'un lieu où les jeunes viennent – même avec des artistes en résidence. Il faut qu'ils s'impliquent. Ce qu'ont vécu les jeunes, c'est d'une richesse... le choc culturel, le feu d'artifice ! Toutes les difficultés chez les jeunes, ça les a fait ressortir, c'était vraiment magnifique. »

Comme J. Parejo, R. Seghiri ne tarit pas d'éloges sur les médiateurs: disponibilité, accueil sans préjugés, accompagnement... la jeunesse de ces médiateurs est clairement un atout.

Autant la relation avec le Centre Pompidou est donc jugée excellente, autant R. Seghiri s'impatiente du peu d'enthousiasme d'institutions sensées se pencher sur la jeunesse et donc le soutenir, sceptiques sur le projet :

« Non, ce n'est pas pour eux ! » [...] « Il y a un problème, à titre personnel, ce n'est même plus à titre professionnel. Dans leur parcours de vie à eux, dans leur héritage, ils ont un problème vis à vis de l'art. [...] Parmi les professionnels, les responsables – bien sûr il y a des exceptions – il y a un manque de perspective, d'intérêt pour s'impliquer, aller vers ces jeunes pour leur permettre une intégration. En s'appropriant cet héritage, cette culture, son pays – parce qu'il ne rejette pas son pays, ce gamin – il exprime sa crise d'adolescence, il se l'approprie, et c'est magique. Et des professionnels pensent que non ! »

Alors comment pourrait-on inciter des jeunes à quelque chose en quoi on ne croit plus ? Plus facile de faire une scène ouverte de rap ou de hip-hop... Bon nombre des personnes interviewées pour cette publication nous ont fait des déclarations similaires. Le travail depuis trois ans a été fait avec énormément d'énergie ; son organisation a été un voyage au long cours.

Un partenaire de choix pour le projet avec Beaubourg à Torcy est le pôle Rhizome, pôle arts plastiques de la même MJC de Torcy⁷, avec qui R. Seghiri a collaboré pour sensibiliser les jeunes à l'art contemporain. Il souligne qu'en dépit de la proximité de ce lieu, les jeunes n'avaient aucune idée de l'existence de ce pôle Rhizome. En 2009, pôle Rhizome et Centre Pompidou ont collaboré pour faire se rencontrer les jeunes de la MJC de Torcy avec le plasticien Samuel François. Une réflexion de R. Seghiri illustre l'originalité de la démarche : « Je lui ai demandé : vous avez préparé quelque chose ? Il m'a dit : ah non.... J'ai été heureux !.. »

C'est le fruit de cet atelier et de ceux de quelques autres MJC (une centaine de jeunes au total) qui a été présenté lors d'une *battle* au Centre Pompidou⁸. Mais les jeunes de Torcy avaient déjà eu leur baptême du feu à Beaubourg, qu'ils avaient visité plusieurs fois, en commençant par le quartier l'environnant, Notre-Dame, le Palais de Justice ... puis le Centre lui-même. « Mais c'était vraiment visite libre, pas de contraintes. Vraiment "découvrez". Pour moi, l'objectif, c'était entrer, voir et ressortir. » Opération réussie : si certains ont rechigné à entrer, une fois dans les lieux ils ne voulaient plus en sortir! « Ça a été une rupture, une rupture même dans les relations du groupe. On part avec le groupe de jeunes, filles et garçons, ils partaient d'ici séparés, ils revenaient en groupe homogène. On a vécu ça ensemble, on a échangé... »

Lors de l'exposition *Paris-Delhi-Bombay* (2011), les jeunes de Torcy ont fait un film dans Paris dont ils ont imaginé le scénario et pris des photos. Le tout a été envoyé à Bombay, dont les artistes ont fait un panneau mural de l'exposition. Mais une suite est prévue : les jeunes ont envie de tourner le film eux-mêmes, en se rapprochant d'une association de jeunes de Torcy, qui elle a le matériel de tournage...

Un an de fonctionnement : un premier bilan

Même si un bilan détaillé n'a pas encore été effectué de cette première année d'activité, les responsables du Studio 13/16 semblent le trouver positif.

S. Mattera :

« On a une moyenne de 4 000 entrées à peu près, ce qui est plutôt bien sur deux mois, sachant qu'on est ouverts les mercredis après-midi, samedis et dimanche après-midi, et pendant les vacances scolaires. Une moyenne par jour d'environ 80 ados. Plus les parents qui viennent voir parfois, des curieux... On a pas mal de parisiens proches du Centre, qui viennent en individuels ou à 2-3. Aujourd'hui, on en a même de plus en plus, parce que le lieu commence à être bien connu, et on a une fidélisation du public. Pas mal de jeunes viennent et reviennent. [...] On a un gros public parisien, mais la moitié voire un peu plus est de la proche banlieue. Des adolescents de proche banlieue viennent parce que leurs copains ont entendu parler du Studio, etc. Le bouche à oreille fait énormément, vraiment énormément. »

⁷ <http://www.rhizome.fr/index.html>

⁸ Un aperçu de cet atelier: http://www.dailymotion.com/video/x9e2ui_les-nouveaux-ambassadeurs-rencontre_creation

L'on sait que les activités culturelles ou artistiques sont plutôt l'apanage des filles. Sarah Mattera avoue que pour l'opération *Fashion Factory*, ils s'attendaient à une surreprésentation des filles, mais cela n'a pas été le cas, pas plus que les garçons n'ont été surreprésentés dans *Play it yourself*, consacré aux jeux vidéo.

Selon les responsables du Studio, l'âge des visiteurs du Studio est bien celui qui avait été visé: 13-16 ans. Comment se répartissent les âges ?

« On a des groupes de 13-14 ans, et des groupes de 16-17. C'est très spécifique. Il y a presque une cassure entre le 14-15, les groupes ne sont pas les mêmes. En général la première fois les 13 ans viennent avec leurs parents. Il est très très rare qu'ils arrivent seuls au Studio. Ça permet aux parents de voir comment ça se passe, et après ils reviennent seuls. » (S. Mattera).

Autre point positif :

« La pertinence de ce Studio, c'est aussi, dans la création contemporaine, la désacralisation de l'œuvre d'art. où on valorise des pratiques artistiques qui ne l'étaient pas jusqu'alors, comme l'art de rue, les performances collectives, les flash mob...là où les artistes ont recours à des choses complètement non conventionnelles par rapport à l'histoire de l'art qu'on a toujours connue. » (M. Nouvellon.)

Bien que le Studio n'ait qu'un an, il découle de sa longue préfiguration que certains jeunes qui ont pris goût à se rendre au Centre Pompidou, à y passer du temps, ne rentrent plus dans la tranche d'âge 13/16.

« [On a] des 17-18 ans aussi, qui sont très demandeurs et qu'on autorise à rester quand il n'y a pas énormément de monde. [...] c'est des gens qui reviennent, je vois l'autre jour arriver une jeune fille [NDLR, de Torcy] de 18 ans qu'on connaît bien, parce que ça fait trois ans qu'on la voit. Je lui dis, ah tiens tu viens participer à l'atelier? – non non, je venais juste voir si ça allait bien au Studio, mais j'amène mes amis au musée ! » (S. Mattera.)

Impliquer le visiteur dans une action

Presque tous les musées s'efforcent à présent de présenter l'abord de leurs collections sous un angle ludique. On fait intervenir – et parfois par surprise – comédien, musicien ou danseuse, pour accompagner le visiteur.

Musée Guimet à Paris

Interview Agnès Legueul, service des publics

Ce musée national est consacré aux arts et civilisations de l'Extrême-Orient, avec un bel atout dans la conquête des jeunes publics : les mangas !

En règle générale, le musée n'entreprend pas de viser particulièrement le public adolescent autre que scolarisé : à partir de 15 ans, un jeune est assimilé à un adulte, on s'attache à travailler la programmation pour que certaines activités l'intéressent.

Une des raisons avancées est la difficulté de contact individuel avec les adolescents: l'accès est gratuit pour les 15-18 ans, ce qui est positif – mais on ne peut donc les attirer par des avantages tarifaires ; ils

sont tous scolarisés – alors comment ne pas faire une offre redondante ? Le musée s'appuie bien sûr sur les nouvelles technologies. Il est présent sur Facebook, Twitter et a des relais sur certains blogs. Sa page Facebook propose des animations spécialement créées.

Les activités autour des mangas (récurrentes) sont organisées en deux ou trois séances. Les jeunes de 12-18 ans peuvent à la fois mieux appréhender ceux du musée et travailler à l'élaboration personnelle d'un personnage. Le jeune devra le concevoir, lui inventer une situation, une histoire, en s'initiant aux codes et aux thèmes de cet art populaire et en mettant à profit les collections de mangas du musée,

Les séances ont aussi pour ambition « d'éviter la crainte et la distance que peut inspirer le musée en faisant appel à une culture commune des adolescents en Europe et au Japon ». Une plasticienne et une médiatrice assurent le va-et-vient entre la vision, l'explication et la pratique.

Le sari, autre thème séduisant, a été proposé aux 16-25 ans, lors de la *Saison Indienne* du musée en 2011. Lors d'une séance, les femmes pouvaient apporter leur sari et on leur apprenait à le draper, à s'y enrouler...une manière ludique permettant d'aborder l'histoire et le rôle parfois religieux de ce costume, dans la vie quotidienne des femmes indiennes.

Mais un obstacle, et de taille : le prix. Le jeune qui aurait l'idée de participer à un de ces ateliers ou stages, sans être inclus dans une école, devra s'acquitter d'une somme inaccessible pour la plupart (26 euros la journée).

Maison de l'outil à Troyes

Interview : Simon Dodane, chargé de communication

Ce musée associatif expose une exceptionnelle collection d'outils anciens. Il appartient aux Compagnons du devoir, héritiers d'une tradition de formation professionnelle poussée à tous les métiers manuels articulant transmission des savoirs et épanouissement personnel.

Le musée a décidé ces dernières années de dépoussiérer le musée, de travailler sur les publics, et particulièrement de le rendre plus attractif pour les jeunes. La majorité des apprentis-compagnons a entre 16 et 22 ans. Les garçons sont plus nombreux, mais la proportion de filles est en augmentation, y compris dans des métiers comme charpentier ou tailleur de pierres. Le musée essaie aussi d'attirer les élèves des lycées professionnels.

Pour le moment, ce qui est proposé aux jeunes n'est pas une activité spécifique, le guide y adapte simplement son propos. « Notre musée est en principe destiné à tous les adolescents qui se recherchent dans leur formation, ne savent pas trop vers quoi se diriger, ce musée peut vraiment les aider à se découvrir. [...] Ce n'est pas en voyant les outils qu'ils vont être "révélés" à eux-mêmes, c'est plutôt en expliquant toute la pensée de la maison, pourquoi elle a été faite, par qui... pour amener les grands

adolescents à se poser des questions sur eux-mêmes, et surtout d'aller à la rencontre des hommes et des femmes des métiers qui sont décrits dans ce musée. »

« Après la visite, on les invite à aller au centre de ressources, voir tous les ouvrages qu'ils peuvent consulter, leur montrer qu'ils peuvent être aidés dans leur démarche, personnelle ou professionnelle. »

Le musée a testé des propositions d'ateliers aux jeunes utilisant les anciens outils – mais finalement, ils semblent être nettement plus sensibles à des démonstrations effectuées par des compagnons déjà expérimentés, mais à peine plus âgés qu'eux. : « En juin, on a fait une démonstration de pâtisserie. Des jeunes sont venus faire une démonstration de A à Z, apportant des matières premières, et ils ont terminé par de superbes pâtisseries dignes des pâtisseries les plus renommées. Les jeunes avaient les yeux grands ouverts et posaient plein de questions. »

Encouragé, le musée veut continuer dans cette voie : « On présente les outils des XVIII^e et XIX^e siècles, mais on essaie vraiment de se tourner vers l'avenir. Parce que les jeunes ne sont pas du tout intéressés par ce qui se passait avant. Si on ne leur montre que ça... Il faut leur montrer le lien entre ces outils et ceux d'aujourd'hui, et ceux de demain. La filiation. Et aussi qu'il y a des métiers qui utilisent des centaines et des centaines d'outil, qui sont de la technologie de pointe. Des gens diplômés dont le titre est mécanicien, mais ils ont 2-3 masters, sont ultra-cultivés. On essaie actuellement de casser un peu l'image du musée. Il y a dix ans, c'était un musée poussiéreux, un genre de brocante, et ça, ça n'intéresse pas du tout les jeunes. Le but de la création du musée, c'était vraiment de s'adresser aux jeunes en apprentissage, et de leur montrer que c'est justement grâce à l'apprentissage qu'ils vont se construire dans leur vie future. Avec nos outils anciens, c'est ce qu'on va essayer de développer. »

Muséum d'histoire naturelle à Rouen

Interview : Charles-Henri Morille, service des publics

Ce muséum municipal possède les collections les plus diversifiées de France, après Paris, d'intérêt scientifique et pédagogique. Il renferme de nombreux « types », spécimens de référence internationale, ainsi que des espèces disparues.

Le muséum a entrepris depuis un an une programmation en direction des jeunes, les *Singeries du jeudi*.⁹ Le principe en est la valorisation des collections grâce à un événement ludique en soirée, décalé, qui associe les scientifiques et plusieurs artistes – musiciens, danseurs, comédiens ou plasticiens. « L'idée est d'avoir un thème central avec différentes portes pour y entrer [...]. Souvent ce sont des visites déambulatoires où on présente des objets de façon décalée, humoristique avec plusieurs personnes postées à des endroits différents. »

⁹ http://www.rouen.fr/sites/default/files/prog_singeries_du_jeudi_11.pdf

Ainsi pour *Symbioses et compagnie* – sur les relations entre les espèces – la partie scientifique était accompagnée d'une battle de hip-hop, avec un jury pour les danseurs, plus des matchs d'improvisation théâtrale. La transversalité sciences et arts s'accompagne d'une collaboration suivie avec des associations locales s'occupant de médecine ou de l'histoire des pompiers (très prisée!). Pour M. Morille, une des raisons de ce succès est le contraste entre le charme un très grand bâtiment désuet et des problématiques actuelles :

« Par exemple, la restitution de la tête Maori à la Nouvelle-Zélande a été un des meilleurs exemples de notre état d'esprit. On a des vieux objets, dans un vieux couvent, mais avec ces vieux objets on peut parler du XXI^e siècle. Notre identité c'est vraiment de mélanger art/science, on trouve ça extrêmement complémentaire. Notre recette est peut-être de ne pas se prendre trop au sérieux tout en abordant des choses sérieuses, c'est un doux mélange. »

Les *Singeries* sont ouvertes à tous, mais l'image que reflète leur communication indique que le public jeune est le premier visé, et plus précisément encore les étudiants. L'entrée du musée est gratuite pour eux lors des *Singeries*, restant très modeste pour les autres adultes (2 ou 3 euros).

Le muséum envoie de jeunes vacataires du musée directement au contact des étudiants, dans leurs lieux de travail ou les soirées, pour discuter avec eux et leur remettre les plaquettes de la main à la main. Le Muséum a aussi de très bons rapports avec les deux radios étudiantes.

Les *Singeries* ne pourraient-elles pas aussi séduire les grands adolescents ? Même si bien sûr quelques-uns participent, M. Morille admet qu'on ne s'adresse pas à eux. Comme tous les interviewés de la publication, Il estime que ce public est le plus difficile à toucher (un seul essai a été fait au muséum de Rouen – autour du thème du VIH – et a échoué). Très vaste, le musée a en outre une équipe réduite...et on attend de lui des résultats de fréquentation (celle des *Singeries* est très bonne : 2 à 300 personnes). Le « chantier » adolescents est donc ajourné... M. Morille relève aussi l'écart des réseaux de communication : à Rouen il n'y a pas de supports de communication spécifiques pour les adolescents, alors qu'il y en a à foison pour les enfants.

Tisser un réseau culturel local : le château de Mayenne

Interviews de : Mathieu Grandet, directeur ; Elise Balch, Sabrina Legendre, médiatrices ; Jimmy Courtin, animateur Centre Animato ; Séverine Brindeau, animatrice jeunesse de Villaines-la-Juhel ; Rémy Fonteix, Cie Arma-temporis, centre d'art contemporain de Mayenne.

Le Château de Mayenne est un château-fort médiéval, au cœur de cette commune de 13 000 habitants, à qui il appartient. Longtemps fermé, il a ouvert comme musée en 2008, après quinze ans de fouilles archéologiques ayant révélé un patrimoine carolingien. Ses collections sont majoritairement des objets d'origine médiévale, dont des pièces de jeu. Le château est ouvert toute l'année. Huit personnes y travaillent, dont trois médiatrices issues d'une formation patrimoine ou histoire de l'art.

« On a une politique des publics volontariste, qui sort du musée, qui présente des choses sur les arts, les pratiques... On n'a pas le passif des vieux musées qui se bougent maintenant, mais qui ont une image.. on a la chance d'être un musée de site, donc on communique sur le nom de « château de Mayenne », avec musée écrit en tout petit... » (Mathieu Grandet, directeur.)

Outre sa volonté d'impliquer ses différents publics dans une démarche interactive, ce lieu ambitionne une autre dimension. Situé en milieu rural, il cherche, pour mettre en valeur son patrimoine, à tisser un réseau géographique, culturel et social de partenaires et de relais, avec qui seront conçues des actions très diversifiées: visites sur l'art sacré en musique/conservatoire, littérature, exposition NA! (Nouvelle archéologie) imaginée par l'artiste contemporain Gregory Wagenheim avec des enfants de centres de loisirs – déjeuner médiéval – chasse aux sorcières et aux lutins pour enfants et parents...

La participation aux Portes du temps

Depuis 2010, le château s'adresse au public des enfants et adolescents en s'inscrivant dans cette opération nationale. Créée en 2005, celle-ci vise à permettre à des jeunes défavorisés de découvrir de manière ludique et artistique le patrimoine français.

« Ce qui nous semblait intéressant était une co-construction du projet. [...] Il y a des médiateurs au musée, il fallait que les autres structures soient aussi médiatrices entre les jeunes et ce que nous y faisons. C'était aussi faire se rencontrer les équipes du musée avec les centres sociaux, les centres d'animation-jeunesse, et d'imaginer ce qu'on pourrait faire pour les adolescents, quelque chose qui à la fois corresponde à une découverte artistique, mais puisse aussi correspondre à leurs attentes. On n'est pas là non plus pour y coller complètement, mais au moins les surprendre, leur faire accepter la surprise, justement. À la première réunion, on n'avait pas d'idée préconçue sur la thématique. [...] Les idées sont parties assez vite, lors des réunions [il y en a eu cinq]. Ensuite, une fois qu'on a choisi nos intervenants, eux aussi ont fait évoluer le projet – et toujours en rapport avec ce groupe de travail. » (M. Grandet).

Les partenaires de l'opération sont variés : les centres sociaux tels, à Mayenne, l'Agitato. Aux alentours, le centre jeunesse d'Andouillé (2 000 habitants, à 20 km), une animatrice jeunesse de la commune de Villaines-la-Juhel (3 000 habitants)¹⁰, maison de quartier de Laval (50 km), et, se réjouit M. Grandet, un autre centre jeunesse du département qui réunit enfants venant de plusieurs communes ou qui y sont en vacances, et enfants placés.

Un atout de taille pour le projet du musée est la prise en charge par la mairie de Mayenne des cars drainant enfants et jeunes au musée, dans un rayon d'environ 60 km. Pour les jeunes en milieu rural, la possibilité de transport est en effet la condition *sine qua non* de toute pratique culturelle, « encore plus pour une activité qui ne va pas les intéresser d'emblée ! », ajoute M. Grandet.

La petite ville possède une médiathèque, un conservatoire de musique¹¹, le centre culturel le Kiosque – qui réunit école d'arts plastiques, danse et théâtre avec troupe résidente, spectacles et concerts – un centre d'art contemporain... autant de partenaires actifs pour le musée. Lors de la Nuit Blanche 2011

¹⁰ Séverine Brindeau 06.26.32.62.13 ou 02.43.03.31.54

¹¹ Auquel vient de s'adjoindre un studio ouvert aux groupes de musiques actuelles, voir dans la 2^e partie du livre.

(car il y en a une à Mayenne!), un artiste a conçu dans le musée une installation, en liaison avec des enfants de la ville.

Thématique 2010 : le jeu et le sport au Moyen-âge

Les intervenants étaient deux comédiens d'une compagnie de spectacles expérimentée sur ces actions, Arma-Temporis. Certains ateliers comptaient jusqu'à vingt jeunes. Le principe était une approche interactive, basée sur l'archéologie expérimentale (reconstitution de la construction et l'usage des objets). L'activité était déclinée sur cinq heures de la journée (deux le matin, trois l'après-midi). Deux comédiens dialoguaient et guidaient les jeunes dans la fabrication d'outils ou du râtelier d'armes, de guerre ou de chasse, en expliquant l'équipement, les techniques et le contexte, avec démonstration et initiation aux rudiments pour leur public.

Thématique 2011: Fais ton show à la radio

Le musée et ses partenaires entendaient lever la barre un peu plus haut cette année, l'idée étant de travailler sur le son, le rapport au corps, avec le théâtre, la danse. Un animateur radio issu des FRANCAS coordonnait les activités, un autre intervenant étant la compagnie du théâtre Dû (résidente à Mayenne). Cinq jours durant, les participants (4 équipes de 8 participants) allaient découvrir toute les facettes de la radio: animation, enquête journalistique, interview des visiteurs du musée ou de personnalités extérieures, prise de son...un studio avait été installé dans le château et fonctionnait en continu, alimentant un blog. Celui-ci a été très apprécié par les jeunes, et plus encore la mise en ligne de toutes les émissions radio qu'il sont réalisées, produisant un "effet retour".

La visite du musée est systématiquement associée à la thématique qu'ils vont pratiquer, mais en aucun cas il ne s'agit d'une visite guidée classique. « Pour nous, c'est prohibitif. Ils découvrent le musée soit de façon ludique, soit avec un petit carnet... avec la danseuse et le comédien, de petites saynètes leur étaient proposées dans le musée. » En 2011, les jeunes du projet radio se faisaient eux-mêmes médiateurs avec les autres groupes de jeunes visitant le musée.

L'âge et la provenance des participants

Les Portes du temps s'adressent en principe aux 12-17 ans. À Mayenne en 2010, la majorité des participants étaient au bas de cette classe d'âge – parmi eux, quatre adolescents de 17 ans cependant, qui sont revenus de leur propre chef à la salle d'armes d'Arma Temporis.

Les chiffres ont été très encourageants : 400 jeunes ont participé aux Portes du temps de Mayenne sur environ 900 en Pays de Loire. Les deux autres structures participantes de cette région étaient pourtant des structures d'une autre envergure, le château des Ducs de Bretagne de Nantes et celui d'Angers.

En 2011, les activités, plus poussées, concernaient de groupes plus restreints – mais davantage d'adolescents.

La participation s'est élevée à 193 jeunes : 49 enfants et 144 adolescents.

Ci-contre la répartition des âges ►

12 ans	31
13 ans	43
14 ans	57
15 ans	6
16 ans	4
17 ans	4

Directeur et médiatrices du musée le reconnaissent: malgré leurs efforts, c'est vraiment difficile de toucher les adolescents. D'autant que trop souvent les animateurs ou directeurs de structures sont eux-mêmes sceptiques : « Si eux ne sont pas convaincus ou qu'ils prennent ça par-dessus la jambe, ça ne peut pas fonctionner. » (M. Grandet.)

La formation aux animateurs et structures socioculturels

Pour parvenir à les mobiliser, le musée prévoit des demi-journées (qu'il tente de rendre « obligatoires ») de formation pour les responsables de groupe :

« Il y a une visite du château rapide, et après ils sont pris en main par les intervenants, qui les mettent dans la situation des mêmes qui vont venir. On se rend compte que la différence est énorme, même dans la préhension du groupe, entre ceux dont les animateurs ou directeurs sont venus et ceux qui n'y sont pas venus. L'idéal serait même de faire ces formations avant la réservation, mais c'est compliqué à mettre en place. » (M. Grandet.)

Et à part les Portes du temps ?

Compte tenu de sa taille, le musée ne s'adresse spécifiquement aux adolescents qu'à cette occasion, bien qu'évidemment on espère que certaines thématiques des animations les feront venir : l'an dernier, plusieurs sont venus à un atelier de construction d'outils médiévaux. Cependant, même avec ceux qui sont déjà venus lors des Portes du temps, la partie n'est pas gagnée. « On a remis des invitations pour deux personnes aux participants, mais très peu de retours, quatre l'an dernier je crois. On vient une fois au musée, mais de là à revenir, seul ou à deux... »

Tout de même, conclut M. Grandet, « c'est énormément de temps, d'investissement, mais là on est clairement sûr du qualitatif ! ».

Communication et réseaux sociaux : article de Noémie Couillard

Depuis quelques années, les musées investissent les services du Web collaboratif*, d'abord timidement puis massivement depuis 2011. Les pionniers en France tels que le Museum d'histoire naturelle et les Abattoirs à Toulouse ont établi leur présence en ligne de manière extensive en multipliant les approches selon les services utilisés. Ainsi une connaissance pointue de chaque plate-forme et des pratiques des utilisateurs permet de proposer un contenu adapté aux internautes, que ce soit sur *Facebook*, *Flickr* (site de partage de photographies), *Del.icio.us* (site de catalogage de lien hypertextes) au début en 2007 ou aujourd'hui sur *Tumblr* (outil de publication centrée sur les images), *Scoop-It* (outil de publication/recensement de liens), *Twitter* (site de publication courte) ou encore *Foursquare* (site de géolocalisation). Les deux ont également un blog depuis 2007 ce qui était vraiment nouveau au moment de leur création et reste assez rare pour des musées français. Le but est d'aller à la rencontre du public (c'est-à-dire s'inscrire sur des plateformes plutôt que faire venir le public sur le site du musée), tester la potentielle sociabilité de ces applications pour impliquer leur public et diffuser de l'information d'une autre manière que la voie institutionnelle. La rencontre avec de nouveaux publics a été testée par exemple à travers un groupe sur Flickr du Museum de Toulouse intitulé « Collectionner le vivant autrement » où le but était de partager des photographies de la faune et de la flore locales. Le musée encourageait ses visiteurs à poster mais allait également vers des photographes déjà présents en ligne pour leur proposer de s'inscrire au groupe.

Cette approche témoigne d'une ouverture du musée fondée sur le dialogue et la discussion avec le public, évitant ainsi la traditionnelle posture d'auctorialité de l'institution patrimoniale. Cet argument, récurrent jusqu'à aujourd'hui, laisse souvent place en pratique à une utilisation de ces services comme une voie supplémentaire de communication (à côté des campagnes de presse, des affiches, etc.) sans véritable changement dans la relation musée-public.

La posture défendue dans cet article est celle de la véritable mise en place d'une médiation en ligne, considérant que le musée physique et le musée numérique forment un seul et même organisme. Elle découle de l'idée développée par Olivier Donnat de « service public de "culture à domicile"»**. Il nous semble qu'une des clés de cette culture à domicile serait l'inclusion du culturel dans le quotidien. Ainsi l'INA et Gallica montrent la voie sur leur page Facebook respectives en publiant presque tous les jours des aperçus de leurs collections largement numérisées par thèmes ou par rapport à l'actualité. Ainsi le culturel entre dans la vie quotidienne grâce à trois facteurs :

- la fréquence (une parution régulière des articles),
- le thème (en lien avec l'actualité) et,
- le support (publication sur des services utilisés massivement).

La médiation en ligne doit être pensée en amont par la mise en place d'une stratégie numérique. Il est important qu'elle soit menée par une équipe ayant des compétences en médiation culturelle, en sociologie des publics, en sociologie des nouvelles technologies sans oublier les compétences techniques liées à ces nouveaux médias. Ce type d'équipe suppose une réorganisation du travail au sein du musée car ce modèle repose sur une alliance des conservateurs, des médiateurs, du département des publics et des informaticiens. Or il est difficile à mettre en place actuellement dans des musées aux structures extrêmement hiérarchisées. Grâce à cette nouvelle structuration, le musée aura toutes les clés pour s'adresser à ces visinautes***.

Par rapport à la question de la relation entre les adolescents et la culture étudiée dans cet ouvrage, on peut s'étonner de l'absence d'une médiation en ligne qui leur serait spécifiquement dédiée alors qu'ils sont de grands utilisateurs des nouveaux médias. Deux hypothèses peuvent l'expliquer : d'une part la difficulté pour le musée à saisir le public adolescent de manière générale et d'autre part la proposition d'une programmation spécifique n'étant que peu présente dans les musées, il est logique que celle-ci ne le soit pas plus sur les services numériques.

* Néologisme désignant les visiteurs en ligne et mettant en exergue la dimension culturelle des différentes présences du musée en ligne, voir Couillard N., *op. cit.*, p. 48.

2 Donnat O., in Saez J.-P. (dir.), *Culture & société: un lien à recomposer*, 2008.

*** Pour une tentative de définition et une typologie des nouveaux médias en ligne, voir Couillard N., *Présence muséale dans le Web social : enjeux, pratiques et effets*, mémoire de master 2 de l'École du Louvre, 2010, pp. 9-40.

CONCLUSIONS

Les exemples de politiques et d'actions muséales vis-à-vis des grands adolescents que nous avons décrits ci-dessus ne sont bien sûr qu'un échantillon des pratiques et des points de vue. Nous pouvons cependant tenter d'en dégager quelques lignes – convergentes ou divergentes.

La première crève les yeux: il y a très peu de propositions pour cette classe d'âge, hors (et même y compris) temps scolaire. À la quasi unanimité, tous nos interlocuteurs s'avouent embarrassés d'entreprendre la conquête de ce public qu'ils admettent cependant, sur le plan théorique, être d'un âge où se structure l'individuation de la personne.

Leurs arguments sont assez simples :

- 80 % de ces jeunes sont scolarisés ; c'est-à-dire que *via* le système scolaire, les musées ont des intermédiaires patentés, qu'on peut tenter de motiver, d'informer. De véritables formations à l'éducation de leur propre regard pourront même leur être proposées.

- Pour essayer de motiver ces jeunes à venir individuellement au musée et/ou participer à ses activités – si on les considère comme un public spécifique – les moyens de communication sont difficiles, flous.

Quelques musées s'essaient aux réseaux sociaux, mais comme le montre l'article de Noémie Couillard, la démarche en est encore à l'expérimentation de quelques pionniers. Ces réseaux ne sont qu'un moyen de communication, pas un sésame, et l'organisation du travail à l'intérieur des musées peut entraver leur utilisation. Qui anime ces réseaux, quelle est l'articulation avec les conservateurs, etc. ?

Retour sur les statistiques de base

Les chiffres de fréquentation des musées dont nous sommes partis [voir page] sont fondés sur les réponses à une question: êtes-vous allé au musée dans les douze derniers mois, et avec qui ? Revenons sur ses éléments.

Qu'entend-t-on par musées ?

Les différences entre eux sont telles qu'il est difficile de tous les mettre dans le même panier, que ce soit au niveau de leur thème ou de leur taille. Musées de la Renaissance et de l'espadrille, Muséum d'histoire Naturelle, Fondation Maeght ou Palais du Lego ne sont a priori pas fréquentés par les mêmes personnes, lesquelles cependant peuvent y être venues ou y viendront à un âge différent. Des

parents qui ont emmené leurs enfants au musée de la Poupée n'y retourneront peut-être pas de sitôt, non plus que les visiteurs d'une église romane un jour de pluie pendant les vacances.

On ne sait pas quels « musées » ont fait l'objet de la question. Notons que les plus modestes ou les monuments, n'offrent souvent qu'une présentation fixe de leurs collections, expositions ou animations sont rares. On peut donc penser que leur attractivité est ponctuelle : on revient dix fois au Louvre, il n'en sera pas de même à « La maison du pêcheur », quels que soient son intérêt et le soin apporté à sa mise en valeur et sa notoriété.

La localisation des musées est déterminante. « L'offre », énorme pour un jeune francilien est incomparablement moindre pour ceux qui vivent ailleurs. Indépendamment de la qualité des musées et de leur présentation renouvelée de leurs collections, un handicap est évident : la distance, mais surtout le transport permettant d'accéder au musée.

Poser la même question (*êtes-vous allé au musée dans les 12 derniers mois?*) aux Parisiens et aux adolescents vivant en milieu rural est presque déloyal : avec l'envie la plus farouche d'aller dans un musée situé à une distance raisonnable, comment un lycéen ou un apprenti de 15 à 19 ans pourra-t-il le faire, concrètement ? Il n'a pas d'autonomie de transport, et les transports en commun (les cars) sont une peau de chagrin, particulièrement rare les week-ends et le soir... c'est-à-dire aux moments de pause où le jeune émerge de son emploi du temps chargé – encore plus lourd s'il n'habite pas dans une grande ville, puisque le ramassage scolaire s'y ajoute.

On ne peut donc s'attendre – si on prend en compte l'ensemble de cette classe d'âge au niveau national – à une grande fréquentation individuelle des musées par les 15-19 ans. Tout simplement la grande majorité de ces trois millions de personnes n'y a pas accès physiquement.

Nous pensons donc que ce critère – accès physique autonome au musée – devrait être pris en compte dans les statistiques nationales pour pouvoir apprécier la fréquentation des musées par cette classe d'âge. Certains musées ont bien sûr mené leur propre enquête locale, comme nous l'avons vu pour le Centre Pompidou.

La fréquentation des jeunes

Les mêmes statistiques nous montrent que globalement la différence de fréquentation des musées n'est pas énorme entre les 15-19 ans et les 19-24 ans. La grande différence est que pour les 15-19 ans il s'agit à 78 % d'une activité de groupe (groupe scolaire majoritairement sans doute, famille), alors que pour les 19-24 ans, le chiffre est de 33 % !

Mais nous l'avons vu : un accès individuel est peu praticable pour la majorité des adolescents (vacances mises à part). On va au musée si le lycée vous y emmène. Nous n'entrerons pas ici dans la question de l'éducation artistique en milieu scolaire, sur son importance essentielle. Mais on voit ici le

rôle des structures éducatives (et associatives), pour (un peu) pallier des faiblesses pratiques auxquelles elles n'en peuvent mais.

Si les 15-19 ans vont à 35 % au musée en groupe, ils ne sont plus que 9 % parmi les 19-24 ans. Pourtant, ces derniers n'y viennent pas seuls, mais neuf fois sur dix au moins à deux.

Cette constatation s'applique d'ailleurs à l'ensemble des plus de 15 ans : une visite au musée est presque inmanquablement une sortie à plusieurs – ce sont les partenaires qui changent !

Une rencontre avec l'œuvre d'art, l'histoire, la science, la nature est une expérience hautement individuelle, mais effectuée dans un cadre collectif, c'est un acte social.

La catégorisation des jeunes

Revenons à présent sur la politique des musées, qui exprime une hésitation: Les grands adolescents sont-ils considéré comme un public spécifique ? Non, si on voit l'absence de projets les concernant.

Les musées cherchent à intensifier leurs liens avec les écoles et collèges, ou les associations et centres socioculturels touchant les enfants – mais très peu avec les lycées, non plus qu'avec les associations et structures d'éducation populaire, elles aussi embarrassées par cette classe d'âge, qui les déserte.

Oui, par le vide, puisqu'en fait il y a comme un aveu d'impuissance, de la part de l'ensemble de toutes les structures concernées : musées et leurs tutelles, réseau d'éducation populaire ou services jeunesse.

D'une part, on ne sait pas très bien où et comment les contacter en tant qu'individus. D'autre part, une activité collective serait la bête noire des jeunes (cela leur rappellerait l'école, les parents, le centre aéré, c'est à dire l'enfance dont ils cherchent à s'éloigner), donc la partie est perdue d'avance.

C'est un peu ce qui sous-tend l'expérience du Studio 13/16 du Centre Pompidou, qui a voulu un lieu ouvert, totalement informel et élastique. Au bout d'un an de fonctionnement, qu'on peut estimer assez réussi, le Studio paraît quand même essentiellement fréquenté par des jeunes de 13-14 ans – venus individuellement, mais « présentés par les parents », et des groupes amenés par les quelques MJC partenaires. Sur les quatre que nous avons présentées en détail, il faut peut-être remarquer que les deux qui sont franchement satisfaites de cette collaboration sont implantées dans des banlieues assez éloignées, et que pour elles l'aspect lien social des activités va de pair avec une authentique recherche d'éducation culturelle.

Une fois que ces jeunes sont devenus majeurs, tout le monde souffle : ouf ! Et prolifèrent les projets des musées envers ces jeunes adultes – catégorie *adolescents intouchables* seulement un ou deux ans auparavant !

Les *jeunes* n'ont comme caractéristique que d'être dans une étape de vie transitoire (dans le cadre de tous les changements de société actuels), fugace (mais de durée très variable) et dont l'atout est

justement d'être hors catégorie. Le transitoire (professionnel, familial, résidentiel, culturel...) n'est d'ailleurs plus l'apanage de la jeunesse.

Pour les trois millions de personnes de la classe d'âge qui nous intéresse, la définition d'un segment de public particulier, repérable, opérée par les musées ou autres institutions semble n'être basée que sur leur vulnérabilité: malades ou handicapés, migrants, et ressortissants des fameuses « zones sensibles ».

Ainsi, au Grand Palais¹², on se félicite de l'augmentation des chiffres de visiteurs enfants, « d'autant qu'un tiers viennent des zones sensibles ».

Les « jeunes des zones sensibles » ont-ils vraiment envie qu'on leur propose des activités en raison de cette catégorisation? J'en doute.

La segmentation, la catégorisation des publics qu'on essaie d'appliquer à la culture ne grippe-t-elle pas les projets plutôt que les favoriser?

Il nous semble qu'entre un jeune de 15 ans et un autre de 30, l'attractivité d'un projet muséal n'est pas fondamentalement différente sur le fond, c'est la possibilité d'y accéder qui diffère.

La politique tarifaire : gratuité ou pas?

Un point que nous avons peu évoqué avec les personnes rencontrées est celui des tarifs d'entrée. L'on sait qu'à présent, dans les musées et monuments nationaux et ceux de Paris pour le moins, l'entrée est gratuite pour les moins de 26 ans.

Les évaluations de cette mesure prises depuis son adoption montrent son succès auprès des étudiants, et au-delà, des moins de trente ans, habitués des musées ou non ; ce sont les urbains qui l'ont le plus mise à profit¹³

Divers points de vue se sont exprimés sur l'utilité de cette gratuité, mettant par exemple en cause une identification du public encore plus difficile qu'avant.

D'autant que les contacts par Facebook ou Twitter dont nous avons parlé plus haut, nouvel outil qui donne de l'espoir à certains acteurs de la relation entre les jeunes et la culture en général et les musées en particulier, sont à la fois très personnels et très anonymes.

À l'heure des évaluations de rigueur, de la « rentabilité » au sens large demandée aux établissements culturels, comment repérer les résultats des actions entreprises?

¹² Rapport d'activité 2009, Réunion des musées nationaux, p. 24.

¹³ Voir Jacqueline Eidelman, « La gratuité dans les musées et les monuments en France: quels indicateurs de mobilisation des visiteurs », *Cultures Études* n° 16, mars 2009. Et, « La gratuité dans les musées et les monuments en France, Synthèse des résultats de l'expérimentation », DEP, ministère de la Culture, *Culture Études*, 2009.

Si la gratuité est un avantage que tous les visiteurs apprécient, les décidant parfois à tenter une première visite au musée, est-ce que cela suffit à promouvoir une meilleure fréquentation des musées par les 15-19 ans ? Alors que tous pensent qu'il faut favoriser le côté événementiel, exceptionnel, festif pour les attirer ? En poussant le bouchon un peu loin, ne serait-il pas préférable que les visites d'expositions soient aussi gratuites pour cette classe d'âge, plutôt que les collections de base ?

Mais ne serait-ce pas alors contradictoire avec une autre double injonction que vivent les musées ? La démocratisation culturelle est toujours inscrite dans leurs obligations, mais leurs institutions de tutelle des musées ont des exigences supplémentaires.

Si nous nous référons au rapport activité RMN 2009, on voit qu'expositions et produits dérivés (édition, photos des collections par exemple), en plein développement, relèvent d'une certaine marchandisation de la culture. Mais ce sont les collections, socle, capital des musées, stock inaliénable, qu'on permet aux jeunes de voir gratis.

Pour dégager le temps du personnel et lui permettre de « faire du chiffre », en entrées ou sur le plan financier, raison de plus d'avoir des intermédiaires. Pour faire venir le public, on s'adressera aux écoles, aux instituts pour handicapés, aux maisons de retraite, aux enfants défavorisés, aux migrantes primo-arrivantes – toutes structures qui fonctionnent partie par subventions, partie par bénévolat.

Pour conclure, nous dirons qu'il nous a semblé que les musées sont dans une évolution en profondeur. La muséographie est de plus en plus pointue, spectaculaire : on est loin des vitrines poussiéreuses où étaient pieusement alignées 327 pointes de flèche préhistoriques ! On essaie, même si on en est encore aux balbutiements, de trouver de nouveaux moyens pour s'adresser au public. Héritiers d'une longue tradition intellectuelle, les musées sont souvent encore frileux et empêtrés dans des fonctionnements surannés.

Par rapport aux jeunes, certains craignent que les nouvelles technologies réduisent à néant l'attractivité de leur établissement: à quoi bon venir au musée, si on peut tout voir sur internet ?

Pourtant, dans les exemples que nous avons donnés, certains musées nous ont paru se dégager de ces craintes et initier des pratiques innovantes. À Mayenne, la création d'un réseau culturel de proximité, la diversification des activités muséales nous paraît pouvoir optimiser l'attractivité de ce château, situé dans une toute petite ville. Au muséum d'Histoire naturelle de Rouen, programmation futée et là aussi réseautage dédié, semblent attirer les jeunes. Les musées de Toulouse évoqués par Noémie Couillard mettent en action une utilisation des réseaux sociaux allant au-delà d'un surf sur une mode, visant à construire une nouvelle relation avec le public virtuel du musée.

Certains musées semblent donc en bonne voie pour attirer un public jeune, en (re)donnant à leurs établissements un aspect festif, en les proposant comme un lieu de plaisirs à partager.

À intégrer dans les conclusions

- soit il y a une activité du type atelier, où les artistes ne les accompagnent pas dans une réalisation personnelle, mais ont conçu une œuvre collective éphémère dont les jeunes sont la matière première plus que les réalisateurs). C'est dans la mouvance de l'art contemporain: créer un objet est facultatif, c'est le moment du « faire » qui est valorisé.

On reste donc, finalement, dans une activité collective « entre pairs » – sous la houlette d'un adulte, l'artiste, à qui est dévolu le réel rôle de médiateur, les « médiateurs » étant ses assistants de production ou de communication.

On est passé de l'explication donnée par le guide-conférencier d'antan (avec gros accent sur la hiérarchisation temporelle: dates, écoles artistiques, filiations...) à la valorisation du sensitif, de l'immédiat.

- **événementielles** (recours à twitter/facebook), plutôt que de faire partie d'une entreprise pédagogique, type « le passage du figuratif à l'abstraction ». On est dans le concept de « vente privée ».

- **ponctuelles** : pas de « cycle » d'ateliers, genre Niveau 1 au premier semestre, et module 2 et 3 par la suite. On n'est pas à l'École du Louvre !

- **brèves** (quelques heures, une journée maximum) : pas d'engagement, ni dans le temps, ni dans l'espace. On peut passer quand il y a de la lumière, quoi.

- **interactives**: car le jeune ne veut pas être un simple spectateur.

Inventer une activité pratique permettant au jeune d'appréhender la connaissance de manière ludique, impérativement avec une activité physique: les exemples du musée Guimet, de Mayenne, etc. Ce qui peut aussi être fait dans son implication dans un « acte de création » :

Parce que tu le vaux bien : tu es un artiste. Création d'une œuvre avec un artiste au cours d'une performance – en une demi-journée.

Avoir une réponse individuelle – immédiate – à ses questions (via twitter, ou un animateur/médiateur en stand-by dans les lieux). Surtout pas de visite guidée. Bref, la mission de « transmission culturelle » du musée réduite à la portion congrue.

Commenter/partager sa visite individuellement avec ses pairs (facebook, twitter...).

BIBLIOGRAPHIE

Auteur	Titre
Association générale des conservateurs des collections publiques de France (AGCCPF)	Livre blanc, présenté Palais d'Iena, le 4 février 2011 AGCCPF
Assathiany, Laurent	L'engagement des jeunes dans les pratiques culturelles en milieu rural, au travers des Foyers ruraux Étude. Paris, Confédération Nationale des Foyers Ruraux, 2006
Auboin, Nicolas - Kletz, Frédéric -Lenay, Olivier	Médiation culturelle; l'enjeu de la gestion des ressources humaines, <i>Culture Etudes</i> , Département des études et de la prospective, Ministère de la culture, 2010-1
Caune, Jean	La démocratie culturelle. Une médiation à bout de souffle, Grenoble, Presses Univesitaires, 2006
Couillard Noemie	Présence muséale dans le web social : enjeux, pratiques et effets, Mémoire de master 2 , Paris, Ecole du Louvre, 2010
De La Broise Patrice, Gellereau Michèle	De l'atelier à l'atelier: la friche industrielle comme lieu de médiation artistique, <i>CULTURE ET MUSEES</i> , n°4, 2005
Desvallees André Mairesse François (dir.)	Concepts clés de la muséologie, Paris, Armand Colin, 2010.
Donnat Olivier	Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique. Enquête 2008. Paris, La Découverte, 2009.
Donnat, Olivier Lévy, Florence	Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques, <i>Culture Prospective</i> , Département des études et de la prospective, Ministère de la culture, 2007
Eidelman, Jacqueline Benoit Céroux	La gratuité dans les musées et monuments en France: quelques indications sur la mobilisation des visiteurs, <i>Culture prospective</i> , Département des études et de la prospective, Ministère de la culture, 2009-2
Eidelman Jacqueline, Mélanie Roustan et Bernadette Godstein (dir.),	La place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées Paris, La Documentation française, 2006
Eidelman Jacqueline	« Musées et publics : la double métamorphose. Socialisation et individualisation de la culture », HDR, PARIS 5, 298p - 2007
Eidelman Jacqueline,DESSAJAN S., CORDIER J-P., PEYRIN A.,	Nouveaux regards sur l'éducation artistique, nouvelles formes de médiation muséale : étude de réception auprès des pré-adolescents et adolescents en visite scolaire au Centre Pompidou, Actes du Symposium européen et international de recherche « Evaluer les effets de l'éducation artistique et culturelle » (Centre Georges-Pompidou, 10,11,12/1/2007), Paris, La Documentation française-Centre Pompidou, 433-439
Eidelman Jacqueline	« Catégories de musées, de visiteurs et de visites », In Donnat (O.) et Tolila (P.) (ed.), Les publics de la culture, Paris, Presses de Sciences Po, p279-284 (édition CD) - 2003.
Enel, Françoise	Politiques d'éducation artistique et culturelle: rôle et action des collectivités locales <i>Culture Etudes</i> , Département des études et de la prospective, Ministère de la culture, 2011-2
Enel, Françoise	Des études et recherches par les musées, Paris, La Documentation Française, 2006, 334 p. Rapport de synthèse, Vèrès Consultants, INJEP, octobre 2008
Fize, Michel	Le adolescents Paris, Le Cavalier Bleu, 2009
Gal, Jean-Claude	Un théâtre et des adolescents Paris, Presses Universitaires Blaise Pascal, 2006.
Gob, André	Le musée, une institution dépassée ? Paris, Armand Colin, 2011
Gottesdiener, Hana et Vilatte Jean-Christophe	L'accès des jeunes adultes à l'art contemporain: approches sociologiques et psychologiques du goût des étudiants pour l'art et de leur fréquentation des musées Paris, DEPS, Ministère de la Culture e t de la Communication, 2006
Hersent, Jean-François	Les pratiques culturelles adolescentes. France, début du troisième millénaire. BBF, 2003. Paris, t. 48, n°3
INJEP	Panorama art et jeunesse Synthèse des Rencontres, Centre Pompidou, 2005 et 2006. INJEP, 2009
Jonchery, Anne	Se rendre au musée en famille Dijon, Lettre de l'OCIM, OCIM, 2008
Jonchery, Anne	Titre provisoire: les représentations de la culture chez les 15-25 ans. A l'état d'épreuves. Paraitra DEPS fin 2011.
Mathieu, Isabelle	L'action culturelle et ses métiers Coll. Partage du savoir, PUF, 2011
Mattelart, Tristan	Enjeux intellectuels de la diversité culturelle, éléments de déconstruction théorique <i>Culture Prospective</i> , Département des études et de la prospective, Ministère de la culture, 2009-2

Menger, Pierre-Michel	Les intermittents du spectacle. Sociologie du travail flexible. EHESS, 2011
Octobre, Sylvie	Les transmissions culturelles chez les adolescents: influences et stratégies individuelles In Enfance et culture. Transmission, appropriation et représentation
Octobre, Sylvie	Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission: un choc de cultures? Culture Prospective, Département des études et de la prospective, Ministère de la culture, 2009-1
Pasquier, Dominique	Cultures lycéennes, la tyrannie de la majorité, Autrement, Coll. Mutations, 2005
Poirier, Philippe - Direction	Politiques et pratiques de la culture. Ouvrage collectif sous la direction de Philippe Poirier. Paris, La Documentation Française, Les Notices de la Documentation française, 2010.
Protoyeridès, Michèle	Migrants-formation n° 111, décembre 1997
Roudet, Bernard (Direction)	Les jeunes en France. Ouvrage collectif. Collection Regards sur la jeunesse du monde, Presses de l'Université Laval, INJEP, INRS, Février 2009.
SERAIN Fanny,	L'accueil des adolescents dans les musées d'art français, Diplôme de recherche appliquée, Ecole du Louvre, Paris, 2005.
Timbart, Noëlle	L'accueil des adolescents dans les institutions muséales scientifiques. In LETTRE DE L'OCIM .- n°97. 2005.
Timbart, Noëlle	Les adolescents et les musées www.museum.or.jp/icom-J/pdf/E_news2006/2006-1web3.pdf
Timbart, Noëlle Girault, Yves	Les représentations de professionnels de musées français sur les adolescents. In La recherche en éducation muséale : action et perspectives, Landry A., Meunier A. Éditions Multimondes, Collection les cahiers de l'Institut du Patrimoine de l'UQAM, 2008
Timbart, Noëlle Girault, Yves	Représentations sociales et pratiques déclarées d'adolescents franciliens sur les musées, Colloque "Adolescents: entre défiance et confiance" Roubaix, avril 2006. http://www.yvesgirault.com/pages/doc-pdf/texte_49.pdf
Verbèke, Pascal	Les pratiques culturelles et les loisirs des jeunes, Enquête 2008. Jeunesse Ouvrière Chrétienne, Courbevoie,
	Nouvelles formes artistiques, nouveaux modèles économiques ? Les pratiques artistiques et culturelles des jeunes: mieux connaître pour mieux accompagner. Rencontres, INJEP, 4 et 5 février 2008. De l'hiver à l'été, n° 9, juillet 2008
	« Quelle place pour des actions sociales dans les institutions muséales ? », Journée d'étude de l'OCIM, En partenariat avec le CNAM – Musée des arts et métiers. Paris, le 26 janvier 2010
	Action culturelle, création et territoires, Séminaire, INJEP/Centre Pompidou, 2009.
	Continuité ou ruptures ? Les pratiques artistiques et culturelles des jeunes: mieux connaître pour mieux accompagner. Rencontres, INJEP, 6 et 7 février 2007. De l'hiver à l'été, n° 8, juillet 2007
	La collaboration entre les Musées de France et les Fédérations d'éducation populaire Séminaire, 21 mars 2006, château d'Écouen. Ministère de la culture, 2006
	Médiation et numérique dans les établissements culturels, Rencontres, ministère de la Culture. La Gaîté Lyrique, mai 2011
	Les musées nationaux après une décennie de transformations, 2000-2010, Rapport de la Cour des Comptes, mars 2011

L'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP)

L'INJEP, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire, est un établissement public national placé sous la tutelle du ministre chargé de la jeunesse, qui a pour mission :

- d'observer et d'analyser les pratiques et les attentes des jeunes, ainsi que les politiques et les actions qui leur sont destinées ;
- de participer à leur évaluation ;
- de réaliser et de diffuser des études et des analyses conduites dans ces domaines aussi bien sous forme papier que numérique ou dans le cadre de conférences, séminaires, colloques ou rencontres ;
- de contribuer à la connaissance et à l'analyse des politiques en faveur de la jeunesse des autres pays, particulièrement de l'Union européenne ;
- d'exercer une veille documentaire et de constituer un centre de ressources pour les acteurs de jeunesse et d'éducation populaire ;
- de proposer, en cohérence et en complémentarité avec ces missions, des activités de formation, d'études et de conseil, ou sa participation à l'organisation de manifestations en faveur de la jeunesse.

L'INJEP fonctionne ainsi comme un centre d'expertise et un laboratoire d'idées au service des politiques de jeunesse.

L'INJEP a, en outre, été désigné comme l'agence de mise en œuvre du programme européen Jeunesse en action qui complète dans le champ de l'éducation non formelle les programmes européens de formation initiale et de formation tout au long de la vie.

L'INJEP, enfin, fait partie du groupement d'intérêt public constituant l'Agence du service civique.



Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire

Établissement public sous la tutelle du ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Éducation populaire et de la Vie associative
95, avenue de France, 75650 – Paris Cedex 13 – Tél. : 01 70 98 94 00 – www.injep.fr / www.jeunesseenaction.fr