

Les éléments d'attraits du public dans les lieux culturels

Deborah Bickel¹

¹Affiliation not available

January 21, 2018

Abstract

Plusieurs études démontrent la non-fréquentation des lieux public culturels en France par les populations défavorisées. Au fil de ce mémoire, je chercherai quels éléments permettent de susciter l'intérêt du public pour redynamiser la fréquentation de telles structures. Ce problème touche en effet la question de l'éducation de la population et de ce fait, l'égalité des chances : une famille ne s'intéressant pas à l'art, la littérature, l'histoire, ne favorisera pas l'éveil et la curiosité de l'enfant, constituant le fossé séparant les élèves favorisés des élèves défavorisés.

Comme toutes structures, les lieux publiques culturels ont besoin d'assurer une communication envers leur public pour de nombreuses raisons : se faire connaître par la population aussi bien locale que plus éloignée, faire savoir les actualités du site, ou pour des informations plus pragmatiques (tarif, adresse, activités possibles ou autre). Dans le but de toucher le plus de monde possible il est nécessaire d'exploiter plusieurs formes de communication car tous n'ont pas les mêmes accès ou les mêmes habitudes concernant l'information. Ainsi pour répondre à ces besoins, ils se doivent d'utiliser divers outils. Ces structures, tout comme leurs homologues privés, doivent être rentables, et pour cela elles doivent susciter de l'intérêt auprès du public et donc il doit être varié. De plus, tous les publics doivent pouvoir avoir accès à la culture (salle d'exposition, musée, bibliothèque. . .). Il est nécessaire pour cela de varier les modes de communication.

Ce constat m'amène à me questionner. En effet, à l'heure actuelle, quels sont les ressorts permettant d'attirer du public dans les lieux culturels ? Quels sont les modes de communication qui peuvent intéresser le public à visiter ces structures ? Est-ce du bouche-à-oreille ? La renommée du site ? La publicité papier, numérique ? Y a-t-il des évaluations de la part des sites sur les éléments déclencheurs des visites du public ? Y a-t-il des nuances du type de public selon le mode de communication ? (moins de 25 ans, plus de 50, catégories socioprofessionnelles. . .)

Prendre de conscience de ces éléments permettraient d'orienter les activités de communication des lieux culturels, et de cette façon permettre à tous un accès à la culture au sens large (bibliothèque, musée, lieu patrimonial. . .). Car malheureusement, tous ne se sentent pas légitime vis-à-vis de ce type de lieu.

Philippe Bourdieu et Jean-Claude Passeron évoquent ce problème dans leur ouvrage *Les Héritiers* en 1964. Selon eux, les enfants, en l'occurrence les élèves dans le contexte d'écriture du livre, héritent de l'habitus de leur parent. Les classes sociales se reproduisent dans la majeure partie des cas, et le le bagage culturel se transmet. Les chances de gravir l'échelle sociale sont minces pour les enfants de classe sociale inférieure dans la hiérarchie, tandis que les enfants issus de famille plus favorisée parviendront à de meilleures études et un bagage culturel favorable. Ce bagage culturel est défini par Bourdieu comme un accès aux lieux culturels (bibliothèques, musées. . .), musique, littérature, films, théâtre, etc. Ceci constitue une culture générale composant des références facilitant la compréhension des enfants dans leur scolarité : ils connaissent déjà ceci et peuvent faire des liens entre leurs connaissances et les savoirs enseignés, tandis que d'autres doivent découvrir et construire des connaissances avant de pouvoir accéder aux savoirs qu'on souhaite leur

transmettre. Le chemin est plus difficile à parcourir. La fréquentation régulière de ces lieux crée une habitude, elle permet de délivrer des clés de compréhension, comme Bourdieu l'explique en page 329 dans son article « L'école conservatrice. Les inégalités devant l'école et devant la culture » dans *La Revue française de sociologie* (1966). Pourtant, l'école ne permet qu'une fréquentation sporadique de ceux-ci.

C'est pourquoi il est important de revoir nos modes de pensée concernant la culture : si l'on souhaite créer une ouverture culturelle, permettre à tous de bénéficier d'un même bagage, sans oublier tout ce que peut nous apporter la richesse d'une curiosité sur le monde qui nous entoure, il nous reste à apprendre à susciter l'envie pour l'ensemble de la population à se rendre dans la diversité de nos lieux culturels. Pour cela, il peut s'avérer utile de prendre en compte les modes de communication actuels.

La génération des jeunes actuelles se forge en même temps que les TIC et crée un nouveau mode de communication, influençant l'ensemble de la société. Caroline Rizza la nomme « la société de communication » dans son article « La fracture numérique, paradoxe de la génération internet » publié en 2006.

Cette génération redéfinit les besoins en communication et en informations en leur donnant une place prépondérante dans la vie quotidienne : elles doivent être accessibles, immédiates et disponibles. Par cela même, les musées voient leurs frontières être redéfinies. Elles deviennent plus floues, Corinne Baujard explique que leurs actions culturelles s'étendent à présent au-delà des murs de ces lieux. Cela est influencé par ces phénomènes d'utilisation des TIC, les informations doivent être disponibles, nomades, autrement ils seront considérés comme inexistantes.

L'enjeu en ce qui concerne la transformation des modes de communication des lieux culturels est donc multiple. D'une part, il touche des enjeux de société. En s'adaptant aux besoins des populations plus éloignées, ils pourraient leur permettre de s'intéresser et se rendre dans des lieux encore non-fréquentés. Ainsi, les populations pourraient s'ouvrir à de nouveaux intérêts. Afin d'appuyer mes propos, le ministère de la culture et communication a publié le document intitulé « Les publics du théâtre Exploitation de la base d'enquête du DEPS, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique - Année 2008 » » écrit par Laurent Babé dans lequel figure les résultats des statistiques de fréquentation du théâtre selon les âges, catégories socioprofessionnelles et lieu de résidence.

1) Répartition par tranche d'âge

	ENSEMBLE	• 15-19	• 20-24	• 25-34	• 35-44	• 45-54	• 55-64	• 65 et +
Sur 100 personnes de chaque groupe, n'ont jamais fréquenté un spectacle de théâtre dans leur vie :	42	39	38	46	48	48	41	33
Test résultats 1997	43	44	47	56	50	37	36	31

Source MCC - DEPS (Pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique - 2008) / exploitation DGCA

1

Ces données indiquent en effet une corrélation entre hausse du niveau de vie et fréquentation de spectacle de théâtre, de plus il semble que plus l'éloignement géographique est important, moins les personnes s'y rendront spontanément. Ainsi, il semble nécessaire de tenir compte de ces résultats pour améliorer les modes de communication dans le but de permettre à tous d'accéder à ces lieux culturels.

¹Joué par des professionnels

2) Répartition par genre

	ENSEMBLE	Homme	Femme
Sur 100 personnes de chaque groupe, n'ont jamais fréquenté un spectacle de théâtre dans leur vie :	42	43	42
Test résultats 1997	43	44	42

Source MCC - DEPS (Pratiques culturelles des Français à l'heure du numérique - 2008) / exploitation DGCA

Figure 1: Non rencontre avec les spectacles de théâtre au cours de la vie - en pourcentage de la population de 15 ans et plus, enquête 2008

Fiches de lecture

« La fracture numérique, paradoxe de la génération internet », Caroline Rizza, 2006, CNRS Éditions, Hermès, La Revue

Essentiel du contenu informatif

Cet article permet de rendre compte des difficultés d'accès à l'information provenant des TIC : bien qu'ils soient un avantage pour communiquer et qu'il faille en prendre compte dans les modes de communication actuelle, il convient de maintenir une diffusion des savoirs physique, et non pas uniquement numérique si l'on souhaite inclure l'ensemble d'une population.

L'auteure évoque aussi le problème de l'éducation des population lorsqu'elle évoque l'illettrisme des populations. Il ne suffirait pas de fournir internet et un ordinateur gratuitement pour que les populations se forment et lisent, encore faut-il qu'ils soient lettrés et sachent se former. Les régions les moins développées affichent un taux d'alphabétisation de seulement 70,4 % selon l'Unesco.

La fracture numérique est donc d'origine sociale plus que technologique.

Point de vue de l'auteur

L'auteure dans cet article fait par des transformations qu'elle entrevoit : bien que la génération à venir emploie toutes les possibilités qu'offrent les TIC dans leur mode de communication et d'informations, ces nouveaux outils risquent de ne pas apporter que du bon. Tout d'abord, tout le monde n'a pas accès à ces outils, pour une question de moyens économiques entre autre, mais aussi tous ne sauront pas les employer à bon escient. Selon elle, internet offre l'avantage de mettre en réseau le savoir : il constitue une formidable banque de données. Il convient en ayant accès à l'ensemble des informations disponibles sur internet de pouvoir les traiter et s'en servir. Elle parle alors de la « fracture numérique », terme emprunté à Venezky (2000).

L'accès inégalitaire exacerbe donc les différences économiques au sein d'une population, mais aussi à l'échelle du monde : tous ne peuvent pas diffuser leur savoir, et tous ne peuvent pas y accéder.

Pour rompre le fossé entre les pays favorisés et défavorisés, il faut plus que jamais permettre l'accès à une éducation à tous et mettre fin aux castes entre élites et plus pauvres.

Extraits, citations

Page 26 :

« Nous préférons l'expression « société de la communication » (Wolton, 1999), à celle de la société de l'information, car elle rappelle les théories communicationnelles et permet d'appréhender la question du changement social au moyen des TIC et d'Internet. »

Page 27 :

« Cependant, la mise en place d'une nouvelle pédagogie, d'une nouvelle culture d'entreprise, l'émergence de nouveaux modes de consommations ainsi que la possibilité d'amélioration de la sphère de citoyenneté constituent autant d'enjeux auxquels toute une société, et non une partie, doit pouvoir faire face. »

Page 29 :

« [...] nous pouvons donc mettre en évidence la véritable origine de la fracture numérique : des inégalités sociales (socio-économiques et culturelles) qui existaient pour la plupart avant l'introduction des technologies dans la société. »

« [...] les inégalités socio-économiques et culturelles permettent d'expliquer les disparités face à l'utilisation des technologies et au traitement de l'information. »

Page 30 :

« La fracture numérique est donc avant tout une fracture éducative dont les causes sont plus sociales que technologiques (OCDE, 2000). »

Explicitation du lien entre le contenu et le projet de recherche

Ce texte permet de montrer l'importance de l'utilisation des TIC dans la communication de façon générale, et donc aussi dans les lieux culturels. Cependant, il est important de prendre en compte le fait que tous n'ont pas accès à ces outils, ou de même tous ne sauront pas les utiliser aux bonnes fins.

« Technologie organisationnelle et musées du futur : à la recherche d'un cadre managérial », Corinne Baujard, 2012, *Presses des Mines*

Essentiel du contenu informatif

Les technologies organisationnelles poussent à modifier l'accès au contenu des musées, c'est à dire à la dématérialisation et rendre le contenu des musées interactif. Le métier de conservation est totalement transformer. Cependant, la virtualisation des visites est induite par la manière dont le conservateur perçoit l'objet, or les visiteurs n'abordent pas leur visite de la même manière.

Les visiteurs sont acteurs et producteurs de leur savoir. Le management de l'organisation des musées doit permettre l'articulation entre les savoirs, les visiteurs, les objets du musée.

Point de vue de l'auteur

Selon l'auteure, les technologies organisationnelles modifieront non seulement la fréquentation et les attentes du public vis-à-vis des musées, mais aussi les rôles de chaque acteur travaillant dans ces musées. Ils verront nécessairement leur métier évolué, si ce n'est déjà le cas.

D'autre part, les dispositifs numériques interactifs tentent de répondre à la diversité des attentes du public. Il ressort que les utilisateurs n'ont pas tous les mêmes usages des dispositifs qui leurs sont fournis, ils doivent donc être interactifs et polyvalents.

Extraits, citations

Page 1 :

« La mission traditionnelle des musées consiste à « rendre accessible à tous les œuvres capitales de l'humanité » dont l'ensemble des dispositifs d'information permettent de faire lien entre le public, l'objet et l'exposition (conseil international des musées ICOM). Chaque musée de France dispose « d'un service ayant en charge les actions d'accueil du public, de diffusion, d'animation et de médiation culturelle » (loi du 4 janvier 2002, art. 7). Cette conception traditionnelle de l'activité muséale est désormais largement remise en question.

Dès lors, les frontières du musée, qui sont de moins en moins précises, étendent leur action culturelle au-delà de l'univers matériel (Deloche, 2001). »

Page 2 :

« Les musées ne peuvent plus ignorer les nouvelles technologies pour élargir leurs missions traditionnelles de protection du patrimoine afin de trouver les formes adaptées pour attirer un large public. »

« Les comportements culturels valorisent le divertissement, ce qui limite l'originalité scientifique des expositions temporaires. »

Explicitation du lien entre les contenus et le projet de recherche

Cet article met l'accent sur les besoins des musées concernant leur activité dans l'avenir, et évoque le rôle que doit tenir les technologies nouvelles dans leur médiation. Le point de vue de l'auteure est intéressant en ce qu'elle ne considère pas qu'il est important de numériser leur collection, mais de permettre une plus grande interaction entre les savoirs. Ceci permet de créer du lien entre les objets et les connaissances du musée.

Bibliographie

- Babé, L. (Octobre 2012). Les publics du théâtre Exploitation de la base d'enquête du DEPS « Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique - Année 2008 ». *REPERES DGCA*, N° 6.04. Repéré à : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Documentation/Documentation-scientifique-et-technique/Les-publics-du-theatre>
- Baujard, C. (2012). Technologie organisationnelle et musées du futur : à la recherche d'un cadre managérial. *Presses des Mines*. doi : 10.4000/books.pressesmines.122
- Bouquillion, P. (2002). La culture face à l'Internet : un enjeu culturel et d'action publique. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, volume 2002, (1), 11-20. Repéré à : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2002-1-page-11.htm>
- Bourdieu, P., Passeron, J. (1964). *Les héritiers: Les étudiants et la culture*. Les éditions de minuit.
- Bourdieu, P. (1966). L'école conservatrice. Les inégalités devant l'école et devant la culture. *Revue française de sociologie*, 7-3, pp. 325-347.
- Ethis, E., Pedler, E. (1999). La légitimité culturelle en questions. Le travail sociologique de Pierre Bourdieu - Dettes et critiques. *La Découverte*, pp.178-204, Repéré à : <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00007310/document>
- Julien, A., Laflamme, S. (2008). Les pratiques culturelles sont-elles vraiment définies par l'origine de classe sociale ?. *Sociologie de l'Art*, opus 11 & 12, (1), 171-193. doi:10.3917/soart.011.0171
- Pallud, J., Elie-Dit-Cosaque, C. (2011). Authenticité en ligne, expérience émotionnelle et intentions de visite. *Management & Avenir*, 45, (5), 257-279. doi :10.3917/mav.045.0257.

Rizza, C. (2006). La fracture numérique, paradoxe de la génération Internet. *Hermès, La Revue*, 45,(2), 25-32. Repéré à : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2006-2-page-25.htm>