

Culture & Musées

Muséologie et recherches sur la culture

45 | 2025

Des « nouveaux territoires de l'art » aux tiers-lieux culturels, vingt ans après

Paroles de jeunes docteurs

L'embarras : les professionnelles des musées aux prises avec la persistance des inégalités culturelles. Le cas du Mucem

NICOLAS DODUIK

p. 188-194

<https://doi.org/10.4000/141co>

Référence(s) :

Entre renouvellement et reproduction institutionnels, les professionnelles des musées à l'épreuve de l'évolution des pratiques culturelles : Le cas du Mucem. Thèse de doctorat en sociologie, Aix-Marseille Université, soutenue le 2 décembre 2022, sous la direction de Sylvia Girel.

Entrées d'index

Mots-clés : culture, musée, numérique, ludique, publics, médiation culturelle

Rubriques : Comptes rendus de thèse

Texte intégral

- 1 L'objectif de démocratisation culturelle est toujours au cœur des politiques muséales. Les professionnelles¹ des publics font cependant face à un constat embarrassant : malgré des décennies de politiques culturelles, des écarts sociaux de fréquentation persistent. Trois stratégies sont alors mises en œuvre pour gérer les contradictions entre l'affirmation d'une politique culturelle et le constat de son échec. Cette thèse est le résultat d'une enquête en immersion au Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem). L'enquête a eu lieu quelques années seulement après l'ouverture de ce musée emblématique des politiques nationales de démocratisation culturelle. L'observation de la création d'une politique des publics permet alors de

révéler les stratégies mises en œuvre par le musée pour tenter de résoudre l'embarras de la persistance des inégalités culturelles.

Les professionnelles des publics embarrassées face à l'échec de la démocratisation culturelle

La persistance des inégalités culturelles : un constat embarrassant

- 2 La démocratisation culturelle est toujours un objectif central des politiques muséales, mais les grandes enquêtes sur les pratiques culturelles font le constat récurrent d'une persistance des écarts sociaux de fréquentation des établissements, de 1973 à 2018 (sixième et dernière édition de l'enquête sur les pratiques culturelles).
- 3 Certes, les musées se sont transformés dans la deuxième partie du xxe siècle pour accueillir des visiteurs de plus en plus nombreux. La création du ministère des Affaires culturelles en 1959 inaugure une politique nationale de démocratisation culturelle. Au milieu des années 1970, le public est placé au cœur de la définition même du musée (Poulot, 2008 : 173). Les professions de la médiation culturelle voient le jour et se structurent, tandis que la fréquentation des musées augmente massivement au début du xxi^e siècle en France.
- 4 Cependant, la visite de musée demeure l'une des pratiques culturelles les plus marquées socialement. La catégorie socioprofessionnelle et le niveau de diplôme restent des variables centrales pour expliquer la visite muséale : « En 2018, les diplômés du supérieur étaient 3,8 fois plus nombreux que les peu diplômés à avoir visité un musée ou un monument au cours des douze derniers mois alors qu'ils étaient 2,8 fois plus nombreux en 1973. » (Lombardo & Wolff, 2020 : 64)
- 5 Dès les années 1990, la stabilité des écarts sociaux de fréquentation des musées est interprétée comme la faillite des politiques de la démocratisation culturelle. Comment les institutions muséales font-elles face à cette contradiction, entre l'affichage d'une politique et le constat de son inefficacité ?

Le Mucem : un laboratoire des politiques de publics contemporaines

- 6 Le Mucem est un laboratoire de la conception des politiques muséales contemporaines et un observatoire idéal pour saisir l'embarras vis-à-vis de la démocratisation culturelle. Dès sa conception, il est en effet pris dans un double objectif contradictoire. D'une part, le Mucem affiche un objectif de « diversification » de ses publics : il s'agit de s'adresser aux « non-publics » « éloignés de la culture ». Le musée se veut « populaire », d'autant plus à Marseille, dans une ville réputée pour sa faible offre culturelle et muséale. D'autre part, le Mucem est doté d'un objectif de « rayonnement » : assurer une offre (notamment des expositions et des manifestations événementielles) de qualité aux yeux des professionnels du champ muséal international et des visiteurs réguliers de musées.
- 7 Ces deux objectifs peuvent entrer en contradiction : « rayonner » consiste à se concentrer sur des publics déjà visiteurs, tandis que « diversifier » nécessite souvent d'adapter les discours et les formes traditionnelles de l'exposition. Le discours institutionnel insiste sur la nécessité d'assurer un équilibre entre ces deux objectifs. Cependant, il existe bien entre eux une hiérarchie implicite : l'enquête menée durant notre recherche doctorale montre que le rayonnement du musée passe toujours avant la

préoccupation pour l'accessibilité. Ce parti pris qui demeure implicite plonge les professionnelles des publics du musée dans l'embarras. En effet, celles-ci croient en la nécessité de la démocratisation culturelle et la diversification des publics est leur cœur de métier, mais elles sont prises dans les contradictions d'une politique muséale qui priorise le rayonnement. Comment font-elles face à ce dilemme ?

Une enquête originale au plus près des professionnelles des publics

- 8 Ce travail s'appuie sur une enquête par observation participante auprès des professionnelles du Mucem : dans le cadre d'un financement par convention industrielle de formation par la recherche (Cifre), j'ai travaillé pendant trois ans (2016-2019) au service des publics du musée. Outre ma participation au quotidien du service – impliquant réunions de travail, discussions informelles, observations de visites de publics –, les données collectées comportent une trentaine d'entretiens, une sociographie des parcours professionnels et sociaux de l'ensemble des travailleurs du Mucem (N = 166) et l'étude des statistiques internes au musée sur ses publics.
- 9 Cette enquête en immersion permet de prendre au sérieux l'embarras des professionnelles des publics : très attachées au principe d'un service public de la culture et à l'idéal d'accessibilité du musée, elles se confrontent à la difficulté d'adapter des contenus pensés par et pour les catégories les plus diplômées de la population. J'ai été placé dans la même situation que ces professionnelles, puisque j'ai conçu un dispositif de médiation culturelle (l'application numérique Mu), qui devait à la fois s'adresser à de nouveaux publics et s'insérer dans les formes muséales sans les bouleverser (Doduik, 2023).
- 10 À l'appui d'une approche compréhensive, cette thèse met ainsi en évidence les solutions concrètes que déploient les professionnelles des publics face à ces contradictions.

Trois stratégies pour gérer les contradictions du métier

Désamorcer la critique sociologique

- 11 Depuis l'ouvrage fondateur *L'Amour de l'art* (Bourdieu & Darbel, 1966), les méthodes et les catégories de la sociologie ont longtemps été dominantes dans les études de publics. L'approche bourdieusienne des inégalités culturelles – à savoir, l'explication structurelle par les volumes de capitaux (Bourdieu, 1979) – est désormais désinvestie par les professionnelles des publics. D'une part, cette approche est critiquée pour ses catégories (catégories socioprofessionnelles, niveaux de diplôme) qui « stigmatisent » des publics et « véhiculent des clichés » contre lesquels les professionnelles des publics s'efforcent de lutter. D'autre part, les études quantitatives de publics sont critiquées pour leur approche macrosociologique, qui n'aurait pas d'intérêt pour le travail quotidien centré sur la mise en œuvre et la promotion de projets ponctuels.
- 12 D'une manière générale, les études de publics des musées sont « passées dans le giron des sciences de l'information et de la communication, ainsi que des formations de muséologie, souvent imperméables aux approches sociologiques » (introduction à la réédition du *Temps donné aux tableaux*, Passeron & Pedler, 2021 [1991]). Désormais souvent a-sociologiques, les études de publics analysent la visite de musée en la décontextualisant de l'ancrage social des visiteurs, dont le seul parcours de visite permet d'établir des « profils » (Housen, 1977 ; Wolf & Tymitz, 1980 ; Mengin, 1993). Sans que cela soit délibéré, l'individualisation et la décontextualisation des pratiques

muséales permettent alors de désamorcer la critique sociologique, en masquant les écarts structurels de fréquentation des musées.

Construire une typologie des publics qui invisibilise les inégalités culturelles

- 13 Deuxièmement, les professionnelles construisent une typologie des « publics » pour identifier des individus « éloignés de la culture » et les faire venir au musée : c'est notamment le cas des « jeunes » et du « champ social ».
- 14 Cependant, ces catégories agrègent des populations hétérogènes, ce qui invisibilise les inégalités internes ; par exemple, les « jeunes » rassemblent des populations aux capitaux économiques et culturels très variés. En se concentrant sur la partie de la jeunesse la plus facilement mobilisable (les étudiants), les professionnelles peuvent afficher le succès de la démocratisation culturelle (les « jeunes » viennent au musée), bien que des écarts de fréquentation persistent entre les différentes jeunesses.
- 15 Cette typologie fait par ailleurs perdre de vue l'explication structurelle des inégalités culturelles. Par exemple, la catégorie « champ social » agrège des populations ayant des difficultés aux formes multiples (isolement social, précarité économique, problèmes de santé) qui ont en commun d'être prises en charge par des structures collectives (centres sociaux et associations). Le « champ social » est une catégorie privilégiée des actions de démocratisation, car ces individus ont également en commun de ne pas visiter les musées. Les actions menées visent à lever les « freins » responsables de l'« autocensure » qui serait à l'origine de leur non-visite. La catégorie « champ social » conduit donc à invisibiliser les raisons structurelles et matérielles de la non-visite de musée pour y substituer un discours sur la responsabilité individuelle.

Concevoir des dispositifs ponctuels et marginaux

- 16 Enfin, les professionnelles des publics multiplient les « dispositifs » de médiation. Qu'il s'agisse de politiques locales (un tarif spécifique, un partenariat avec une structure extérieure) ou d'outils de médiation concrets (une structure itinérante, une borne numérique dans une exposition), un « dispositif » est ponctuel, local et marginal : il s'inscrit dans le cadre du musée sans en perturber le fonctionnement. C'est notamment le cas de l'application numérique « Mu : plongée au cœur du Mucem » que j'ai conçue. Outil accompagnant la visite de l'exposition permanente, Mu avait pour ambition d'amener de nouveaux publics au musée en vertu de sa forme originale (jeu vidéo immersif) : l'objectif clairement affiché était de « surprendre » en « cassant les codes » de la visite du musée. Les développeurs de l'application ont alors conçu des accessoires pour la mettre en visibilité dans l'espace physique du musée et signaler cette rupture avec le cadre muséal : des « balises » (codes QR) physiques à « scanner » avec son téléphone pour progresser dans le jeu, un « totem » de deux mètres de haut qui assure la promotion de l'application en projetant en direct sur un écran des informations sur les derniers utilisateurs, et des autocollants promotionnels qui invitent à jouer.
- 17 Cependant, le déploiement du dispositif s'est accompagné d'un effacement progressif de l'ensemble de ces éléments. Les responsables de différents services (publics, bâtiments, communication) imposent de respecter le cadre muséal (la charte graphique, la prédominance des expositions, la signalétique et la circulation dans l'espace), que viennent perturber les éléments physiques du dispositif Mu. Par exemple, les codes QR des balises de Mu sont réalisés selon la charte du Mucem afin de ne pas dissoner avec le reste de la signalétique, et placés de manière discrète pour ne pas détonner dans les expositions comme dans les espaces extérieurs. Les autocollants promotionnels sont considérés comme trop éloignés des codes de communication du musée national (illustrations de science-fiction, champ lexical ludique). L'interdiction d'affichage sur les murs conduit finalement à ne les poser que dans les espaces à la marge du Mucem,

notamment ses sanitaires. Enfin, le « totem » détonne dans la signalétique d'ensemble du musée. Il est déplacé plusieurs fois (il gêne la librairie dont il cache une vitrine, puis perturbe la file d'attente devant la billetterie), enlevé du hall d'entrée, puis finalement soustrait du musée.

18 L'intégration de Mu dans la marche quotidienne du musée révèle donc le paradoxe du dispositif : il doit « surprendre » tout en s'insérant dans un cadre préexistant, être visible mais discret². L'ensemble de ces contraintes a contribué à l'échec quantitatif du dispositif Mu, marginalisé et invisibilisé³. Les « dispositifs » constituent ainsi une autre option face à l'embarras : cantonner la politique de diversification à des objectifs restreints, pour une minorité de visiteurs.

19 Trois stratégies sont donc déployées par les professionnelles des publics : minimiser le constat d'échec de la démocratisation culturelle, changer les outils visant à l'objectiver ou encore s'attaquer au problème seulement à la marge du musée. Cette thèse éclaire ainsi la façon dont les membres d'un groupe socioprofessionnel s'organisent pour gérer les contradictions inhérentes à leur fonction. Par l'étude des limites des politiques contemporaines de démocratisation, ce travail contribue à la compréhension des inégalités culturelles et de leur reproduction.

20 Si les injonctions contradictoires faites aux professionnelles des publics (« diversifier » tout en « rayonnant ») s'avèrent irréconciliables, il s'agit peut-être finalement pour les musées de faire des choix explicites en matière de politique culturelle. En acceptant de modifier profondément le cadre muséal et d'abandonner la priorité du « rayonnement » auprès de publics acquis, les musées pourraient se donner les moyens de devenir réellement des espaces culturels ouverts à toutes et à tous.

Bibliographie

BOURDIEU (Pierre). 1979. *La Distinction : Critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit.

BOURDIEU (Pierre) & DARBEL (Alain). 1966. *L'Amour de l'art : Les musées d'art européens et leur public*. 2^e éd. revue et augmentée. Paris : Éditions de Minuit.

DODUIK (Nicolas). 2023. « La médiation ludique : Un nouvel écart entre le musée et ses publics ? », p. 287-308 in *Entre le jeu et le joueur : Écarts et médiations* / ouvrage collectif du Liège Game Lab. Liège : Presses universitaires de Liège, DOI : 10.4000/books.pulg.24841.
DOI : 10.4000/books.pulg.24841

HOUSEN (Abigail). 1977. *Levels of Aesthetic Development: A Study of Museum Visitor*. Cambridge, Mass. : Harvard Graduate School of Education.

LOMBARDO (Philippe) & WOLFF (Loup). 2020. *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*. Paris : ministère de la Culture, Département des études, de la prospective, des statistiques (Culture études).
DOI : 10.3917/cule.202.0001

MENGIN (Aymard de). 1993. « La recherche d'une typologie des publics à la Cité des sciences et de l'industrie ». *Publics & Musées*, 3, p. 47-65, DOI : 10.3406/pumus.1993.1023.
DOI : 10.3406/pumus.1993.1023

PASSERON (Jean-Claude) & PEDLER (Emmanuel). 2021 [1991]. *Le Temps donné aux tableaux : Une enquête au musée Granet, augmentée d'études sur la réception de la peinture et de la musique*. Lyon : ENS Éditions.
DOI : 10.4000/books.enseditions.16682

POULOT (Dominique). 2008. *Une histoire des musées de France : XVIII^e-XX^e siècle*. Paris : La Découverte.

SANDRI (Éva). 2016. *L'Imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie : Architecture, aménagement de l'espace*. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication. Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Université du Québec à Montréal.
DOI : 10.4000/culturemusees.1279

WOLF (Robert L.) & TYMITZ (Barbara L.). 1980. *When Will the Fourth Floor Be Open ? A Study of Visitor Perceptions of the Hirshhorn Museum and Sculpture Garden*. Washington, DC : Smithsonian Institution.

Notes

1 Un service des publics de musée a pour rôle principal de concevoir et animer des actions de médiation culturelle, c'est-à-dire de tisser un pont entre les contenus du musée et des publics variés. Au Mucem, ses vingt-cinq membres (lors de l'enquête) étant très majoritairement des femmes, comme dans de nombreux musées, je choisis de les désigner par le féminin « professionnelles des publics ».

2 Nous retrouvons ainsi les observations effectuées par Éva Sandri à propos des attentes contrastées vis-à-vis des dispositifs numériques pour la médiation : ils « se doivent d'être à la fois centraux et discrets, surprenants et pertinents, tout en émanant d'une stratégie globale homogène » (Sandri, 2016 : 175), avec des « technologies visibles mais transparentes » et des « éléments attractifs et interactifs mais qui [...] ne détournent pas le regard des objets de la collection » (*ibid.* : 262).

3 Environ 3 400 téléchargements, soit 0,68 % de l'ensemble des visiteurs d'expositions annuels. Seuls quelques centaines d'utilisateurs ont scanné plus d'une balise du jeu.

Pour citer cet article

Référence papier

Nicolas Doduik, « L'embarras : les professionnelles des musées aux prises avec la persistance des inégalités culturelles. Le cas du Mucem », *Culture & Musées*, 45 | 2025, 188-194.

Référence électronique

Nicolas Doduik, « L'embarras : les professionnelles des musées aux prises avec la persistance des inégalités culturelles. Le cas du Mucem », *Culture & Musées* [En ligne], 45 | 2025, mis en ligne le 01 juin 2025, consulté le 22 juin 2025. URL : <http://journals.openedition.org/culturemusees/12899> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/141co>

Auteur

Nicolas Doduik

-  IDREF : <https://idref.fr/269925503>

Laboratoire Mesopolhis

→ [nicolas.doduik\[at\]gmail.com](mailto:nicolas.doduik[at]gmail.com)

Articles du même auteur

Dépasser l'opposition entre culture et loisirs ? L'exemple de M_u au Mucem [Texte intégral]

Paru dans *Culture & Musées*, 35 | 2020

Geneviève Vidal. La Médiation numérique muséale. Un renouvellement de la diffusion culturelle [Texte intégral]

Paru dans *Culture & Musées*, 35 | 2020

Droits d'auteur



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-SA 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.