



**HAL**  
open science

# La notion de public et l'étude des pratiques de visites des musées et des expositions

Olivier Thévenin

► **To cite this version:**

Olivier Thévenin. La notion de public et l'étude des pratiques de visites des musées et des expositions. A. Bessette, J. Bessette, F. Dalex, V. Ferey, F. Mardrus. À la recherche du musée Réflexions croisées en Histoire de l'art, Muséologie et Sociologie, Peter Lang Verlag, pp.31-42, 2023, 9782875747211. 10.3726/b20241 . hal-04223854

**HAL Id: hal-04223854**

**<https://hal.science/hal-04223854v1>**

Submitted on 13 Oct 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Public Domain

À la recherche du musée, Réflexions croisées en histoire de l'art, muséologie et sociologie  
dir. A. Bessette, Anne Bessette, Juliette Bessette, Françoise Dalex, Vanessa Ferey  
Françoise Mardrus, Peter Lang, 2023

**Attention : cette version auteur (preprint)  
ne reprend pas la mise en page de l'éditeur**

La notion de public et l'étude des pratiques de visites des musées et des expositions  
Olivier Thevenin (CERLIS) Sorbonne Nouvelle

Cet article présente la sphère de la recherche consacrée à la notion de public en mobilisant différentes approches en sciences sociales qui sont elles-mêmes circonscrites à une tradition de recherche centrée sur les publics des musées. La description d'un certain nombre de points de repère et de références dans ce domaine n'a pas vocation à être exhaustive ; nous ferons par exemple une rapide allusion à la question de l'étude de la réception de l'expérience de la visite pourtant déterminante pour saisir des modes d'appropriation et la production de sens qui en découle. Il s'agit ici de situer principalement l'approche de la sociographie des publics à partir de recherches menées dans le cadre ou en collaboration avec le centre de recherche sur les liens sociaux (laboratoire CERLIS) pour rendre compte de questions centrées autour des différentes formes de production de données quantitatives sur les visiteurs des musées. Cette présentation nous donne tout d'abord l'occasion d'explicitier historiquement l'approche de la sociographie des publics, puis de montrer - en s'appuyant sur des exemples d'enquêtes - quels types de relations les institutions culturelles entretiennent avec cette notion de quantification<sup>1</sup> et d'études de public, et enfin en quoi la diffusion des modèles de mise en forme de ces relations par la diffusion des analyses sociologiques s'inscrit dans les représentations sociales.

## **1. Enquêtes quantitatives et fondements de la connaissance des publics**

La tradition de recherche sur les publics en France a été influencée par des chercheurs qui ont travaillé à la fois sur les loisirs, sur les industries culturelles ainsi que sur la mesure des inégalités d'accès aux biens culturels en analysant les fonctions sociales et symboliques de la culture<sup>2</sup>. La sociographie des publics n'est qu'un des courants de la sociologie qui a une tradition plus diversifiée et ne se confond pas avec celle qui a été développée par la statistique culturelle initiée dans les années soixante. L'étude des « effets des médias » et de la

---

<sup>1</sup> Alain Desrosières : *La politique des grands nombres : histoire de la raison statistique*, Paris, la Découverte, 1993 et Olivier Martin, *L'empire des chiffres*, Paris, Armand Colin, 2020.

<sup>2</sup> Plusieurs sociologues ont en particulier ouvert des perspectives : Joffre Dumazedier avec *Vers une civilisation du loisir ?* (1962), Edgar Morin avec *L'Esprit du temps*, (1962), Pierre Bourdieu et Alain Darbel, *L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*, (1969).

« consommation de masse » relève en effet d'approches nombreuses en particulier en Amérique du nord avec la sociologie des médias et en Allemagne avec les travaux d'Habermas sur l'espace public. En France, les travaux précurseurs de Michel de Certeau ou de Daniel Dayan ont aussi ouvert un champ d'étude plus qualitatif en travaillant sur l'organisation de l'expérience des publics et sur le sens que les individus accordent à leurs pratiques avec une dimension plus anthropologique, ou sur l'étude de la culture populaire avec en particulier l'avènement du courant des *cultural studies*.

A l'entrecroisement des politiques publiques et de la sociologie, l'élaboration des statistiques culturelles par le service de la recherche du ministère de la Culture dans les années soixante a eu un rôle décisif pour montrer l'ampleur du terrain qu'il fallait parcourir pour favoriser l'égalité d'accès à la culture et se donner les moyens d'accompagner la planification dans son volontarisme. Sur le plan scientifique, il s'agissait de déterminer des méthodologies pour catégoriser les différents grands domaines de l'action de la politique culturelle pour stabiliser des indicateurs de gestion des moyens dédiés à la culture et pour quantifier les pratiques en se donnant les moyens d'étudier les comportements culturels et les usages des offres culturelles pour mieux en mesurer les effets.

Le développement des sciences sociales est allé de pair avec cette dynamique impulsée par des responsables institutionnels comme Augustin Girard qui ont cherché à moderniser l'administration française en initiant des recherches à la fois quantitatives - les enquêtes statistiques - et qualitatives tout en développant des outils de prospective<sup>3</sup>. Cette dynamique croisée profitera au service de la recherche qui s'inspirera notamment des apports de la sociologie des goûts de Pierre Bourdieu et, inversement, c'est aussi en bénéficiant du financement du service de la recherche que des travaux aboutiront à des publications qui feront date (en particulier les ouvrages comme *La distinction* de Pierre Bourdieu ou *L'invention du quotidien* de Michel de Certeau). Les études concernant les publics ont eu le mérite d'apporter une accumulation de données sur le plan de la recherche institutionnelle ou dans le domaine des sciences sociales qui rendent intelligibles les modalités de la fréquentation culturelle, mais elles ne sont pas pour autant aisément articulables entre elles et ne renvoient pas à un courant d'études académiques homogène<sup>4</sup>.

La diversification des voies d'accès à la culture a également amené à repenser la façon de définir l'étude des publics notamment au service de la recherche du ministère de la Culture. Avec l'avènement de la mise en place des premières enquêtes nationales et l'accumulation de données à harmoniser pour des comparaisons internationales, les activités de recherche s'autonomisent et évoluent au tournant des années quatre-vingt avec l'augmentation des moyens financiers et humains consacrés aux études, non seulement en sociologie mais également à l'économie de la culture. Olivier Martin observe à ce titre que « la culture du

---

<sup>3</sup> Olivier Donnat, David Fouqueray, Geneviève Gentil et Katia Svirchevsky, « L'invention de la prospective culturelle. Textes choisis d'Augustin Girard », 2010.

<sup>4</sup> Séverine Dessajan et Olivier Thévenin, « L'étude des pratiques de visites : Entre sociographie et réception » in *Regards interdisciplinaires sur les publics de la culture*, dir. M-C Larouche, J. Lukerhoff, S. Labbé, Presses de l'Université du Québec, 2017, pp. 215-229. Le présent texte reprend une partie du développement de cet article.

chiffre s'est alors très rapidement diffusée dans un contexte particulièrement favorable en raison du développement des sondages et des facilités de production et de traitement des informations offertes par la micro-informatique mais aussi des transformations profondes de la communication politique en lien avec celles du paysage médiatique : le recours aux statistiques s'est banalisé tandis que l'attention portée aux conditions de leur production tendait à s'effacer »<sup>5</sup>.

Dans les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, les études sur les publics se sont aussi diversifiées en élargissant le spectre des recherches à des services des publics de grands établissements muséaux nationaux et à des laboratoires universitaires. D'autres dynamiques ont assurément participé à ce développement, notamment le renforcement de la dimension « managériale » des établissements publics ou des musées, et l'incitation produite par la loi Musées de 2002 qui inclue dans ses préconisations de mener des observations régulières des publics. L'ensemble de ces dynamiques croisées s'est ainsi traduit par de nouvelles synergies des acteurs du secteur et des chercheurs avec la tenue de colloques<sup>6</sup> et diverses publications<sup>7</sup> qui ont permis de structurer un champ de recherche spécifique et un corps de connaissances en muséographie (Eidelman, Gottesdiener, Le Marec, 2013).

L'avènement d'une culture du chiffre fondée sur la constitution de statistiques de la fréquentation des établissements subventionnés ou sur des enquêtes sur les pratiques culturelles a permis de générer une représentation qui a fourni un moyen de stabiliser une convention de « la culture » et des « publics » qui deviendra la référence prédominante du milieu muséal. Cette notion de publics de la culture appréhendée à partir de la statistique culturelle provient en effet, et avant tout, d'une logique institutionnelle - celle du ministère de la Culture en particulier - qui justifie le volontarisme d'une politique publique en se dotant avec les enquêtes de participation culturelle de l'INSEE et du Département des études de la prospective et des statistiques (DEPS) un outil pour mesurer les évolutions de la fréquentation et un moyen de produire de la prospective.

Les pratiques culturelles des Français constituent en particulier le point de repère général que l'on convoque lorsqu'il s'agit de qualifier en France la part de la pratique muséale au regard des autres secteurs culturels fréquentés par la population. Les enquêtes « Pratiques culturelles des Français » - réalisées à quatre reprises en 1981, 1989, 1997 et 2008 - servent en effet de

---

<sup>5</sup> Olivier Martin, *Peut-on mesurer la culture et l'art ? Enjeux et évolutions des mises en chiffres*, Carnet de recherches du Comité d'histoire du ministère de la Culture sur les politiques, les institutions et les pratiques culturelles, octobre 2020, <https://chmcc.hypotheses.org/11138>

<sup>6</sup> Les symposiums franco-canadien (Québec 1994 et Paris 1995) ont été des rendez-vous particulièrement structurant dans ce domaine.

<sup>7</sup> Telles que les revues *Musée-Homme* et *Culture & musées* (anciennement *Publics & musées* de 1992 à 2003) ainsi que des collections telles « *Muséologies* » (Presses Universitaires de Lyon) et « *Musées Mondes* » à la Documentation Française.

référence sur le plan national et international<sup>8</sup> pour évaluer les évolutions des principaux facteurs de la stratification sociale ainsi que pour comparer les transformations des secteurs culturels (institutions et industries confondues). L'objectif de ces enquêtes est de mettre en évidence les grandes tendances qui caractérisent les univers culturels des publics en croisant différents critères : socio-démographiques (âge, sexe, profession, taille de l'agglomération), socio-culturels (niveau d'instruction, habitudes de fréquentation, centres d'intérêt), socio-économiques (niveau de revenu, d'équipement, dépenses culturelles...) et des données liées à la participation culturelle ou médiatique (fréquences, circonstances, motifs, satisfaction). Selon la dernière livraison de l'enquête décennale (Donnat, 2009), le taux de la pratique annuelle de visite au musée est de l'ordre de 30 %.

A plus grande échelle, les musées nationaux sous tutelle du ministère de la Culture et de la Communication enregistrent un flux de fréquentation de 27 millions d'entrées, tandis que l'ensemble des « Musées de France » avoisine les 56,2 millions<sup>9</sup> (Eidelman et Jonchery, 2011, p. 52 ; Muséostat chiffres 2009). Avec la connaissance des flux des entrées, nous disposons ainsi d'une autre vision de la pratique de visite qui aborde les publics non seulement des musées mais également des lieux patrimoniaux : monuments, villes et pays d'art et d'histoire, sites archéologiques et archives. Ces remontées de flux de fréquentation concernant les lieux patrimoniaux - qui ne permettent toutefois pas de distinguer les entrées du nombre de visiteurs - sont collectées actuellement par le département de la politique des publics de la direction générale du patrimoine qui en assure la publication (« Patrimostat<sup>10</sup> »). Le département coordonne également la prospective en travaillant en collaboration avec les observatoires des publics et les établissements nationaux - tels le Musée du Louvre, le centre Pompidou, la Cité des sciences et de l'industrie, etc. - et mène des enquêtes plus spécifiques avec des partenaires universitaires ou des organismes d'études semi-publics comme le CREDOC. Cette volonté au niveau du ministère de la Culture de la communication d'agréger des données et de mener des recherches produit des résultats qui ne se recoupent pas nécessairement avec ceux des Pratiques culturelles.

Pour autant, la diversité et la régularité de ces enquêtes, qui ont comme point commun de

---

<sup>8</sup> Ces institutions collaborent par ailleurs sur le plan international avec Eurostat qui dépend de l'Union européenne afin de collecter et d'harmoniser ces indicateurs pour faciliter la prospective et les comparaisons internationales.

<sup>9</sup> Les chiffres de fréquentation des musées de France de 2006 à 2009 sont accessibles sur le site du ministère de la Culture et de la Communication : Internet média Muséostat, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Connaissance-des-patrimoines-et-de-l-architecture/Connaissance-des-publics/Publics-et-patrimoines/PatrimoStat/Museostat2>, consulté le 5 janvier 2017.

<sup>10</sup> Depuis la création de la Direction Générale des Patrimoines en janvier 2010, le département de la politique des publics assure un rôle transversal dans le suivi de la fréquentation des musées, des monuments nationaux, des archives nationales et départementales, ainsi que des Villes et Pays d'Art et d'Histoire. Cet élargissement des compétences a conduit à attribuer le nom de « PATRIMOSTAT » au rapport annuel de ce nouvel observatoire des publics des patrimoines. <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Connaissance-des-patrimoines-et-de-l-architecture/Connaissance-des-publics/Publics-et-patrimoines/PatrimoStat>

mettre en œuvre des protocoles éprouvés, proposent une vision renouvelée des pratiques de la visite qui se caractérisent par un rajeunissement du public avec une présence stable des jeunes adultes et des familles en compagnie de jeunes enfants ainsi que d'une expansion du tourisme culturel populaire. Les enquêtes dont Joëlle Le Marec a eu la responsabilité à la Cité des sciences et de l'industrie entre 1990 et 1997 (Le Marec, 1996), ainsi que ses travaux postérieurs dans le domaine des bibliothèques et des musées, sont également emblématiques d'une activité de recherche sur les publics. Dans le cadre des études qu'elle a consacrées aux publics des institutions, Joëlle Le Marec montre en particulier « qu'un des moteurs des relations entre les publics et les institutions n'est pas l'attente et l'usage de produits et services dans une perspective pragmatique et libérale, mais la confiance et la réactualisation de cette confiance qui passe ou ne passe pas par un usage effectif des dispositifs institutionnels » (Le Marec, 2007, p. 21). Partant de ce constat, elle indique que les visiteurs sont des individus experts dont on sous-estime la sensibilité à la dimension politique de l'institution. Dès lors, l'un des rôles essentiels des études du public paraît être, non pas l'optimisation d'une bonne gestion des rapports au public, mais la mise en cause continue de stéréotypes qui ont sans cesse tendance à se figer pour les besoins d'une vision gestionnaire et fonctionnelle de ce rapport au public (Le Marec, 2007, p. 190). C'est à travers de nombreux terrains que Joëlle Le Marec a poursuivi ses recherches dans un souci d'articuler recherche empirique et ambition théorique en proposant d'étudier la circulation des savoirs sociaux (Le Marec et Babou, 2003) et en mobilisant de multiples approches disciplinaires telles que la sémiologie et les études de réception.

## **2. Sociographie des publics des musées**

Le développement de la sociographie des publics des musées a été initié par le ministère de la Culture (notamment grâce au service anciennement dénommé « Politique des publics de la direction générale du patrimoine ») pour évaluer leur fréquentation. En pratique, l'enquête par sondage - héritée du savoir faire de l'observatoire permanent des publics avec la technique des questionnaires auto-administrés de Lucien Mironer et des méthodologies du département de la politique des publics - a consisté à mesurer la satisfaction d'une partie des visiteurs tout en prenant compte les dimensions sociodémographiques de leurs profils. Ces enquêtes souvent commandées par des institutions muséales visaient plusieurs objectifs : connaître les catégories socioprofessionnelles et générationnelles ainsi que l'origine géographiques des publics, évaluer l'offre et les services et appréhender les attentes, notamment sur des questions portant sur la muséographie d'un musée, d'un site patrimonial ou d'une exposition temporaire. L'un des enseignements que nous avons retenus concerne l'intérêt de procéder à une analyse comparative sur une longue durée en mesurant par exemple l'évolution de la perception du projet scientifique au regard des contextes de réception.

À partir de nos propres travaux d'enquêtes (Thévenin, 2007 et 2011) et des études disponibles sur les pratiques de visites<sup>11</sup>, nous avons abordé la question de l'indicateur de la familiarisation des pratiques de visite<sup>12</sup>. Celui-ci est généralement construit sur un faisceau d'informations intégrant l'intensité de la pratique muséale (Eidelman et Ceroux, 2009, p. 6) et de la participation culturelle au regard des variables sociodémographiques telles la classe d'âge, la situation professionnelle, le niveau de certification, le niveau de revenu et l'origine géographique. Dans plusieurs analyses ressortent de fortes variations de l'influence de l'origine sociale en fonction des attentes attachées aux grandes catégories d'établissements des musées - musées de civilisations et de sociétés, de sciences et technique, d'histoire ou de beaux-arts - ou de monuments sites et de leurs implantations sur un territoire. Il apparaît nettement que les motivations et les raisons de la venue sont non seulement dépendantes du type d'offre et du facteur géographique, mais également déterminées par les circonstances et l'horizon des attentes (Eidelman et Jonchery, 2012, p. 9). Pour les auteurs de l'enquête « A l'écoute des visiteurs 2012 », « la mise en relation des données concernant la provenance géographique et le groupe social du visiteur ainsi que le rang de la visite du jour et la familiarité muséale révèle une double dynamique de fabrication du public des musées : la reproduction et le changement. » On aperçoit ainsi clairement, si l'on se fonde sur les analyses de Jacqueline Eidelman et d'Anne Jonchery, que « la reproduction du public se réalise à l'échelle du local via les milieux diplômés et aisés où se recrute d'abord un public de fidèles, tandis que le changement et la diversification s'effectuent via un tourisme national populaire plus volatile » (Eidelman et Jonchery, 2014, p. 12). L'engagement dans la pratique des visites semble ainsi être pour une partie du public manifestement plus inconstant, à l'image des observations sur les pratiques culturelles qui fonctionnent aussi aujourd'hui selon des logiques d'opportunités diverses, et qui impliquent que les visiteurs ne renouvellent pas forcément leurs visites même s'ils en ont été très satisfaits. Parmi les vecteurs de la transformation du public, le développement du tourisme culturel est un fait marquant dont la logique se distingue de la visite des publics habitués, jeunes ou familiaux déjà sensibilisés ou fidélisés. Avec cet élargissement de l'horizon des enquêtes qui ouvre le champ de l'investigation aux attachements relevant du divertissement ou de la motivation essentiellement liés aux réseaux de sociabilité, nous rejoignons d'autres résultats d'enquêtes qui démontrent qu'un grand nombre de personnes conçoivent le loisir ou la culture comme ouverte, libérale, éclectique, tolérante, susceptible d'intégrer un grand nombre d'activités faisant sens, et dépassant une vision étroite, scolaire ou intimidante de la culture. Nous en concluons qu'il semble désormais

---

<sup>11</sup> Il s'agit essentiellement des enquêtes réalisées sous la direction de Jacqueline Eidelman qui figurent en bibliographie.

<sup>12</sup> Pour les enquêtes citées, nous avons créé plusieurs indicateurs (il s'agit essentiellement de "variables scores" qui permettent de mesurer l'intensité d'une pratique en relation avec une échelle) concernant la familiarité muséale et/ou des monuments les plus visités ou du lien à la culture en fonction des pratiques culturelles déclarées. Cette série de variables complexes, reprise des enquêtes des chercheurs du Cerlis (université Paris-Descartes), a été utilisée également pour réaliser des analyses multivariées (analyses de correspondances et tableaux de caractéristiques principalement) pour comprendre la culture muséale selon le milieu social, la familiarité avec les musées et monuments, le lien à la culture et la proximité géographique des visiteurs.

nécessaire de sortir d'une vision restrictive de la culture vécue sur les modes de la connaissance et de l'expérience esthétique, mais également qu'il est primordial d'envisager que les personnes ne s'investissent pas toutes dans leurs pratiques de visites proportionnellement aux autres activités du temps libre et du temps contraint, et enfin qu'avec l'émergence d'une logique d'individualisation, les modes d'engagement dans le loisir<sup>13</sup> et le culturel tendent à devenir fortement différenciés et fluctuants selon la familiarisation et l'intensité de la pratique. Ces éléments structurants concernant les pratiques de visites montrent que la recherche de divertissement et de sociabilité constituent un facteur motivationnel croissant des sorties culturelles dont les institutions devraient certainement davantage tenir compte.

Les modifications des modes de consommation culturelle et d'accès aux contenus conduisent à un certain éclatement des connaissances et des goûts à l'origine d'une plus grande autonomie culturelle. Dès lors, l'approche de la sociologie de la domination héritée de Pierre Bourdieu et son corollaire ne sont plus nécessairement suffisamment opératoires pour étudier la pratique et la consommation culturelle impactée par les industries de contenu médiatique et l'économie numérique. De nombreux sociologues envisagent désormais l'étude des pratiques culturelles sous différents angles en prolongeant l'héritage de la sociologie des pratiques culturelles en mobilisant, entre autres choses, des approches en termes de générations ou de styles de vie ou en recourant à la notion d'éclectisme pour saisir l'hybridation croissante des univers culturels qui dépendent aussi de l'identité des individus et des rapports diversifiés à la culture, aux médias et aux industries de contenus. Pour reprendre les travaux séminaux de Daniel Bell, d'Edgar Morin ou de Zygmunt Bauman<sup>14</sup>, on assiste à une transformation de la place de la culture par l'effet de l'évolution des pratiques et de la consommation de masse et des industries culturelles qui ont déclenché un « cracking culturel ». Là où existaient des molécules sociales intégrées - les classes -, se révèle une multitude d'atomes de plus en plus petits. Autrement dit, observe François Dubet, « la consommation a multiplié les publics sans que ces publics recouvrent des positions de classes ». Avec l'accentuation des processus de différenciation de la société de la consommation et de l'information, les inégalités changent de nature. L'une des pistes pour saisir les inégalités culturelles consisterait, selon François Dubet, à appréhender ce passage progressif du régime des inégalités de classe au régime des inégalités multiples afin d'étudier comment celles-ci s'individualisent en se déplaçant des classes vers les individus. D'autres sociologues concentrent leur analyse sur la socialisation en centrant leurs analyses sur les dimensions dispositionnalistes des individus. D'autres courants de recherche se dessinent par ailleurs autour de la sociologie de l'acteur réseau développée par Bruno Latour, Michel Callon,

---

<sup>13</sup> Gilles Pronovost

<sup>14</sup> Daniel Bell, *Les Contradictions culturelles du capitalisme*, PUF, 1979 ; Edgar Morin, *L'esprit du temps*, Paris, Armand Colin, 2008 ; Zygmunt Bauman *La Vie liquide*, Le Rouergue/Chambon, 2006.



Madeleine Akrich et Antoine Hennion, et en sociologie du numérique et des réseaux avec l'étude des traces digitales<sup>15</sup>. Le numérique au sens large (informatique, réseaux, médias, Internet) modifie profondément notre rapport aux autres, à l'espace, au temps et ceci est d'autant plus manifeste avec la fermeture des établissements culturels dans un contexte de crise sanitaire. De fait, les nouvelles méthodes des « humanités numériques » deviennent prédominantes pour saisir ces transformations et ces pratiques qui ne sont plus seulement étudiées par les instituts chargés de la collecte des statistiques publiques ou par les laboratoires de recherche universitaires, mais sont également mobilisées par les entreprises privées notamment de l'économie du numérique. Les sociologues des nouveaux domaines de la recherche - sociologie des algorithmes, des propagations et des *makers* ; économie de l'attention, plateformes, économie comportementale à base de traces et de *digital labor* - montrent en particulier en quoi les écosystèmes numériques et les algorithmes déplacent le centre de gravité des sociétés vers les individus connectés et vers les acteurs qui contrôlent les plateformes assurant la mise en réseau. Ces changements nourrissent ainsi de nouveaux questionnements sur le devenir de la place de la culture dans nos sociétés et donc incidemment sur les formes de sociabilité numérique et les logiques d'individuation dans un régime d'abondance culturelle.

Olivier THÉVENIN est professeur de sociologie à l'Université Sorbonne Nouvelle et chercheur au laboratoire CERLIS.

---

<sup>15</sup> Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux. Une analyse structurale en sociologie*. Paris, Armand Colin, 1994 ; Dominique Boullier, *Sociologie du numérique*, Armand Colin, 2019 ; Dominique Cardon, *La culture numérique*, Presses de Sciences Po, 2019 ; Jean-Samuel Beuscart, Eric Dagiral, Sylvain Parasié, *Sociologie d'internet*, Armand Colin, 2016

## Bibliographie

- Bourdieu P. et A. Darbel (1966). *L'amour de l'art. Les musées et leur public*, Paris, Minuit.
- Dessajan S. (2008). « Un comité de visiteurs ou comment les usagers du musée prennent la parole », Paris, La Documentation Française, Collection Musées-Mondes, n°1.
- Détrez, Christine. (2014). *Sociologie de la culture*. Paris : Armand Colin.
- Donnat O. (dir.) (2016). « Les publics in situ et en ligne », dans *Culture et recherche*, n°134.
- Donnat O. (2009). *Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique. Enquête 2008*, DEP, Paris, La Documentation Française.
- Dubet, François. (2002). *Le déclin de l'institution. L'épreuve des faits*. Paris : Seuil.
- Dubois V. (2003). « La statistique culturelle au ministère de la Culture, de la croyance à la mauvaise conscience », dans O. Donnat *et al.* (dir.), *Les publics de la culture*, Paris, Presses de la FNSP, pp. 25-32.
- Eidelman J. et M. Van Praët (dir.) (2000). *La muséologie des sciences et ses publics : regards croisés sur la Grande Galerie de l'évolution du Muséum national d'histoire naturelle*, Paris, Presses universitaires de France.
- Eidelman J., M. Roustan et B. Goldstein (dir.) (2008). *La place des publics - De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris, La Documentation française.
- Eidelman J., Dessajan S. *et al.* (2009). *Etude de réception du musée des monuments français, Cité de l'architecture*, Rapport d'étude, 69 p.
- Eidelman J. et A. Jonchery (2011). *Sociologie de la démocratisation des musées*, Hermès, n°61.
- Eidelman J., A. Jonchery *et al.* (2012). « Musées et publics : bilan d'une décennie (2002-2011) », [Internet Média](#), consulté le 5 janvier 2017.
- Eidelman J. et A. Jonchery (2012). « A l'écoute des visiteurs 2012 : résultats de l'enquête nationale sur la satisfaction des publics des musées nationaux », [Internet Média](#), consulté le 5 janvier 2017.
- Eidelman J., H. Gottesdiener et J. Le Marec (2013). « Visiter les musées : expériences, appropriation, participation », dans H. Gottesdiener et J. Davallon, *La muséologie : 20 ans de recherches*, Culture et musées, hors-série, Actes Sud.
- Eidelman J. et A. Jonchery (2014). « À l'écoute des visiteurs 2012 : résultats de l'enquête sur la satisfaction des publics des musées nationaux », dans, L. Daignault et B. Schiele (dir.), *Les musées et leurs publics*, Presses de l'Université du Québec, pp. 309-331.
- Fabiani J.-L. (2007). *Après la culture légitime*, Paris, L'Harmattan.
- Lebat, C. (2019), *La notion de "Public" dans la culture*, École de la médiation, association Mêtis : [www.metis-lab.com](http://www.metis-lab.com)

Lahire B. (2004). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte, Collection « Textes à l'appui ».

Latour, B. (2006). *Changer la société. Refaire de la sociologie*, Paris, Éditions La Découverte

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

Le Marec J. (2007). *Publics et musées. La confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan.

Mironer L. (2001). *Cent Musées. A la rencontre du public*, Observatoire permanent des publics, Paris, France Edition.

Moeschler O. et O. Thévenin (dir.) (2011). « Enquêtes sur les publics de Sciences et sociétés : perspectives croisées sur le rôle du sociologue », dans M. Coté *La fabrique du musée de sciences et sociétés*, La Documentation française, collection « Musées-Mondes », pp. 185-196.

Pronovost G. (2017). *Loisir et société. Traité de sociologie empirique*, Presses de l'Université du Québec (3<sup>e</sup> édition).

Thévenin O. (2015). « Publics, médias de masse et participation culturelle. Trois concepts interdépendants », *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication* n° 7, Internet Média, <http://rfsic.revues.org/1541>, consulté le 10 septembre 2016.