



**HAL**  
open science

## Les adolescents au Studio 13/16 : étude du public de l'espace adolescent du Centre Pompidou

Anne Dubois

► **To cite this version:**

Anne Dubois. Les adolescents au Studio 13/16 : étude du public de l'espace adolescent du Centre Pompidou. Art et histoire de l'art. 2016. dumas-01669158

**HAL Id: dumas-01669158**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01669158>**

Submitted on 20 Dec 2017

**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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

ÉCOLE DU LOUVRE

Anne Dubois

*Les adolescents au Studio 13/16*  
*Etude du public de l'espace adolescent du Centre Pompidou*

Mémoire de recherche en muséologie  
(2<sup>nde</sup> année de 2<sup>ème</sup> cycle)  
Présenté sous la direction de  
Madame Marie-Clarté O'Neill

Septembre 2016

*Les adolescents au Studio 13/16 : étude du public de l'espace adolescent du Centre Pompidou*

# Sommaire

<b>Sommaire .....</b>	<b>3</b>
<b>Remerciements .....</b>	<b>10</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>12</b>
<b>Première Partie : Les adolescents et les institutions culturelles.....</b>	<b>16</b>
1.1. Adolescence et société : être adolescent en 2016.....	16
1.1.1. <i>Revue bibliographique</i> .....	16
1.1.1.1. Etymologie et histoire .....	16
Etymologie.....	16
Histoire .....	17
1.1.1.2. Une période de transition segmentée .....	18
Les adonaissants et les préadolescents .....	18
Les adulescents .....	19
1.1.1.3. Les caractéristiques de l'adolescence.....	19
Grandir, apprendre et devenir indépendant .....	20
Une période marquée par la sociabilité entre pairs.....	20
1.1.2. <i>Le point de vue du Centre Pompidou</i> .....	22
1.1.2.1. L'âge de l'adolescence .....	22
Une période de vie qui ne peut être définie que par l'âge .....	22
L'adolescence, une période qui tend à s'étirer .....	23
1.1.2.2. L'adolescence, un état transitoire.....	24
Un moment transitoire, éphémère et individuel .....	24
Une période de remise en question et de découvertes .....	25
1.1.2.3. L'adolescence, l'ère de la sociabilité .....	26
Conscience et image de soi .....	26
Les pairs, terreau de la construction d'un nouveau modèle.....	28
La bande de copains, espace d'affirmation .....	28
1.2. Adolescence et culture : le public adolescent.....	31
1.2.1. <i>Revue bibliographique</i> .....	32
1.2.1.1. Le rapport à la culture .....	32
1.2.1.2. Caractéristiques des pratiques culturelles des adolescents .....	33
1.2.1.3. Adolescents et musées.....	36
1.2.2. <i>Le point de vue du Centre Pompidou</i> .....	38

1.2.2.1.	Prescription familiale et scolaire : deux poids, deux mesures .....	39
	Les adolescents, un public captif entre sortie familiale et sortie scolaire .....	39
	Famille et musée : entre éducation informelle et distinction .....	39
	L'école et institution culturelle : éducation formelle et démocratisation.....	40
1.2.2.2.	Un rapport difficile induit par une scolarisation de la culture .....	41
1.2.2.3.	Une relation basée sur l'ignorance .....	42
	Absence d'études et préjugés : l'ignorance des musées .....	43
	Ennuyeux et intimidant : l'image des musées véhiculée auprès des jeunes .....	44
1.2.2.4.	Un bilan négatif mais non pas défaitiste .....	46
1.2.2.5.	Adolescents d'aujourd'hui et visiteurs de demain.....	47
1.3.	Adolescence et musées : les offres à destination des adolescents .....	49
1.3.1.	<i>Analyse des offres à destination des adolescents au sein des musées</i> .....	49
1.3.1.1.	Les musées de la Ville de Paris : une programmation absconde .....	50
1.3.1.2.	Les musées nationaux : une offre centrée sur les familles .....	51
1.3.1.3.	Les musées étrangers : une programmation à deux vitesses .....	53
	les workshops ponctuels.....	53
	Les offres de stages .....	54
	Les comités de visiteurs adolescents .....	55
	Les offres professionnalisantes .....	56
1.3.2.	<i>Les ateliers libres : les exemples de l'Habitacio 1418 et de l'Open Studio</i> .....	57
1.3.2.1.	L'Habitació 1418: espace d'expression et de partenariat .....	57
1.3.2.2.	L'Open Studio : un programme unique au sein d'une offre complémentaire .....	58
1.3.3.	<i>Synthèse</i> .....	60
<b>Deuxième Partie : Méthodologie .....</b>		<b>62</b>
2.1.	Environnement de la recherche .....	62
2.1.1.	<i>Le Centre Pompidou</i> .....	62
2.1.1.1.	Du projet Beaubourg au Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou .....	62
2.1.1.2.	Le Centre Pompidou, plus qu'un musée d'art moderne, une unité pluridisciplinaire. ....	63
2.1.1.3.	Le Centre Pompidou et la démocratisation culturelle : de l'utopie à la pratique.....	64
2.1.1.4.	Une place prépondérante donnée à la jeunesse .....	68
2.1.2.	<i>Le Studio 13-16 : une offre précurseur</i> .....	69
2.1.2.1.	De la nécessité de s'adresser directement aux adolescents .....	70
2.1.2.2.	Le Studio 13/16, plus qu'une offre de médiation, un espace pour les jeunes .....	70

2.1.2.3.	S'adapter à un public spécifique : programmation et aspects pratiques .....	72
2.2.	Origines et objectifs de la recherche .....	75
2.2.1.	<i>Les études de publics</i> .....	75
2.2.1.1.	Historique .....	75
2.2.1.2.	Les études au sein du Centre Pompidou .....	76
2.2.2.	<i>Objectifs de la recherche</i> .....	79
2.2.3.	<i>Questions et hypothèses</i> .....	80
2.2.3.1.	Questionnements .....	80
Condition et modalité de visite .....	80	
Les phénomènes de sociabilité .....	80	
L'impact sur la pratique culturelle et sur la vision portée sur les institutions culturelles .....	81	
2.2.3.2.	Hypothèses : .....	81
Conditions et modalités de la venue .....	82	
Attitude et sociabilité .....	82	
Impact du Studio sur la pratique et vision des adolescents .....	83	
2.3.	Méthodologie .....	85
2.3.1.	<i>Voir et comprendre les adolescents : l'enquête par observation</i> .....	85
2.3.1.1.	Bref historique .....	85
2.3.1.2.	Posture et rôle .....	86
2.3.1.3.	Constitution de la grille d'observation .....	87
2.3.2.	<i>Entretiens</i> .....	87
2.3.2.1.	Définition .....	87
2.3.2.2.	Constitution des grilles d'entretiens .....	88
L'entretien avec l'adolescent .....	89	
L'entretien avec le médiateur .....	92	
L'entretien avec le chef de projet .....	94	
2.3.3.	<i>Choix de l'échantillon et du terrain</i> .....	96
2.3.3.1.	Constitution de l'échantillon .....	96
2.3.3.2.	Le choix du terrain : .....	98
2.3.4.	<i>Méthodes d'analyse</i> .....	100
2.3.4.1.	L'observation : .....	100
2.3.4.2.	L'entretien : .....	101
2.3.5.	<i>Limites de la recherche</i> .....	102

<b>Troisième Partie : Résultats .....</b>	<b>104</b>
3.1. Les adolescents au Studio 13/16 : profil.....	104
3.1.1. <i>Age</i> .....	104
3.1.1.1. Un public à l'âge variable d'un cycle à l'autre.....	104
3.1.1.2. De l'importance de la thématique .....	105
3.1.2. <i>Genre</i> .....	105
3.1.2.1. Un public plutôt féminin .....	105
3.1.2.2. Un public à l'image du public adolescent du Centre Pompidou .....	106
3.1.3. <i>Domiciliation</i> .....	107
3.1.3.1. Des adolescents issus principalement d'Ile-de-France .....	107
3.1.3.2. Le lieu de domicile comme facteur de pratique culturelle .....	107
3.1.4. <i>Temporalité</i> .....	108
3.1.4.1. Premiers constats.....	108
3.1.4.2. Des jours d'ouverture différents pour des publics différents .....	109
3.1.5. <i>Synthèse</i> .....	110
3.2. Conditions et modalités de la visite.....	112
3.2.1. <i>Connaissance du Studio</i> .....	112
3.2.1.1. Un public majoritairement primo-visiteur.....	112
3.2.1.2. Connaitre le Studio 13/16 : entre pair et hasard .....	113
La confirmation d'une transmission plus horizontale que verticale .....	113
Une découverte qui découle encore du hasard .....	114
3.2.1.3. Jour de visite et connaissance du Studio .....	116
3.2.1.4. Initiateurs de la visite .....	117
3.2.2. <i>Motivations et objectifs associés à la visite</i> .....	118
3.2.2.1. Intérêts des adolescents pour le Studio 13/16.....	118
Activité, thématique, sociabilité et découverte : des intérêts multiples .....	118
De l'importance du thème et du faire.....	118
L'impact du degré de connaissance sur l'intérêt porté au Studio 13/16 .....	119
Des motivations calquées sur les pairs .....	121
3.2.2.2. Attentes et objectifs des adolescents .....	121
Création et découverte : des objectifs centraux .....	121
Des objectifs basés sur le moyen et niveau de connaissance du Studio .....	122
3.2.3. <i>Synthèse</i> .....	122
3.3. Phénomènes de sociabilité.....	124

3.3.1.	<i>Le Studio 13/16, un lieu de rencontre ?</i> .....	124
3.3.1.1.	Un discours institutionnel centré sur le partage .....	124
	Une conception du Studio 13/16 basée sur la rencontre.....	124
	Une scénographie qui favorise la rencontre .....	125
	Un espace de sociabilité et non pas un centre social .....	126
3.3.1.2.	Renforcer les liens au Studio : la vision des adolescents .....	128
	Un taux de rencontre faible.....	128
	Des objectifs incompatibles avec de nouvelles rencontres.....	129
	L'impact de la timidité et du sentiment d'infériorité.....	130
	Des cas rares et divers d'échanges entre adolescents.....	131
3.3.1.3.	Venir accompagné au Studio 13/16 : nature et rôle des accompagnateurs.....	132
	Des adolescents autant accompagnés par leurs parents que par leurs amis .....	132
	Un rapport étroit entre âge et nature de l'accompagnateur.....	133
	Attitude et rôle des accompagnateurs.....	134
3.3.2.	<i>Les médiateurs : lien direct entre le Centre et les jeunes</i> .....	135
3.3.2.1.	Le rôle des médiateurs .....	136
	Faire le lien entre le Centre et les jeunes.....	136
	Une transmission basée sur un rapport de confiance.....	137
	De la nécessité d'être jeune.....	137
3.3.2.2.	Facteurs humains et fidélisation : la vision des médiateurs sur leurs échanges avec les adolescents	138
3.3.2.3.	Impact et réalité de terrain : la vision des adolescents sur les médiateurs.....	139
	Présentation, Conseil et Interrogation : nature des échanges entre adolescents et médiateurs .....	139
3.3.3.	<i>Le Studio 13/16 comme sortie familiale : les adolescents et leurs parents</i> .....	143
3.3.3.1.	Les mères, principales accompagnatrices au Studio 13/16 .....	143
3.3.3.2.	Entre spectateur et acteur : le rôle attribué aux parents .....	144
	Un rôle déterminé par la présence ou non de l'accompagnateur .....	145
	Entre mise en confiance et dirigisme : le rôle attribué par le Studio 13/16.....	145
3.3.3.3.	Des échanges basés sur la logistique et l'appréciation .....	146
3.3.4.	<i>Le Studio 13/16, un espace jeune : les adolescents et leurs pairs</i> .....	147
3.3.4.1.	Venir entre copains et devenir copains : les liens d'amitié au Studio .....	147
	Venir au Studio 13/16 entre adolescents .....	147
	Lorsque les adolescents se rencontrent au Studio .....	148
	Sortir entre potes et rencontrer du monde : le cas de la bande de la Touffe .....	149



3.3.4.2.	Des relations tissées selon les rapports initiateurs/initiés .....	151
3.3.4.3.	Etre présent et faire avec : attitudes et échanges entre pairs .....	153
3.3.5.	<i>Synthèse</i> .....	155
3.4.	Impacts du Studio 13/16 sur les adolescents : .....	157
3.4.1.	<i>Objectifs du Studio 13/16</i> : .....	157
3.4.1.1.	D'un espace spécifique à la transmission des émotions : les objectifs affichés par le Studio 13/16	157
Ouvrir un espace spécifique à destination des adolescents .....	157	
Offrir un espace de découverte .....	158	
Mettre en place un tremplin vers le musée .....	159	
Donner du plaisir .....	162	
3.4.1.2.	Les objectifs du Studio 13/16 perçus par le public adolescent .....	163
Des objectifs centrés sur la création et l'apprentissage .....	163	
Des missions partiellement comprises par les adolescents .....	163	
Une perception différente selon les âges .....	164	
3.4.2.	<i>Réception du Studio 13/16 par les adolescents</i> .....	165
3.4.2.1.	Une vision à long terme : perception de l'impact sur les adolescents .....	165
De la nécessité de rester humble et patient .....	165	
Une ouverture des possibilités .....	166	
Le souvenir d'une activité manuelle et d'un bon moment .....	167	
3.4.2.2.	Ce que les adolescents retiennent du Studio 13/16 .....	169
Un lieu divertissant et une bonne ambiance .....	169	
Une vision réaliste de ce que vivent les adolescents .....	169	
Un écart entre objectifs initiaux et impact final .....	170	
3.4.2.3.	Visions du Centre Pompidou .....	172
L'impact du Studio 13/16 sur la vision du Centre Pompidou .....	172	
La vision du Centre Pompidou par le public du Studio 13/16 .....	173	
3.4.3.	<i>La pratique culturelle des adolescents</i> .....	174
3.4.3.1.	La pratique culturelle .....	174
Contexte de pratique culturelle .....	174	
Les activités culturelles déclarées par les adolescents .....	175	
3.4.3.2.	Les activités extrascolaires .....	175
3.4.4.	<i>Synthèse</i> .....	176
<b>Conclusion</b> .....	<b>178</b>	

<b>Typologie des visiteurs du Studio 13/16 .....</b>	<b>181</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>183</b>

## **Remerciements**

Je souhaite tout d'abord remercier le plus sincèrement ma directrice de recherche, Marie-Clarté O'Neill, pour sa disponibilité, ses conseils et son aide qui furent très précieux. Ce fut un véritable plaisir de travailler avec elle au cours de cette année. Je souhaite adresser ici mes remerciements à Madame Colette Dufresne-Tassé qui malgré la distance aura tout au long de l'année dispensé ses précieux conseils.

Ma reconnaissance revient également au Centre Pompidou et plus particulièrement à la Direction des Publics. Je profite de ces lignes pour remercier Catherine Guillou, directrice des Publics, pour l'intérêt qu'elle aura porté tout au long de cette année à ce projet d'étude, mais également Patrice Chazottes, chef du service de l'action éducative et de la programmation jeune public qui a permis de mener cette étude.

J'ai une pensée particulière pour Cécile Venot, chef de service du développement des publics pour son accueil au sein de son service pendant la durée de mon stage et du terrain d'enquête. Je souhaite également adresser tous mes remerciements à Gildas Landot, pour sa bienveillance et son aide.

Un mot particulier pour montrer toute ma reconnaissance à l'ensemble de l'équipe de chefs de projet qui ont très gentiment pris le temps de répondre à toutes mes questions malgré leur emploi du temps chargé. Un grand merci à toute l'équipe de médiateurs du Studio 13/16 qui m'ont accueillie à bras ouverts et avec qui ça a été un plaisir de partager, discuter et animer l'espace adolescent au cours de mon terrain : Laura, Marie Constance, Léa, Margaux, Fatma, Léa, Joseph et Valentin. Mes remerciements également à tous les adolescents interrogés. Ce fut une merveilleuse rencontre.

Un petit mot pour l'ensemble de mes camarades de groupe de recherche. Ce fut un bonheur de partager nos questionnements et pensées tous ensemble.

Enfin, je voudrais remercier mes parents et Louis qui m'ont toujours soutenue et qui se sont intéressés à ces drôles de choses que sont l'histoire de l'art et la muséologie. Merci à Laura D. et Laura A., collègues et amies, et Claire M. pour la patience et les heures de relecture.

Et à Luca, qui a encore fait preuve de beaucoup de patience et d'amour...



## *Introduction*

Les musées français sont marqués par le modèle induit par la Révolution Française qui a vu naître le musée et qui influença sa définition à travers la création de sa double vocation : conserver et présenter le patrimoine d'un côté et faciliter « les conditions de l'accès et de la jouissance de ce bien commun par le peuple »<sup>1</sup> de l'autre. Il s'agit là de deux missions qui ne sont pas incompatibles mais qui rentrent en tension au moment où elles sont appliquées au sein d'un même espace.

Un autre point de tension apparaît dans la confrontation des rôles politiques et culturels du musée. En effet, l'institution culturelle doit être à la fois le temple d'une culture universelle portée par la valeur du chef d'œuvre, tout en constituant un socle à la construction d'une identité nationale, tant du point de vue historique que géographique<sup>2</sup>.

A l'heure actuelle, la définition du public est étroitement liée à celle du musée et au rôle attribué à ce dernier<sup>3</sup>. Bien que cela n'est pas toujours été le cas, le public a pris de plus en plus d'importance et fait maintenant partie des piliers au sein d'une institution culturelle au même titre que la conservation et la recherche.

Avec la place de plus en plus grande donnée aux publics s'est développée la notion de démocratisation culturelle et la volonté de tendre à la notion de musée universel : un musée par et pour tous. C'est principalement à la fin de la Seconde Guerre Mondiale que la nécessité de démocratisation s'affirme, notamment à travers les initiatives des maisons de la Culture d'André Malraux mais aussi le Théâtre National Populaire de Jean Vilar.

L'étude des publics est l'un des aspects les plus importants de la sociologie de la culture<sup>4</sup>. Il s'agit de l'un des développements les plus récents de la muséologie qui eût un grand impact quand à la perception du musée et de ses missions dans les années 1970. Ces études peuvent être le fait du Ministère de la Culture et de la Communication mais également des institutions

---

<sup>1</sup> LE MAREC J., *Public et musées, la confiance éprouvée*, Paris, l'Harmattan, collection communication et civilisation, 2007, p.174

<sup>2</sup> LE MAREC J., opus cité.

<sup>3</sup> Ainsi, si l'on se réfère à la définition proposée par le Conseil International des Musées (ICOM), « un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation » Définition intégrée aux statuts de l'ICOM, adoptés lors de la 21e Conférence générale à Vienne en 2007

<sup>4</sup> FLEURY L. *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, 2008, réédition 2011, 127p.

culturelles directement. C'est le cas notamment de la Bibliothèque Publique d'Information en 1977 qui se dota d'un service d'étude qui devint un observatoire permanent des publics. Elles servent à nourrir les réflexions sur le rapport entre les institutions culturelles et leurs publics ainsi que les politiques culturelles nationales mais également à l'échelle des institutions à destination d'un public global ou alors vers un public spécifique.

Les adolescents, définis comme « jeune garçon, jeune fille, à l'âge de l'adolescence »<sup>5</sup>, c'est-à-dire qu'ils sont en plein développement de l'enfance à l'âge adulte, sont considérés comme un public spécifique. Il est communément admis que les adolescents sont un public éloigné des musées, principalement parce qu'il persiste une relation basée sur des préjugés entre les institutions culturelles et les jeunes<sup>6</sup>. Cependant, au cours des années 1990 et 2000, plusieurs études se sont concentrées sur les relations qui existaient véritablement entre adolescents et institutions culturelles<sup>7</sup>. Ces différentes études ont permis de prouver que les adolescents ne désertaient pas les musées comme cela était affirmé. Et elles ont aussi contribué au développement d'une première vague pro-jeune<sup>8</sup>.

En 2010, en adéquation avec la volonté d'offrir également un espace spécifique aux jeunes entre 13 et 16 ans, le Centre Pompidou a commandé différentes études de publics centrées sur les adolescents permettant la création d'un projet original, le Studio 13/16. Après cette première vague d'études préliminaires au projet, quelques études quantitatives sommatives ont été menées afin de mesurer la réussite ou non du projet de l'espace adolescent du Centre Pompidou. Si un premier constat de succès semblait être confirmé, une étude qualitative est apparue nécessaire afin de connaître un peu mieux le public que le Studio 13/16 était parvenu à attirer, ainsi que la relation tissée entre lui et l'institution culturelle.

C'est pour palier à ce manque que notre étude sur le public adolescent du Studio 13/16 a été menée. Elle a pour objectif de déterminer le ou les profil(s) de visiteurs de l'espace adolescent à travers le questionnement de la réception et de l'interprétation du Studio par le public. Mais

---

<sup>5</sup> <http://www.cnrtl.fr/definition/academie9/adolescent>

<sup>6</sup> DARCQ C., « Les relations adolescents-musées : comparaison France/États-Unis », *La Lettre de l'OCIM* [En ligne], 146 | 2013

<sup>7</sup> TIMBART N., *Adolescent et Musées : état des lieux et perspectives*, thèse de doctorat, Museum National d'Histoire Naturelle, Paris, 2007, 683p.

<sup>8</sup> LEMERISE T., « Les adolescents au musée : enfin des chiffres ! », in Davallon Jean et Gottesdiener Hana (éd.), *Public et musée, vol. 15, Hors thème*, Lyon, Association Publics et Musées, Presses universitaires de Lyon, 1999, pp. 9/29

également l'étude des phénomènes de sociabilité au sein de l'espace et enfin l'évaluation de l'impact réelle du Studio 13/16 chez les adolescents en comparaison avec les objectifs fixés par l'institution.

L'ensemble de ces axes d'étude permet de répondre à la problématique qui sous-tend notre réflexion : A une période de développement rapide et d'instabilité comme celle de l'adolescence, peut-on percevoir une évolution quant aux rapports au Studio à la fois dans son utilisation et sa réception chez le visiteur?

Pour répondre à l'ensemble de ces questionnements, nous nous sommes dans un premier temps attachés à étudier ce que signifiait être adolescent et être un visiteur adolescent à travers un travail de revue bibliographique, de dialogue avec les équipes du Studio 13/16 et de prospection sur les réelles offres à destination des adolescents au sein des institutions muséales.

Ensuite, il a été nécessaire de mettre en place l'ensemble du protocole d'enquête à travers l'étude de l'environnement de recherche, la définition des objectifs et hypothèses de travail puis de la méthodologie d'enquête.

Pour enfin vous présenter l'ensemble des analyses et interprétations des résultats obtenus en commençant pour établir le profil général des adolescents, puis en questionnant les conditions et modalités de visite avant de mettre en lumière les phénomènes de sociabilité observés et achever notre étude par l'évaluation de l'impact du Studio 13/16.





## Première Partie : Les adolescents et les institutions culturelles

### 1.1. Adolescence et société : être adolescent en 2016

#### 1.1.1. Revue bibliographique

##### 1.1.1.1. Etymologie et histoire

###### Etymologie

Le mot « adolescent » apparaît dans la langue française de manière anecdotique à partir du XVI<sup>e</sup> siècle. C'est principalement au cours du XIX<sup>e</sup> siècle qu'il se répand avec le même usage qu'aujourd'hui.

Le terme « adolescence » est tiré du latin *adolescens*, participe présent *d'adolescere* qui signifie « grandir ». Ainsi, l'adolescent est « celui qui grandit ». A travers cette définition, l'adolescent est placé en opposition à l'adulte (*adultus*) « qui a cessé de grandir »<sup>9</sup>. Dans le Petit Robert, il s'agit de l'âge qui « succède à l'enfance et précède l'âge adulte (environ de 12 à 18 ans chez les filles, de 14 à 20 chez les garçons), immédiatement après la puberté »<sup>10</sup>.

L'adolescence, comme le précise Michel Fize, n'est ni la puberté, ni la jeunesse. Il s'agit d'une réalité composée de différents éléments que sont la biologie, la psychologie et la culture<sup>11</sup>. Le mot « adolescence » ne possède pas le même sens que « jeunesse » ou « jeunes » qui se réfèrent à une classe l'âge et donc au champ social. Or, l'adolescence n'est pas une classe mais un « un processus individuel de croissance ou de développement »<sup>12</sup>. Cependant, avec l'essor de la scolarisation obligatoire, l'adolescence a progressivement revêtu le statut de classe d'âge.

---

<sup>9</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse, Paris, Quadriges, collection Dicos poche, 2010, 967p.

<sup>10</sup> Petit Robert, dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, 2013.

<sup>11</sup> FIZE M., *Qui sont les adolescents ?*, cycle de conférences sur « l'adolescence », cité des Sciences et de l'Industrie, mars-avril 2009.

<sup>12</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse, opus cité.

Si la définition généralement admise est celle d'une période de transition, de développement de l'enfant vers l'adulte, chaque science définit l'adolescence en fonction de son domaine et de ses caractéristiques. Ainsi la biologie s'attarde particulièrement sur la puberté comme moment de passage à l'âge adolescent. La sociologie de son côté la définit par rapport aux pratiques et attitudes adoptées par les adolescents. Enfin, chaque domaine conceptualise différemment la sortie de l'adolescence en fonction de l'acquisition des fonctions reproductrices, de la fin de la croissance ou de la majorité légale et de l'entrée dans le monde du travail<sup>13</sup>.

### Histoire

L'adolescence, à la différence de l'enfance et de la jeunesse, n'est pas universelle. Il s'agit avant tout d'un phénomène culturel principalement occidental<sup>14</sup> apparu relativement tardivement et dont la conception varie en fonction des époques ce qui explique en partie ses frontières floues entre l'enfance et l'âge adulte<sup>15</sup>.

Le développement de l'usage du terme adolescence au XIX<sup>e</sup> siècle est directement lié au développement des progrès médicaux et l'allongement de l'espérance de vie. C'est également au cours du XIX<sup>e</sup> siècle que l'adolescence acquière sa réputation d'âge irresponsable.

Selon les événements historiques le statut de l'adolescence varie. Ainsi, en temps de paix et lorsque la société aspire au calme, la jeunesse est mal vue, tandis que si la société est en révolution, elle s'appuie sur la jeunesse qu'elle considère comme de jeunes adultes. De plus, en période de reconstruction, comme à la fin de la Seconde Guerre Mondiale, la jeunesse et par extension les adolescents sont considérés comme l'avenir de la nation<sup>16</sup>.

Au cours des années soixante, un marché de la culture juvénile se constitue autour de la variété, du sport et de la télévision<sup>17</sup>. Bien que la jeunesse prenne de plus en plus de place dans la société, il est toujours aussi difficile d'être jeune, notamment avec la difficulté à s'insérer dans le monde actif et le développement de systèmes précaires comme les TUC (travaux d'utilité collective) et SIVP (stage d'initiation à la vie professionnelle). Au début des

---

<sup>13</sup> SERAIN F., *l'accueil des adolescents dans les musées d'art français*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, Paris, 2005, 185p.

<sup>14</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, opus cité.

<sup>15</sup> BECK F., *Adolescences ?*

<sup>16</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), opus cité.

<sup>17</sup> DONNAT O., « histoire de la jeunesse, des années 1960 à aujourd'hui », in *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), opus cité.

années 2000, seulement 25% des moins de 25 ans ont un Contrat à Durée Indéterminée. En 2012, les adolescents, compris entre 10 et 19 ans, représentaient 12% de la population.

C'est également dans les années 2000 qu'apparaît le mal des banlieues et le renforcement des violences illustrées par les affrontements avec les forces de l'ordre, les dégradations et voitures brûlées en réponse à une violence sociale de plus en plus prégnante. Dans la lignée de la vision péjorative de la société sur les adolescents résumée par Emile Durkheim<sup>18</sup>, l'image de l'adolescent casseur succède à celui des blousons noirs.

#### *1.1.1.2. Une période de transition segmentée*

L'un des enjeux de la définition de l'adolescence repose dans la mise en place de bornes d'entrée et de sortie de la période. Si dans un premier temps la puberté servait de point d'entrée dans l'adolescence, l'évolution de la société et de la conception de la jeunesse a favorisé l'apparition de néologismes tels que « préadolescent pour les grands enfants entre 10 et 12ans, adulescent pour les 25/30ans »<sup>19</sup>.

#### *Les adonaissants et les préadolescents*

Définis par François de Singly<sup>20</sup>, les adonaissants sont des enfants qui se détachent de l'enfance à partir de l'entrée au collège. En cela, la pensée de de Singly se rapproche de la conception de Fize qui considère que c'est avant tout le collège qui fait l'adolescence<sup>21</sup>. Bien qu'il se détache du monde de l'enfance, l'adonaissant ne se sent pas prêt à être considéré comme un adolescent. Il ne souhaite pas grandir trop vite. Il est en quête de repères générationnels afin de « se prouver et prouver aux autres que son identité ne se réduit pas à son appartenance familiale »<sup>22</sup>. L'adonaissant se caractérise par une volonté d'affirmer une dépendance, principalement financière aux parents tout en exigeant une certaine autonomie.

---

<sup>18</sup> « L'appétit sexuel de l'adolescent le porte à la violence, à la brutalité voire au sadisme. Il a le goût du viol et du sang... »Emile Durkheim, le Suicide, 1897.

<sup>19</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse, opus cité.

<sup>20</sup> DE SINGLY Fr., les adonaissants, Paris, Armand Colin, 2006.

<sup>21</sup> FIZE M., *Qui sont les adolescents ?*, cycle de conférences sur « l'adolescence », opus cité.

<sup>22</sup> DE SINGLY Fr., *les adonaissants*, opus cité, p.20

La préadolescence correspond quant à elle à une transition qui ne se manifeste pas à l'aide de rite de passage et correspond au moment où l'enfant commence à vouloir adopter les pratiques et usages des plus grands comme la musique, le look etc., avant même la puberté.

Nous définissons le plus souvent le début de l'adolescence ou la fin de l'enfance par le passage d'un mode de pensée concret au mode de pensée abstrait ou pensée formelle. « La pensée formelle s'avère indispensable pour penser la notion de réciprocité, dimension indispensable aux relations sociales, en particulier aux relations avec les pairs. Or, la capacité de l'adolescent à pouvoir s'appuyer sur les relations aux pairs pour se désengager en partie de ses relations aux parents constitue un facteur de résilience majeur »<sup>23</sup>.

### Les adultescents

L'adulescence est un mot-valise créé par le psychanalyste Tony Anatrella en référence au latin *adulescens* qui désigne les jeunes hommes et femmes entre 17 et 30 ans. Le concept de postadolescence apparaît au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle et permet de désigner « la persistance chez l'adulte d'une problématique adolescente induite par l'essor de la modernité »<sup>24</sup>.

Ce terme, à valeur péjorative, met en lumière le syndrome d'immaturité, ou syndrome de Peter Pan selon Dan Kiley, chez l'adulte qui se caractérise par « l'absence d'autonomie, la fuite des responsabilités, l'évitement de projets engageant à long termes, égocentrisme, intolérance aux frustrations, histrionisme, exubérance, gout pour la fête »<sup>25</sup>.

Le développement de cette segmentation de la postadolescence est symptomatique d'une société qui est « adolescentique » où la jeunesse représente un modèle identificatoire.

#### *1.1.1.3. Les caractéristiques de l'adolescence*

C'est au milieu du XX<sup>e</sup> siècle que l'on commence à associer l'adolescence et ses caractéristiques à une période de crise afin de mettre en avant la notion de développement individuel par rapport aux facteurs sociologiques<sup>26</sup>. Le terme de crise d'adolescence est particulièrement rattaché à l'essor de la psychologie de l'adolescence et supporte l'idée que

---

<sup>23</sup>LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse, p.18

<sup>24</sup> Définition de l'adulescence, in *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, Le Breton, Marcelli (dir), p.21

<sup>25</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, p.21.

<sup>26</sup> Ibid.

l'entrée dans l'adolescence entraîne un début de schizophrénie. A l'heure actuelle, la notion de crise est délaissée au profit de celle de transition et de développement individuel.

### Grandir, apprendre et devenir indépendant

Etre adolescent c'est grandir. Grandir lorsqu'on est adolescent c'est tendre vers l'obtention d'une autonomie et d'être capable de transmettre. Il existe quatre sphères de développement : le développement pubertaire qui touche le corps entre 11 et 13 ans ; le développement cognitif qui modifie le système de pensée entre 12 et 16 ans ; puis les modifications de socialisation qui chamboule la vie sociale du jeune entre 13 et 18 ans ; enfin, la construction de l'identité qui permet la constitution du moi entre 14 et 21 ans<sup>27</sup>.

Grandir c'est aussi être assez autonome pour prendre des responsabilités et endosser un rôle dans la société<sup>28</sup>. Il faut noter également que l'adolescence est rattachée de manière caricaturale au processus de prise d'autonomie qui permet à l'enfant de tendre vers l'âge adulte. Il faut entendre par autonome « une personne est dite plus ou moins autonome en fonction du degré de liberté de comportement, d'agir avec indépendance dont elle bénéficie »<sup>29</sup>.

La notion même d'autonomie et d'indépendance au sein de l'adolescence relève quelque peu du paradoxe car l'adolescent est placé en tension entre ses revendications d'autonomie et d'autre part son état de dépendance, notamment vis-à-vis de l'instance parentale<sup>30</sup>.

### Une période marquée par la sociabilité entre pairs

Le travail de prise d'indépendance et d'autonomisation passe notamment par le développement d'un mode de « socialisation complémentaire à celle proposée par la famille »<sup>31</sup>. Au contact des pairs, l'adolescent entreprend progressivement un désengagement affectif du milieu familial. Au cours de l'adolescence, le jeune passe environ deux fois plus de temps avec ses amis qu'avec ses parents<sup>32</sup>. Le temps passé avec les copains s'organise sur le

---

<sup>27</sup> TIMBART N., *Adolescent et Musées : état des lieux et perspectives*, thèse de doctorat, Museum National d'Histoire Naturelle, Paris, 2007, 683p.

<sup>28</sup> CASANOVA R., VULBEAU A. (dir.), *Adolescence entre défiance et confiance*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, coll. Questions d'éducation et de formation, 2008, 366p.

<sup>29</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, p.80

<sup>30</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, opus cité.

<sup>31</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, p.99

<sup>32</sup> BECK F., *Adolescences ?*, opus cité.

temps libre de l'adolescent. Il s'agit d'un temps où le jeune peut s'affranchir des temps sociaux imposé par la famille et l'école. C'est donc un moment où l'adolescent peut choisir et expérimenter<sup>33</sup>. Dans ce cadre, les pairs ont un rôle prépondérant.

La bande de copains dans laquelle s'intègre l'adolescent est le plus souvent sexuée, masculine ou féminine mais très rarement mixte. De plus, elle s'organise autour des notions de suiveurs et leaders. La bande est définie le plus souvent au sein d'un même milieu social et dans un territoire précis, que ce soit le quartier ou la cité. Le groupe de copains est souvent symbolisé par le squat, du verbe anglais *to squat* (s'accroupir) et qui correspond à l'action d'occuper un espace, le plus souvent entre lieu public et privé, où les adolescents mettent en scène leurs liens de sociabilité.

Avec le développement des nouvelles technologies, une partie des phénomènes de sociabilité ont été dématérialisés et passent de plus en plus par les réseaux sociaux. En 2013, 99% des adolescents ont un ordinateur au sein de leur foyer et sont 82% à aller sur Internet tous les jours. Ils sont 90% à posséder un téléphone portable et 55% un smartphone<sup>34</sup>.

Le groupe de pairs est une première ouverture de l'adolescent au monde extérieur. La bande de copains permet de constituer un espace stable au cours de la période de chamboulement qu'est l'adolescence. C'est en son sein que se constitue un idéal transitoire à la suite des premières désillusions liées à la fin de l'adolescence. Les pairs permettent une restauration de l'idéal de soi ainsi que le sentiment narcissique<sup>35</sup>. Ils agissent le plus souvent en opposition aux autorités familiales et scolaires. C'est entre copains également que les adolescents apprennent la force d'opposition constitué par le groupe et leur permet de se placer en transgression des injonctions faites par la famille ou l'école<sup>36</sup>.

---

<sup>33</sup> ZAFFRAN J., le temps de l'adolescence : entre contrainte et liberté, Rennes, Presses de l'université de Rennes, 2011.

<sup>34</sup> BECK F., Adolescence ?, opus cité.

<sup>35</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse, opus cité.

<sup>36</sup> GAYET D, « l'éducation par les pairs », in *Adolescence entre défiance et confiance*, CASANOVA R., VULBEAU A. (dir), opus cité.

### *1.1.2. Le point de vue du Centre Pompidou*

L'ensemble des enquêtes préliminaires à l'ouverture du Studio 13/16 en 2009/2010 a permis de se questionner à l'époque sur ce qu'était l'adolescence. Cinq ans plus tard, cette étude sur les publics du Studio 13/16 a été l'occasion d'interroger les principaux acteurs du Studio sur leurs conceptions de ce que c'est que d'être adolescent en 2016.

Au nombre de quatre, les chefs de projet sont issus de générations mais aussi de parcours et de sensibilités différentes. Ils partagent cependant une vision assez proche sur ce qu'est l'adolescence. Sur l'équipe de huit médiateurs, sept ont été interrogés. Tout comme les chefs de projet, il s'agit d'un groupe hétérogène. Sur de nombreux points, leur vision se rapproche de celui de leurs supérieurs.

#### *1.1.2.1. L'âge de l'adolescence*

##### *Une période de vie qui ne peut être définie que par l'âge*

Tous les chefs de projet s'accordent sur le fait que, pour eux, l'adolescence ne peut être définie qu'en fonction d'une fourchette d'âge : « *D'abord, je trouve que ce n'est pas un âge !* » (CP4).

Il s'agit d'une vision intéressante car le Centre Pompidou, au travers de son offre à destination des adolescents, a choisi le parti-pris de définir l'adolescence par rapport à une tranche d'âge, celle des 13-16ans. Ce choix a été motivé par plusieurs facteurs. Dans un premier temps, il s'agissait de se positionner dans la continuité du découpage des offres préexistantes à destination des enfants : « *En fin de compte, dans la réalité, on dit 13/16ans parce qu'autrefois, nos espaces étaient découpés en 2/5, 6/12 !* » (CP2). De plus, il fallait également prendre en compte le cadre juridique et les intentions du Studio 13/16. Ce dernier s'adresse principalement aux adolescents seuls en visite libre. Or, les enfants ne sont autorisés à circuler librement seul au sein de l'institution qu'à partir de 13ans : « *... On a opté pour 13, parce qu'à partir de 13ans, on peut circuler seul dans le Centre Pompidou.* » (CP2). Le Centre Pompidou a fait le choix de fermer la fourchette d'âge à 16 ans pour distinguer la fin de l'adolescence au fait d'être légalement majeur, mais aussi pour correspondre au souhait des jeunes de 16 ans d'être assimilé aux adultes : « *je pense que quand tu as 16 ans, tu as une envie de te sentir adulte aussi même si tu ne l'es pas du tout !* » (CP1)

A l'instar des chefs de projet, les médiateurs s'accordent à définir l'adolescence avant tout comme un état psychologique plutôt que comme une tranche d'âge. Il s'agit d'un moment de transition se développant en moyenne entre 12 et 20 ans, en parallèle du parcours scolaire. De nouveau, pour les médiateurs, l'adolescence s'apparente à un état de transition permettant le passage de l'enfance à l'âge adulte se développant de manière rapide, non homogène, ni identique d'un individu à l'autre : « *je pense qu'il y en a plein de type d'adolescence ! [...] ça dépend vraiment de l'individu !* » (EM6)

Ce peut être une période difficile, notamment par rapport à la mauvaise réputation des adolescents par rapport aux adultes : « *Parce que c'est un public qui continue à faire peur ! Et puis, beaucoup d'a priori sur ce public là !* » (EM5)

### *L'adolescence, une période qui tend à s'étirer*

Face au choix théorique de définir l'adolescence entre 13 et 16 ans, les chefs de projet constatent une réalité pratique toute autre. Premièrement, aujourd'hui, l'adolescence est un processus déclenché plus tôt chez l'enfant. Dès l'entrée au collège, à 11ans, l'enfant entre dans une phase de changements tant d'un point de vue de l'environnement scolaire que des habitudes permettant une entrée progressive dans l'adolescence<sup>37</sup>. Bien qu'il ne soit pas encore un adolescent à part entière, le jeune de 11/12 ans n'est plus un enfant. Il rentre dans une période de préadolescence. Cette période transitoire entre l'enfance et l'adolescence est le fait d'une évolution de la société et dans son regard face à l'adolescence : « *Je pense qu'à partir de 11ans tu n'es plus un enfant ! Mais ça c'est très lié à la société d'aujourd'hui. Et tout ça, ça a évolué même en 5ans !* » (CP1).

C'est pendant cette phase que le préadolescent assimile et adopte des attitudes et des pratiques propres aux adolescents: « *...dès 11/12 ans tu as... ouais, les enfants d'aujourd'hui ont des comportements d'adolescents. Tu le vois dans l'intérêt qu'ils portent pour la programmation que l'on peut faire au Studio 13/16. Ça ne leurs convient plus les ateliers d'enfants...* » (CP3). C'est le cas notamment pour l'univers numérique et multimédia. Cependant, on constate que ces préadolescents sont plus technophiles que leurs aînés, connectés<sup>38</sup>. Cette nuance fut remarquée notamment au sein du Studio 13/16 avec la récente programmation *Minecraft*,

---

<sup>37</sup> DE SINGLY Fr., les adonassants, opus cité.

<sup>38</sup> OCTOBRE S., « Pratiques culturelles chez les jeunes et institution de transmission : un choc des cultures ? », in Culture prospective, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, janvier 2009, 8p.



proposée entre le 10 octobre et le 22 novembre 2015. Inspiré du célèbre jeu en ligne<sup>39</sup>, ce cycle questionnait l'architecture et l'unité de construction. Il offrait la possibilité de consulter certaines maquettes d'architecture présentes dans les collections du Centre Pompidou directement sur Minecraft. La programmation proposait également de construire une ville à partir de morceaux de sucre grâce à l'installation participative SugarMetropolis. L'ensemble de l'équipe du Studio 13/16 remarqua une moyenne d'âge très basse pour le public de cette programmation, avec des enfants entre 8 et 12 ans. Ce fait fut en partie lié à l'intérêt grandissant des préadolescents pour les nouvelles technologies et l'univers numérique.

A l'exception d'un chef de projet, tous s'accordent à dire que l'adolescence ne se déclare pas seulement plus tôt mais finit également plus tard. Il est intéressant de voir qu'ils n'explicitent pas ou peu les raisons de cette dilatation tardive de l'adolescence. Il s'agit cependant d'un fait notable et justifié par certains sociologues<sup>40</sup> par un gain d'autonomie qui n'est pas suivi d'un même niveau d'indépendance, notamment financière et morale. Ce fait est notamment lié à un allongement des études supérieures et du retard induit de la décohabitation familiale<sup>41</sup>. De plus, ces facteurs entraînent une entrée plus lente et diffuse dans la vie adulte ce qui efface tout rituel de passage reconnu<sup>42</sup>.

### 1.1.2.2. *L'adolescence, un état transitoire*

#### *Un moment transitoire, éphémère et individuel*

Lorsque l'on pose la question de savoir ce qu'est l'adolescence pour eux, l'ensemble des chefs de projet définissent l'adolescence comme une période transitoire. Le vocabulaire employé est alors celui de la transition, du changement, du passage et de l'étape. Il s'agit donc principalement de quitter le monde de l'enfance pour tendre vers l'âge adulte.

Pour l'ensemble des médiateurs, l'adolescence représente également un moment où l'adolescent va tenter de s'élever, de s'extraire de l'enfance pour tendre vers le monde adulte, notamment par l'acquisition de premières responsabilités : « [...] ça va être un moment de

---

<sup>39</sup> Créé en 2011, Minecraft est un jeu de construction basé sur l'assemblage d'une unité de construction permettant un grand nombre de variations.

<sup>40</sup> LE BRETON D. et MARCELLI D. (dir.), Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse, opus cité.

<sup>41</sup> HERSENT J.-F., « les pratiques culturelles adolescentes », in *Bulletin des Bibliothèques de France*, tome 48, n°3, Paris, 2003, p.12-21.

<sup>42</sup> DAHAN C.(dir.), « les adolescents et la culture, un défi pour institutions muséales », in Cahiers de l'action, Jeunesses, pratiques et territoires, vol. 38, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire, 2013, 77pages.

*transition ! De transition où tu quittes l'enfance pour partir pour un monde de responsabilités quoi... Tu dois t'assumer toi-même, tu dois faire tes choix ! » (EM3)*

Pour les chefs de projet, ce moment intermédiaire se caractérise par plusieurs éléments. En premier lieu, il s'agit d'une étape qui n'est pas uniforme et qui se développe de manière différente chez chaque adolescent : « *Mais après il y a un truc qui est très particulier aux adolescents aussi. C'est que ça dépend des personnalités de chacun !* » (CP1) « *tu vois, tu peux avoir deux adolescents qui ont tous les deux 13 ans, et pourtant tu vas en avoir un qui, dans sa tête, va être plus proche de quelqu'un qui en 16 !* » (CP3).

Ensuite, au-delà de l'individualité et du développement propre à chacun, l'adolescence se définit par son caractère éphémère quant aux questionnements, goûts et intérêts de la personne : « *C'est éphémère ! C'est une période difficile ! Mais éphémère dans le sens de leurs préoccupations !* » (CP4) « *En fait, d'une semaine à l'autre les idées peuvent changer, les avis peuvent changer, les intentions peuvent changer...* » (CP1).

#### *Une période de remise en question et de découvertes*

Pour tendre vers un monde plus adulte, l'adolescent va chercher à s'inscrire dans une posture lui permettant de s'affirmer et de prétendre à plus d'autonomie et d'indépendance. Il est en quête de liberté et d'autonomie : « *Il y a en plein qui ont envie d'être libérés, totalement libre, fin, envie de faire tout ce que tu veux. Euh, d'affirmer totalement etc.* » (CP1).

Il va aussi remettre en questions ses repères et modèles afin de se constituer et se positionner comme individu indépendant : « *et bien c'est le moment de ta vie... où tu commences à faire des choix qui sont vraiment les tiens* » (CP3), « *je pense que quand tu es ado, ouais, tu as une forme d'autonomisation comme tu le dis dans le sens que tu commences à vivre un peu ta vie comme tu l'entends* » (CP3). Ce bouleversement dans les repères peut entraîner un rapport de conflit face aux modèles d'autorité établis comme les parents, l'école ou encore les institutions. Ce rapport d'opposition est également nourri par des aspirations des adolescents qui ne sont pas toujours en adéquation avec les attentes des autorités.

Ce travail de remise en cause et de déconstruction précédant la construction de son individualité peut entraîner une certaine instabilité et une nécessité d'être conforté dans son nouveau statut : « *Justement, on a des jeunes fragiles ! [...] Ils sont vulnérables etc. !* » (CP4).

Mais, pour les médiateurs, il est aussi important de souligner que ce travail de remise en question et de redéfinition de son environnement par l'adolescent ne passe pas seulement par un travail de contestation. C'est aussi une véritable dynamique de découvertes qui s'amorce, ponctuée par tout un cycle de premières fois : « *C'est dans les premières fois, dans les premières rencontres avec des gens qui ne sont pas forcément de ta culture, de tes habitudes, quand c'est les premières fois que tu sors, je ne sais pas, entre amis, quand c'est les premières fois que tu vas dans un musée avec tes potes, que tu organises un cinéma, que tu fêtes ton anniversaire, que tu organises des soirées, que tu rencontres le petit ami, 'fin, voilà, il y a un truc où c'est les premières fois !* » (EM7) Cette phase des « premières fois » permet d'instituer certaines consommations culturelles comme des rites de passage qui « aident l'individu à s'instituer à ses propres yeux »<sup>43</sup>.

Cette phase de découvertes illustre le caractère curieux de l'adolescent qui reste très sensible aux nouveautés et aux effets de mode : « *en général, enfants et ados, sont dans une sorte de... comme ce sont des éponges ! Qu'ils absorbent tout ce qu'il y a autour d'eux, ils sont à la fois très visionnaires et très contemporains de l'époque dans laquelle ils vivent !* » (EM3)

Les adolescents ont une certaine capacité à s'imprégner de leur environnement mais aussi de l'esprit du temps, ce qui justifie le fait qu'ils soient de si bonnes cibles pour les grandes marques qui utilisent justement un langage basé sur le sentiment d'appartenance au monde d'aujourd'hui, d'être toujours plus dans la nouveauté et l'innovation.

### 1.1.2.3. *L'adolescence, l'ère de la sociabilité*

#### *Conscience et image de soi*

Si les adolescents sont aussi sensibles aux modes, ce n'est pas seulement dans une quête de nouveauté, c'est aussi parce que l'adolescence est un moment de réflexion et de prise de conscience de soi. Dans ce cadre, l'image que l'on peut véhiculer est extrêmement importante : « *[...] moi je pense aussi l'adolescence ça me rappelle beaucoup le style qu'on veut montrer aux autres. Enfin, comment se montrer aux autres !* » (EM2), « *Parce que quand tu es ado, ton image, elle est hyper importante je pense !* » (EM4). La construction de son image passe principalement par le style vestimentaire, mais aussi la musique, les hobbies, etc.,

---

<sup>43</sup> OCTOBRE S., *Deux pouces et des neurones : la culture juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, collection « Question de culture », Paris, la documentation française, 2014, 285p.

soit tous les signes extérieurs démontrant l'adhésion à une sous-culture propre aux adolescents et à ses codes. Cette monstration rend possible un acte social important pour l'adolescent, celui de se reconnaître dans un groupe de pairs et d'être reconnu par celui-ci. En soi, ce processus permet à l'adolescent d'exécuter ce que la société lui demandera quand il sera adulte : identifier le rôle qu'il a à jouer et s'y adapter<sup>44</sup>.

L'image de soi est donc importante pour les adolescents parce qu'elle conditionne l'approbation et l'appartenance à un groupe, à un âge où la sociabilité est la base du développement de l'individu. Et ce, parce que l'adolescent vit principalement dans l'émotion : *« je pense que les ados sont beaucoup dans le feeling, dans les sentiments! »* (EM7)

C'est cette caractéristique qui marque la véritable différence entre les préadolescents et les adolescents. Les premiers sont technophiles par leurs intérêts pour ce qui se fait de nouveau et l'attrait ludique des nouvelles technologies, tandis que les adolescents sont connectés, ils utilisent les nouvelles technologies principalement dans un objectif de sociabilité<sup>45</sup>. Ce qui explique la popularité d'applications comme Facebook, Instagram et Snapchat qui permettent de partager, d'échanger avec son réseaux tout en ayant la possibilité de l'étendre de manière presque illimité ! : *« La première chose qui ressort des adolescents aujourd'hui, ça se lit par les réseaux sociaux. »* (EM7).

L'importance du numérique est telle qu'elle définit même les nouvelles générations. Après les « digitales natives » définis par Sylvie Octobre comme les générations ayant grandi avec les nouveaux médias, nous sommes rentrés dans les générations numériques. En effet, les générations ne sont plus définies par des événements contemporains, comme la génération de mai 68, mais par des éléments culturels<sup>46</sup>. Ainsi la nouvelle génération est baptisée génération C pour Connecté : *« C'est pour moi, quelque chose qui ressort énormément ! [...] Parce qu'ils vivent à travers ça et ils sont nés avec ça »*. (EM6)

---

<sup>44</sup> Ce point de vue a été défendu par Shmuel Noah Eisenstadt qui définissait l'adolescence comme une phase de transition permettant, entre autres, d'apprendre le processus de conformité par rapport aux attentes sociales.

<sup>45</sup> OCTOBRE S., « Pratique culturelles chez les jeunes et institution de transmission : un choc des cultures ? », in *Culture prospective*, opus cité.

<sup>46</sup> OCTOBRE S., *Deux pouces et des neurones : la culture juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, opus cité.

### Les pairs, terreau de la construction d'un nouveau modèle

Appartenir à un groupe, une bande de copains, n'est pas seulement une question d'image que l'on renvoie aux autres. Il est également question pour l'adolescent de se constituer de nouveaux repères après la remise en question des figures primaires d'autorité. Avoir un réseau d'amis permet de se constituer des modèles à imiter et auxquels se comparer. Ce dernier point peut d'ailleurs entraîner quelques rivalités : « *Mais après ça pose une autre question, voilà c'est celle de la compétition !* » (EM4).

L'ensemble des nouveaux liens tissés est primordial pour lui. La bande de copains représente le nouvel environnement auquel appartient l'individu. C'est aussi le modèle auquel il va se référer : « *l'adolescence c'est aussi le moment où tu définis par rapport aux autres !* » (CP3). L'approbation et l'appartenance à ce nouveau groupe social sont déterminantes à l'époque où l'adolescent fait le choix de briser les liens qui le relie à l'enfance. Ce dernier point se manifeste notamment par un refus d'être avec des personnes plus jeunes tandis que la compagnie d'adultes n'est pas forcément problématique : « *il y a aussi le fait que l'adolescent mine de rien, il est bien avec les autres. Il est bien avec la grand-mère, il est bien avec euh... peut être que un peu moins avec les plus petits parce que justement c'est le passage à l'adulte* » (CP4).

Il s'agit aussi pour l'adolescent de se constituer un environnement rassurant. Effectivement, il est plus facile de se confronter à la nouveauté et à l'ensemble des transformations induites par l'adolescence quand elles sont vécues en groupe. Le fait d'être ensemble permet de se sentir plus fort à un moment de la vie où l'individu est vulnérable : « *Il y un truc, où ils ont besoin de se sentir une bande, un groupe... ils sont beaucoup plus forts et beaucoup moins impressionnés du coup quand ils sont en groupe!* » (EM7).

### La bande de copains, espace d'affirmation

La sociabilité entre pairs est également un moyen de s'affirmer en tant qu'individu avec ses propres choix et idées. En effet, l'adolescent rencontre de nouvelles personnes, choisit ses amis et le rôle qu'il va jouer dans son groupe de copain. Cela participe à sa quête d'indépendance et de prise de confiance en soi. Avoir des amis de son âge permet d'accorder plus de temps à ses propres activités lors de son temps libre et donc de s'éloigner du modèle familial notamment.

Développer de nouvelles relations, tisser de nouveaux liens avec des pairs, donne la possibilité à l'adolescent d'affirmer sa volonté de se détacher de l'enfance et donc des plus petits. Car comme cela avait déjà été perçu par les chefs de projet, les médiateurs s'accordent sur le fait que l'une des caractéristiques de l'adolescence est la volonté de tendre vers l'âge adulte et par la même occasion de s'arracher à l'enfance et des rapports avec les plus petits : « *Parce que je pense que dans l'adolescence, il y a un moment d'aller vers l'avant ! Vraiment de se projeter ! Et, et... le fait d'être avec des plus jeunes, sûrement te retient vers un monde que tu es en train de quitter !* » (EM4)

Dernier élément qui ressort également de l'ensemble des entretiens avec les chefs de projet, le fait que les adolescents sont assez mal vus par la société, notamment par les adultes : « *Le regard des adultes sur les adolescents est hyper défaitiste [...] Mais bizarrement, c'est mondial ! Mais le monde adolescent fait peur.* » (CP2). Ce regard négatif est lié notamment au rapport d'opposition qui existe entre l'adolescent et le monde d'adulte. L'adolescent peut très vite apparaître comme un être violent, perturbateur, contestataire et non maîtrisable. La vision négative portée sur les adolescents n'est par toujours le reflet de la réalité mais est en partie causée par la confusion entre les études sur la jeunesse et les enquêtes sur la délinquance juvénile<sup>47</sup>, mais aussi une certaine incompréhension de l'adolescence.

Au sein même du Centre Pompidou, le rapport conflictuel instauré entre les adolescents et la société s'est cristallisé à travers les altercations survenus entre les agents de sécurité et une partie du public du Studio 13/16, issu de banlieue et au profil atypique : « *Ça a demandé aussi beaucoup de réunions avec les agents de sécurité, parce qu'ils les avaient pris en grippe* » (CP2).

Ainsi, en accord avec les principaux écrits sur l'adolescence, les chefs de projet conceptualisent l'adolescence comme une période de transition permettant le passage de l'enfance à l'âge adulte qui se définit principalement par rapport à un état psychologique et sociologique tout en mettant de côté certains aspects, notamment biologiques. En effet, aucun ne mentionne la phase de puberté comme entrée dans l'adolescence alors qu'il s'agit là de la première manifestation physique du passage de l'enfance à l'âge adulte.

Dans ce cadre restreint, l'adolescence correspond à une période caractérisée par une recherche d'indépendance et d'autonomie rendu possible par un travail de remise en cause des figures

---

<sup>47</sup> TIMBART N., *Adolescent et Musées : état des lieux et perspectives*, opus cité.

d'autorité et définition de soi par rapport au groupe de pairs qui fait office de nouvelle référence.

De plus, le refus de définir l'adolescence en fonction d'une tranche d'âge précise pour s'inscrire sur la temporalité de la période scolaire, de l'entrée au collège à la sortie du lycée, démontre non seulement un déplacement de l'âge adolescent, mais aussi une plus grande difficulté à segmenter les différents âges de la vie, devenus de plus en plus perméables entre eux. Ce fait s'illustre notamment par le développement de concepts et nouvelles terminologies pour définir l'entrée et de la sortie de l'adolescence. Comme les préadolescents et adonnaissants<sup>48</sup> qui illustrent ces enfants en passe de devenir des adolescents, mais aussi les post-adolescents et les adultes qui eux sont symptomatiques d'une difficulté à sortir de l'adolescence pour s'inscrire pleinement dans l'âge adulte.

Enfin, le caractère contestataire et changeant de l'adolescent induit un regard négatif de la société qui a du mal à saisir et comprendre cette période de changements et considère les adolescents comme une menace.

Pour les médiateurs, l'adolescence est donc un moment de passage de l'âge de l'enfance à l'âge adulte permettant à l'individu, de manière personnelle, de se constituer de nouveaux repères nécessaires à sa vie d'adulte. Ceci est rendu possible grâce à un processus de découvertes et d'ouvertures sur le monde associées à une très forte sociabilité. Ces deux éléments permettent à l'adolescent d'affirmer ses propres choix et goûts, de se placer dans une démarche d'autonomisation et d'indépendance.

---

<sup>48</sup> DE SINGLY Français., *les adonnaissants*, opus cité.

## 1.2. Adolescence et culture : le public adolescent

Avant de définir le public adolescent, il paraît nécessaire de l'inscrire dans un ensemble plus global et de revenir un instant sur les notions de public. Il s'agit d'un terme qui est très souvent employé, notamment par les professionnels du patrimoine sans être automatiquement défini précisément.

D'une manière générale, « le mot « public » désigne l'ensemble des utilisateurs du musée (le public des musées), mais aussi par extrapolation à partir de sa destination publique, l'ensemble de la population à laquelle chaque établissement s'adresse »<sup>49</sup>. Cette définition permet de mettre en avant le fait que la notion de public peut être interprétée à différents niveaux, mais aussi qu'elle est soumise à de nombreuses évolutions.

En effet, si au départ le public est conçu comme un tout unitaire et homogène, cela n'est plus le cas. Si l'utilisation du singulier pour désigner « le public » permet une meilleure identification de groupe, un ensemble d'études sociologiques sur la culture menées sous la direction du Ministère de la Culture et de la Communication ont démontré l'inexactitude d'une telle démarche<sup>50</sup>.

Rapidement donc, la conception d'un public global a laissé place à la notion de publics. Ce passage du singulier au pluriel s'inscrit également dans une nécessité pour les musées de fractionner son public afin de multiplier les offres et les actions de sensibilisation, ce qui lui permet d'agrandir son auditoire. Ainsi les institutions culturelles peuvent segmenter leurs publics en fonction de la catégorie sociale, du type de musée fréquenté, de l'univers culturel, de l'handicap mais aussi par rapport à l'âge.

Avec le découpage du public en plusieurs segments, les enquêtes autour des publics spécifiques et de leurs pratiques culturelles se sont multipliées. C'est dans ce cadre précis que ce sont développées les études autour des pratiques des adolescents et l'univers culturel associé.

L'enjeu pour les institutions culturelles dans l'étude de la pratique culturelle adolescente est d'être capable de comprendre et d'adapter ses propositions afin de constituer un lien positif entre adolescents et institutions culturelles. Dans un cadre où le musée est porteur d'un rôle

---

<sup>49</sup> DESVALLEES A., MAIRESSE F. (dir.), Dictionnaire encyclopédique de muséologie, Paris, Armand Colin, 2001, p.498.

<sup>50</sup> *Les pratiques culturelles des français, A l'écoute des visiteurs* etc.



social fort, étudier et intégrer l'adolescent en son sein doit participer aux missions pédagogiques et de démocratisation de la culture du musée<sup>51</sup>. Il s'agit donc de connaître et comprendre la culture des adolescents afin de proposer une programmation adaptée mais également introduire dans le musée la culture juvénile définie en opposition à la culture légitime, considéré comme l'apanage du public adulte<sup>52</sup>.

### **1.2.1. Revue bibliographique**

#### *1.2.1.1. Le rapport à la culture*

Chez les adolescents, le rapport à la culture est complexe et se base principalement sur un effet générationnel, un certain rejet de la culture consacrée et la valorisation de l'éclectisme<sup>53</sup>. Dans ce cadre, certains pôles restent déterminants quant à la constitution d'une pratique culturelle :

L'école dont l'objectif est une généralisation des pratiques culturelles grâce à la mise en place de partenariats avec des institutions culturelles. De plus, l'allongement du temps d'étude, entre 11 ans et 18 ans, a permis une élévation du niveau d'éducation sans pour autant diminuer les inégalités sociales et ce notamment parce que le niveau de formation n'est pas uniforme d'un établissement à un autre et parce que le rôle de la famille reste prépondérant quant à la constitution d'une relation durable avec les institutions culturelles.

La famille qui reste le premier lieu de sensibilisation, espace de reproduction. Dans ce cadre, l'origine sociale joue un rôle important dans la constitution de la culture et de la familiarité avec les institutions culturelles<sup>54</sup>. Bien que « la valeur du patrimoine familial est de plus en plus définie par le montant du capital scolaire détenu par l'ensemble de ses membres »<sup>55</sup>.

Les pairs qui peuvent être définis « comme des jeunes du même âge qui disposent d'une similitude de moyens et d'objectifs de communication (une parité des compétences sociales)

---

<sup>51</sup> LEMERISE T., SOUCY B., « le point de vue d'adolescents montréalais sur les musées », in *Revue canadienne de l'éducation*, vol 24, n°4, 1999, p.355-368.

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> HERSENT J.-F., « les pratiques culturelles adolescentes », opus cité.

<sup>54</sup> BOURDIEU P., DARBEL A., *L'amour de l'art : les musées européens et leur public*, Paris, Ed. de Minuit, 1966, 251p.

<sup>55</sup> HERSENT J.-F., opus cité.

ou bien qui partagent un même statut social et un même degré de familiarité entre eux (parité d'expérience sociale) »<sup>56</sup>. Ils ont également un rôle majeur dans le cadre de la socialisation et l'effet de génération.

La culture de chambre qui est définie comme « l'appropriation progressive d'un espace propre » dans lequel les adolescents « expriment ce qu'ils aiment ou sont et à partir duquel ils entrent en relation avec les autres »<sup>57</sup>. Elle est l'illustration d'un travail d'individualisation au sein d'un basculement de l'espace public à la chambre, enceinte privée. Cette culture de chambre permet l'autonomisation de la pratique culturelle chez l'adolescent. Elle symbolise le processus d'évolution vers l'âge adulte. En effet, au cours de son adolescence, l'individu va transformer sa chambre d'un espace de jeu, propre à l'enfance, à l'espace d'expression de ses passions et repères, propre à l'adolescent, en quasi-autonomie par rapport aux attentes des parents. Si comme le reste des pratiques propres à l'adolescence, la culture de la chambre est en partie assimilée par les préadolescents, la chambre d'adolescent relève d'un caractère unique. Elle est l'expression de l'affiliation, du sentiment d'appartenance à des passions, des idéaux par l'adolescent. Elle est également la projection de l'image que l'adolescent veut renvoyer aux autres<sup>58</sup>.

#### 1.2.1.2. *Caractéristiques des pratiques culturelles des adolescents*

En France et au Québec, un ensemble d'études a permis de définir les grandes caractéristiques de la pratique culturelle adolescente<sup>59</sup>. Il est important de préciser qu'il existe plusieurs univers culturels juvéniles, chacun défini en fonction de l'âge, du sexe, de la classe sociale et de l'offre marchande culturelle<sup>60</sup>. Les éléments développés ci-dessous sont les grands points qui structurent les différents univers culturels des adolescents.

---

<sup>56</sup> TIMBART N., *Adolescent et Musées : état des lieux et perspectives*, opus cité.

<sup>57</sup> GLEVAREC H., *la culture de chambre : préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familiale*, 2009, p.47.

<sup>58</sup> GLEVAREC H., « Les trois âges de la « culture de la chambre ». », in *Ethnologie française*, 1/2010 (Vol. 40), p. 19-30.

<sup>59</sup> Dans le cadre de notre travail, il n'est pas question de développer l'ensemble de ces études qui ont déjà été traitées à maintes reprises. Nous conseillons à nos lecteurs de se référer à la thèse de Noëlle Timbart présenté en 2007 sur la relation entre les adolescents et les musées pour plus amples détails.

<sup>60</sup> DAHAN Ch., LABADIE Fr., OCTOBRE S., « Introduction », in *Agora débat jeunesse*, vol. 66, *Les adolescents face aux dispositifs de médiation culturelle*, Paris, les Presses de Science Po, 2014, p 40/46.

La sortie cinéma représente la principale pratique culturelle chez les adolescents. L'importance de celle-ci démontre un rapport à la culture chez l'adolescent qui diffère de la simple consommation et tend plutôt au mode de vie grâce aux sorties culturelles qui peuvent prendre différentes formes : les discothèques, les concerts principalement et le théâtre, les musées et monuments dans une moindre mesure<sup>61</sup>. Certains facteurs comme la nécessité de s'acquitter d'un droit d'entrée ainsi que le manque d'offres adaptées et d'informations représentent des freins à ces pratiques. Il est également perçu un léger recul de cette pratique, notamment avec l'essor du numérique et la facilité de visionnage et de téléchargement sur les nouveaux supports numériques<sup>62</sup>.

Une forte consommation de technologies d'informations et de communication (TIC). Issus du troisième âge médiatique et bercés par la dématérialisation et Internet, les adolescents d'aujourd'hui sont avant tout connectés. Ils utilisent les TIC principalement à des fins de sociabilité et de loisir. L'importance grandissante d'Internet et du numérique entraîne un glissement de la sociabilité par la sortie à une sociabilité numérique. En 2009, on considérait qu'un adolescent passe environ 13H par semaine sur les TIC<sup>63</sup>. Bien qu'aucune étude permet de connaître l'évolution de ces chiffres à l'heure actuelle, nous pouvons supposer que cette tendance ait connu une hausse avec la généralisation des smartphones et l'amélioration des réseaux Internet permettant une plus grande connectivité à toute heure et n'importe où.

Le recul du temps consacré à la télévision, à la radio et à la lecture imprimée au profit de la culture de l'écran: le temps destiné à la télévision et à la radio diminue en faveur de la culture de l'écran. Cette dernière prend également le pas sur la lecture imprimée qui ne cesse de diminuer. Au-delà de l'importance grandissante de la culture de l'écran, le recul de la lecture imprimée est parfois imputé à son appartenance à la culture dite scolaire, qui par son cadre strict, s'adapte difficilement au concept de culture de loisir<sup>64</sup>.

L'ensemble des pratiques culturelles traditionnelles a été bousculé par l'essor du numérique et d'Internet. Les contenus sont de plus en plus dématérialisés et les équipements nomades se

---

<sup>61</sup> DEPS, « les jeunes et les sorties culturelles », Développement culturel, bulletin du DEP, n°106, Ministère de la Culture et de la Communication, février 1995.

<sup>62</sup> DONNAT O., LEVY F., « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », in *Culture Prospective*, DEPS, juin 2007, 32p.

<sup>63</sup> OCTOBRE S., « Pratique culturelles chez les jeunes et institution de transmission : un choc des cultures ? », in *Culture prospective*, DEPS, janvier 2009, 8p

<sup>64</sup> MERCKLE P., « l'adolescence, combien de cultures ? » in *Actes du colloque Enfance et cultures : regards des sciences humaines et sociales*, Sylvie Octobre et Régine Sirota (dir), Paris, 2010.

sont multipliés. Cela a induit une modification dans le rapport aux produits culturels mais aussi dans leurs consommations. En effet, l'essor du numérique permet une diversification des contenus et un accès simplifié permettant une généralisation de la culture, autrefois obtenue par le biais de l'école<sup>65</sup>.

Une plus grande consommation anglophone : les adolescents, par leurs caractères curieux et leurs appétences pour les nouveautés, ont un fort impact sur la pratique culturelle générale des français. Ils sont à l'origine du gout de plus en plus prononcé pour les produits culturels anglo-saxons comme la musique mais aussi les productions audiovisuelles en langue originale<sup>66</sup>. Ce bouleversement a été rendu possible par la facilité d'accès aux contenus audiovisuels et musicaux ainsi qu'une plus grande proportion de voyages à l'étranger chez les jeunes qui ont modifié les comportements de consommations chez les adolescents.

Une nouvelle conception du temps : le numérique n'a pas seulement entraîné une modification de l'accès aux contenus culturels, il a également transformé le rapport au temps. La nouvelle génération est inscrite dans un présentisme de plus en plus marqué mais également un espace-temps qui n'est plus linéaire mais modulable<sup>67</sup>. Les pratiques culturelles ne se suivent plus mais se chevauchent.

Un décalage entre le « faire » et « s'investir dans » : il existe une distanciation entre le temps imparti à une activité et l'importance que l'adolescent peut lui donner<sup>68</sup>. Cet écart entre « faire » et « s'investir dans » s'applique notamment à la culture de l'écran.

L'énoncé de ces principales pratiques culturelles adolescentes permet d'appréhender l'impact de l'essor du numérique. Ce dernier entraîne une mutation de la pratique culturelle mais aussi du rapport aux institutions culturelles chez les adolescents. Une véritable désinstitutionnalisation a été entreprise avec le développement du numérique et de la culture de chambre. A cela s'ajoute un désencadrement du temps libre de l'adolescent créé par la

---

<sup>65</sup> MERCKLE P., « l'adolescence, combien de cultures ? », opus cité.

<sup>66</sup> DONNAT O., « Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique. Eléments de synthèse 1997-2008 », in Culture étude, DEPS, octobre 2009, 12p.

<sup>67</sup> HERSENT J.-F., opus cit.

<sup>68</sup> OCTOBRE S., « les loisirs des 6-14 ans », in *Développement Culturel*, bulletin du DEPS, n°144, mars 2004, 16p.

mutation de la cellule familiale. Tout ceci entraîne une plus grande autonomisation de la pratique de l'adolescent que Sylvie Octobre définit comme un « individualisme expressif »<sup>69</sup>.

### 1.2.1.3. *Adolescents et musées*

Entre musée et adolescents, la relation est souvent définie comme difficile. Elle est tout du moins complexe. Notamment parce que le public adolescent est mal connu. Il a été un moment considéré comme non-public du musée<sup>70</sup>. De plus, l'adolescent venant au musée est souvent imaginé captif au sein d'une structure scolaire ou familiale<sup>71</sup>. Tandis que les adolescents visiteurs libres, c'est-à-dire venant de leur propre chef au musée seuls ou entre pairs, sont réputés peu nombreux<sup>72</sup>.

Or, des études, notamment celles menées par Tamara Lemerise<sup>73</sup> ont permis de démontrer que les adolescents étaient présents au musée. Cependant, les statistiques sont rares, car très peu d'enquêtes ou de baromètres des publics comptabilisent les moins de 17ans. C'est le cas notamment au sein du Centre Pompidou dont l'étude annuelle des publics ne prend pas en compte les visiteurs de moins de 16ans.

Si depuis le tournant des années 2000 puis 2010, plusieurs études sur le public adolescent ont vu le jour, il persiste une certaine ignorance réciproque entre adolescents et musées continuant à nourrir la réputation d'une relation complexe entre les deux protagonistes<sup>74</sup>.

Le principal frein au sein de cette relation réside dans l'image négative que se renvoie mutuellement musées et adolescents. L'apparente absence de motivation des musées à tendre la main vers les adolescents réside dans une certaine incompréhension des publics

---

<sup>69</sup> OCTOBRE S., « Pratiques culturelles chez les jeunes et institution de transmission : un choc des cultures ? », opus cit.

<sup>70</sup> Ce concept a été créé par Francis Jeanson lors de la Déclaration de Villeurbanne en 1968: « Il y a d'un côté le public, notre public, et peu importe qu'il soit selon les cas, actuel ou ponctue ; et il y a de l'autre, un « non-public » : une immensité humaine composée de tout ceux qui n'ont pas encore aucun accès ni aucune chance d'accéder prochainement au phénomène culturel sous les formes qu'il persiste à revêtir dans la presque totalité des cas ».

<sup>71</sup> ALLARD M., Les adolescents et les musées », in *Revue des Sciences de l'Education*, Montréal, vol. 19, n°4, 1993, pp. 765/774

<sup>72</sup> Point de vue défendu par les études d'Alexander en 1980, Andrews et Asia du Brooklyn Museum en 1979, Diamond St-John Cleary et Libero de l'Exploratorium de San Francisco en 1987.

<sup>73</sup> LEMERISE T., les adolescents au musée : enfin des chiffres !, in *Publics et musées*, n°15, 1999, pp9-29.

<sup>74</sup> DARCO C., « Les relations adolescents-musées : comparaison France/États-Unis », opus cité.

adolescents, mais aussi un sentiment d'impuissance face à un public réputé volatil et donc difficile à fidéliser<sup>75</sup>.

En retour les adolescents ne se sentent pas à l'aise au musée, souvent réduits à un rôle passif au sein d'une structure qui n'est pas adaptée pour eux. Les principaux facteurs de ce malaise résident dans la posture parfois condescendante des adultes face aux adolescents visiteurs, mais aussi le mépris des gardiens, l'absence manifeste de choix dans le déroulé de la visite, la fatigue lié à la pratique muséale et enfin la difficulté à saisir le message offert par l'institution<sup>76</sup>.

Un autre vecteur a entraîné le rapport difficile entre les adolescents et les musées. Il s'agit du développement des partenariats entre l'école et le musée. Au-delà de l'individualisation de la pratique culturelle adolescente, la scolarisation de la culture à travers la politique culturelle développée au sein du système scolaire provoqua une fracture entre jeunes et musées, renforçant une distanciation de l'adolescent vis-à-vis des institutions culturelles. Si au départ, ce partenariat devait favoriser une familiarisation avec les institutions culturelles et la constitution d'une pratique culturelle, il eu l'effet pervers de scolariser la culture. En effet, on appliqua le cadre strict de l'école à l'outil culturel sans forcément prendre en compte les spécificités des institutions culturelles, ni les attentes des adolescents<sup>77</sup>. De ce fait, le musée est majoritairement considéré par les adolescents comme un lieu dédié aux adultes ou associé à l'éducation formelle, illustration du cours d'histoire et de ce fait passéiste et ennuyeux<sup>78</sup>, principalement consacré aux Beaux-arts, à l'instar du Louvre. Pour certains scientifiques, l'image négative que portent les adolescents sur les institutions culturelles réside également d'une certaine pression sociale, dans laquelle les adolescents doivent présenter « l'armure de l'ennui »<sup>79</sup>.

---

<sup>75</sup> JONCHERY A. et NOUVELLON M., « Musée et adolescents : l'impossible médiation ? », pp. 91/106, in *Agora débat jeunesse*, vol. 66, *Les adolescents face aux dispositifs de médiation culturelle*, Paris, les Presses de Science Po, 2014, 160p.

<sup>76</sup> LEMERISE T., SOUCY B., « le point de vue d'adolescents montréalais sur les musées », in *Revue canadienne de l'éducation*, vol 24, n°4, 1999, p.355-368.

<sup>77</sup> JONCHERY A. et NOUVELLON M., opus cité.

<sup>78</sup> DARCO C., « Les relations adolescents-musées : comparaison France/États-Unis », *La Lettre de l'OCIM*, 146 | 2013.

<sup>79</sup> « the boring armour » : O'Riain H., *Old objects in glass cages*, Londres, Harwood, O'Riain and associates, 1997

### 1.2.2. *Le point de vue du Centre Pompidou*

Au cours des entretiens, il a été demandé aux chefs de projet et aux médiateurs de donner leurs visions sur le public adolescent en général. Fort de leur expérience au sein du Studio 13/16, la plupart pointent du doigt la relation conflictuelle qui existe entre les institutions culturelles, plus particulièrement le musée, avec les adolescents et tentent de présenter les raisons de ce rendez-vous manqué.

Pour les médiateurs, le public adolescent semble posséder quelques caractéristiques. Il s'agit avant tout d'un public peu enclin à rentrer dans les institutions culturelles : « *Il ne faut pas se mentir, c'est difficile de faire venir des jeunes, même des structures de jeunes !* » (EM5).

En adéquation avec leur définition de l'adolescence, les chefs de projet s'accordent à dire que le caractère changeant de l'adolescent entraîne de fait un public adolescent instable : « *comme je te l'ai dit, c'est un public hyper changeant !* » (CP1). Il est constatable qu'en général, dans les institutions culturelles, on perçoit ce caractère volatil comme un problème, une nouvelle marque de cette génération du zapping qui ne sait se fixer. Les médiateurs ont aussi conscience du caractère volatil des adolescents. Il s'agit avant tout pour les institutions culturelles de « *la clientèle la plus compliquée à attraper !* » (EM4)

Mais l'un des chefs de projet entrevoit la chose différemment. L'adolescence correspond avant tout à une période d'expérimentation, d'ouverture sur le monde, d'évolution, pendant laquelle les intérêts de l'adolescent varient en fonction des dernières découvertes : « *Si, on peut parler d'un zapping ! Ça fait juste partie de l'adolescence ! Ça fait partie de sa manière de... de fonctionner ! Ce qui n'est pas mal, parce que ça veut dire qu'il est partie sur autre chose et qu'il découvre d'autres trucs !* » (CP1)

En plus de son caractère insaisissable, le public adolescent est à l'image des adolescents : hétérogène. Il s'agit d'un nouvel élément renforçant la difficulté des institutions à connaître les adolescents et à mettre en place des offres adaptées. Bien que tous s'accordent sur le fait que la relation entre les adolescents et les institutions culturelles est difficile, un seul des médiateurs effectua une liste des principales institutions culturelles que fréquentent les adolescents : « *après c'est une grosse généralisation mais ça va être le cinéma, la bibliothèque pour certains ! [...] Et ouais, après si l'on veut parler des discos comme des lieux culturels...* » (EM3)

De plus, l'un des problèmes entre musées et adolescents réside dans l'incompréhension réciproque entre adolescents et les institutions culturelles. Ce problème est en partie dû au sein des institutions culturelles à la volonté de rassembler l'ensemble des visiteurs adolescents au sein d'un même public possédant des caractéristiques identiques. Mais cela n'est pas possible. Car comme cela a été mis en avant précédemment, il n'existe pas un type d'adolescent. Chaque individu possède un développement qui lui est propre. Dans ce cadre, il paraît naturel que le rapport aux institutions culturelles soit tout aussi personnel et propre à chaque adolescent.

#### *1.2.2.1. Prescription familiale et scolaire : deux poids, deux mesures*

##### *Les adolescents, un public captif entre sortie familiale et sortie scolaire*

Ce rapport complexe et unique pour chaque adolescent est très fortement impacté et défini par le contexte dans lequel il se développe : «*Je pense que l'attitude de l'adolescent au musée, elle dépend de... de l'origine, en fait, de la visite !* » (CP3). L'adolescent est présent au musée, cela n'est pas réfutable. Mais il est la plupart du temps accompagné, que ce soit par sa famille, ses amis, ou encore au sein d'une sortie scolaire. Chaque contexte est défini par des objectifs et une vision différente du musée et donc entraîne des attentes et des attitudes différentes chez l'adolescent.

En adéquation avec les principaux écrits sur la pratique culturelle adolescente, la famille et l'école restent donc les principaux prescripteurs de visite et de familiarisation avec la culture : «*Ça va être la plupart du temps dans le cadre de l'école qu'ils viennent ou avec des parents!* » (EM5) Ecole et famille sont toutes deux prescripteurs mais ne bénéficient pas de la même valeur, ni du même impact quant à la constitution d'une pratique culturelle et d'une relation durable avec les institutions.

##### *Famille et musée : entre éducation informelle et distinction*

Ainsi la famille entrevoit la plupart du temps le musée comme le cadre d'une éducation informelle<sup>80</sup> permettant le développement d'une culture générale. Cette visite, le plus souvent associée à une forte sociabilité au sein de l'unité familiale permet de développer un rapport

---

<sup>80</sup> Nous entendons par éducation informelle notre capacité à apprendre des choses de manière libre, presque insoupçonnée. C'est le cas notamment de la visite libre au musée.



plus naturel avec l'institution culturelle et donc favorise la constitution d'une carrière de visiteur : « *et là ça dépend de... du capital culturel de chacun et des habitudes et de l'éducation culturelle reçue par la famille ! [...] parce que je suis sûr qu'il y a des adolescents qui vont au musée avec leurs parents et qui trouvent ça passionnant !* » (CP3).

Chez les médiateurs, la famille, sans être glorifiée, est présentée comme un vecteur positif de familiarisation : « *au début en tout cas, ça ne peut que venir des parents, enfin, je pense.* » (EM4). Cette valorisation du rôle de la famille au sein du processus de familiarisation sous-tend une conception qui a été explicitée par quasiment tous les médiateurs<sup>81</sup> : la place fondamentale de la catégorie sociale et de la hiérarchisation dans la constitution d'un rapport à la culture : « *bah moi je pense que ça dépend de la catégorie sociale de laquelle tu viens !* » (EM7). Ainsi, pour les médiateurs, les théories établies par Pierre Bourdieu, père de la sociologie de la culture en France avec *l'Amour de l'Art*<sup>82</sup> et *la Distinction*<sup>83</sup>, sont toujours d'actualité. Entre sociologie de l'éducation et sociologie de la culture, la sociologie défendue par Pierre Bourdieu tend à expliquer la constitution des goûts comme le résultat de la socialisation définie majoritairement par la famille (culture libre) et l'école (culture scolaire), de l'habitus et de la reproduction des codes du groupe social auquel appartient l'individu (Distinction). Cette vision ressort dans les entretiens également avec l'utilisation d'un vocabulaire centré sur le « *milieu* », « *la classe* » ou « *la catégorie* » sociale, qui, si elle est considérée comme « *favorisée* » ou encore appartenant à « *l'élite* », permettra de créer un rapport « *d'habitude* » avec les institutions culturelles. Ainsi, ces dernières sont toujours l'apanage d'une élite sociale pour la plupart des médiateurs : « *ça c'est un truc qui est ancré et je crois que c'est aussi le fait que les élites ont les pouvoirs euh, sur les musées, sur la culture générale !* » (EM7).

### *L'école et institution culturelle : éducation formelle et démocratisation*

L'école, de son côté, définie comme l'un des grands pôles de familiarisation avec la culture, va plutôt concevoir les institutions culturelles comme un prolongement de leurs propres démarches pédagogiques. Le musée doit alors répondre à des objectifs d'éducation formelle,

---

<sup>81</sup> Le rôle de la classe sociale a été explicité dans six entretiens sur sept : EM2, EM3, EM4, EM5, EM6 et EM7.

<sup>82</sup> BOURDIEU P., DARBEL A., *L'amour de l'art : les musées européens et leur public*, Paris, Editions de Minuit, 1966, 251p.

<sup>83</sup> BOURDIEU P., *la distinction : critique social du jugement*, Paris, Editions de Minuit, 1979, 670p.

c'est-à-dire de donner des informations précises à l'ensemble de la classe dont l'acquisition sera sanctionnée par une note ou un diplôme. Dans ce contexte, l'adolescent est placé devant la nécessité de se tenir à une posture imposée qui ne correspond pas forcément à ses propres aspirations. Or, la major-partie du temps, pour les chefs de projet, l'adolescent est un visiteur captif au sein d'une visite scolaire : « [...] *en général, il se constitue plutôt autour de, enfin, euh, de groupes scolaires* » (CP1). Donc, parce qu'il est majoritairement confronté à l'image du musée comme lieu adapté aux cadres stricts de l'éducation scolaire, l'adolescent peut être amené à développer une image négative du musée.

De plus, face au rôle prédominant de la famille, l'école doit être un contrepoids efficace permettant de réduire les inégalités et donc de renforcer le processus de démocratisation de la culture par la constitution d'une culture dite scolaire, en opposition à la culture libre inculquée par la famille : « *Si tu as une famille où personne n'est intéressé par la culture, tu ne vas pas y aller tout seul quoi ! D'où mon idée de ramener ça à l'école un peu plus !* » (EM2).

#### 1.2.2.2. *Un rapport difficile induit par une scolarisation de la culture*

Cependant, aujourd'hui, au sein des institutions culturelles, que ce soit auprès des chefs de projet ou des médiateurs, l'école ne possède plus de statut positif et subi un véritable procès. En effet, alors que l'école doit être un vecteur favorisant le rapprochement entre les adolescents et les institutions culturelles, aujourd'hui, cela ne semble plus être le cas.

Plusieurs raisons sont avancées. Dans un premier temps, cela est dû au développement d'une politique de partenariat entre école et institutions culturelles qui favorise le primaire au détriment du secondaire: « [...] *pareil, si je reviens un petit peu à mon époque collège/lycée, on n'était pas trop amené dans des musées ou quoi, c'est plus quand on était petits !* » (EM2).

De plus le phénomène de scolarisation de la culture par l'application des cadres et impératifs scolaires à la sortie culturelle a entraîné la détérioration du regard porté par les adolescents sur l'institution culturelle. Pour ces derniers, le musée revêt une image qui peut être négative du fait de la scolarisation de la culture. Pour eux, le musée n'est pas adapté à ses propres attentes et conceptions. Le musée leur semble alors froid, très intellectualisé et surtout dénué des notions de plaisir et d'émotion, ce qui n'en fait pas un lieu propre aux loisirs : « *Alors c'est simplement que l'école n'a pas ce champ de liberté par rapport à cette notion de plaisir! Ils ont des comptes à rendre et à partir de ça, ils ont des grilles à rendre mais c'est...* » (CP2).

Ce qui entraîne, après des années de concorde, un rejet progressif du modèle scolaire au sein des offres culturelles des musées : « *On les sort du, du système scolaire. Il faut les sortir du système scolaire !* » (EM6).

Un tel rejet par les institutions culturelles n'est pas nouveau. En effet, dans une étude publiée en 1998 par François Buffet<sup>84</sup>, les professionnels de la culture, notamment des musées, partageaient déjà un discours critique face au partenariat avec les écoles. Et ce, parce que déjà à l'époque, le musée ne voulait se soumettre au format de l'évaluation et de la notation propre à l'école et à l'éducation formelle. Bien que possédant des points de regroupement au niveau de certaines méthodes, il existe également des points de divergences majeurs quant aux objectifs et enjeux entre l'éducation culturelle et l'éducation scolaire<sup>85</sup>.

### 1.2.2.3. *Une relation basée sur l'ignorance*

Le rapport restreint à la culture par les adolescents ainsi que les dysfonctionnements au niveau des principaux prescripteurs entraînent une relation aux institutions culturelles assez complexe chez les adolescents.

Au-delà de ces premières difficultés, il transparaît au sein des discours des chefs de projet et des médiateurs que la relation entre les musées et les adolescents est principalement freinée par une ignorance réciproque entre adolescents et institutions culturelles.

Pour l'un des chefs de projet, il persiste une véritable méconnaissance des offres à destination des adolescents au sein des institutions culturelles par les adolescents. Si tout le monde a conscience des ateliers pour enfants, la place faite aux adolescents au sein du musée est tellement faible que la plupart du public ne l'imagine pas : « *Et souvent, même ces habitués qui sont venus, on en discute, n'ont pas ce réflexe d'aller voir s'il y a quelque chose pour les ados, puisque ça n'existe nulle part !* » (CP2). Cette non-prise en compte du public adolescent a entraîné une absence d'attentes des adolescents quant à la mise en place d'activités leur étant dédiées.

---

<sup>84</sup> BUFFET Fr. (dir.), *Entre école et musée, le partenariat culturel d'éducation*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, collection Travaux et Documents, 1998, 200 pages.

<sup>85</sup> GUICHARD J. et MARTINAND J.-L., *Médiatique des Sciences*, Paris, Presses universitaires de France, 2000, 240p.

### Absence d'études et préjugés : l'ignorance des musées

Du point de vue des musées, il existe également un rapport de rejet par rapport aux adolescents justifié par une méconnaissance induite par des préjugés et un manque d'études autour des adolescents. Certains médiateurs et concepteurs avancent que les institutions culturelles ne semblent pas connaître assez les adolescents. Et ce parce que les adolescents ont été pendant assez longtemps mis de côté et n'ont pas fait l'objet d'études assez approfondies, mais aussi parce qu'il existe un décalage entre la jeunesse d'aujourd'hui et celle d'hier. Il est donc difficile de s'accorder avec cette nouvelle jeunesse, contemporaine et fluctuante.

En parallèle d'un bagage théorique assez faible, l'une des médiatrices met en avant le fait que le rapport difficile entre adolescents et musées est notamment lié à l'attitude négative des institutions vis-à-vis de la jeunesse. Pour elle, les adolescents ne sont pas bien accueillis. Et cela peut s'expliquer notamment par la peur, l'appréhension que suscitent les jeunes auprès du personnel des musées : « *ouais, mais en revanche j'ai des collègues [...] qui sont terrorisés par un public ado ! Ils me disent : « non, mais ils sont là ! Qu'est-ce que je vais faire ? Qu'est-ce que je vais leur dire ? Et ils ne disent rien ! Et ils sont terrorisés face à moi ! ». Ils ne sont pas du tout à l'aise !* » (EM6)

L'ensemble de ces facteurs entraîne de ce fait un certain désintérêt pour la cause adolescente. Il existe un véritable défaitisme au sein des équipes pédagogiques des musées : « *la case adolescente c'est presque euh... pas important ! On a l'impression que voilà, on se dit qu'ils ne vont pas être intéressés ! Ce n'est pas forcément pour eux !* » (EM7).

Le fait que les adolescents soient difficiles à comprendre, fassent peur, va provoquer une absence relative d'offres spécifiques mises en place. De plus, il s'agit d'une cible si peu mise en valeur que lorsqu'une activité spécifique est mise en place pour les adolescents, cela est presque présenté comme se suffisant à soi-même sans nécessairement chercher à faire plus : « *Malheureusement, entre guillemets, tu es un peu obligé de leurs faire une place, mais c'est une clientèle tellement minuscule que c'est pour cela que c'est ambitieux ! Parce que c'est vrai qu'ils sont nombreux mais combien vont venir au Centre Pompidou ? Donc, c'est cool d'avoir fait un Studio pour ça ! Mais c'est pour cela, que je n'en demanderais pas plus ! Tu vois ?* » (EM4).

De plus, il apparaît que les institutions culturelles ont quelques difficultés à se remettre en cause et développer de nouvelles méthodes de médiations adaptées à ces publics spécifiques : « *C'est difficile de sortir du mode d'adresse classique au public pour pouvoir s'adapter* » (CP3). Le statut de référence presque inattaquable de l'institution culturelle la place dans une démarche où la remise en question et surtout la reconnaissance d'un échec ou bien même d'une action non adaptée n'est pas chose aisée. Surtout qu'au-delà de la nécessité de penser autrement, les chances de réussir à attirer et de fidéliser les adolescents sont fluctuantes, notamment parce qu'il s'agit d'un public volatil et donc difficile à fixer : « *Il y a aussi une part de préjugés et de clichés des institutions culturelles sur ce public-là ! Comme, ouais, un fossé que l'on ne peut pas franchir parce que c'est peine perdue d'avance !* » (CP3). Il paraît donc plus simple pour certains professionnels de rejeter la faute sur la nature complexe et difficile des adolescents : « *C'est plus facile de dire que ce sont des crétins. [...] Ou alors : « oh, ils sont difficiles ! Ils sont pénibles ! Oh, ils ne pensent qu'à faire les couillons ! »* » (CP2).

#### *Ennuyeux et intimidant : l'image des musées véhiculée auprès des jeunes*

Face aux institutions et leurs engagements en demi-teinte marqués par un certain dédain pour la question du public adolescent, les jeunes portent également une vision assez négative sur les institutions culturelles. En effet, pour les médiateurs interrogés, si les adolescents ne franchissent pas les portes des institutions culturelles, et plus particulièrement des musées, c'est principalement parce que leur imaginaire associe les musées à un univers froid, pas drôle, vieillot, codifié, trop intellectualisé et élitiste : « *Parce qu'il y a beaucoup d'ados qui n'ont pas envie forcément d'aller réfléchir dans le musée. Ils ont l'impression qu'ils vont réfléchir, qu'ils vont se casser la tête ! Que ce ne va pas être drôle, qu'ils ne vont pas s'amuser !* » (EM7).

Il semble important de préciser que cette vision du musée comme un lieu froid et non accueillant n'est pas l'apanage des adolescents. En effet, il s'agit d'une critique qui est souvent portée au musée. Notamment par l'écrivain Paul Valéry, avec son essai sur *le problème des musées* en 1923, qui décrit alors le musée comme un espace contraignant que ce soit aussi bien physiquement qu'intellectuellement : « *Au premier pas que je fais vers les belles choses, une main m'enlève ma canne, un écrit me défend de fumer. [...] Bientôt, je ne sais plus ce que je suis venu faire dans ces solitudes cirées, qui tiennent du temple et du salon,*

*du cimetière et de l'école... Suis-je venu m'instruire, ou chercher mon enchantement, ou bien remplir un devoir et satisfaire aux convenances ? [...] »<sup>86</sup>. Ainsi, le musée apparaît comme un lieu régi par de nombreuses règles où l'individu se doit d'emprunter une attitude forcée et figée qui n'est d'autant pas en adéquation avec les ambitions d'indépendance et de liberté des adolescents.*

Un autre élément significatif a été mis en avant par l'un des médiateurs. Il s'agit du caractère intimidant des institutions culturelles, notamment du Centre Pompidou, que ce soit par leurs dimensions physiques mais aussi par l'imposante référence culturelle qu'ils représentent : « *Quand tu rentres dans le Centre Pompidou, tu... bah moi, je suis perdu ! Franchement il y en a tellement !* » (EM4)

De plus, les collections présentées par les institutions, au-delà de l'impact de leurs qualités et préciosités, peuvent paraître déconnectées de la réalité et de la contemporanéité des jeunes et nécessitent, selon les adolescents, des clés de lecture qu'ils ne possèdent pas, ce qui renforce un sentiment d'inconfort et d'ennui : « *Et c'est des musées qui ne leur parlent pas du tout parce que ce n'est pas du tout dans leur temps. [...]bah déjà, ils sont très peu à avoir des connaissances en histoire de l'Art donc c'est ennuyeux pour eux !* » (EM5)

Le fait que les institutions puissent être impressionnantes et sembler inaccessibles intellectuellement va entraîner le besoin chez l'adolescent d'être accompagné et guidé, que ce soit par des parents, amis ou par l'école. La place de l'accompagnateur va alors d'être un élément rassurant face à la grandeur du lieu : « *Il y un truc, où ils ont besoin de se sentir une bande, un groupe... ils sont beaucoup plus forts et beaucoup moins impressionnés du coup quand ils sont en groupe! [...] Ils n'ont pas encore la confiance nécessaire, la confiance en soi pour se dire « je peux le faire tout seul ! » !* » (EM7)

Etre accompagné peut être également un moyen pour l'adolescent d'être soutenu dans l'acquisition de nouvelles connaissances. Il peut être rassurant et nécessaire pour des jeunes qui se sentent démunis de toutes clés de lecture face aux œuvres d'être accompagné par une figure de référence pour accéder au contenu même de ces objets.

---

<sup>86</sup> Valéry P., « Le problème des musées », in *Œuvres, Pièces sur l'art*, t. I, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1960, p. 1290-1293. Publié pour la première fois dans *Le Gaulois*, Paris, 4 avril 1923 : [http://www.louvre.fr/sites/default/files/medias/medias\\_fichiers/fichiers/pdf/louvre-txt-ref-paul-valery.pdf](http://www.louvre.fr/sites/default/files/medias/medias_fichiers/fichiers/pdf/louvre-txt-ref-paul-valery.pdf)

#### 1.2.2.4. *Un bilan négatif mais non pas défaitiste*

Bien que le bilan puisse paraître très négatif, les médiateurs ne sont pas défaitistes quant à l'évolution des relations entre musées et adolescents. Il est indéniable qu'il existe plusieurs freins à une véritable entente entre les deux parties, cependant certains éléments pourraient permettre, selon les médiateurs, un renouveau et une amélioration quant aux liens pouvant se tisser entre jeunes et institutions culturelles.

Dans un premier temps, il s'agit pour deux des médiateurs de mettre en place une médiation adaptée aux adolescents afin de rompre avec l'image passéiste du musée et démontrer la force d'intégration du musée au sein des interrogations contemporaines: « *le Centre Pompidou, alors que, même le Quai Branly, ce sont des musées qui vont plus les attirer parce que ce sont des musées qui vont parler d'une histoire qui les touche personnellement ! [...] Qui traitent de sujet d'actualité, de choses qu'ils connaissent ! Dans lesquelles, ils peuvent se reconnaître !* » (EM5).

Ensuite, il suffit, pour l'un des autres médiateurs, d'une bonne expérience pour déclencher un rapport positif avec le musée : « *si tu as un coup de cœur pour quelque chose, tu vas y retourner !* » (EM4).

Cet espoir quant à la possibilité d'une meilleure relation entre adolescents et musées n'est pas irréaliste au regard des différentes études de réception faites auprès des jeunes. Tamara Lemerise<sup>87</sup> avait notamment mis en avant que malgré la perception défaitiste des adolescents par rapport aux relations qu'ils entretiennent avec les musées, leurs visites sont presque toujours satisfaisantes (63% dans le cadre scolaire et près de 90% lorsqu'il s'agit de visite libre). Ce qui sous-entend que l'essence du problème ne réside pas forcément dans ce qui se passe dans les murs des institutions mais plutôt dans la capacité des établissements culturels à s'adresser aux jeunes et à parvenir à les attirer au sein de leurs programmations.

Cette nécessité de savoir parler le même langage que jeunes semble extrêmement importante pour les médiateurs qui, à la différence des chefs de projet, sont toujours portés par l'idée que les adolescents sont avant tout les visiteurs de demain et qu'il est donc impératif pour les institutions culturelles d'investir dans le long terme en constituant une véritable relation durable avec les jeunes d'aujourd'hui : « *On est trop avec les anciens ! A un moment, il faut*

---

<sup>87</sup> LEMERISE T., SOUCY B., « le point de vue d'adolescents montréalais sur les musées », in *Revue canadienne de l'éducation*, vol 24, n°4, 1999, p.355-368.

*ouvrir. Une fois qu'on est dans le futur, on se rend compte que les prochains à venir au musée, bah c'est eux ! [...] Parce qu'il ne faut pas se mentir, les adultes qui viennent ici c'est aussi des enfants qui allaient au musée, c'est des ados qui allaient au musée ! » (EM7).*

#### *1.2.2.5. Adolescents d'aujourd'hui et visiteurs de demain*

Il est aussi nécessaire de prendre en compte que la relation entre musée et adolescents varie en fonction de l'air du temps. Ces rapports se resserrent et se détendent en fonction du rôle que l'on attribue au musée. Ce dernier peut être un espace d'éducation et renforcer ses liens avec l'école, comme il peut être porteur d'un message social et politique fort. Pour l'un des chefs de projet, les offres à destination des adolescents au sein des institutions culturelles se sont développées principalement à des moments où il était nécessaire de canaliser une jeunesse qui semblait de plus en plus contestataire et dangereuse pour l'ordre établi : *« C'est-à-dire que moi je pense que... que l'on a créé des espaces pour ados au moment où les ados posaient problème ! [...] Moi, j'ai trouvé que ces espaces, et même le Studio 13/16, sont réapparus au moment ou la partie de la société qui faisait conflit c'était les adolescents en banlieue. » (CP4).*

Passé l'évocation des facteurs ayant entraîné une relation difficile entre les musées et les adolescents, les chefs de projet décrivent quelques points qui leurs semblent caractéristiques du public adolescent au sein des institutions culturelles. Outre le fait qu'il n'existe pas un public adolescent, mais plusieurs types de visiteurs adolescents, il est important de prendre en compte le fait que les adolescents au musée ne sont pas des visiteurs adultes du futur. Il s'agit avant tout d'un public contemporain possédant ces caractéristiques auxquelles le musée doit répondre afin d'établir une relation forte et durable maintenant. Il n'est donc plus question de tenter de capter l'adulte de demain mais bien d'échanger avec l'adolescent d'aujourd'hui : *« oui, évidemment c'est le public de demain mais... ce n'est pas que le public de demain et il ne faut pas les considérer que comme le public de demain ! Mais c'est un public à part entière et euh... aujourd'hui, maintenant, au présent, il faut leur proposer des choses qui maintenant leur correspond ! » (CP3).*

Les adolescents correspondent donc à un public actuel dont les principales caractéristiques résident dans son haut niveau d'exigences, mais aussi ses quelques véritables passions qui entraînent une pratique culturelle quelque peu exclusive. A cela s'ajoute un comportement dirigé avant tout par les émotions qui vont entraîner un véritable investissement des



adolescents au sein d'une programmation si cette dernière leur est dédiée et adaptée : « *au contraire, c'est un public, hyper exigeant ! Et quand on leur donne des choses de qualité, ils nous le rendent au centuple !* » (CP2) D'autre part, il va être très peu enclin à payer ou bien même réserver pour une activité culturelle. Ce qui induit presque automatiquement une pratique avant tout basée sur la spontanéité et le volontariat.

Enfin, le rapport à la culture et aux institutions culturelles n'est pas figé. Il évolue au grès des générations. Selon certains chefs de projet, un nouveau rapport s'est installé avec une meilleure conceptualisation du musée comme un lieu de sociabilité et de loisir : « *L'autre fois, j'étais dans le métro, j'écoutais un jeune qui parlait. Il devait avoir 14 ans, il disait à ses potes : « non mais retrouvons nous au musée, c'est quand même plus sympa. On va voir cette expo »* » (CP1). Tandis que d'autres chefs de projet possèdent toujours un regard assez défaitiste sur les relations nouées entre adolescents et musées : « *non, je pense que pour la plupart, ils ne vont pas au musée ! [...] et puis, ils n'y vont toujours pas hein !* » (CP4).

Ainsi, les adolescents sont perçus comme un public difficile à cerner, dont le rapport à la culture se construit principalement au sein de la cellule familiale, avec la constitution de l'habitus, et auprès de l'école, qui se charge de créer une culture scolaire. Si les prescripteurs présentent des avantages et inconvénients, la relation entre adolescents et institutions culturelles est d'abord impactée par une assez grande ignorance de l'autre. Elle subit également de nombreux stéréotypes et aprioris que les institutions culturelles sont dans l'obligation de dépasser au sein d'une offre spécifique afin de toucher ceux qui sont présentés comme le public de demain par les médiateurs.

### **1.3. Adolescence et musées : les offres à destination des adolescents<sup>88</sup>**

#### *1.3.1. Analyse des offres à destination des adolescents au sein des musées*

L'enjeu pour les institutions culturelles dans l'étude de la pratique culturelle adolescente est d'être capable de comprendre et d'adapter ses propositions afin de constituer un lien positif entre adolescents et institutions culturelles. Dans un cadre où le musée est porteur d'un rôle social fort, étudier et intégrer l'adolescent en son sein doit participer aux missions pédagogiques et de démocratisation de la culture du musée<sup>89</sup>. Il s'agit donc de connaître et comprendre la culture des adolescents afin de proposer une programmation adaptée mais également introduire dans le musée la culture juvénile définie en opposition à la culture légitime, considéré comme l'apanage du public adulte<sup>90</sup>.

Dans ce contexte, certaines institutions ont pris le parti de créer des offres dédiées aux adolescents. Ce fut le cas du Centre Georges Pompidou qui fut présenté en 2010 comme un précurseur avec l'ouverture du Studio 13/16. Ce projet offre un lieu dédié aux adolescents, gratuit, ouvert lors des moments extrascolaires et proposant une activité en lien avec des pratiques culturelles variées (design, mode, architecture, art appliqué etc.)

Cinq ans après son ouverture, l'initiative du Centre Georges Pompidou représente-t-il toujours une exception au sein de la scène culturelle parisienne et nationale, mais aussi par rapport aux institutions européennes et internationales ?

L'objectif de cette étude est de mesurer la densité d'offre à destination des adolescents et de constituer une typologie afin de positionner l'offre du Centre G. Pompidou au sein de la scène culturelle parisienne et nationale, mais aussi par rapport aux institutions européennes et internationales.

A travers l'étude des propositions présentées sur les sites internet des principales institutions françaises, européennes et anglo-saxonnes, nous avons tenté d'effectuer une synthèse des différentes activités possibles proposées à ce jour aux adolescents dans les musées.

---

<sup>88</sup> Ce chapitre présente la synthèse de l'étude sur les offres muséales à destination des adolescents réalisée par nos soins en février 2016. Les données sont présentées en Annexe A1 et A2.

<sup>89</sup> LEMERISE T., SOUCY B., « le point de vue d'adolescents montréalais sur les musées », in *Revue canadienne de l'éducation*, vol 24, n°4, 1999, p.355-368.

<sup>90</sup> Ibid.

### 1.3.1.1. *Les musées de la Ville de Paris : une programmation absconde*

Les musées du réseau de la Ville de Paris proposent des activités culturelles et éducatives principalement à destination des familles. C'est le cas notamment au musée d'histoire de la ville de Paris de l'hôtel Carnavalet.

La plupart du temps, le public adolescent est noyé soit au sein du jeune public, soit au sein du public adulte<sup>91</sup>. Le Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris (MAM) a fait le choix de présenter une programmation découpée entre les enfants/ados et les adultes.

Cependant, lorsque nous nous attardons sur leurs offres, nous remarquons que les ateliers « enfants/ados » sont sous-organisés entre les 4-6 ans et les 7-10 ans, laissant donc de côté la tranche des adolescents. Ce type d'offre n'est pas propre au MAM, le découpage des publics est identique pour les musée Galliera et musée Jean Moulin. Le musée Bourdelle propose le même découpage avec des offres pour les enfants/adolescents entre 4-10 ans et 8-12 ans.

Le Petit Palais, musée des Beaux-Arts de la Ville de Paris, a fait le choix d'associer le public adolescent aux adultes en proposant, d'une part, des activités à destination des enfants à partir de 5 ans, et d'autre part la programmation à destination des adolescents et adultes sans préciser l'âge requis pour prétendre participer à ces activités.

Nous observons donc une volonté des musées de la ville de Paris de ne pas omettre le public adolescent, cependant aucune programmation n'a été pensée spécifiquement pour lui en dehors des activités proposées aux groupes scolaires ou centres de loisir. Ce qui démontre que l'adolescent au musée est toujours considéré comme un visiteur captif au sein de groupe défini par une institution externe, soit par l'école, soit par les centres d'animation. C'est notamment le parti pris de la maison de Victor Hugo qui ne propose des activités individuels que pour les enfants et les adultes tandis que la programmation pour les adolescents se concentre sur la programmation scolaire et périscolaire découpée entre le primaire, collège, lycée et centres de loisir.

Pour toutes les institutions citées, lorsqu'une programmation existe pour les adolescents comme visiteurs individuels, les activités proposées sont, en grande majorité, organisées à des

---

<sup>91</sup> Il s'agit d'un point qui n'a pas évolué depuis dix puisque Fanny Serain, au sein de son mémoire d'étude (2005) avait fait le même constat.

dates ponctuelles. Il est nécessaire alors de réserver et de s'acquitter d'un droit d'entrée. Or, il est reconnu qu'il s'agit là de freins pour la venue d'un public en quête d'autonomie, ne disposant pas de revenu propre et possédant une pratique culturelle basée sur l'impulsion<sup>92</sup>.

#### *1.3.1.2. Les musées nationaux : une offre centrée sur les familles*

Il existe de nombreux points communs entre la programmation des musées de la Ville de Paris et les musées nationaux. Lorsqu'une programmation à destination des adolescents en tant que visiteur libre existe, l'activité proposée est le plus souvent ponctuelle, nécessite une réservation ainsi qu'un droit d'entrée. L'offre éducative et culturelle à destination des publics ne fait pas l'objet d'une direction commune au sein des musées nationaux, mais se présente comme un ensemble de parti-pris pour chaque institution.

Il semblerait que les musées ciblent prioritairement les familles avec des propositions de visites même autoguidées plutôt tournées vers les plus jeunes<sup>93</sup>.

De nouveau, le public adolescent semble noyé dans la masse à travers des informations évasives où ne sont mis en avant que l'âge d'entrée pour l'activité sans plus de distinction entre l'enfance, l'adolescence et l'âge adulte. Le fait est visible notamment au musée national d'archéologie du château de Saint-Germain-en-Laye, mais également à la Cité des Sciences et de l'Industrie. Cette dernière propose des conférences dès l'âge de 14 ans ainsi que des ateliers, le weekend à heure fixe dès l'âge de 10 ans. Tandis que le musée de Saint-Germain-en-Laye ne propose aux adolescents qu'une visite guidée dès l'âge de 13 ans et également ouverte aux adultes.

Une fois de plus, les offres sont découpées par tranches d'âge, nous observons une segmentation entre les enfants jusqu'à 12 ans puis la tranche adulte. Par exemple, pour le musée du Louvre, les groupes d'âge sont segmentés entre les 4-6 ans, 6-8 ans, 8-12 ans et les adultes.

Les adolescents, eux, ne sont pas mentionnés explicitement mais intégrés implicitement à l'un des deux groupes. Ce type de découpage se retrouve notamment au sein de la programmation

---

<sup>92</sup> MOUGIN S., Etude avant - pendant - après sur les freins et les motivations des adolescents en difficulté sociale en visite au Centre Pompidou, mémoire de recherche, Ecole du Louvre, 2008.

<sup>93</sup> Le musée du château de Versailles a fait ce choix en proposant un ensemble de visites thématiques téléchargeables pour toute la famille dès 6 ans : <http://www.chateauversailles.fr/preparer-ma-visite/en-famille/activites-famille/activites-famille/animations-1>

du musée du Quai Branly, du musée national d'art asiatique Guimet et le musée national de la Renaissance du château d'Ecouen.

Le cas de la Cité de l'Architecture et du Patrimoine est intéressant dans ce cadre. L'institution possède une offre variée à destination du jeune public dès 7 ans avec des ateliers et visites animées, stages et anniversaires au musée. Néanmoins, les adolescents semblent exclus de cette offre et intégrés à celle des étudiants réservée aux moins de 26 ans. Dans l'ensemble, l'offre proposée sur leur site internet est difficilement compréhensible et surtout lacunaire. Il est nécessaire de s'abonner à leur newsletter pour recevoir des informations par rapport aux différentes offres.

Les visites guidées : Au sein du corpus étudié, il est possible de distinguer quelques tentatives timides d'intégrer une offre à destination des adolescents dans les musées nationaux, notamment au musée d'Orsay. Ce dernier propose, avec sa programmation Renc'art, des visites guidées thématiques à destination des adolescents entre 12-15 ans.

Les ateliers : Si le musée Orsay a fait le choix des visites guidées, la plupart du temps les musées proposent des ateliers à destination des adolescents. Le musée des arts et métier (CNAM) propose une offre pour les jeunes publics organisée en ateliers en fonction des tranches d'âges (4-6 ans, 7-9 ans, 10-12 ans et 12-14 ans). La tranche des adolescents 12-14 ans ne propose qu'un atelier « *Crée ton dessin animé* » en rapport avec l'exposition *Un monde truqué. Enquête en coulisses*.

Le Musée des Arts Décoratifs de Paris propose un panel d'offre d'ateliers et de stages à destination du jeune public entre 4 et 18 ans. Les groupes d'âge sont répartis de cette façon : 4-6 ans, 7-10 ans, 11-14 ans et 15-18 ans. Pour les 11-14 ans, le musée propose trois types d'atelier : « mode et création textile », « du portrait à la caricature », « un bijou de métal ». Tandis que la tranche d'âge des 15-18 ans ne possède pas d'offre pour le moment.

La Philharmonie de Paris propose une offre découpée par tranches d'âge entre 8-11 ans et 12-14 ans, à partir de 15 ans l'adolescent est associé au public adulte. En dehors des concerts ouverts à tous, l'offre d'activité se présente principalement sous formes d'ateliers d'initiation à la pratique musicale. Il s'agit de cycles découpés tout au long de l'année sur des jours et horaires précis que l'on peut « *suivre partiellement ou dans son intégralité* ».

### 1.3.1.3. *Les musées étrangers : une programmation à deux vitesses*

Au sein de l'Europe, malgré l'absence marquante de propositions d'activités culturelles à destination des adolescents dans les grandes institutions ciblées par l'étude, il existe quelques exceptions comme le Centre belge de la bande dessinée qui propose un atelier d'apprentissage de l'art de la bande dessinée à destination des 10-14 ans et des 15-18 ans, organisé tout au long de l'année scolaire, le samedi pendant trois heures. Il s'agit cette fois-ci d'une inscription à l'année payante, il est également possible de s'inscrire à des stages organisés pendant les vacances scolaires.

Le Musée d'Art Contemporain de Barcelone (MACBA) fait également office d'exception notable. Ce dernier offre une proposition similaire au *Studio 13/16*. Il s'agit de *l'Habitacio 1418* ou la Room 1418 à destination des adolescents entre 14 et 18 ans. *L'Habitacio* est ouverte tous les samedi après-midi de 17h à 19h sans réservation ni droit d'entrée.

En ce qui concerne les pays anglo-saxons, à savoir l'Angleterre, les Etats-Unis et le Canada dans le cadre de notre étude, l'offre destinée aux adolescents est beaucoup plus fournie et peut se présenter sous différentes formes pouvant se décliner d'une institution à une autre.

#### *les workshops ponctuels*

Il existe tout comme en France des ateliers organisés de manière ponctuelle. C'est le parti pris qu'a choisi le British Museum à Londres. La tranche des adolescents définie entre 13 et 18 ans possède une programmation propre qui se distingue des offres destinées aux tranches enfants et adultes. Pour le moment (février 2016), cette programmation est réduite à une seule proposition gratuite soumise à réservation, centrée sur la photographie au sein du musée.

Le Metropolitan Museum (MET) à New York met à disposition du jeune public une programmation fournie sur le modèle des ateliers ponctuels. Proposé sous un format mensuel, les différents ateliers segmentent la tranche des adolescents en trois groupes : les 11-14 ans avec *L'Upcoming Art Explore*, les 15-18 ans avec le *Teen Studio* et enfin les 11-18 ans, avec le *Saturday Sketching*. *L'Upcoming Art Explore* est un atelier pour les enfants/adolescents proposant une visite des collections du musée et une pratique artistique autour d'un thème prédéfini. Tandis que le *Teen Studio* est ouvert une fois par mois, un samedi, entre 14h et 17h. L'objectif de cet atelier est d'initier les adolescents à d'autres techniques de création. Le

Saturday Sketching est un atelier proposé afin d'initier les jeunes au dessin académique dans les salles du musée animé par des professeurs de dessin. Toutes ces propositions sont gratuites mais une réservation est conseillée.

L'Institute of Contemporary Art (ICA) de Boston présente un programme à destination des adolescents très fourni. L'ensemble des offres est proposé sur un site internet spécialement dédié aux adolescents dans lequel il est possible de trouver des *workshops* organisés selon le médium pratiqué et le niveau de l'adolescent à des dates ponctuelles. L'ICA propose aussi des *Walltalk* où les adolescents sont invités à découvrir les collections du musée et à échanger sur leurs conceptions de l'institution et de l'art contemporain.

L'offre du Whitney Museum of American Art à New York se rapproche de ce que propose le Centre G. Pompidou propose avec le *Studio 13/16*. Avec son *l'Open Studio* à destination des 14-18 ans, ouvert le vendredi entre 16 et 18h à des dates ponctuelles, de manière presque hebdomadaire, le Whitney offre un espace gratuit et ouvert de manière presque hebdomadaire aux adolescents de New York. La programmation y est libre afin de favoriser la création individuelle de chaque adolescent.

### Les offres de stages

Certains musées ont préféré la forme du stage à celui du workshop. Il s'agit généralement d'un cycle d'interventions programmées à des dates précises pendant la période scolaire ou des vacances. Ces offres sont le plus souvent payantes et soumises à réservation ou à une sélection.

Le Museum of Fine Art de Boston propose à travers son *Teen Studio Art Classes* un ensemble d'activités organisées selon la tranche d'âge (12-14, 15-18 et 12-18), de la période mais également en fonction de la technique envisagée (dessin, peinture, sculpture, architecture, photographie, design etc.). L'ICA de Boston propose un stage centré uniquement sur la réalisation de films ou courts métrages. Le cycle s'étend sur l'ensemble de l'année et répartie les adolescents par niveau. De nouveau, la tranche d'âge ciblée n'est pas précisée.

Le Museum of Modern Art (MoMa) à New York met à disposition des adolescents avec *In the Making* un cycle gratuit d'activités. Proposé aux adolescents de New York City uniquement âgés entre 13 et 19 ans, le stage se déroule sur dix semaines, pendant lesquelles les adolescents se retrouvent au musée trois fois par semaine avec en conclusion le montage d'une exposition. Le cycle est certes gratuit mais nécessite un dossier de candidature. Le Victoria and Albert Museum à Londres propose une offre semblable avec *Create*, offrant la possibilité aux adolescents de s'initier à une pratique artistique au sein du musée. Les offres se découpent entre les 13-15 ans, les 16-19 ans et les 16-24 ans.

Avec son *Summer Programs*, le MET offre aux adolescents entre 11 et 18 ans d'approfondir une technique tout en explorant les collections du musée durant un été. Le Musée des beaux-arts de Québec (MBAQ) offre un programme similaire avec ses *camps d'été*. Ils favorisent l'apprentissage plusieurs techniques artistiques de manière plus approfondie que sur des workshops ponctuels.

#### Les comités de visiteurs adolescents

Les musées suivant ont pris la décision de créer des partenariats sur le long terme avec une équipe d'adolescents. Ces programmes sont souvent construits autour d'un objectif social marqué. Ils s'organisent durant une période variable avec un groupe fixe d'adolescents en charge d'un ou de plusieurs projets.

L'institution du Tate Museum, qui rassemble les musées Tate Britain, Tate Modern, Tate Liverpool et Tate St-Ives, tente avec *Circuit* de renforcer les liens entre les adolescents (entre 15 et 25 ans) et l'art grâce à un ensemble d'activités permettant aux adolescents de visiter des expositions mais aussi de monter des événements au sein même des galeries des musées. *Circuit* permet aux jeunes de créer et de se responsabiliser en participant au montage de projets culturels d'envergure. Si les objectifs sont clairs, les modalités de participation sont plus abscondes sur le site internet.

Le *MCA's Teen Creative Agency* est proposé par le Museum of Contemporary Art de Chicago. Il s'agit d'un programme ouvert aux adolescents entre 15 et 19 ans. Le *Teen Creativity Agency* s'organise en plusieurs ateliers tous les samedis répartie sur deux ans. Conçu comme un comité de visiteurs, les adolescents sont associés aux équipes du musée afin de se former au fonctionnement muséal et à l'art contemporain dans le but de créer de nouvelles



programmations à destination des adolescents. Durant trois jours, sous la forme d'un séminaire, *le National convening for teens in the Arts*, organisé au sein de l'ICA de Boston, propose aux adolescents de se rassembler et de discuter des liens entre adolescents et musée afin de constituer de nouvelles approches et offres à destination du public adolescent.

### Les offres professionnalisantes

L'aspect social des programmations pour les adolescents semble tenir une place importante dans la politique culturelle des institutions anglo-saxonnes. Il y transparaît une volonté de professionnalisation des adolescents. Le Museum of Fine Art (MFA) de Boston, au-delà de sa proposition de workshop offre également avec *Teen Art Council* la possibilité à des adolescents scolarisés au Boston Public School de participer à la vie du musée durant les vacances estivales et ainsi de se créer une expérience préprofessionnelle. Grâce au *Teen Art Council*, les adolescents entrevoient les différentes voies professionnelles possibles dans le monde de la culture à travers la création d'une exposition.

Le même principe est proposé au sein de l'ICA de Boston avec un programme également nommé *Teen Art Council*. Le musée propose également aux adolescents de se former directement auprès d'artistes au sein d'un stage, *Artist Encounter*.

Le Whitney Museum of American Art à New York, en plus de son *Open Studio*, propose plusieurs programmes permettant aux adolescents de s'intégrer en partie aux équipes du musée à travers les programmes *Youth insights artists* et *Youth insights leaders*. Le programme *Youth insights artists* permet aux adolescents de participer à la création d'une exposition, en partenariat avec des artistes (*Artist in residence*). Ce programme est soumis à une candidature par dossier. Tandis que *Youth insights leaders* insère les adolescents dans l'équipe de médiateurs auprès des autres adolescents et des publics familiaux. Ces programmes permettent aux adolescents de devenir des relais auprès des publics adolescents, notamment à travers le Teen Blog du musée.

Certaines des propositions s'éloignent de la programmation culturelle pour tendre vers de vraies possibilités d'expériences professionnelles ou formations dans le cadre d'une scolarité spécifique. C'est le cas du MET qui envisage ce lien de professionnalisation sous un autre angle. Il organise régulièrement un *Carrer Labs* destiné aux 15-18 ans. Conçu comme une

table ronde, ce programme permet aux jeunes de rencontrer des professionnels du monde de la culture et de s'informer des possibles carrières dans le domaine.

Le MFA de Boston à travers l'initiative *Teen visitor Aides and program assistants*, propose une expérience professionnelle en tant qu'aide à la visite et assistant dans la programmation à destination des adolescents. L'offre prend alors la forme d'un job d'été. Parallèlement, le MFA de Boston propose également une formation pour les adolescents envisageant d'intégrer une école d'art au sein de sa *School of Museum of Fine Arts (SMFA)*.

### ***1.3.2. Les ateliers libres : les exemples de l'Habitacio 1418 et de l'Open Studio<sup>94</sup>***

A la suite de l'étude concernant l'offre muséale à destination des adolescents en tant que visiteurs libres, nous avons pu constater que le Studio 13/16 du Centre G. Pompidou n'est pas un fait unique mais appartient à un ensemble d'offres similaires d'ateliers libres.

Ce focus a pour objet de présenter plus précisément le Studio 13/16 ainsi que les deux offres se rapprochant le plus, par leurs caractéristiques, de l'offre du Centre G. Pompidou. Il a été rendu possible grâce à la collaboration des institutions du MACBA et du Whitney Museum qui, contactées par courriel en février 2016, ont accepté de répondre à nos questions.

#### ***1.3.2.1. L'Habitació 1418: espace d'expression et de partenariat***

L'Habitació fut créé le 15 février 2014. Il s'agit donc d'une initiative encore jeune. Cette programmation correspond au souhait du MACBA (Musée d'Art Contemporain de Barcelone) et du CCCB (Centre de la Culture Contemporaine de Barcelone) d'offrir un nouvel espace d'activité pour les jeunes entre 14 et 18 ans.

L'Habitació a été créé et est dirigé par Fito Conesa, dont l'objectif est à la fois de mieux connaître le public adolescent de l'institution mais également la volonté d'offrir un rôle aux adolescents au sein du musée. L'un des objectifs présentés par l'Habitació est d'inclure les adolescents au cœur de la vie du quartier dans lequel est implantée l'institution culturelle, à savoir le Raval. Pour cela, un comité de visiteurs constitué d'adolescents habitués de l'Habitació est formé pour créer des actions à la fois à l'intérieur et à l'extérieur du MACBA. L'une de ces initiatives est d'ailleurs en cours de création afin d'être présentée en juillet 2016

---

<sup>94</sup> Annexe A3

au sein du festival de théâtre de Barcelone et une autre action sera présentée en novembre 2016.

L'offre de l'Habitació se concentre principalement sur la possibilité de participer à des workshops, des débats mais également à des visites d'institutions culturelles (en plus du MACBA et du CCCB). A cela, s'ajoute pour les adolescents la possibilité d'impacter directement sur la conception et l'organisation des ateliers au sein de l'Habitació.

L'Habitació ouvre, gratuitement et sans réservation, ses portes tous les samedis entre 17H et 21H. Tout comme le Studio 13/16, la programmation est organisée par cycles aux thèmes entrés sur les points d'intérêt des adolescents (design, art plastique, numérique, street-art, music, danse etc.)

Par son nom et son format, l'Habitació 1418 est très proche de l'offre du Studio 13/16. Leurs objectifs sont également semblables entre connaissance et inclusion du public adolescent au sein de l'institution culturelle. Cependant, nous constatons une évolution quant à la manière d'atteindre ces objectifs. En effet, alors que le Studio 13/16 du Centre G. Pompidou consacre principalement ses efforts sur une intégration des adolescents au sein de la structure physique de l'institution culturelle à travers une participation aux activités, le MACBA, à travers l'Habitació 1418, tente d'inclure les adolescents dans la vie de l'institution mais également de la ville grâce à une responsabilisation des jeunes et une valorisation de leurs actions sur le musée et son environnement. Du Studio 13/16 à l'Habitació 1418, l'atelier libre pour les adolescents évolue d'une offre d'activité à un partenariat.

#### *1.3.2.2. L'Open Studio : un programme unique au sein d'une offre complémentaire*

Le Whitney Museum a rouvert ses portes en mai 2015 après une période de travaux. Cette réouverture a été l'occasion d'une réflexion sur l'ensemble de sa programmation et la mise en place de pilotes pour de nouvelles offres, dont L'Open Studio. Ce dernier est le fruit du travail de l'équipe pédagogique de l'institution et a fait ses débuts au cours de l'été 2015.

Le premier objectif de l'Open Studio et des projets *Youth insights* est de rendre accessible le musée et ses ressources aux adolescents. Le but social de l'offre est particulièrement mis en

avant par l'institution culturelle qui souhaite avant tout s'adresser aux adolescents en difficulté que ce soit sur le plan scolaire mais également marginalisés car issus de l'immigration ou en raison de leurs sexualités. L'Open Studio se place comme un lieu sûr dans lequel les adolescents peuvent s'exprimer librement.

Au cours de sa période d'essai, l'Open Studio fut ouvert les mardis, mercredis et jeudis afin de permettre aux étudiants de se confronter au monde de l'art grâce à des rencontres avec des artistes mais également des visites d'institutions culturelles.

Rapidement, il a été remarqué que cette formule ne permettait pas un véritable temps dédié à la création et à la pratique artistique. Il a donc été décidé de segmenter la programmation à destination des adolescents en plusieurs offres : *Youth insights artist*, *Youth insights leaders* et *l'Open Studio*.

Aujourd'hui, l'Open Studio se présente comme un espace d'atelier ouvert tous les vendredis après-midi afin de permettre aux adolescents de créer et pratiquer une activité artistique de leur choix.

L'originalité de la proposition réside dans son lien étroit avec les autres propositions de l'institution culturelle. L'Open Studio est avant tout un espace d'expression libre mais il est aussi, par son accessibilité, la première marche d'une structure complexe permettant une inclusion de l'adolescent au sein du musée mais également de la création artistique contemporaine à travers les propositions de stage de création (*Youth insights artist*) et professionnalisant (*Youth insights leaders*).

De cette façon, une nouvelle approche semble être apportée par le Whitney Museum de New York. Effectivement, si les objectifs assumés semblent toujours les mêmes entre les trois institutions, à savoir considérer les adolescents comme un public à part entière à intégrer au cœur de la vie de l'institution culturelle, leurs applications diffèrent d'un atelier à l'autre. Avec ses trois offres, le Whitney Museum permet différents niveaux d'intégration et d'implication aux adolescents. L'Open Studio se présente alors comme un espace ouvert, aux contraintes réduites, permettant de créer une appétence pour les institutions culturelles chez les adolescents et favorisant une implication plus poussée en offrant d'autres propositions plus spécialisées.

### 1.3.3. Synthèse

De part et d'autres, nous constatons que les institutions muséales proposant le plus d'offres à destination des adolescents sont généralement des musées d'arts modernes ou contemporains, comme les musées du Centre Pompidou, le MAM de la Ville de Paris, le MACBA et l'ICA de Boston, mais également en lien avec un domaine de compétence, auxquels appartiennent les musées des Arts Décoratifs, Galliera, Centre national de la bande dessinée de Bruxelles et le VAM.

Il est également remarquable une disparité des offres culturelles entre les musées européens latins et ceux anglo-saxons. Si les programmations à destination des adolescents sont maigres dans les institutions dites latines, il existe tout de même quelques initiatives notables sous la forme d'ateliers ou de stage en dehors du Centre Georges Pompidou. Dans les pays anglo-saxons, les offres sont plus fournies dans les grandes institutions muséales. Elles se déclinent sous des formes variées, du simple workshop à la véritable professionnalisation de l'adolescent.

La plupart des propositions rencontrées lors de cette étude font l'objet soit d'une entrée payante, soit d'une réservation ou candidature, soit les deux. Dans ce cadre, les accès libres et gratuits du *Studio 13/16* et de *l'Habitacio 1418* font encore office d'exception.

Au-delà de la quantité de l'offre, les visées des différentes propositions varient. Il semblerait que les institutions européennes ciblent plus sur une sensibilisation à l'esthétique et à la création artistique tandis que l'aspect social du musée est d'autant plus mis en avant dans la programmation pour les adolescents dans les musées anglo-saxons avec une offre le plus souvent gratuite destinée au public local autour de projet de création citoyenne ou de professionnalisation. Cette différenciation dans les buts des offres à destination des adolescents dénote également un statut variable de l'adolescence dans la société selon les pays.

En effet, en France, la pauvreté relative de l'offre à destination des adolescents démontre une certaine précarité de l'adolescent au sein de la société. Il appartient à une masse uniforme et indistincte entre 11 et 18 ans à laquelle la société n'accorde pas de statut ou rôle particulier<sup>95</sup>.

---

<sup>95</sup> DARCQ C., les relations adolescents-musée : comparaison France/Etats-Unis, opus cité.

Tandis qu'aux Etats-Unis, l'adolescent est très rapidement responsabilisé notamment dans une démarche de constitution d'une véritable identité et d'un curriculum vitae lui permettant d'intégrer des grandes écoles mais également d'obtenir un statut d'acteur au sein de la société<sup>96</sup>. La plupart des offres anglo-saxonnes propose d'impacter directement l'environnement dans lequel il évolue pour lui démontrer sa capacité à œuvrer et agir pour demain. Au sein de l'enjeu du musée social comme véhicule de la démocratisation de la culture, le modèle anglo-saxon permet d'explicitier auprès des adolescents l'enjeu citoyen de leur intégration au sein de l'institution culturelle.

Concernant les ateliers libres, le Studio 13/16 apparaît comme la première pierre de l'édifice par son ancienneté. Les trois offres d'ateliers libres possèdent des points de ralliement, principalement autour de leurs objectifs et de leurs accessibilités, mais il existe également des divergences quant à la manière d'interpréter l'enjeu de démocratisation et d'intégration des adolescents au sein des institutions culturelles. Si tous axent principalement leurs offres sur la possibilité pour les adolescents de se confronter à une pratique artistique, certains ont fait le choix d'offrir parallèlement l'opportunité aux adolescents de s'inscrire plus en avant dans la vie et les activités de l'institution culturelle. L'atelier libre est alors un point de départ vers une relation plus complexe avec l'institution et un travail en réseau.

De plus, si une filiation semble se profiler entre les trois initiatives, aucun lien d'influence n'est avéré entre les différents projets. Il s'agit avant tout de la réponse individuelle de trois institutions à une question cruciale au sein des établissements culturels : Dans un souci de démocratisation, comment offrir une place adéquate et spécifique aux différents publics au sein des institutions culturelles ?

Tout comme présenté précédemment, ces cas particuliers sont principalement une traduction de la vision propre des institutions culturelles par rapport aux adolescents. Ils sont marqués par la place spécifique que prennent les adolescents au sein de la société et le rôle attribué aux musées, entre temples des arts et espace social d'expression.

---

<sup>96</sup> DARCQ C., les relations adolescents-musée : comparaison France/Etats-Unis, opus cité.

## *Deuxième Partie : Méthodologie*

### **2.1. Environnement de la recherche**

#### *2.1.1. Le Centre Pompidou*

Institution culturelle pluridisciplinaire, le Centre Georges Pompidou fait office d'exception à plusieurs égards. En effet, son inauguration en 1977, s'inscrit dans une période de « ferveur moderne, grisée et stupéfiante »<sup>97</sup> où le rôle du musée et la place du publics sont redéfinis. Dès les premiers instants de sa conception, le Centre Pompidou a été pensé comme une rupture permettant de confirmer la transformation du paysage culturel<sup>98</sup>, dont le succès immédiat renforça le statut particulier.

##### *2.1.1.1. Du projet Beaubourg au Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou*

Comme le précise Laurent Fleury au sein de son étude sur le Centre Pompidou<sup>99</sup>, trois étapes sont constitutives de la création du Centre Pompidou.

Dans un premier temps, la lettre du 15 décembre 1969 du président de la République, Georges Pompidou, adressée à son ministre des Affaires Culturelles, Edmond Michelet, marqua le début du projet Beaubourg. C'est par cette lettre que le président annonça sa volonté de créer un centre d'art et culturel sur le plateau du Beaubourg. Ce projet s'inscrivit alors dans un long processus tendant à créer, enfin, un établissement culturel national dédié à l'art moderne et à la création contemporain, et fit suite à l'abandon de constituer un musée du XX<sup>e</sup> siècle à la Défense. Le projet fut pensé afin de réunir sous la même entité le musée d'art moderne, mais aussi la grande bibliothèque publique<sup>100</sup>.

Par la suite, la loi du 3 janvier 1975 rendit hommage au président mort le 2 avril 1974 en transformant l'initial Centre Beaubourg en établissement public à caractère culturel « Centre

---

<sup>97</sup> STIEGLER B., Préface à l'ouvrage le Cas Beaubourg, rédigé par Laurent Fleury, en 2007, p. 16.

<sup>98</sup> DUFRENE B. (dir.), *Centre Pompidou, 30 ans d'histoire*, édition du Centre Pompidou ; Paris, 2007.

<sup>99</sup> FLEURY L., *Le cas Beaubourg, mécénat d'état et démocratisation de la culture*, Paris, Armand Colin, 2007, 318 pages.

<sup>100</sup> LAURENT S., « *un bâtiment radical au cœur de Paris* », in Dossier de l'Art, n°141, 2007.

national d'art de culture Georges-Pompidou »<sup>101</sup>. Il s'agissait là de la première création d'un établissement public à caractère culturel<sup>102</sup>. Ce statut s'inscrivait dans la démarche de décentralisation technique offrant à l'établissement, rattaché au Ministère de la Culture et de la Communication, une relative autonomie et indépendance.

Enfin, le 31 janvier 1977 eu lieu l'inauguration du Centre Pompidou, qui fut un succès international d'envergure à la fois politique et public. Ce succès permit de conforter la réussite de l'application du projet soutenu par le président de la République<sup>103</sup>.

#### 2.1.1.2. *Le Centre Pompidou, plus qu'un musée d'art moderne, une unité pluridisciplinaire.*

L'un des aspects remarquables du Centre Pompidou réside dans sa pluridisciplinarité. Il s'agit d'un élément voulu par le président Georges Pompidou dès les débuts du projet Beaubourg : « *l'ensemble architectural doit non seulement comprendre un vaste musée de peinture et de sculpture mais des installations spéciales pour la musique, le disque, éventuellement le cinéma et la recherche théâtrale* »<sup>104</sup>.

Au final, à son ouverture, le Centre comprenait quatre départements : la Bibliothèque Publique d'Information (BPI), le Musée Nationale d'Art Moderne (MNAM), le Centre de Création Industrielle (CCI) et l'Institut de Recherche et Coordination Acoustique/Musique (IRCAM). Cette nature pluridisciplinaire doit permettre de donner à voir l'ensemble des facettes de la création du XX<sup>e</sup> siècle<sup>105</sup>.

Pour Gaëtan Picon<sup>106</sup> dans sa note d'orientation adressée au président le 27 janvier 1970<sup>107</sup>, cette pluridisciplinarité était nécessaire et devait reposer sur la conjugaison d'une

---

<sup>101</sup> « Il est créé, sous forme d'établissement public national à caractère culturel doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, un centre national d'art et de culture portant le nom de Georges-Pompidou. » extrait de l'art. 1. de la loi du 3 janvier 1975 portant création du centre national d'art et de culture Georges-Pompidou (1). Version consolidée au 14 juin 2016.

<sup>102</sup> Loi n°2002-6 du 4 janvier 2002 relative à la création d'établissements publics de coopération culturelle.

<sup>103</sup> FLEURY, opus cité.

<sup>104</sup> Brouillon de la lettre du président Georges Pompidou à l'attention du ministre en charge des Affaires Culturelles, Edmond Michelet, conservée aux Archives de la présidence de la République au sein des Archives Nationales, AN, Présidence de la République, 5 AG 2/1073

<sup>105</sup> LAWLESS C., Musée national d'art moderne, historique et mode d'emploi, BOZO Dominique (dir.), Paris, Centre Georges Pompidou, 1986, 191 pages.

<sup>106</sup> Gaëtan Picon (1915/1976) fut un proche de Malraux dès les années 1930. Il participa à la création du Ministère des Affaires culturelles, pour qui il fut chargé de mission afin de reprendre les fonctions de directeur général des Arts et des Lettres en 1959. Il écrivit plusieurs ouvrages sur l'art et fut un temps Directeur d'étude de l'Ecole pratique des hautes études.

<sup>107</sup> Note de Gaëtan Picon sur l'aménagement des Halles et du plateau de Beaubourg, Archives Nationales, 5 AG 2/19059, année 1970.



programmation variée avec une muséographie innovante, l'association d'un musée d'art contemporain avec un centre de création industriel<sup>108</sup> et la dissociation des collections des expositions temporaires<sup>109</sup>.

Cependant, cette pluridisciplinarité n'est pas saisissable aisément. Le poids que représentent des unités comme celle du musée d'art moderne ou de la Bibliothèque Publique d'Information entraîne parfois une confusion et un amalgame entre le Musée ou la Bibliothèque et le Centre. Or, toujours selon G. Picon, l'unité est un autre élément fondamental nécessaire au projet. En effet, il semble rapidement nécessaire d'alimenter une véritable coordination entre les différents pôles, indépendants entre eux : « *Nous devons tous y contribuer et faire en sorte que le Centre Beaubourg ne devienne pas un ensemble de départements étroitement séparés, plus ou moins élégamment organisés, mais un centre véritable, une nouvelle expérience dont le succès ou l'échec nous concerne tous* »<sup>110</sup>.

### 2.1.1.3. *Le Centre Pompidou et la démocratisation culturelle : de l'utopie à la pratique*

Les années 1960 et 1970 furent le théâtre d'une véritable redéfinition des missions du musée au travers desquelles le public pris une place considérable. Après mai 1968, le musée a été redéfini afin d'affirmer le rôle social de l'institution culturelle. Dans ce cadre, la déclaration de Santiago du Chili<sup>111</sup> tient une place prépondérante dans la définition du musée au service de la société<sup>112</sup>. En effet, cette déclaration met en avant la nécessité pour le musée de s'ouvrir au monde mais également d'utiliser le patrimoine comme vecteur social fort grâce à la valorisation d'un patrimoine commun mais également l'accessibilité des collections et la volonté d'inscrire le musée au sein des préoccupations contemporaines.

Ce déplacement de paradigme qui permet de placer le public au cœur des préoccupations du musée fut intimement lié au développement de la Nouvelle Muséologie. Bien que le terme ne fut employé qu'à partir des années 1980, il désignait l'ensemble des questionnements autour

---

<sup>108</sup> Le CCI a été créé en 1969 par l'Union Centrale des Arts Décoratifs. Il a été intégré au Centre Pompidou en 1972. Le CCI a pour mission d'« expliquer et à illustrer les mouvements qui sous-tendent les mécanismes et l'évolution de la création industrielle. [...] le CCI travaille à faire valoir les relations qu'entretiennent, au travers des arts plastiques, la création industrielle et la création artistique ». LAWLESS, opus cité, p.191.

<sup>109</sup> FLEURY, opus cité.

<sup>110</sup> Richard Rogers, intervention lors de la réunion des utilisateurs de 28 avril 1972, archive du Centre Georges Pompidou, tiré de DUFRENE, opus cité, p.29.

<sup>111</sup> La déclaration de Santiago du Chili a été faite en 1972, à l'occasion d'un atelier sur le musée organisé par l'UNESCO.

<sup>112</sup> MAIRESSE F., Musée/Thésaurus, in DESVALLEES A. et MAIRESSE F. (dir.), Vers une redéfinition du musée ? Paris, l'Harmattan, 2012, 224p.

du rôle que doit jouer le musée, notamment d'un point de vue social. C'est en 1981 qu'André Desvallée définit la Nouvelle Muséologie en opposition à l'ancienne muséologie, dépassée, qui dût alors se concentrer sur une réflexion autour de la société et de la place que le musée doit donner à son public<sup>113</sup>.

Dans ce cadre, la médiation culturelle pris une place prépondérante. Car par sa définition même, c'est-à-dire la mise en place d'un ensemble d'actions dans un contexte culturel permettant de « établir des ponts entre ce qui est exposé (le voir) et les significations que ces objets et sites peuvent revêtir (le savoir) »<sup>114</sup>, la médiation culturelle œuvre à la démocratisation culturelle et s'inscrit dans une politique en faveur d'une ouverture à un public plus large.

Bien que le projet du plateau de Beaubourg soit aux antipodes du projet communautariste de l'écomusée porté par la Nouvelle muséologie, le Centre Pompidou s'inscrit dans la même mouvance d'une culture accessible à tous en plein cœur de la ville, basé sur l'interdisciplinarité<sup>115</sup>.

Le Centre Pompidou fut également le reflet de la volonté d'un homme, Georges Pompidou, et d'une démarche de soutien de l'Etat dans l'application du discours pour la démocratisation culturelle souvent tenue en échec face à « la tendance aristocratique de la distinction »<sup>116</sup>. Ce qui peut être considéré comme le fait du prince est avant tout le retour du musée au service de l'art et du public et au rôle prépondérant de l'Etat dans la constitution d'une politique culturelle dans la lignée de la démarche entreprise par André Malraux. Si 1959 avec la constitution du Ministère des Affaires culturelles marque la fin du divorce entre l'Etat et l'Art, 1969, avec le projet Beaubourg, marque la fin du divorce entre l'Art et la Société<sup>117</sup>. Dans ce cadre, le Centre Pompidou s'inscrit dans la continuité du processus développé par Jean Vilar au sein de son Théâtre National Populaire<sup>118</sup>. Comme cela est précisé par Bernadette Dufrêne, l'ouverture du Centre devait permettre, à la suite des crises liées aux affaires culturelles issues de Mai 68, de se placer en réaction à la pensée et pratique

---

15 "Muséologie (nouvelle)". *Encyclopaedia universalis*, Supplément, t.2., 1981, p. 958-961 (6 colonnes) (repris dans l'édition de 1985)

<sup>114</sup> MONTPETIT R., « Médiation », article du Dictionnaire encyclopédique de muséologie, opus cité. p.216.

<sup>115</sup> MAIRESSE F., « Musée/thésaurus », opus cité.

<sup>116</sup> STIEGLER B., opus cité, p.27.

<sup>117</sup> FLEURY, opus cité.

<sup>118</sup> Théâtre subventionné, fondé par l'Etat en 1920, le TNP fut d'abord installé au Trocadéro puis au palais de Chaillot. Il fut dirigé par Jean Vilar entre 1951 et 1963. Ce dernier entrepris une véritable politique de public basé sur l'associatif mais aussi une programmation riche en rencontre et la mise en place d'offre d'abonnement.

bourgeoise afin de donner une place centrale au public, de le rendre acteur de la culture afin de tendre vers plus de démocratisation<sup>119</sup>.

La volonté d'intégrer le Centre Pompidou au sein du processus de transformation du musée, et à plus large échelle l'institution culturelle, au service de la société et de son environnement se concrétise notamment par la nomination de Pontus Hulten<sup>120</sup> comme premier directeur. Ce dernier était véritablement porté par l'idée d'un musée ouvert à la société, pouvant accueillir tout le monde tout en offrant une programmation variée et ambitieuse. Ancien directeur du Moderna Museet de Stockholm, Pontus Hulten marqua profondément la politique du Centre Pompidou. En tant qu'historien de l'art, il est convaincu de la nécessité d'avoir une collection de qualité afin de servir de colonne vertébrale à l'établissement. A cela doit s'ajouter un ensemble de mesures permettant à tout à chacun de jouir de ces œuvres. Cela passe par les horaires d'ouverture du Centre, jusqu'à 22H, pour permettre aux travailleurs de venir. Mais aussi par la modification des modalités d'accueil, le surveillant de salle, en uniforme, est remplacé par un agent d'accueil qui doit pouvoir guider physiquement et intellectuellement les visiteurs<sup>121</sup>.

Cette volonté de démocratisation et de service public s'exprime avant tout dans la conception même de l'architecture, en rupture avec les traditions muséales. Les deux architectes Renzo Piano et Richard Rogers ont surpris le jury en proposant un projet axé Nord-Sud permettant d'intégrer le bâtiment dans l'environnement du quartier quadrillé par les rues Saint-Martin et du Renard. Cette orientation permet également aux deux architectes d'implanter la construction sur la moitié du terrain et ainsi de créer la fameuse piazza, sur le modèle des monuments anciens, comme la cathédrale de Sienne<sup>122</sup>. Ce parvis en pente douce amène naturellement le badaud et les visiteurs à rentrer dans le bâtiment. Il s'agit également d'un lieu de vie où parisiens et touristes peuvent s'installer pour un moment de partage ou pour profiter d'un spectacle de rue. L'ensemble de la construction se déroula entre 1971 et 1977. L'édifice mesure 166 mètres de long pour 42 mètres de haut et 60 mètres de large. Il abrite 8 niveaux de 7500 m<sup>2</sup> pour 7 mètres de haut. Son architecture en totale opposition avec le style et la sobriété chromatique de l'architecture environnante est à l'image de son programme, en

---

<sup>119</sup> DUFRENE, opus cité.

<sup>120</sup> Pontus Hulten (1924/2006) fut un historien de l'art et philosophe suédois. Directeur du Centre entre 1973 et 1981, sa présidence est considérée comme l'âge d'or de l'institution, notamment avec l'ensemble d'exposition « Paris ».

<sup>121</sup> Centre Pompidou, ressources, Pontus Hulten.

<sup>122</sup> LAURENT S., opus cité.

rupture. Son originalité marqua les esprits dont les plus réfractaires surnommeront le bâtiment « usine à gaz », « hangar de l'art » etc. Ce bâtiment, en adéquation avec la politique culturelle du Centre Pompidou deviendra son symbole. En effet, Renzo Piano déclara qu'il souhaitait « démolir l'image d'un bâtiment culturel qui fait peur. C'est le rêve d'un rapport extraordinairement libre entre l'art et les gens »<sup>123</sup>. L'architecture pensée par Piano et Rogers permet de rendre tangible certaines mesures favorisant la démocratisation culturelle comme la libre circulation ou encore l'accessibilité physique et intellectuelle : « Pour le public : un lieu d'accueil simple, agréable, chaleureux où l'effort certes, n'est pas proscrit (ne serait-ce que l'effort physique de monter l'escalier), mais où tout est commode, attirant voire attrayant. »<sup>124</sup>.

Ces décisions prennent valeurs de symbole et sont à associer à une démarche de fidélisation, rendues possibles par la reprise de certains dispositifs déjà mis en place au TNP de Jean Vilar afin de favoriser une relation entre l'institution et les individus<sup>125</sup>.

Ainsi, le Centre Pompidou se présente comme une réponse de l'Etat face aux troubles de la fin des années 1960 et à la nécessité de repenser les institutions culturelles dont les musées. Il illustre les grandes transformations de la conception du musée à travers une architecture spectaculaire, l'importance donnée à la muséologie et à la fonctionnalité du bâtiment permettant de penser le musée pour les masses grâce aussi à la professionnalisation du personnel et le développement des techniques d'accueil et de communication<sup>126</sup>. Si pour François Mairesse, ces caractéristiques entraînent une perte d'intimité entre le public et l'œuvre et efface l'aspect social du musée, il est néanmoins important de souligner la place prépondérante que prend le public au sein d'une telle structure pensée comme un forum composite où l'individu peut papillonner au grès de l'évolution de sa pratique et ses affinités culturelles.

---

<sup>123</sup> Citation tiré de LAURENT S., opus cité. p.20.

<sup>124</sup> Archive du Centre Pompidou, Sébastien Loste, Note antipathique, dactylographiée, juin 1972.

<sup>125</sup> FLEURY, opus cité.

<sup>126</sup> MAIRESSE F., Musée/thésaurus », opus cité.

#### 2.1.1.4. Une place prépondérante donnée à la jeunesse

La création du Centre Pompidou s'inscrit donc dans une ère de changement et de volontarisme où les notions de publics, du rôle du musée ainsi que des méthodes ont évolué et vont permettre aux nouvelles institutions de mettre en place des politiques culturelles innovantes et originales auprès de publics autrefois mis de côté. C'est ainsi que le Centre Pompidou apparaît comme précurseur car il fut conçu comme un outil à l'attention du public conceptualisé de manière beaucoup plus large<sup>127</sup>.

Au-delà de la rupture avec le modèle classique des institutions culturelles, le Centre Pompidou se place dès son ouverture comme un espace d'expérimentation, et de laboratoire au service de la société. Dans ce contexte, il fut l'un des premiers à mettre en place des dispositifs permettant d'intégrer le public juvénile et familial.

Dès les préfigurations du projet Beaubourg, en 1975, il fut immédiatement pensé un atelier à destination des enfants. Cette décision s'intègre dans un courant de programmations culturelles tournées vers la jeunesse, courant marqué notamment par l'ouverture du musée en Herbe en 1975, puis plus tard de la Cité des enfants au sein de la Cité des Sciences en 1992.

La volonté du Centre Pompidou de constituer un atelier à destination des enfants s'inscrit dans l'ère du temps. En effet, à la suite de l'étude de P. Bourdieu et A. Darbel, le monde muséal a pris conscience du rôle majeur que joue l'enfant au sein de la pratique culturelle des adultes. Premièrement, il est avéré que l'environnement familial est déterminant dans la constitution d'une pratique culturelle. Par la suite, c'est l'enfant qui va être facteur de visite et pratique au sein de la cellule familiale. Il s'agit donc d'un très bon moyen de faire venir les visiteurs adultes que d'attirer les plus jeunes. De plus, il s'agit d'un public que les institutions culturelles connaissent déjà et touchent à travers le partenariat avec l'Education Nationale. Il est donc plus aisé de mettre en place une programmation adaptée auprès d'un public dont on connaît les caractéristiques.

L'objectif du Centre était de créer une place pour le jeune public au sein de l'institution afin d'en faire un véritable acteur de la vie de l'établissement, tout en prenant en compte la spécificité du lien que les enfants peuvent avoir avec la création. C'est Danièle Giraudy qui fut chargée de créer ce lieu de rencontre à destination des enfants.

---

<sup>127</sup> Dufrière, opus cité.

La force de l'Atelier réside notamment dans la mise en place d'un projet d'ampleur avec une équipe constituée d'animateurs et non de gardiens de salles. L'objectif de l'Atelier des enfants est de les sensibiliser à l'art grâce à l'exploration sensorielle<sup>128</sup> à travers différents domaines d'expression artistique afin de présenter le musée comme un champ d'aventures et de possibilités.

Les travaux de réaménagement entrepris entre 1998 et 2000 ont permis le déménagement des bureaux afin de gagner 8000 m<sup>2</sup> de surface au profit des expositions temporaires, Musée National d'Art Moderne et de la Bibliothèque Publique d'Information. Dans le cadre de la réorganisation interne du Centre, l'Atelier des enfants est divisé entre les ateliers et la Galerie des enfants, installée dans le forum sur la Mezzanine. De plus, la programmation ne s'adresse plus seulement aux enfants entre 6 et 10 ans, mais aux tranches d'âge 2-5ans et 6-12 ans.

C'est en 2009, que selon le vœu du président du Centre Pompidou de l'époque, Alain Seban, le Studio 13/16, destiné aux adolescents entre 13 et 16 ans, vient compléter l'offre à destination de la jeunesse. Ce nouveau programme prend en compte la relative ignorance des musées quant à la question de l'adolescent au sein des institutions muséales et démontre, encore une fois, la volonté du Centre Pompidou de rester un précurseur ainsi qu'un laboratoire social d'envergure<sup>129</sup>.

### ***2.1.2. Le Studio 13-16 : une offre précurseur***

Après une année d'enquêtes sur le public adolescent, entre 2008 et 2009, à l'intérieur et à l'extérieur<sup>130</sup> du Centre Pompidou, notamment sur ses freins et motivations à la visite<sup>131</sup>, ses représentations des musées et de l'art contemporain<sup>132</sup>, ses habitudes de visites<sup>133</sup> mais également sur ses attentes<sup>134</sup> quant à l'ouverture d'un espace lui étant dédié, et un premier

---

<sup>128</sup> O'Neill M.-C., De l'Atelier des enfants au service programmation jeune public, in Dufrêne (dir.), Centre Pompidou, trente ans d'histoire, pp.435-438

<sup>129</sup> Centre Pompidou : <https://www.centrepompidou.fr/cpv/ressource/cMdAqnL/rM6MyE>

<sup>130</sup> FEURER C. et NOUVELLON M., mémoire de recherche, 2009.

<sup>131</sup> MOUGIN S., Etude avant - pendant - après sur les freins et les motivations des adolescents en difficulté sociale en visite au Centre Pompidou, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 178p.

<sup>132</sup> CARRARA C., Les Adolescents en difficulté sociale et leurs représentations des musées et de l'art contemporain : étude pour la préfiguration de l'Espace adolescent du Centre Pompidou, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 197p.

<sup>133</sup> JEVTOVIC S., L'Etude pour la préfiguration de l'espace ados du Centre Pompidou : le public adolescent actuel : les loisirs et pratiques culturelles, l'image du Centre et les attentes, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 159p

<sup>134</sup> PUJOL A., étude préalable à l'ouverture de « l'espace ado » au Centre Pompidou : attentes du public actuel, mémoire d'étude, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 91p

projet *Playground* en 2009, le Studio 13/16 ouvrit ses portes en 2010. Il était alors le premier programme de cette nature à être constitué dans un grand musée européen.

L'objectif du Studio était d'offrir un espace propre aux adolescents au cœur de l'institution culturelle. Il doit servir de lieu d'expression et de sensibilisation à la pratique artistique auprès des adolescents ainsi que de tremplin vers le reste des espaces et propositions du Centre G. Pompidou.

Sa conception fut à l'initiative de la Direction des Publics et plus particulièrement de la Direction de l'Action Educative et de la Programmation et du Service Programmation Jeune Public dirigé par Patrice Chazottes, dont les missions sont de « gérer les programmations, de concevoir les parcours et les ateliers qui accompagnent les expositions permanentes et temporaires du Centre ainsi que les événements ciblant les familles »<sup>135</sup>.

#### *2.1.2.1. De la nécessité de s'adresser directement aux adolescents*

L'ensemble des études entreprises avant l'ouverture du Studio aboutissaient à plusieurs recommandations. Premièrement, les adolescents étant un public difficile à capter, il est primordial de s'adresser à lui où il se trouve et de ce fait de mettre en place des relais afin de les toucher directement. C'est ainsi que l'équipe des Nouveaux Ambassadeurs a été mis en place dès janvier 2009. Les Nouveaux ambassadeurs étaient des adolescents issus des différentes Maisons Jeunesse et Culture d'Ile-de-France (Torcy, Créteil, Saint-Cloud, Morangis, Juvigny et Paris 4- pôle Simon Lefranc). L'objectif de ce groupe était de s'adresser directement aux adolescents, notamment grâce à la création d'une page Facebook spécifique, mais aussi de servir de comité de visiteur. L'une de leurs principales actions fut le flashmob organisé le 21 mars 2009 en collaboration avec l'artiste Nicolas Simarik<sup>136</sup>. Aujourd'hui, les Nouveaux ambassadeurs n'existent plus, tout comme leur page Facebook<sup>137</sup>.

#### *2.1.2.2. Le Studio 13/16, plus qu'une offre de médiation, un espace pour les jeunes.*

L'ensemble des études préalables à l'ouverture du Studio 13/16 mettait en avant la nécessité de mettre en place une programmation à l'image des adolescents. C'est-à-dire un mode de

---

<sup>135</sup> CARRARA C., opus cité, p.86.

<sup>136</sup> L'événement a été filmé et publié sur la plateforme Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=uYicnzZP5dc>

<sup>137</sup> Cf. Entretien CP3.

médiation qui leurs correspond dans un lieu à leur image. C'est dans ce cadre que le Centre Pompidou fit appel à l'architecte Mathieu Lehanneur pour créer un espace exclusivement dédié aux adolescents au Forum -1. Il a été choisi de placer le Studio au sous-sol dans le but de créer un sentiment d'intimité et de renforcer les possibilités de sociabilités<sup>138</sup>.

Pour s'adapter à l'univers changeant des adolescents, l'architecte conçu un espace malléable et fonctionnel : « Je rêvais d'un lieu qui soit pensé et construit comme un studio de télévision, de cinéma ou de musique. Je voulais que cet espace pour les ados offre le même potentiel d'action et de création que ce type de lieux professionnels. Loin d'une tentative de reconstituer un hypothétique style « ado », je n'ai gardé de l'adolescence que ce désir de distordre les choses et les lieux. J'admire cette manière unique d'assouplir le monde pour mieux s'y intégrer. Et ce qui est vrai pour une ville ou un vêtement, l'est plus encore pour une institution comme le Musée... »<sup>139</sup>.

L'espace de 300 m<sup>2</sup> peut être entièrement modulé, les seuls éléments fixes sont le « rail technique », inspiré de l'univers du cinéma permettant de mettre en lumière l'espace et la diffusion de musique, ainsi que l'espace lounge de part et d'autre de l'entrée. Au départ, cet espace était fait de coussins en mousse, qui avec l'usage se sont abimés et ont été remplacés par un système de gradin superposant des cubes de manière dissymétrique lors de l'ouverture de la saison 2015/2016 en septembre dernier<sup>140</sup>.

Le lieu reste sobre dans la forme mais utilise des couleurs pop comme le souhaitent les adolescents sondés avant l'ouverture de l'espace<sup>141</sup>.

Conçu comme un espace de rencontre, le Studio mettait à disposition un four à micro-ondes, un frigidaire ainsi qu'un minibar au sein de son espace. Cela devait permettre de rendre les adolescents plus indépendants mais aussi de renforcer l'aspect cocoon et accueillant du Studio<sup>142</sup>. Pour se conformer à l'importance des technologies au sein de la culture adolescente, des prises électriques ont été mise en place permettant de brancher les téléphones ainsi qu'une télévision diffusant une partie des collections nouveaux médias du Centre<sup>143</sup>.

---

<sup>138</sup> CENTRE GEORGE POMPIDOU, *Médiation, faire l'expérience du Centre Pompidou*, numéro 1, Paris, Centre Pompidou, 2012, 34 pages.

<sup>139</sup> Site internet de l'architecte M. Lehanneur : <http://www.mathieulehanneur.fr/projet.php?projet=91#>

<sup>140</sup> Annexe A4.1

<sup>141</sup> Au sein de son enquête, S. Jevtovic questionna les adolescents sur leurs imaginaires concernant un espace adolescent. Pour eux, le lieu devait être coloré, comporter des sièges et fauteuils et correspondre à un esprit jeune. (cf. JEVTOVIC, opus cité, p.134)

<sup>142</sup> CARRARA, mémoire d'étude, opus cité.

<sup>143</sup> La STUDIO TV diffuse un corpus de vidéos artistiques. Cette programmation est fixe et présentée à chaque ouverture du Studio, indépendamment du cycle en cours.



### 2.1.2.3. *S'adapter à un public spécifique : programmation et aspects pratiques*

Ensuite, l'ensemble de l'équipe de recherche conseillait de mettre en place une médiation qui ne soit pas traditionnelle mais qui permette d'associer apprentissage et divertissement ainsi que la participation active de l'adolescent. De plus la programmation devait reposer principalement sur la culture juvénile tout en introduisant des domaines méconnus du public adolescent. De ce fait, le Studio 13/16 s'organise autour de trois formes : la rencontre avec des créateurs et acteurs de la vie culturelle, la mise en place de workshops permettant de se confronter à différents domaines de création (mode, danse, art plastique, vidéo, street-art etc.) mais aussi des événements ponctuels se déroulant à la fois au Studio mais aussi à l'extérieur de son enceinte<sup>144</sup>. Au départ, la programmation du Studio se concentrait sur cinq cycles dans l'année<sup>145</sup>. Tandis qu'en 2016, rien qu'entre janvier et juillet, six cycles se sont enchaînés. Autre nouveauté pour la saison 2015-2016, la mise à disposition tout au long de l'année d'une sélection de kit conçu par des artistes à réaliser indépendamment de la programmation<sup>146</sup>.

Toujours dans le souci de suivre les recommandations qui lui ont été faites, le Studio est un espace gratuit et sans réservation. En effet, un droit d'entrée payant ainsi que la nécessité de réserver et donc de prévoir à l'avance la participation à l'atelier pouvaient être un frein à la visite<sup>147</sup>. La gratuité a été rendue possible grâce au système de mécénat appliquée au Studio 13/16. En effet, l'ensemble des actions du Studio bénéficient du mécénat de la Fondation Jean Luc Lagardère depuis 2010<sup>148</sup>. De plus, le Studio est parrainé par la fondation Lilian Thuram pour l'éducation des jeunes contre le racisme.

Enfin, afin de se détacher de la pratique scolaire notamment et de pouvoir véritablement toucher les adolescents comme public individuel, il est apparu nécessaire d'ouvrir le Studio aux moments opportuns pour eux, c'est-à-dire les mercredis, samedis et dimanches après-midi ainsi que tous les après-midi pendant les vacances scolaires, entre 14H et 18H.

---

<sup>144</sup> Site internet du Centre George Pompidou, musée national d'art moderne, « préparer sa visite, venir en famille », activités pour les jeunes publics : <https://www.centrepompidou.fr/fr/Votre-visite#23998>

<sup>145</sup> Annexe A4.1, fig.6

<sup>146</sup> Culture.fr, rattaché au Ministère de la Culture et de la Communication, <http://www.culture.fr/Actualites/Jeune-public/Le-Studio-13-16-du-Centre-Pompidou-fete-ses-5-ans>

<sup>147</sup> NOUVELLON M., Dans la foule adolescente des Halles, les non-visiteurs du Centre Georges Pompidou : second volet de l'étude de préfiguration du Studio 13/16 du CNAC, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2009, 173p.

<sup>148</sup> [http://www.fondationjeanlucagardere.com/actions/2015/soutien\\_au\\_studio\\_1316\\_du\\_centre\\_pompidou](http://www.fondationjeanlucagardere.com/actions/2015/soutien_au_studio_1316_du_centre_pompidou)

Le système de communication repose sur différentes actions. La communication mise en place pour le Studio 13/16 repose sur deux versants. Tout d'abord, il a été mis en place une communication institutionnelle à travers un encart spécifique sur le site du Centre Pompidou : « Découvrir en Famille ». La présentation du Studio 13/16 intervient en toute dernière partie. Comme l'indique le nom de la rubrique cette information est destinée plus particulièrement aux parents, sur lesquels comptent énormément les chefs de projet : « *Alors, oui cibler le public adolescent, on passe toujours par les familles. On est aussi une institution. Donc, il y a toujours une part qui va directement s'adresser aux parents !* » (CP2, P9). Un travail de liaison a également été mis en place avec les Maisons de la Jeunesse et de la Culture.

Enfin, toujours dans le cadre institutionnel, la communication du Studio repose également sur des actions s'inspirant du marketing avec la distribution de flyers dans des lieux clés pour toucher directement les adolescents dans les lieux qu'ils fréquentent régulièrement comme les Halles, le Trocadéro etc.

Enfin, toujours dans la volonté de toucher les adolescents où ils se trouvent, des opérations « Studio 13/16 Tour » sont organisés tous les ans. Il s'agit alors d'installer le Studio en dehors du Centre Pompidou afin de toucher un nouveau public. Ce peut être dans le contexte scolaire avec le partenariat développé avec certains établissements pour présenter l'action du Studio et organiser un atelier pratique sur le temps du midi, c'est-à-dire en dehors des heures de cours. Ou bien, il peut s'agir d'un contexte tout à fait différent comme lorsque le Studio s'installe dans le Forum des Halles, en plein centre de la galerie marchande. Avec cette dernière action, le Centre s'adresse au public qu'il avait déjà ciblé lors des enquêtes préalables en 2009<sup>149</sup>.

En parallèle de cette communication institutionnelle, une communication plus informelle a été mise en place. Le Studio 13/16 a investi également les réseaux sociaux, notamment Facebook et Instagram, deux plateformes très prisées par les adolescents. Le contenu de ces deux canaux d'information est créé par l'équipe d'animateurs du Studio directement et ne dépend pas du service de communication de l'institution. Il s'agit donc un modèle plus libre dont la parole se rapproche plus de celle des jeunes ciblés.

Parallèlement à ces premières actions, certains des chefs de projet souhaiteraient mettre en place des partenariats permettant le développement pair-à-pair, sur le modèle des Nouveaux Ambassadeurs, maintenant disparu. Il est donc en cours de réflexion la possibilité de faire

---

<sup>149</sup> FEURER C., NOUVELLON M., mémoire de recherche, opus cité, 2009.

d'une poignée d'adolescents, habitués du Studio, de nouveaux ambassadeurs à travers la musique et la production de contenu destiné à être diffusé sur Internet.

Dans la même perspective, la possibilité de faire appel à des chaînes Youtube plébiscitées par les jeunes pourraient être un plus. Une première expérience de ce type a été faite avec les Prophètes du Like<sup>150</sup>. Pendant la vidéo plafonne autour de cinq cent vues, ce qui est très peu sur la plateforme de vidéos. A titre d'exemple, le Louvre a fait appel à trois Youtubeurs (Nota Bene, Axolot et le Fossoyeur de Film, en février 2016 pour la réalisation de deux vidéos chacun autour du Louvre. La vidéo comptabilisant le moins de vues affiche un score de pas moins de 85 790 vues... l'expérience a été renouvelée auprès en juillet 2016 avec *la brigade du Livre*. Cependant, de telles démarches nécessitent un financement que le Studio ne peut se permettre.

---

<sup>150</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Utdx0T4X8Qs>

## 2.2. Origines et objectifs de la recherche

### 2.2.1. Les études de publics

#### 2.2.1.1. Historique

La place prépondérante que les publics prirent au sein de la vie des institutions culturelles entraîna la nécessité pour ces dernières de mieux les connaître. Les études de publics se développèrent donc pour répondre au besoin des institutions de cerner et comprendre ses publics que ce soit au niveau de ses motivations ou freins à la visite, ses profils ou encore l'impact de leur visite<sup>151</sup>.

Les premières enquêtes sur les publics furent menées aux Etats-Unies au début du XX<sup>e</sup> siècle, notamment l'étude menée par Benjamin Gilman sur la fatigue muséale<sup>152</sup>. C'est avec les travaux du psychologue universitaire Edward S. Robinson et de son assistant Melton, engagés par l'American Association of Museum, que les études de publics prirent véritablement leurs essors<sup>153</sup>.

Au-delà du comportement des visiteurs, les études de publics permettent également de définir les profils des différentes catégories de visiteurs. C'est pour répondre à cet objectif que les études statistiques se sont développées, surtout entre 1960 et 1985. Ce type d'étude doit permettre de valider la notion de démocratisation de la culture, c'est-à-dire « que les collections sont à la portée de tous »<sup>154</sup>.

Enfin les études de réception sont intimement liées au rôle pédagogique imputé au musée, elles doivent permettre de mesurer l'acquisition des connaissances transmises par le médium éducatif qu'est l'exposition, qu'elle soit temporaire ou permanente<sup>155</sup>. Dans ce contexte, les études peuvent avoir différentes natures. Premièrement, elles peuvent être faites au préalable. Elles permettent de constituer des balises solides quant aux attentes et imaginaires des visiteurs avant la mise en place d'un projet. Ensuite, une étude peut être formative, c'est-à-dire

---

<sup>151</sup> MAIRESSE F., « Public », in Dictionnaire encyclopédique de muséologie, opus cité.

<sup>152</sup> B. Gilman présente au sein de son article « Museum fatigue », publié au sein de la revue *The Scientific Monthly* en 1916, les difficultés que peuvent rencontrer les visiteurs au cours de leurs visites pour regarder les œuvres d'art et leurs cartels.

<sup>153</sup> ROBINSON, *the Behaviour of Museum Visitor*, Washington D.C., American Association of Museums, New Series, 5, 1928. Cité dans MAIRESSE F., « Public », in Dictionnaire encyclopédique de muséologie, opus cité.

<sup>154</sup> KIMBALL F., « Musée d'art de Pennsylvanie. Statistique des visiteurs d'après leur profession », *Museion*, 16, 1930, p.41 cité dans MAIRESSE F., « Public », in Dictionnaire encyclopédique de muséologie, opus cité.

<sup>155</sup> SHETTEL H.H., BITGOOD S., « Les pratiques de l'évaluation des expositions », *Public et Musées*, 4, mai 1994, pp. 9-25.

qu'elle est réalisée en même temps que la mise en place d'une offre. Ses résultats permettent donc de modifier certains paramètres du produit si cela est nécessaire. Enfin, les enquêtes peuvent être sommatives, c'est-à-dire qu'elles interviennent à la fin d'un projet, afin d'en constituer le bilan. Elles permettent, idéalement, d'influencer les projets à venir et de réitérer ce qui a été pertinent auprès du public ou au contraire d'éviter de commettre de nouveau une erreur.

L'étude des publics est l'un des aspects les plus importants de la sociologie de la culture<sup>156</sup>. Ces études sont principalement menées dans le cadre de travaux universitaires, comme c'est le cas ici, ou bien par

Le Ministère de la Culture et de la Communication mais également par des institutions culturelles directement. C'est le cas notamment de la BPI en 1977 qui se dota d'un service d'étude et de la recherche qui sera par la suite complété par un observatoire des publics du Centre Pompidou.

#### *2.2.1.2. Les études au sein du Centre Pompidou*

La nature innovante du Centre Pompidou ne réside pas seulement dans une architecture remarquable et la volonté d'appliquer un programme tourné vers les publics. Elle dépend également des moyens que l'institution va utiliser pour appliquer cette politique ambitieuse. Le Centre Pompidou est l'un des premiers établissements à se « préoccuper de savoir qui vient, comment et pourquoi »<sup>157</sup>.

S'il existe en France, avant 1977, quelques connaissances empiriques quant aux publics grâce aux enquêtes menées par Jean-Louis Fabiani et Pierre-Michel Menger sous la direction de Pierre Bourdieu, la création d'un service des études et de la recherche, mené par Jean-François Barbier-Bouvier et Alain-Marie Bassy, permet de constituer un lien étroit entre l'institution du Centre Pompidou et ses publics.

Entre 1977 et 2006, une vingtaine d'études ont été menées au sein du Centre Pompidou afin de nourrir une véritable stratégie des publics<sup>158</sup>. L'ensemble de ces études n'ont pas été réalisées à un rythme stable mais plutôt avec des phases plus intenses que d'autres. Ainsi,

---

<sup>156</sup> FLEURY L. Sociologie de la culture et des pratiques culturelles, 2008, réédition 2011, 127p.

<sup>157</sup> FLEURY L., le cas Beaubourg, opus cité., p36.

<sup>158</sup> QUEMIN A., Trente ans d'enquêtes sur les publics du Centre Pompidou, in Dufrêne C., Centre Pompidou, trente ans d'histoire, opus cité., pp. 495-498

entre 1977 et 1982, dans les premiers temps du Centre, quatre études ont été menées portant sur les enjeux de fréquentation de la nouvelle institution. Tandis qu'entre 1983 et 1991, les recherches se font plus rares pour reprendre dans les années 1992. Cette reprise des études de publics est notamment liée à la décision du Ministère de la Culture et de la Communication de doter les institutions culturelles d'un observatoire des publics devant rendre compte régulièrement de l'évolution de ses publics au ministère<sup>159</sup>.

Après la fermeture et les travaux du Centre Pompidou entre 1997 et 2000, les enquêtes sur les publics s'inscrivent de manière régulière dans la vie de l'établissement.

Au fil des enquêtes, le questionnaire est apparu comme l'outil le plus sollicité, bien qu'il puisse être également associé à des entretiens semi-directifs qui permettent d'introduire également des données qualitatives<sup>160</sup>.

L'ensemble des études mise en place depuis 1977, centré principalement sur les caractéristiques sociodémographiques des visiteurs, permet aussi d'étudier plus spécifiquement les pratiques des usagers et de confirmer le passage d'une vision du public comme masse à celle de publics segmentés selon les catégories de visites ou d'usage mais aussi selon les représentations du Centre, de l'art et de la culture<sup>161</sup>. Pour L. Fleury, la multiplicité des profils d'usagers rencontrés au Centre Pompidou est perceptible notamment par la variation d'appellation du Centre Pompidou : les parisiens, plutôt habitués de l'institution, l'appellent Beaubourg, tandis que les touristes le nomment Centre Georges Pompidou, les plus jeunes le surnomment Pompidou et enfin les personnes qui y travaillent le désignent sobrement le Centre...

De plus, cette multiplication d'études répond aux nécessités de contrôle induit par la gestion d'une institution culturelle de cette envergure. En effet, pour des établissements possédant une taille, un budget et une visibilité considérable, il est important d'observer régulièrement la fréquentation, les modes de visite mais aussi l'évolution de son public et des catégories qui le constituent<sup>162</sup>. C'est dans ce cadre qu'a été mis en place le baromètre annuel des publics. Ce dernier est une étude quantitative réalisée tous les trois ans depuis 2000 puis tous les ans depuis 2009 et enfin tout au long de l'année à partir de 2014. Le baromètre des publics

---

<sup>159</sup> QUEMIN A., opus cité.

<sup>160</sup> QUEMIN A., opus cité

<sup>161</sup> FLEURY L., opus cité.

<sup>162</sup> LE MAREC J., *Public et musées, la confiance éprouvée*, Paris, l'Harmattan, collection communication et civilisation, 2007, 221p.

permet de mesurer et suivre de manière quantitative la fréquentation de l'établissement mais aussi l'évolution de ses publics en s'intéressant au profil sociodémographique des visiteurs, des conditions de visite mais aussi de la réception du Centre (satisfaction, image, suggestions)<sup>163</sup>.

Cependant, il est nécessaire de préciser que le Centre Pompidou ne se concentre pas uniquement sur de lourdes enquêtes quantitatives. Il a été également le terrain pour des études plus fines permettant notamment d'étoffer les systèmes de segmentation des publics. Ce fut le cas notamment avec l'une des premières études du Centre menée par Jean-François Barbier-Bouvet, dans les années 1980, à l'occasion de l'exposition *le visiteur et son double*<sup>164</sup>. Cette étude permit de constituer une typologie des visiteurs applicable au public du Centre :

**Le promeneur** qui est attiré par l'architecture du Centre et la vue sur Paris qu'il offre. Il circule au sein de l'institution sans pour autant visiter le musée, la bibliothèque ou encore les expositions.

**Le boulimique** est animé par la volonté de tout voir ou tout du moins tout apercevoir afin de s'assurer de se confronter à tout ce qui aurait pu l'intéresser, le questionner ou encore lui plaire.

**Le sédentaire** est un familier du Centre dont le lien à l'institution est presque ritualisé avec des jours, heures et parfois même lieu spécifique. Il va au Centre presque toujours pour le même usage.

**L'amateur éclectique** qui bien qu'il soit venu au Centre pour une raison précise se laisse facilement attirer par une autre activité non planifiée. Son usage du Centre se calque plus sur le modèle de la flânerie prônée par Baudelaire.

Enfin, **l'amateur** vient au Centre pour une œuvre voire un artiste bien précis sans prêter attention au reste de la programmation de l'institution.

Cette étude, qui s'interroge sur les catégories d'usagers du Centre, a été suivie d'une étude plus spécifique, menée par Eliseo Veron et Martine Levasseur, centrée sur le comportement des visiteurs au sein d'une exposition du Centre, *Vacances en France*<sup>165</sup>, et permettant la constitution de catégories de visiteurs selon leurs comportements et mode de visite applicable

---

<sup>163</sup> Enquête auprès des publics du Centre Pompidou, résultats des enquêtes réalisées de janvier à décembre 2015, document de travail non diffusé, Centre Pompidou/TEST, 2016.

<sup>164</sup> BARBIER-BOUVET J.-F., *le visiteur et son double*, document de communication pour l'exposition, salle d'actualité, BPI/Cci, 1<sup>er</sup> février 1987-16 mars 1987, Centre Pompidou, 1987.

<sup>165</sup> *Vacances en France* est une exposition photographique présentée entre juin et octobre 1982 au sein de la BPI.

à d'autres études portées sur les publics d'exposition. Selon E. Veron et M. Levasseur, les visiteurs d'expositions peuvent être segmentés en quatre groupes :

**Les fourmis** (visite proximale) ont une attitude très scolaire au sein de l'exposition. Sa visite est caractérisée par une certaine tendance à longer les murs au cours d'une visite très longue et avec de nombreux arrêts.

**Les papillons** (visite pendulaire) ont une visite assez longue et ponctuée de fréquents arrêts. Leur parcours évolue au gré des objets qui les attirent.

**Les sauterelles** (visite punctum) visitent sans de véritables motivations et ont un parcours assez court et avec très peu d'arrêt.

**Les poissons** (visite glissement) traversent l'exposition. Ils sont détachés du discours de l'exposition qu'ils visitent très rapidement, de loin et sans pratiquement s'arrêter.

Ces études permettent de renforcer le constat de l'hétérogénéité du public au sein du Centre Pompidou. Cependant, il est nécessaire de prendre en compte le fait que l'ensemble de catégories et typologies ne sont pas stables. En effet, un même individu peut être placé dans différentes segmentations en fonction de ses modalités de visite, ses usages ou même représentation de l'établissement. La multiplicité du public culturel n'est pas seulement induite par la présence des publics dans la masse mais aussi par la pluralité des pratiques propre à chacun.

### ***2.2.2. Objectifs de la recherche***

Suite aux différentes études quantitatives menées au sein du Studio 13/16 entre 2010 et 2015 permettant d'asseoir la réussite de l'espace adolescent du point de vue de la fréquentation, il est apparu évident que notre étude devait être avant tout qualitative<sup>166</sup> afin de préciser le ou les profil(s) du public du Studio 13/16 à travers l'étude des notions de réception, d'interprétation et d'appropriation de l'espace par les adolescents qui le visitent. L'étude devait également mettre en lumière les différents phénomènes de socialisation induit au sein du Studio. Enfin, l'enquête devait aussi évaluer la distance entre les objectifs du Studio quant

---

<sup>166</sup> SERAIN F., « Les début d'une aventure, le Studio 13/16 », in SERAIN Fanny, CHAZOTTES Patrice, VAYSSE François et CALLET Elisabeth (dir.), *La médiation culturelle : cinquième roue du carrosse ?*, Paris, l'Harmattan, 2016, 269p.



aux apports de connaissance et sur la constitution d'une pratique culturelle et l'impact véritable induite par la participation aux activités de l'espace adolescent du Centre Pompidou.

### ***2.2.3. Questions et hypothèses***

#### ***2.2.3.1. Questionnements***

Afin de constituer une typologie des visiteurs adolescents présents au Studio 13/16, il semblait nécessaire dans un premier temps de mieux connaître les adolescents à travers trois grands ensembles de questionnement : les conditions et modalité de visite, les liens de sociabilité créés au sein de l'atelier et enfin l'impact du Studio.

#### **Condition et modalité de visite**

Dans un premier temps, il s'agit de savoir qui vient au Studio 13/16 et dans quelles conditions. Pour cela il est nécessaire d'étudier différents éléments. Dans un premier temps quelles sont les conditions de prise de connaissance du Studio 13/16 ? Par quel moyen l'adolescent a-t-il connu le Studio 13/16 ? Ensuite, qui est prescripteur de la visite ? Enfin, pour quelles raisons les adolescents viennent-ils au Studio ? Quels sont les objectifs associés à la participation à l'atelier ?

En ce qui concerne les modalités de la venue, il nous semblait important de s'intéresser aux accompagnateurs ? En effet, l'adolescent vient-il au Studio seul ou accompagné ? Si l'adolescent n'est pas seul, qui l'accompagne ? S'agit-il du prescripteur de la visite ? Un parent, un ami, un groupe auquel il appartient (classe scolaire, association, MJC) ?

#### **Les phénomènes de sociabilité**

Ces dernières questions sont en lien étroit avec le second volet de notre étude à savoir l'analyse des phénomènes de sociabilité associés à l'usage du Studio 13/16 par les adolescents. Dans ce cadre, après nous être interrogés sur les modalités de venue de l'adolescent, il semblait nécessaire de questionner la nature des phénomènes de sociabilité au sein du Studio 13/16 ? En effet, avec qui l'adolescent échange-t-il au cours de sa visite ? Est-ce avec ses accompagnateurs ou avec d'autres individus présents au sein du Studio (pairs, médiateurs, artistes, adultes...) ?

Quelle est la nature des interactions ? S'agit-il d'échanges stéréotypés en fonction de la nature de l'interlocuteur ? Existe-t-il une répétition des échanges tant du point de vue de l'interlocuteur que de la nature du propos ? Enfin, quel est l'impact du fait de venir seul ou accompagner ? Quels sont les échanges entre l'adolescent et son accompagnateur ? Ce dernier est-il spectateur ou acteur au sein de l'atelier ? Est-il présent ou absent ? Echange-t-il qu'avec l'adolescent ? Est-il facteur d'introversion ou va-t-il favoriser les échanges externes au groupe qu'il forme avec l'adolescent ?

### *L'impact sur la pratique culturelle et sur la vision portée sur les institutions culturelles*

Finalement, notre étude pose un ensemble de questions relatives à l'impact du Studio 13/16 sur la pratique culturelle du public adolescent qu'il cible. En effet, dans le cadre d'une politique culturelle mettant en avant le rôle social et pédagogique du musée, il est tout aussi important pour l'institution qu'est le Centre Pompidou de connaître ses publics et d'être capable d'évaluer l'ensemble de ses programmes. Ainsi nous nous sommes tenus à analyser la nature de l'impact du Studio. S'agit-il d'un apport en connaissance ou d'un moment de distraction ? La participation aux activités du Studio 13/16 modifie-t-elle la vision de l'adolescent quant aux institutions culturelles et notamment au Centre Pompidou ? Quelle distance existe-t-il entre l'impact souhaité et envisagé par les concepteurs et l'impact constaté auprès des visiteurs ?

L'ensemble de ces questions doit permettre de dresser, sur le modèle des études de Bavier-Bouvet ainsi que de Veron et Levasseur, une typologie des adolescents visiteurs du Studio 13/16.

#### *2.2.3.2. Hypothèses :*

Tout exercice d'enquête de public doit se plier à la nécessité de dresser des hypothèses avant le travail de terrain. Cependant, dans le cadre de cette étude, la mise en place de ces hypothèses n'a pas été chose aisée. En effet, dans un souci de clarté et de validation des questionnements, ainsi que du protocole d'observation et d'entretien, un terrain test a été réalisé au cours du programme *Minecraft*. Ce dernier, comme l'ont convenu les chefs de

projet<sup>167</sup>, fut atypique à plusieurs titres : il s'agissait d'un cycle où le public adolescent était très rare, voire absent face à une présence massive d'enfants entre 8 et 12 ans accompagnés de leurs parents. De plus, la programmation étant centrée sur le jeu en ligne Minecraft, l'utilisation d'une console entraînait un usage solitaire limitant les échanges.

Il a donc été décidé de constituer au fur et à mesure des observations et entretiens un ensemble d'hypothèses quant à la nature des publics fréquentant le Studio 13/16 mais aussi sur leurs usages du studio et l'impact sur leurs rapports à la culture qui en découle.

#### Conditions et modalités de la venue :

Ainsi, à la suite de nos premières observations, nous nous accordons à penser que les adolescents qui viennent au Studio 13/16 sont plutôt des primo-visiteurs qui auraient pris principalement connaissance de l'espace dédié aux adolescents grâce au bouche-à-oreille. Dans ce cadre, le prescripteur à la visite se trouverait être majoritairement un proche, un parent ou un ami, et le degré de connaissance sur la nature du Studio et de ces activités serait réduit.

Lorsque il vient au Studio 13/16, l'adolescent serait plutôt accompagné, par un parent ou un ami, qui peut être le prescripteur de la visite. Ce dernier, en fonction de sa nature, membre de la famille ou pair, n'a pas les mêmes rôles et attitude. En effet, le prescripteur adulte aurait tendance à être absent tandis que le prescripteur adolescent serait présent et participerait à l'atelier.

#### Attitude et sociabilité

En début d'étude, nous avons l'impression que l'attitude de l'adolescent dépend également de ses modalités de venue. Si l'adolescent est venu avec quelqu'un et que cet accompagnateur reste tout au long de l'activité, l'adolescent aura tendance à avoir des échanges principalement au sein du groupe qu'il forme avec son/ses accompagnateur(s). Alors que si un adolescent est laissé seul, il aura plutôt une attitude ouverte aux autres afin de créer plus de liens que ce soit avec les médiateurs ou les autres adolescents présents dans le Studio.

Plus largement, la nature des échanges se produisant au sein du Studio serait plutôt d'ordre pratique et centrée sur l'activité proposée par le Centre. Cela serait principalement dû à

---

<sup>167</sup> L'ensemble des chefs de projet, au cours de leurs entretiens ont reconnu que le cycle Minecraft n'était pas représentatif de l'activité et du public du Studio 13/16. Cf. CP1, CP2, CP3 et CP4 présentés en annexe.

l'attitude concentrée et impliquée des adolescents dans la conduite du projet. Une grande implication dans « le faire » pourrait entraîner une posture plutôt introvertie et donc limiter les échanges, notamment de nature externe au groupe initialement composé de l'adolescent et de son/ses accompagnateur(s).

De plus, parce que l'attention semble principalement tournée vers « le faire », les échanges auront tendance à se répéter autour des mêmes thématiques et avec les mêmes interlocuteurs.

### *Impact du Studio sur la pratique et vision des adolescents.*

Il s'agit de l'aspect le plus difficile sur lequel émettre des hypothèses. En effet, puisque nous partons du postulat que la majorité du public du Studio est primo-visiteur, il n'est pas aisé de conjecturer quant aux retombés d'une activité qui n'est pas inscrite dans la durée et dont l'impact n'est même pas constitué que ce soit en positif ou en négatif.

Néanmoins, nous pouvons formuler l'intuition que la quasi-absence de connaissance sur le Studio 13/16 induit un niveau d'attente assez faible et la constitution de très peu d'objectifs précis quant à la participation à l'une des activités pensées par l'espace adolescent, en dehors de la découverte et du divertissement.

De ce fait, l'impact du Studio 13/16 sur l'adolescent devrait être de nature plutôt portée sur l'image. L'absence d'exigence pourrait favoriser un taux de satisfaction plutôt élevé et donc conférer une image positive à l'institution.

Cependant, du point de vue de l'impact quant aux pratiques culturelles, nous préférons ne pas nous avancer à quelques conjectures en dehors de l'hypothèse que les relations complexes entre adolescents et institutions, mis en lumière dans notre première partie, induirait que l'adolescent qui fait la démarche de venir au Studio 13/16, au cœur du Forum -1 du Centre Pompidou, s'inscrit déjà dans une pratique culturelle dont la nature peut être variée. En effet, il peut s'agir d'une étape dans une pratique muséale déjà installée, ou encore d'une contribution au sein d'une pratique culturelle amateur centrée autour d'un domaine. Ainsi, nous émettons l'hypothèse que le Studio 13/16 n'a pas d'action de déclenchement d'une pratique mais plutôt de confirmation, de renforcement d'une pratique déjà installée.

Cette variabilité nous permet de pointer du doigt l'intuition qu'au Studio 13/16, la nature du public, ses niveaux d'attente et l'impact de l'espace sont intimement liés à la nature, et plus précisément à la thématique abordée, de la programmation. Ainsi, nous envisageons que, comme pour le reste des espaces du Centre Pompidou, le Studio 13/16 ne touche pas un mais

bien des publics dont l'âge, les modalités de venue, les phénomènes de socialisation et d'acquisition varient en fonction des propositions. L'enjeu sera donc de définir les grandes typologies de visiteurs en fonction des trois paramètres étudiés (conditions de venue, sociabilité et impact) afin de rendre compte de la pluralité du public du Studio 13/16.

Aux prémices de l'enquête, nous envisageons le fait que le public du Studio se découpe principalement entre les primo-visiteurs et les habitués, mais qu'au sein de ce premier découpage, il existe des sous-catégories à définir au fur et à mesure des observations et entretiens.

## 2.3.Méthodologie

Notre enquête questionnant différents aspects, il est apparu nécessaire de multiplier les points d'entrée et les méthodes afin de faire ressortir un ensemble de réponses au plus proche de la réalité du Studio 13/16. Ainsi, pour connaître les publics de l'espace adolescent du Centre Pompidou, il a été décidé de mettre en place une enquête faisant appel à la fois à l'observation directe et à une série d'entretiens avec les adolescents fréquentant le Studio, l'équipe de médiateurs qui animent l'espace et enfin les chefs de projet qui sont en charge de la conception de la programmation.

### 2.3.1. *Voir et comprendre les adolescents : l'enquête par observation*

#### 2.3.1.1. *Bref historique*

Les sciences sociales correspondent à l'art d'observer la société et la vie sociale. Mais observer est également une pratique sociale avant d'être une méthode scientifique <sup>168</sup>. L'observation fait partie des premières méthodes convoquées par la sociologie, et ce par un manque d'alternative dans un premier temps, notamment par l'école de Chicago. Cette dernière se développa principalement entre 1890 et 1940. Elle se concentra principalement sur les phénomènes induits par la vie urbaine. C'est-à-dire l'étude des zones urbaines comme laboratoire sociale où observer et comprendre les pathologies liées à la promiscuité de différents groupes sociaux mais aussi de différentes minorités. Il s'agit également d'une école qui s'intéressa particulièrement aux actions sur le vif et les interactions.

Lors qu'elle s'institutionnalisa, la sociologie se détourna quelque peu de l'observation au profit d'autres outils comme le questionnaire ou encore l'entretien qui peuvent être définis comme des outils d'observation indirecte<sup>169</sup>.

Aujourd'hui, l'observation est de nouveau convoquée par les sociologues afin de « contrôler l'intelligibilité des traitements quantifiés » et pour « s'assurer de la réalité des pratiques évoquées en entretiens »<sup>170</sup>. Cependant, comme chaque outil, l'observation peut présenter des

---

<sup>168</sup> ARBORIO A. M., FOURNIER P., *l'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Paris, Armand Colin, 2012, 127 pages.

<sup>169</sup> ARBORIO A.M., FOURNIER P., opus cite.

<sup>170</sup> ARBORIO A.M., FOURNIER P., opus cite, p.8.

écueils à éviter. En effet, être plongé face à son objet d'étude peut donner l'impression d'être témoin d'une réalité nue, ce qui est faux. Il s'agit avant tout d'un empirisme feint et naïf.

#### 2.3.1.2. *Posture et rôle*

Il a été décidé d'avoir recours à l'observation afin d'obtenir certaines informations concernant les interactions et phénomènes de socialisation. Cependant, afin de ne pas biaiser les données, il était important de définir une posture et méthode d'approche permettant d'être au plus près des adolescents sans être repéré comme observateur ce qui aurait entraîné méfiance mais surtout un jeu de posture chez les adolescents. En effet, ces derniers ont une haute conscience d'eux et de l'image qu'ils renvoient et donc peuvent tomber dans la représentation s'ils se sentent jugés ou observés. Il était donc nécessaire de mettre en place une méthodologie limitant les barrières entre les adolescents et l'enquêtrice.

Dans ce cadre, la meilleure solution semblait d'adopter un rôle préexistant dans l'organisation du Studio qui permettrait de justifier la présence de l'enquêtrice au sein du Studio tout en lui permettant d'interagir avec eux et les observer sans que cela soit forcément repéré par les adolescents. Il a donc été choisi d'opter pour une observation participative pour laquelle la conception du Studio 13/16 se prête bien.

L'enquêtrice s'est donc intégrée au sein de l'équipe de médiateurs. Cela a été possible notamment grâce au fait que celle-ci et les médiateurs sont de la même tranche d'âge (entre 20 et 27 ans). Elle s'est donc fondue dans le statut de médiatrice en accueillant les adolescents et en les guidant tout au long de l'atelier, au même titre que les autres animateurs. Une telle posture lui a permis de circuler librement entre chaque groupe d'adolescents, d'échanger avec eux et ainsi d'instaurer un rapport de confiance favorisant l'obtention d'un entretien par la suite.

Le fait que les ateliers proposent un ensemble d'outils et d'instruments permettant de dessiner, écrire etc. a permis à l'enquêtrice de tenir ses notes générales et d'entretiens sans difficulté, ni sans que cela puisse paraître étrange.

### 2.3.1.3. *Constitution de la grille d'observation*<sup>171</sup>

Il s'agissait d'une étape délicate qui a été réalisée avec le concours de mesdames Marie-Clarté O'Neill et Colette Dufresne-Tassé dont les conseils furent précieux. Il a été décidé que la grille d'observation devait en priorité donner des informations concernant les modalités de venue des adolescents puis de distinguer les différents modes d'interaction et enfin les attitudes et parcours au sein de l'activité.

La première partie de la grille d'observation correspond aux informations générales : elle détaille l'encodage de la fiche d'observation, le cycle de programmation, le jour et la durée de la participation ainsi que le prénom, l'âge et le genre de l'adolescent observé.

La seconde partie est divisée en quatre sections permettant de détailler les différents modes d'interaction. La première sous-section est dédiée aux accompagnateurs en précisant la nature, sa présence ou non ainsi que son action au sein de l'atelier puis le détail des interactions (heure, protagonistes et contenu). Les trois sous-parties suivantes détaillent sur le même modèle le contenu des interactions avec les médiateurs, les pairs et « autres » (artiste, journaliste, adultes etc.)

La troisième partie se consacre à la participation et à l'attitude de l'adolescent au cours de l'atelier. Elle permet de préciser la nature de l'activité proposée, la place de l'accompagnateur dans cette activité, les incidences de l'activité sur les phénomènes de sociabilité et enfin les attitudes des adolescents au cours de l'atelier.

Un dernier encart permet de détailler le parcours de l'adolescent au sein de l'espace du Studio.

## 2.3.2. *Entretiens*

### 2.3.2.1. *Définition*

L'entretien est une méthode d'enquête que l'on retrouve dans la majorité des domaines de sociologie, notamment dans la sociologie de la culture. Selon Will Labov et David Fanshel,

---

<sup>171</sup> Annexe A5- Grille d'observation



l'entretien est « un speech event (événement de parole) dans lequel une personne A obtient une information d'une personne B, information qui était dans la biographie de B »<sup>172</sup>.

Il s'agit avant tout d'une rencontre, d'un moment de partage pendant lequel l'enquêteur doit faire parler librement un individu, considéré comme un informateur, autour d'un ou de sujet(s) proposé(s). L'entretien vise à faire ressortir le point de vue de l'enquêté notamment son vécu, sa propre logique et références.

Par son fonctionnement et ses visées, permettre de comprendre le point de vue d'un individu, l'entretien est rattaché à la sociologie dite compréhensive c'est-à-dire qui s'intéresse au sens que les gens donnent aux actions sociales. Son utilisation permet d'enrichir des théories issues de recherches ou de lecture. L'entretien permet donc d'étoffer le contexte de compréhension de certaines données<sup>173</sup>. C'est dans cette optique que nous avons mis sur pied trois guides d'entretiens.

#### 2.3.2.2. *Constitution des grilles d'entretiens*

En complément de l'enquête par observation, il a été imaginé un guide d'entretiens dispensé à la fois auprès des adolescents présents au Studio 13/16, des médiateurs en charge de l'animation de l'atelier et enfin auprès des chefs de projet qui ont un rôle de conception des différentes propositions de l'espace adolescent.

Ces différents entretiens doivent permettre de multiplier les points de vue et d'entrée autour des questions de conception et d'impact du Studio 13/16 auprès des adolescents. En effet, un tel exercice permet de se confronter au jeu de comparaison entre les objectifs que les chefs de projet se sont fixés et la réception et l'acquisition des adolescents de la proposition imaginée pour eux. Une telle évaluation permettra de répondre à nos questionnements quant au rôle des programmations jeunesse dans le développement individuel de l'adolescent.

Nous avons fait le choix de mettre en place des entretiens semi-directifs centré autour de consignes initiales permettant le développement de l'entretien. Les grands thèmes définis pour les différents entretiens sont les conditions de venue des adolescents, les phénomènes de socialisation et l'impact du Studio 13/16.

---

<sup>172</sup> BLANCHET A., GOTMAN A., *l'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Paris, Nathan, 2001, p.17.

<sup>173</sup> CARRARA C., *Les Adolescents en difficulté sociale et leurs représentations des musées et de l'art contemporain : étude pour la préfiguration de l'Espace adolescent du Centre Pompidou*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 197p

Chaque partie est modulée en fonction de la nature de l'interrogé (adolescent, médiateur, chef de projet). Le guide d'entretien sert de tuteur tout au long de la conversation mais il doit rester un outil souple. Ainsi, les questions, bien qu'agencées de manière logique permettant la construction du discours, ne suivent pas toujours le fil du guide mais s'adaptent au développement de l'entretien. Ce qui explique la si grande variation d'un entretien à un autre. Ils sont le reflet de la personnalité de l'interrogé. Dans ce cadre, les questions secondaires ainsi que le travail de relances sont très importantes. Ils permettent de réorienter ou structurer le récit de l'enquêté. Dans ce cadre, la relance peut prendre plusieurs formes. Elle peut être un écho du discours de l'interviewé par un travail de réitération, ou bien un reflet en reformulant la pensée explicitée par la personne interrogée. Enfin, ce peut être un travail d'interprétation qui permet de suggérer un discours sous-jacent. L'ensemble de ces techniques permet de pousser l'enquêté à argumenter ou clarifier son point de vue.

### L'entretien avec l'adolescent<sup>174</sup>

Les entretiens avec les adolescents ont été réalisés au sein du Studio. Il semblait opportun de garder l'environnement de l'atelier pour conserver l'atmosphère mais aussi l'état d'esprit de l'adolescent lorsqu'il participait à l'activité. Cependant, animer les entretiens au sein du Studio présentait également des inconvénients. En effet, l'espace diffuse de la musique, parfois très forte ce qui peut entraîner des difficultés à échanger correctement entre l'enquêtrice et l'adolescent. De plus, la présence des autres adolescents, parfois en bande, entraîne une production de bruit supplémentaire. Il a donc été nécessaire à l'enquêtrice de demander parfois de baisser le volume sonore de la musique. Il a été aussi demandé aux adolescents de parler moins fort lorsqu'ils venaient à chahuter dans l'espace.

Au niveau de la posture et des méthodes d'approche, l'enquêtrice profitait de son statut de médiatrice pour échanger de manière informelle avec les adolescents dans un premier temps avant de leur demander une entrevue.

La demande d'entretien se faisait dans la seconde moitié de l'après-midi, lorsque l'adolescent avait presque fini sa création ou sa participation. Il lui était précisé alors le but de l'entretien de manière évasive : « je m'intéresse aux adolescents qui viennent au Studio 13/16 et

---

<sup>174</sup> Annexe A6.1

j'aimerais discuter avec toi, connaître ton avis. Accepterais-tu de m'accorder un entretien lorsque tu auras fini ? ».

Lorsque l'adolescent donne son accord et qu'il a achevé son atelier, l'enquêtrice le conduit au niveau de la table de kit, le plus souvent libre et à l'écart du reste de l'animation afin de débiter l'entretien. Avant de débiter, l'enquêtrice demande le droit d'enregistrer l'entretien puis elle précise le sujet de sa recherche et énonce les différentes thématiques qui vont être abordées :

### *L'Avant visite : prescription et objectifs*

D'abord, l'entretien s'ouvre sur la question « Comment as-tu connu le Studio 13/16 ? ». Cette première question permet de connaître depuis quand l'adolescent fréquente le Studio, dans quelles circonstances, notamment qui a été prescripteur de la première visite. Cette question entraîne un discours narratif de l'adolescent qui évoque alors le souvenir qu'il a de la première fois qu'il a entendu parler ou qu'il est venu au Studio 13/16.

Par la suite, il est demandé à l'adolescent « qu'est-ce qui t'a plu dans l'offre de l'atelier ? ». Cette seconde question permet de connaître les éléments qui ont déclenché la visite quand cela n'a pas été explicité lors de l'évocation de la première venue au Studio. Elle met également en avant les points positifs qui sont tout de suite perçus par les adolescents.

Ensuite, l'adolescent doit préciser ce qu'il pensait trouver au Studio 13/16, afin de connaître l'imaginaire associé à un espace dédié aux adolescents. Mais aussi de connaître les objectifs induits par cette conception : pour lui, s'agit-il d'un lieu d'apprentissage, de divertissement ? Que va-t-il faire ? Comment cela doit-il être aménagé ?

Enfin, il est demandé à l'adolescent s'il n'a pas eu de difficulté à trouver le Studio et ce qu'il pense de l'espace en ce qui concerne la décoration, la présentation générale. Cela permet de connaître la première réception du Studio par les adolescents.

### *La sociabilité : accompagnateur et échanges avec les autres*

Dans cette seconde thématique il est demandé à l'adolescent de parler des échanges qu'il a pu avoir avec les autres au cours de sa participation à l'atelier proposé.

Dans un premier temps, l'adolescent doit expliciter avec qui il est venu au Studio et quels sont ses liens avec cette ou ces personne(s) : « *Avec qui es-tu venu ? C'est important de venir accompagné ? Pourquoi ?* »

Ensuite, le jeune a été interrogé sur le Studio comme lieu de sociabilité : « *Est-ce que le Studio est un bon endroit pour rencontrer des gens ? Pourquoi ?* » Ce qui permet d'ouvrir la discussion sur les échanges qu'il a eu ou non avec d'autres personnes que ses accompagnateurs. Qu'est-ce qu'il l'a poussé à discuter avec quelqu'un ou au contraire pourquoi n'a-t-il pas échangé avec les autres adolescents présents ?

Enfin, il a été demandé à l'adolescent d'expliquer ce qu'il pensait des différents acteurs du Studio : « *Qu'est-ce que tu penses des médiateurs ?* » « *Qu'est-ce que tu penses des artistes ?* ».

### *L'impact*

Après avoir interrogé le jeune sur les rapports de sociabilité qu'il a pu développer ou non au sein de l'atelier, l'enquêteur orientait l'entretien vers l'avant dernier thème à savoir l'impact du Studio 13/16 avec comme première consigne : « *Qu'est ce que tu retiendras du Studio 13/16 ?* » avec les relances « *Qu'est-ce que t'a apporté le Studio 13/16 ? Est-ce que cela correspond à ce que tu attendais ?* ». Ces questions permettent à l'adolescent de se positionner par rapport à ce qu'il a vécu au sein de l'espace du Studio et d'effectuer un premier bilan de son après-midi. Par la suite, il est demandé à l'adolescent de faire appel à son sens critique en répondant à la question « *A ton avis, qu'est ce qu'on a essayé de t'apporter ?* ». Il est important de poser cette question pour évaluer le regard de l'adolescent sur ce qu'on lui propose mais aussi pour connaître son point de vue et comment il a interprété la proposition du Studio 13/16. Elle nourrit également le travail de comparaison entre les objectifs des chefs de projet et la réception par les adolescents.

Enfin, l'adolescent a été interrogé sur ses connaissances sur le Centre Pompidou et ses loisirs. Il lui a été demandé de dire ce qu'il connaît du Centre Pompidou, comment il définirait le Centre. Une relance assez forte était mise en place pour cette question afin de permettre l'énumération des différentes activités du Centre connu par l'adolescent. Un tel questionnement permet d'évaluer le degré de connaissance de l'adolescent par rapport au Centre et sa programmation mais aussi de savoir quelle est l'image du Centre auprès des plus

jeunes. L'un des enjeux était de savoir si les adolescents avaient conscience du caractère pluridisciplinaire du Centre, spécifique à sa nature de centre culturel ou si pour eux, le Centre n'était qu'un musée, au même titre que les institutions du Louvre et du musée d'Orsay.

En conclusion il fut demandé à l'adolescent d'énumérer ses activités extrascolaires et enfin de déterminer si l'activité de l'après-midi pouvait devenir un loisir à part entière en dehors du Centre ou si cela avait ouvert de nouvelles perspectives d'activité.

Tout au long de l'entretien, l'enquêtrice utilisa le tutoiement afin de conserver le rapport décomplexé créé au cours de l'atelier. Il fut important de toujours maintenir une attitude permettant de décomplexer l'exercice de l'entretien et de constituer une relation de complicité entre l'adolescent et l'enquêtrice. Cela passe par un langage simple, une attitude positive et une valorisation du discours de l'adolescent : « *c'est intéressant ce que tu dis...* » « *c'est bien...* ». Mais aussi par un sens de l'humour et de la répartie.

Au final, vingt et un entretiens ont été réalisés, dont sept lors du cycle *Made in Jersey*, onze lors de l'atelier *Art Discount* et trois lors du *Tremplin des Talents*.

### L'entretien avec le médiateur<sup>175</sup>

Au cours de l'élaboration du protocole d'enquête, il est apparu nécessaire de prendre en compte le point de vue des médiateurs car il s'agit du lien direct entre les adolescents et l'institution. Ce sont également principalement avec eux que les adolescents construisent une relation qui permet l'installation d'une pratique durable du Studio 13/16.

Par leur rôle d'animateur, les médiateurs sont témoins de nombreuses choses dont les échanges et les attitudes des jeunes au sein de l'espace adolescent.

Les entretiens ont été enregistrés au sein du Studio ou dans les bureaux du Centre Pompidou. Sur les huit médiateurs, sept ont été interrogés entre le 9 décembre 2015 et le 29 février 2016. A l'image de l'hétérogénéité de l'équipe, les entretiens sont très différents les uns des autres avec une durée entre 20 minutes et une heure.

---

<sup>175</sup> Annexe A6.2

Profitant du rapport assez proche développé avec les médiateurs, l'entretien se déroule de manière assez naturelle avec l'utilisation de tutoiement. Il s'agissait principalement de faire parler les médiateurs de leurs propres expériences et vécus par rapport au Studio.

Les entretiens s'organisaient autour de quatre thématiques ouvertes par une consigne sous forme de question principale suivie par des questions secondaires pour nourrir la conversation.

### *L'adolescence*

Dans un premier temps, il fut demandé aux médiateurs de définir selon eux ce qu'est l'adolescence. Ce premier questionnement a permis de nourrir notre première partie de travail dans le compte rendu de la vision du Centre Pompidou vis-à-vis de l'adolescence et du public adolescent au sein des institutions culturelles.

### *Le public du Studio 13/16*

Par la suite, les médiateurs étaient invités à partager leurs visions du public qu'ils accueillent au Studio 13/16 : « *Comment tu définirais le public du Studio 13/16 ?* ». Mais aussi sur les objectifs et motivations de ces adolescents qui faisaient la démarche de venir au Studio 13/16 : « *Qu'est ce qui les fait venir selon toi ? Quelles sont leurs attentes ?* ».

Ces questions permettent de nouveau de confronter la vision de l'institution à la réalité du terrain.

### *Les phénomènes de sociabilité*

Cette troisième thématique se réfère directement aux propres observations du médiateur et permet de mettre en avant sa propre vision de la vie au sein du Studio. Il s'agissait de questionner les médiateurs sur ce qu'ils avaient pu constater quant aux modalités de venue des adolescents : « *Les adolescents viennent-ils seuls ou accompagnés ? Si oui, par qui ?* ». Mais aussi de questionner la place de chaque protagoniste au sein de la dynamique de l'espace adolescent : « *Quelle place ont les accompagnateurs ?* » « *Comment définirais-tu ton rôle de médiateur ?* ». Et enfin de les interroger sur les liens qui peuvent se constituer au sein du

Studio en dehors du cercle d'accompagnateurs et des échanges avec les médiateurs : « *Est-ce qu'il se crée d'autres liens au sein du Studio ?* ».

### *L'impact*

Enfin dans la dernière partie de l'entretien, il s'agissait d'interroger les médiateurs sur les objectifs de l'atelier: « *Quels sont les objectifs du Studio 13/16 selon toi ?* ». Puis, il s'agissait d'avoir l'avis des médiateurs quant aux potentielles retombées du Studio chez les adolescents : « *Qu'est-ce que perçoivent les adolescents ? Qu'est-ce que les adolescents retiennent du Studio 13/16 ?* ». Ces questions, volontairement proches des questions posées aux adolescents et aux chefs de projet permettent de mettre en lumière la vision de chacun quant aux buts du Studio et comment cela est perçu par les adolescents. Elles permettent de confronter les différentes intentions prêtées au Studio et de questionner le rôle social d'une telle démarche.

Enfin, l'enquêtrice demandait aux médiateurs de définir l'intérêt pour l'institution de créer un espace adolescent : « *Qu'est-ce qu'apporte le Studio 13/16 au Centre Pompidou ?* ».

### *L'entretien avec le chef de projet*<sup>176</sup>

Enfin, les chefs de projet au nombre de quatre ont été interrogés dans les bureaux du Centre Pompidou entre décembre 2015 et février 2016. Obtenir la parole des concepteurs de la programmation du Studio 13/16 c'est se rapprocher au plus près du discours institutionnel et ainsi convoqué l'ensemble des points de vue des différents protagonistes de l'atelier pour adolescents.

Dans un premier temps, l'entretien des chefs de projet était nourri par la volonté de constituer une véritable évaluation des retombées réelles du Studio auprès des adolescents. Cela nécessitait de connaître l'optique<sup>176</sup> de travail de l'institution mais aussi les objectifs fixés par les chefs de travail.

Ces entretiens ont été réalisés dans un cadre plus formel et institutionnel que ceux réalisés auprès des médiateurs et des adolescents. Le vouvoiement est de rigueur pour deux d'entre eux tandis que l'autre moitié des chefs de projet préféraient le tutoiement.

---

<sup>176</sup> Annexe A6.3

Les entretiens durent environ une heure pour chacun et sont le reflet du point de vue de chacun sur les différents thèmes abordés.

### *L'adolescence*

Dans un premier temps, le chef de projet était questionné sur sa définition de l'adolescence d'un point de vue général puis sur le public adolescent des institutions culturelles et enfin sur les adolescents présents au sein du Studio 13/16 : « *Comment définiriez-vous l'adolescence ? Comment définiriez-vous le public adolescent dans les institutions culturelles ? Quel profil ont les publics du Studio 13/16 ?* »

### *Condition et modalité de venue*

Dans un second temps, l'entretien se concentrait sur les questions de condition et de modalité de venue des adolescents : « *Qu'est-ce qui fait venir les adolescents au Studio ? Les adolescents viennent-ils seuls ou accompagnés ?* ». Ces questionnements permettaient d'étoffer le premier discours tenu par les chefs de projet sur le public adolescent présent au sein du Studio 13/16. Ils permettent également, comme une grande part des consignes, de confronter la vision des chefs de projet à la parole de l'adolescent et des médiateurs mais aussi des observations directes réalisées par l'enquêtrice au moment de son travail de terrain.

### *Conception et programmation*

Une troisième partie fut totalement dédiée à mieux connaître la démarche des chefs de projet quant à la conception et la mise en place des différents cycles du Studio 13/16. Un tel focus est nécessaire afin de mieux comprendre comment les enjeux et objectifs sont pris en compte dans la création d'une programmation spécifique. Il permet d'appréhender la place donnée aux adolescents au sein des différentes étapes de conception mais aussi l'équilibre donné entre le public et la création.

Au-delà du discours explicité quant aux objectifs du Studio, faire parler les chefs de projet sur leur manière de créer un cycle d'atelier, c'est entrevoir les priorités sous-jacentes et les intentions réelles données à leurs actions.



La consigne principale donnée est alors : « *Comment s'organise la conception d'un cycle au STUDIO 13/16 ?* » et s'accompagne de différentes questions secondaires permettant de compléter le discours du chef de projet.

### *Objectif et impact*

Cette dernière partie d'entretien s'étalonne sur le modèle établi pour les entretiens avec les adolescents et ceux avec les médiateurs. Elle doit rendre compte des objectifs attribués au Studio par les chefs de projet (« *Quels sont les objectifs du Studio 13/16 ?* ») puis questionner l'impact réel auprès des adolescents (« *Qu'est ce que les adolescents retiennent du Studio ? Selon vous, quel est l'impact du Studio sur la pratique culturelle des adolescents ?* ») et enfin de réfléchir quant à l'apport d'un tel espace pour le Centre Pompidou (« *Quel est l'apport du Studio pour le Centre ?* »).

### **2.3.3. Choix de l'échantillon et du terrain**

#### *2.3.3.1. Constitution de l'échantillon*

Pour constituer notre échantillon, il fut nécessaire de se positionner par rapport à la définition que nous retenions pour le public adolescent du Studio 13/16.

Dans un premier temps, suite à nos lectures ainsi qu'à la mise en place de nos questionnements, il nous est apparu nécessaire d'opter pour une définition du public se limitant à sa nature la plus stricte à savoir les usagers d'une institution culturelle ou d'une programmation éducative ou culturelle. Cette définition sous-entend que notre échantillon devra être constitué par les individus qui auront passé la porte du Studio 13/16 et auront fait une ou plusieurs activités proposée(s) par l'espace. Cela exclu donc les adolescents qui fréquentent les autres espaces du Centre comme la BPI, le Musée, le Forum ou encore la Piazza. Nous avons fait également le choix de ne prendre en compte que les individus qui n'auraient pas seulement passé le pas de la porte mais bien fait la démarche de participer à l'une des activités proposées. Ce choix nous est apparu nécessaire afin d'être sûr de pouvoir collecter assez de données vis-à-vis des interactions et de l'impact du Studio. En effet, les individus qui auront la démarche de venir et de participer, investiront du temps au sein du Studio que ce soit en échange et sociabilité ainsi qu'en apprentissage et création et offriront

donc plus de matière à observer et à analyser, notamment vis à vis du travail comparatif entre les buts fixés par les concepteurs et le réel impact de l'atelier. Cependant, ayant déjà conscience de la multiplicité des publics présents au Studio 13/16, les rebus vis-à-vis de l'échantillonnage seront consignés de manière quantitative dans notre journal de bord afin d'avoir une vision plus générale des publics fréquentant l'espace.

Ensuite, concernant la signification que nous donnons au concept de public adolescent, nous avons constaté que l'adolescence pouvait être définie de plusieurs manières et bien que les chefs de projet et les médiateurs mettent en avant une définition reposant avant tout sur des considérations d'ordre psychologique et sociale, nous nous sommes étalonnés en fonction de la définition institutionnelle donnée par le Centre Pompidou : les adolescents sont les jeunes entre 13 et 16 ans. Donc, notre échantillon en plus de se concentrer sur les usagers du Studio devra s'astreindre à la fourchette d'âge mise en place par l'institution. Cependant, nous avons fait le choix d'ouvrir légèrement cette fourchette pour prendre en compte les adolescents entre 12 et 17 ans. Ce choix fut motivé notamment par le terrain d'observation test mené entre octobre et novembre 2015 lors du cycle *Minecraft* qui avait attiré un public très jeune. Ouvrir la borne d'âge à 12 ans nous permettait de toucher des adolescents qui allaient avoir 13 ans et donc correspondre à la cible de l'atelier les semaines ou mois à venir mais qui possèdent déjà une pratique du Studio et ainsi mettre en lumière les motivations et perceptions des plus jeunes. Tandis qu'étendre l'échantillon à l'âge de 17 ans permettait de prendre en compte également des adolescents habitués de l'atelier, qui ne correspondent plus au cadre mis en place par l'institution mais qui continuent de fréquenter le Studio 13/16. Enfin cette ouverture de la fourchette présentait un avantage pratique pour la constitution d'un échantillonnage, à défaut d'être éloquent, tout du moins un minimum représentatif avec un objectif d'une vingtaine d'entretiens. En effet, étant seule à mener ce projet dans un temps imparti relativement court, l'enquêtrice augmentait ses chances de constituer un plus grand échantillonnage en élargissant les bornes d'âges.

Pour constituer cet échantillon, l'observation et quelques questions d'entrée furent nécessaires afin de filtrer l'ensemble des publics. Dans un premier temps, lorsque l'adolescent franchit les portes du Studio, il est accueilli par l'un des médiateurs ou l'enquêtrice qui lui présente l'espace ainsi que la programmation. Ce temps d'accueil est l'occasion d'obtenir les premières informations sur l'adolescent : « *Comment tu t'appelles ? Quel âge as-tu ?* » qui permet de définir s'il appartient à la cible visée ou non.

Puis une feuille d'observation est débutée sur la participation de l'adolescent à l'atelier et les interactions qui ont lieu pendant son activité. A la suite de l'observation, il est proposé à l'adolescent de discuter sur son après-midi au Studio et ce qu'il l'a marqué sous forme d'entretien. Il a été choisi d'interroger en priorité les adolescents qui auraient fait l'objet d'une observation afin de croiser et de compléter les informations obtenues selon les deux méthodes d'enquête. Cependant, toujours dans la nécessité de constituer un corpus de données suffisant à analyser, certains adolescents observés n'ont pas été interrogés et à l'inverse tous les adolescents interrogés n'ont pu être observés. Ce fait est notamment lié au travail mené seul de l'enquêtrice qui ne pouvait malheureusement pas appliquer cette méthode de manière systématique sur chaque jour de terrain lié à différentes variables (arrivée et départ différés des adolescents les uns par rapport aux autres, refus d'entretiens, départ d'un adolescent observé pendant l'entretien d'un autre adolescent etc.).

Enfin les individus observés et interrogés sont francophones à l'exception d'un seul, hispanophone (O11). Les adolescents ont été interrogés seuls lorsqu'ils venaient avec un adulte afin que la parole du parent ne prenne pas l'ascendant sur la parole de l'enfant mais aussi pour offrir plus de liberté de penser et de parole à l'adolescent.

Dans le cas où le jeune serait venu avec des pairs, c'est l'ensemble du groupe qui était interrogé. Il a été choisi de mener les entretiens par groupes quand cela été possible, entre deux et quatre adolescents en même temps. Et ceci afin d'obtenir plus d'informations que ce soit au niveau des rapports intragroupes mais également sur les différentes perceptions autour du Studio 13/16 au sein du groupe d'adolescents. Mais il a été aussi choisi d'interroger ensemble les jeunes pour les rassurer en les questionnant au sein d'un environnement familial et donc leur permettre une parole plus libre.

#### 2.3.3.2. *Le choix du terrain :*

Il existe plusieurs terrains propices à l'observation directe, comme les petites communautés ou encore le monde du travail industriel ou encore le domaine des services et des interactions<sup>177</sup>.

Dans notre cas, le Studio 13/16 relève du dernier terrain cité et se prête à l'exercice de l'observation. Cela étant posé, il reste tout de même nécessaire de définir notre terrain. Ce

---

<sup>177</sup> CARRARA C., mémoire de recherche, opus cité.

dernier doit être réduit, de manière géographique mais aussi au niveau du temps et du rôle de l'enquêtrice afin de permettre de définir un ensemble « fini et convergent d'interactions »<sup>178</sup>.

Premièrement, notre terrain est défini de manière géographique par la nature même du Studio. Il s'agit d'un lieu physique spécifique et entièrement fermé donc permet de définir assez facilement ses limites. Notre terrain est donc délimité au sein des quatre murs du Studio, sur une surface de 300 m<sup>2</sup> découpée subjectivement en quatre espaces : le lounge dans l'entrée, la table des kits placée à droite en rentrant, puis les deux espaces d'atelier constitués par les deux grandes tables noires.

Au-delà de l'espace, notre terrain doit être également délimité dans la durée. Ainsi, afin de confirmer ou infirmer l'influence du cycle sur la nature du public, il est nécessaire d'observer les publics sur plusieurs cycles. Au départ, le terrain fut organisé pour couvrir les cycles *Made in Jersey*<sup>179</sup> puis *Art Discount*<sup>180</sup>, ce qui couvrait une période allant de la toute fin novembre à mis février. Au-delà de ce première découpage temporaire, le terrain ne pouvait être réalisé qu'aux jours et heures du Studio 13/16 soit les mercredis et weekends après midi entre 14H et 18h ainsi que tous les jours de la semaine à l'exception du mardi lors des vacances scolaires. Mais suite aux attaques terroristes du mois de novembre à Paris, la fréquentation de l'ensemble des institutions culturelles a chuté. Certains jours de terrain ont été un échec avec aucun visiteur présent au sein de l'espace adolescent. Ainsi, dans un souci d'obtenir un échantillon raisonnable, à défaut d'être représentatif<sup>181</sup>, il a été décidé d'allonger la période d'observation au cycle *Tremplin Des Talents #3*<sup>182</sup>, soit jusqu'à début mars.

Afin d'obtenir une plus grande représentativité de l'ensemble des publics et possibilités d'interactivité, les jours de terrain ont été définis afin de permettre d'observer autant en semaine que le weekend ou pendant les vacances scolaires. Au final, le terrain s'est déroulé sur quinze jours dont cinq mercredis, six weekends et quatre jours de vacances scolaires.

Notre étude repose donc sur un échantillonnage défini par l'offre même du Studio. Il s'agit de comprendre qui sont les jeunes qui viennent au Studio 13/16 à travers l'étude des conditions

---

<sup>178</sup> CARRARA C., mémoire de recherche, opus cité.. p28.

<sup>179</sup> Annexe A4.2

<sup>180</sup> Annexe A4.3

<sup>181</sup> On considère un échantillon véritablement représentatif quant il est constitué d'au moins une centaine d'individus interrogés.

<sup>182</sup> Annexe A4.4

et modalité de venue, les interactions qui se créent au sein de l'espace à un âge où les pratiques sont définies en fonction des sociabilités et enfin quelles peuvent être les attentes et perception de ces jeunes vis-à-vis de l'offre du Studio mais aussi par rapport aux objectifs définis par l'équipe de conception.

Ces questionnements étant de diverses natures et nécessitant différents moyen de récolte de données il a été choisi de mener de front un volet d'observation compléter par une série d'entretiens semi-directifs.

Après le recueil de donnée, il a fallu mettre en place un ensemble de méthode d'analyse adapté à chaque moyen d'enquête mis en place.

### **2.3.4. Méthodes d'analyse**

#### *2.3.4.1. L'observation :*

Après l'observation sur le terrain s'en est suivi un temps de retranscription de l'ensemble des observations. A la suite de cela, l'ensemble des observations ont été encodées au sein d'un tableau de données à plusieurs entrées<sup>183</sup>. Ce qui nous a permis dans la suite de nos analyses de croiser les données. Ce tableau comprend six parties :

L'identité et encodage est la partie qui contient le code de l'observation (O- nombre), le nombre d'adolescents observés ainsi que leur prénom.

Les informations générales permettent de connaître l'âge, le sexe de l'adolescent mais également la date, le jour et l'atelier auquel il a participé ainsi que la durée de sa visite.

Initiateur et accompagnateur comprend la nature de l'initiateur quand elle est connue, ainsi que celle de l'accompagnateur, sa présence ou non et la nature du second accompagnateur si c'est le cas.

La nature des interactions sont toutes comprises au sein de la quatrième partie. Elle se découpe elle-même en quatre sous-parties permettant de détailler la nature des échanges entre l'adolescent et son/ses accompagnateurs, entre lui et les adolescents, puis avec les médiateurs et enfin avec les autres intervenants.

L'activité et ses conséquences sur les échanges sont répertoriées dans une cinquième partie qui détaille la nature de l'activité, son incidence sur l'activité et enfin l'attitude de l'adolescent au cours de l'activité.

---

<sup>183</sup> Annexe A7.1

La dernière partie permet de notifier si l'adolescent a été également *interviewé* et donne le code de l'entretien.

Ce travail d'encodage a permis de mettre en place et définir les différentes catégories d'interactions que nous vous détaillerons au cours de la présentation des analyses des résultats.

#### 2.3.4.2. *L'entretien :*

Les entretiens ont été traités de différentes manières. Dans un premier temps, l'analyse a été faite par entretien, de manière individuelle. Cette première analyse permettait de rendre compte de la logique propre de l'entretien mais également de constituer les unités de sens porté par les fragments du discours significatif. Il s'agissait en sélectionnant une partie du discours de l'interviewé de faire ressortir sa pensée.

Puis, une analyse par thématique a été appliquée à l'ensemble des entretiens. L'ensemble de ces unités de sens ont ensuite été classés en fonction des thématiques de notre étude. A la différence de l'analyse par entretiens, l'analyse par thématique rompt avec la logique individuelle. Elle tend à mettre en place un mode de découpage stable appliqué en fonction des thématiques de notre étude permettant une cohérence inter-entretiens<sup>184</sup>.

Pour les entretiens réalisés avec les médiateurs et chefs de projet. L'ensemble de ces découpages ont permis la création d'une grille d'analyse empirique constitué en fonction des grands thèmes de nos entretiens : l'adolescence, le public adolescent, les méthodes de fonctionnement du Studio 13/16, les objectifs et impacts du Studio et enfin les phénomènes de sociabilité. Tandis que les entretiens avec les adolescents ont été découpé en fonction des conditions et modalités de visite, les phénomènes de sociabilité, les objectifs et impacts du Studio et enfin leur pratique culturelle.

En ce qui concerne les entretiens d'adolescents, plus nombreux, une grille d'analyse sur le modèle de celle constituée pour les observations a été constituée. Elle a été nourrie par le travail d'analyse par entretien couplé à celui par thématique afin de distinguer les thèmes

---

<sup>184</sup> BLANCHET A., GOTMAN A., *l'enquête et ses méthodes : l'entretien*, opus cité.

centraux de ceux qui restent secondaires ainsi que les éléments factuels des éléments significatifs<sup>185</sup>.

La grille d'analyse comprend 8 volets :

L'encodage comprenant le code de l'entretien, le nombre d'adolescent interrogés et leurs prénoms.

Le profil détaillant l'âge, le sexe, la domiciliation, la date, le jour et la programmation correspondante.

Les informations préalables à la visite comprenant à la fois les biais de connaissance du Studio 13/16, la date de la première visite, l'initiateur de la visite, les éléments de motivation à la venue ainsi que l'objectif associé à la participation à l'atelier.

Les éléments relatifs aux interactions constituent la quatrième partie. Elle concerne la nature de l'accompagnateur et son lien avec l'adolescent interrogé, sa présence ou non ainsi que les raisons de cette dernière. Elle détaille également si les adolescents ont rencontré d'autres personnes et pourquoi, la perception des médiateurs et de leur âge ainsi que la notification d'autres échanges en dehors des accompagnateurs, pairs et médiateurs.

La partie suivante regroupe les éléments relatifs à l'impact du Studio. Elle précise les apports perçus par les adolescents ainsi que leur conception des objectifs de l'espace adolescent et la volonté de prescription à la visite.

Sous un même thème, le rapport à la culture, sont réunis l'imaginaire des jeunes concernant le Centre Pompidou, les informations relatives à leur pratique culturelle déclarée (contexte et nature) ainsi que leurs activités extrascolaires.

La dernière partie mentionne le code de l'observation associé lorsqu'il est nécessaire.

### **2.3.5. Limites de la recherche**

Malgré notre rigueur et notre bonne volonté, notre étude comprend bien évidemment plusieurs limites.

Dans un premier temps, le fait de devoir traiter seule cette étude a causé quelques limites. D'ordre quantitative tout d'abord car étant seule sur une période relativement courte nous n'avons malheureusement pas pu constituer, malgré nos efforts, un échantillon très

---

<sup>185</sup> Ibid.

conséquent. Au final nous avons réussi à interroger quarante et un adolescents au cours de vingt trois entretiens.

De plus au-delà du fait de s'être chargée seule de l'enquête, nous avons également subi un contexte troublé par les attaques terroristes du 13 novembre 2015 qui a causé à la fois la stupeur mais également la désertion des institutions culturelles. Diminuant encore quelque peu notre échantillon.

Enfin, au-delà de l'ordre du quantitatif, nous avons conscience que notre inexpérience concernant les études de public a, par certains moments, limité notre enquête. Effectivement, il nous a fallu un temps d'adaptation ainsi que d'acquisition des méthodes d'enquête qui a entraîné un long moment de tâtonnements que nous avons tenté de palier par notre implication et notre sincérité tout au long du travail de terrain et d'analyse.

De ces différents freins découlent une étude certes imparfaite qui pose la première pierre d'un bilan qualitatif concernant les publics du Studio 13/16 et de sa relation avec l'institution qui l'abrite, le Centre Pompidou.



## Troisième Partie : Résultats

Il a été choisi de présenter les analyses et résultats de l'enquête successivement au sein de chaque partie afin de mettre en avant les différents questionnements qui ont nourri l'enquête.

### **3.1. Les adolescents au Studio 13/16 : profil**

#### **3.1.1. Age**

##### **3.1.1.1. Un public à l'âge variable d'un cycle à l'autre**

L'ensemble des observations ont permis d'enquêter sur cinquante adolescents dont l'âge varie entre 11 ans et 17 ans<sup>186</sup>. Dans un premier temps, nous constatons un relatif équilibre entre le nombre d'observés entre les deux cycles. En effet, vingt quatre adolescents ont été observés pour chacun des cycles Made in Jersey et Art Discount. Il faut ajouter à ces quarante huit premiers adolescents deux jeunes observés lors du TDT#3.

La moyenne d'âge varie d'un cycle à l'autre. Ainsi, nous remarquons un public plus jeune pour le cycle Made in Jersey avec une majorité d'adolescents entre 12 et 13 ans (58%) et une moyenne d'âge de 14 ans. Tandis que les adolescents observés sur le cycle suivant, Art Discount, ont majoritairement entre 16 et 17 ans (50%), soit une moyenne d'âge à 15 ans<sup>187</sup>.

Ce premier constat a été confirmé de manière moins tranchée par les premiers résultats des entretiens. En effet, à la différence des observations, il n'y a pas d'équilibre entre le nombre d'interrogés entre les deux principaux cycles : Made in Jersey a permis d'interviewer onze adolescents, tandis que l'enquêtrice est parvenue à discuter avec vingt cinq adolescents lors du second cycle, Art Discount, et cinq jeunes au cours du TDT#3. Ce qui fait au total quarante un adolescents interrogés sur l'intégralité du terrain.

Malgré ces écarts, nous constatons toutefois que la moyenne d'âge est également plus faible pour le cycle Made in Jersey par rapport au second cycle : 64% des adolescents interrogés ont entre 12 et 13 ans lors du premier cycle, tandis que cette tranche d'âge ne représente que 16%

---

<sup>186</sup> Les trois enfants de 11 ans observés et décomptés dans ce premier tableau sont venus au Studio 13/16 au sein d'un groupe d'adolescents plus âgés. Ils faisaient partis intégrante du

<sup>187</sup> Annexe A8- Tableau 1

lors *d'Art Discount*. A contrario, la tranche 16-17 ans représente 36% du public *d'Art Discount* pour seulement 9% de *Made in Jersey*<sup>188</sup>.

### 3.1.1.2. *De l'importance de la thématique*

Cette différence d'âge d'un cycle à l'autre confirme l'une des hypothèses posées lors de l'observation test sur le cycle *Minecraft*. En effet, la programmation de *Minecraft* était tournée vers le jeu vidéo et avait rassemblé majoritairement des enfants entre 8 et 12 ans. La présence de ce jeune public s'était expliquée par la thématique même. En effet, les préadolescents étant principalement caractérisés par leurs technophilie, il semble assez cohérent qu'ils soient la cible privilégiée de ce type d'activités centrées sur l'univers du jeu vidéo. Si nous appliquons le même raisonnement sur les cycles *Made in Jersey* et *Art Discount*, nous remarquons que le premier cycle cité portait sur le textile et plus particulièrement sur le jersey et ses différentes propriétés. Les activités étaient tournées autour de la customisation et le costume qui semble adapté aux plus jeunes adolescents par son aspect ludique. Tandis que le cycle suivant, Art Discount, avait une thématique sur les objets dérivés et l'interprétation des œuvres avec une scénographie très pop et industrielle plus encline à attirer les plusieurs âgés.

## 3.1.2. *Genre*

### 3.1.2.1. *Un public plutôt féminin*

Les observations menées tout au long du terrain ont permis de montrer que le public présent au sein du Studio 13/16 était plutôt équilibré avec une part féminine légèrement supérieur. Effectivement, sur l'ensemble des observations, le public féminin représente 56% pour 44% de présence masculine.

L'écart entre fille et garçon est plus marqué pour le cycle *Made in Jersey* avec 63% de filles pour 38% de garçon. Tandis que le public rassemblé pour le cycle Art Discount était composé à 54% de filles et 46% de garçons.

---

<sup>188</sup> Annexe A8 – Tableau 2

En ce qui concerne les entretiens, l'équilibre est totalement rompu avec 76% de filles interrogées pour 24% de garçons. Avec plus précisément, 73% d'adolescentes présentes pour *Made in Jersey* et 80% lors de la programmation *Art Discount*<sup>189</sup>.

Le journal de bord corrobore cette prédominance féminine avec environ 61% d'adolescentes observées pour environ 39% d'adolescents.

Lorsque les garçons viennent au Studio 13/16, ils sont à l'image du groupe d'âge le plus présent au sein du Studio. Ainsi, les observations ont permis de montrer que lors du cycle *Made in Jersey*, les jeunes de sexe masculin ont majoritairement entre 12 et 13 ans (29% du public observé) et au cours du cycle *Art Discount*, les garçons ont principalement entre 16 et 17 ans avec 33% de l'échantillon<sup>190</sup>.

### 3.1.2.2. *Un public à l'image du public adolescent du Centre Pompidou.*

Bien qu'il s'agisse d'un échantillonnage faible et qu'il existe un écart entre les observations et les entretiens, les deux volets de l'enquête permettent de valider le même résultat : le public présent au Studio 13/16 est plutôt féminin. Il s'agit d'un élément déjà constaté auparavant puisqu'en 2008, au cours de son étude sur le public adolescent du Centre Pompidou, Charline Huet était parvenue à la même conclusion avec un public féminin estimé à 61%<sup>191</sup>. Ce chiffre est également cohérent avec les résultats obtenus par le baromètre des publics du Centre Pompidou pour l'année 2015. En effet, pour l'année passée, les femmes représentent 55% du public sondé<sup>192</sup>.

La prépondérance du public féminin sur celui masculin est l'illustration de la féminisation de la culture, notamment dite légitime. Ce point fut mis en avant par Olivier Donnat<sup>193</sup>. Ce dernier explique ce phénomène par les mutations sociales développées depuis les années 1960. Les femmes ont progressivement pris le pas sur les hommes dans de nombreux domaines culturels grâce à un meilleur niveau d'étude mais aussi une réorganisation des pratiques culturelles et de l'éducation. Cette féminisation de la culture intervient très tôt,

---

<sup>189</sup> Annexe A8 – Tableau 4

<sup>190</sup> Annexe8 – Tableau 5

<sup>191</sup> HUET C., Etude préalable à l'ouverture de « l'espace ado » du Centre Pompidou : habitude de visite du public adolescent actuel, mémoire d'étude, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 57p.

<sup>192</sup> Document de travail, Baromètre des publics, Centre Pompidou, 2016, 130p, non diffusé.

<sup>193</sup> DONNAT O., « la féminisation des pratiques culturelles », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°147, Juin 2005, 11p

puisque la constitution des goûts et des pratiques culturelles chez les préadolescents et les adolescents est fortement sexuée comme l'atteste Sylvie Octobre<sup>194</sup>. Pour elle, la fabrication sexuée des goûts et des pratiques peut être expliquée par trois facteurs : « la catégorisation sociale des pratiques culturelles, [...] la division sexuée des tâches éducatives [...] et l'action autonome des enfants, qui incorporent précocement le modèle de rôle sexué qui leur est attribué »<sup>195</sup>.

Dans ce contexte, le Studio 13/16 peut être perçu comme un espace de construction d'une pratique culturelle et de goûts en adéquation à la construction sociale du genre. Ce point de vue permet d'expliquer le succès des thématiques portant sur la mode ou la customisation. Ces dernières se révélant être associées à un univers plutôt féminin (pour rappel, le premier cycle observé, *Made in Jersey*, portait sur la mode et les costumes et avait réuni permis d'observer vingt quatre adolescents dont quinze filles).

### **3.1.3. Domiciliation**

#### *3.1.3.1. Des adolescents issus principalement d'Ile-de-France*

Il n'y avait pas de question relative à la domiciliation des adolescents au sein de notre protocole d'enquête. Mais il est néanmoins très intéressant de voir qu'il s'agit tout de même d'un élément qui est ressorti de manière fréquente au cours des entretiens. En effet, sur les quarante et un adolescents interrogés au fil des vingt et un entretiens, seulement deux jeunes n'ont pas mentionné leur lieu d'habitation. Ainsi, grâce à l'analyse des entretiens, il a été déterminé que 37% du public vit sur Paris tandis que 44% des adolescents interrogés viennent d'Ile de France et 15% habitent en Province, enfin 5% ne se sont pas prononcés<sup>196</sup>.

#### *3.1.3.2. Le lieu de domicile comme facteur de pratique culturelle*

Il est intéressant de constater que les adolescents parlent de leur ville ou région de domicile afin de justifier une fréquentation régulière du Centre Pompidou : « vu qu'il est proche de

---

<sup>194</sup> OCTOBRE S., « la fabrique sexuée des goûts culturels. Construire son identité de fille ou de garçon à travers les activités culturelles », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°150, décembre 2005, 10p.

<sup>195</sup> OCTOBRE S., « la fabrique sexuée des goûts culturels », opus cité, p.9

<sup>196</sup> Annexe A8 – Tableau 6

*chez moi, je viens surtout ici* » (E4). Ou alors pour expliquer une pratique muséale assez faible : « *en fait, il y a qu'à Paris, ou dans les grandes villes, où l'on va avoir des musées, des trucs comme ça... En Picardie, il n'y en a pas* » (E14). Ainsi, la faible fréquentation ou la primo-visite s'explique le plus souvent par le fait que l'adolescent habite en banlieue ou en province. Dans ce cadre, venir au Centre Pompidou signifie avoir des moyens de transports et financier. Il s'agit également d'une activité qui s'organise. Or, l'ensemble de ces éléments sont définis le plus souvent comme des freins à la visite<sup>197</sup>.

En cours des entretiens, il s'est avéré que les adolescents issus de Province venaient au Studio au cours des vacances scolaires. La participation au Studio 13/16 s'intègre alors à une visite plus générale du Centre Pompidou occasionnée par un séjour en Ile-de-France. C'est le cas de Manon (E17), 15 ans, qui a profité des vacances scolaires pour passer une semaine sur Paris. Elle est venue au Centre pour visiter la bibliothèque et a finalement passé son après-midi au Studio 13/16.

A l'inverse, les adolescents résidant en Ile de France sont surtout présents en semaine ou le weekend, comme Jérémy et Donia (E5, O14), 17 et 16 ans, habitués du Studio, habitant à Argenteuil. Les jeunes qui habitent en Ile de France, sont également amenés à venir plusieurs fois au Studio, parfois pour le même cycle, c'est le cas de la bande de la Touffe dont les membres habitent pour la plupart dans le Nord de l'Ile-de-France, près d'Argenteuil également.

### **3.1.4. Temporalité**

#### *3.1.4.1. Premiers constats*

Analyser les jours de visite du Studio 13/16 en fonction de l'âge permet de mettre en avant certains éléments essentiels pour la définition de typologie de visiteurs<sup>198</sup>. En effet, s'il a été mentionné le fait que le lieu de domicile a des conséquences quant à l'intensité de fréquentation et le jour de la visite, s'intéresser aux publics présents en fonction du jour d'ouverture permet de montrer qu'il existe bien plusieurs types de publics adolescents définis selon des profil d'âge et de pratique.

---

<sup>197</sup> GOTTESDIENER H., *Freins et motivation à la visite des musées d'art*, Paris, Université Paris X- Nanterre : Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 1992, 75p.

<sup>198</sup> Cf. Typologie des publics adolescents du Studio 13/16, page 179

Ainsi, en analysant les données obtenues grâce aux observations, nous constatons qu'au cours de notre terrain la plus grande partie de notre échantillon a été constituée pendant les vacances avec 36% d'adolescents observés pendant les périodes de vacances scolaires, suivi des mercredis avec 32% d'observés, puis les samedis (20%) et les dimanches (12%)<sup>199</sup>.

En ce qui concerne les entretiens, la plupart ont été menés le samedi (29%). 27% des entretiens ont été réalisés un mercredi, lors des vacances 24% des adolescents ont été interrogés et enfin 20% des entretiens ont été enregistrés le dimanche<sup>200</sup>.

#### 3.1.4.2. *Des jours d'ouverture différents pour des publics différents*

En prenant en compte l'âge et le genre des adolescents présents selon les jours d'ouverture, nous constatons que ce ne sont pas les mêmes publics qui viennent en fonction de la nature des jours. En effet, bien que les pourcentages de présence à chaque jour varient entre les observations et les entretiens, au final, nous distinguons que pour chaque jour, une catégorie d'adolescents définie par l'âge et le genre ressort.

Ainsi, en semaine, le mercredi, ce sont plutôt des adolescents entre 16 et 17 ans qui sont recensés (60% du public observé le mercredi et 45% des entretiens réalisés le mercredi). Tandis que le samedi, le Studio accueille principalement des jeunes adolescentes entre 14 et 15 ans (50% du public observé, 50% du public interrogé ce jour-ci). Le dimanche est une journée particulière puisqu'elle attire un public plus hétéroclite avec la présence de jeunes préadolescents (11 ans). Enfin, pendant les vacances, ce sont principalement les 12-13 ans, sans distinction de genre qui se déplacent le plus au Studio 13/16.

Ces résultats sont cohérents quand nous prenons en compte les spécificités de l'adolescence. Comme cela a été montré au cours de notre première partie, l'adolescence est une période de transition permettant à l'enfant de tendre vers l'âge adulte à travers l'acquisition de plus en plus d'autonomie et d'indépendance. Ces deux éléments sont conquis par l'adolescent au cours de ses temps libres. Dans un premier temps avec le soutien de la cellule familiale, puis par les pairs ou même par lui-même. Dans ce sens, les résultats obtenus quant aux jours de visite des adolescents en fonction de leur âge nous éclairent encore dans ce sens. En effet, si nous prenons en compte l'acquisition et la volonté d'autonomie chez les adolescents, il n'est pas étonnant de constater que ce sont les adolescents les plus jeunes qui viennent le weekend

---

<sup>199</sup> Annexe A8 – Tableau 7

<sup>200</sup> Annexe A8 – Tableau 8

et plus particulièrement le dimanche. Il s'agit le plus souvent du jour consacré à la famille et/ou à la promenade culturelle. Dans ce cadre, l'hétérogénéité des publics du dimanche peut exprimer la multiplicité des profils et âges au sein de la cellule familiale. La présence des plus jeunes s'expliquerait par la volonté de ne pas éclater la cellule familiale et la volonté d'effectuer l'activité ensemble.

Le samedi, nous l'avons vu, accueille principalement des adolescents entre 14 et 15 ans. Cet âge correspond au moment charnière de notre échantillon où l'adolescent bascule véritablement vers de plus en plus d'autonomie. Les adolescents présents au sein du Studio le samedi après-midi, pourraient s'inscrire véritablement dans une démarche de sortie entre copains, chaperonné ou non par un adulte.

Enfin, le mercredi après-midi, le Studio 13/16 accueille le public le plus âgé de l'atelier. Au regard de ce qui a été énoncé, cela correspond à une certaine finalité d'indépendance. Effectivement, le mercredi après-midi est un moment de respiration dans la semaine où l'adolescent dispose d'une demi-journée souvent dédiée aux leçons, mais également aux activités extrascolaires. Il s'agit également d'un moment où l'adolescent est amené à faire preuve d'autonomie puisque les parents sont le plus souvent au travail. Ils sont donc maîtres quant à l'organisation de leur après-midi. Ainsi, venir au Studio 13/16 un mercredi après-midi peut être l'illustration d'un choix et d'une plus grande indépendance quant à ses activités culturelles.

### ***3.1.5. Synthèse***

Ainsi après analyse de ces premiers résultats, il est possible de dresser un premier bilan.

Premièrement, le Studio 13/16 accueille bien évidemment des publics hétéroclites. Chacun de ces publics sont définis par différents critères dont le premier d'entre eux reste l'âge. Nous avons pu conclure que l'âge du public dépend intimement de la thématique du cycle. Ainsi, il n'est donc pas étonnant de voir que d'une programmation à une autre, le public change de visage.

Deuxièmement, bien que les deux sexes soient représentés au sein du Studio 13/16, nous remarquons que la majeure partie du public du Studio est féminin. En cela, les adolescents présents au sein de l'atelier sont à l'image du public habituel des institutions culturelles. Il s'agit également d'une nouvelle illustration du phénomène de féminisation des pratiques

culturelles et ce dès l'enfance à travers la reproduction du modèle féminin, le plus souvent porté par la mère, appliqué au domaine culturel.

Troisièmement, l'un des éléments inattendus des résultats restent l'importance du lieu de résidence quant à l'organisation et la nature des pratiques culturelles. Dans un sens, la verbalisation autour de la domiciliation est un miroir de l'importance donnée par l'adolescent au territoire, comme le soulignait Michèle Protoyéridès<sup>201</sup>. En effet, le gain d'autonomie et d'indépendance de l'adolescent lui permet d'explorer plus en avant le monde et de définir son territoire, souvent circonscrit autour du lieu d'habitation et possédant ses « spots », lieux fétiches. Dans ce cadre, les adolescents évoluant dans le territoire de Beaubourg et des Halles ont rapidement pu définir le Studio 13/16 comme l'un de leurs lieux de squat, propre à l'adolescence. C'est notamment le cas de la bande de la Touffe qui fréquente assidument les Halles et le Studio depuis l'année 2014.

Enfin, quatrièmement, il a été mis en avant que le jour de fréquentation était également révélateur de l'évolution de l'adolescent. En effet, plus l'adolescent sera âgé et autonome, plus il aura tendance à venir le mercredi après-midi, tandis que les plus jeunes viennent plutôt le weekend et plus particulièrement le dimanche. Il a été défini de manière intuitive que cela était en partie causé par la nature même des accompagnateurs de l'adolescent mais également son niveau d'indépendance. L'ensemble de ces données peut cependant être confirmé grâce à l'analyse des conditions et modalités de la visite, présentée ci-dessous.

---

<sup>201</sup> PROTOYERIDES M., LIOT D., Les jeunes en difficulté et le musée, mémoire de recherche en muséologie, Paris, Ecole du Louvre, 1993, 47p.



## 3.2. Conditions et modalités de la visite

### 3.2.1. Connaissance du Studio

#### 3.2.1.1. Un public majoritairement primo-visiteur

Les adolescents qui viennent au Studio 13/16 sont encore majoritairement des primo-visiteurs : sur les quarante et un interrogés, vingt trois jeunes déclarent venir pour la première fois au Studio, soit 56% des participants.

Parmi les adolescents ayant déjà participé ou visité le Studio, seulement deux adolescents déclarent connaître le Studio depuis son ouverture. La plupart fréquente l'espace adolescent du Centre Pompidou depuis le début de l'année 2016 (17%) ou depuis 2015 (12%)<sup>202</sup>.

Ainsi, bien que le Studio 13/16 existe depuis maintenant cinq ans, l'atelier n'est pas parvenu à constituer une base solide d'habités. Cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs. Comme le soulignait l'une des chefs de projet au cours de son entretien, les adolescents étant de nature volatile, il semble normal que leur fréquentation du Studio s'inscrive dans une temporalité courte : *« l'adolescent, il ne se fige pas sur un lieu ! Il va y venir trois mois et ça on l'a vu mais alors... Des jeunes qui venaient sur une durée assez longue ! Et tout d'un coup, on ne les voit plus ! [...] parce qu'ils sont passés à autres choses ! »* (CP1)

La notion de fidélité ne s'applique pas de la même manière aux adolescents. En effet, de par son inconstance, l'adolescent n'envisage pas la fidélité à une activité ou un espace comme une action régulière inscrite dans le temps comme le précise l'une des chefs de projet : *« Alors c'est plus fidèle aujourd'hui... on a vraiment des ados fidèles... qui reviennent. Alors quand on dit fidélité chez les ados, c'est... ça peut être une fois par mois, ou une fois tous les deux mois ! »* (CP2). La prédominance de primo-visiteurs peut donc en partie se justifier par un renouvellement constant du public, mais également par les canaux de connaissance du Studio 13/16.

---

<sup>202</sup> Annexe A9 – Tableau 9

### 3.2.1.2. *Connaitre le Studio 13/16 : entre pair et hasard*

En effet, lorsque nous questionnons les adolescents sur comment ils ont connu l'espace adolescent, la plupart déclare avoir connu le Studio 13/16 grâce à un ami (32% des répondants). Puis, toujours selon les entretiens, le second biais de connaissance du Studio reste le hasard (24%), puis avec la même proportion la famille et les informations dispensées sur place (20% chacune) et enfin la communication mise en place par le Centre Pompidou (5%)<sup>203</sup>.

#### *La confirmation d'une transmission plus horizontale que verticale*

Il est intéressant de voir le décalage entre le système de communication mis en place par le Studio et les véritables retombées sur le public du Studio<sup>204</sup>. Effectivement, si la communication repose surtout sur les outils officiels tels que le site internet, les opérations hors-les-murs ou encore le partenariat avec les MJC et les écoles, c'est surtout le bouche-à-oreille entre adolescents qui semble le mieux fonctionner<sup>205</sup>. Sur les quarante et un adolescent interrogés au cours de nos entretiens, treize affirment avoir connu le Studio grâce à un ami. C'est le cas notamment de Dimitri, 16 ans, qui est venu la première fois au Studio sur les conseils d'une amie : « *c'est une amie qui m'a dit : « vient on va là-bas ! ». Samedi dernier.* » (E19)

Ce constat démontre un certain succès quant à la démarche du Studio 13/16, puisqu'avant même la famille ou encore l'école ce sont les pairs qui interviennent dans la diffusion de la communication du Studio permettant une visite plus libre. Il s'agit d'un point positif car nous avons vu que l'adolescence peut être un moment de défiance envers l'autorité parentale et institutionnelle, initiateurs de visites encadrées où l'adolescent est captif. La mise en place d'une connaissance partagée non plus verticalement mais horizontalement, de pair à pair, est nécessaire à l'adolescent pour constituer ses propres goûts et pratiques culturelles. Comme le

---

<sup>203</sup> Annexe A9 – Tableau 10

<sup>204</sup> Cf. S'adapter à un public spécifique : une programmation et aspects pratiques, p.70

<sup>205</sup> Charline Huet était parvenue aux mêmes conclusions au cours de son travail sur le public adolescent du Centre Pompidou en 2009. Cf. bibliographie

précise Chantal Dahan<sup>206</sup>, depuis les années 1960 les jeunes ont une place de plus en plus prépondérante dans la création de nouvelles vagues de culture. La multiplication des lieux de création et de partage de la culture, ainsi que l'essor du numérique ont permis le bouleversement des normes et des frontières entre culture légitime et sous-culture tout autant qu'entre profane et connaisseur. Ces changements de statut ont permis le développement d'une culture construite en réseau en complément et marge de la structure verticale, portée par la famille et les institutions, de plus en plus fragilisée. Ce réseau secondaire des pairs, souvent nié par la famille ou encore l'école, permet aux adolescents de renforcer le sentiment d'appartenance à une classe sociale propre porteuse de sa propre culture diffusée par le système du bouche-à-oreille.

La première place que prend les pairs comme vecteur de connaissance du Studio 13/16 démontre qu'en plus d'avoir été assimilé comme un potentiel spot par les adolescents fréquentant le territoire des Halles, le Studio fait également partie de ces adresses et éléments de culture que l'on découvre et pratique dans le cadre de la bande de copains.

#### *Une découverte qui découle encore du hasard*

Un autre élément essentiel qui ressort de nos entretiens et de son analyse est le fait que 24% des adolescents interrogés déclarent avoir découvert l'espace adolescent du Centre Pompidou tout à fait au hasard, comme le précise ces adolescentes de 17 ans : «*Comment vous avez connu le Studio 13/16 ?/Et bien totalement par hasard ! On était en train de marcher et on l'a vu. On pensait que c'était une boutique.* » (E13)

Il s'agit d'un point véritablement crucial puisque le fait même qu'une grande partie du public du Studio 13/16 ignore son existence avant d'en franchir les portes permet de comprendre la proportion si grande de primo-visiteurs. Il démontre aussi que, malgré le succès du bouche-à-oreille, il réside tout de même un problème de communication qui est mise en avant par certains chefs de projet et médiateurs au cours de leurs entretiens : «*on n'est pas bons en communication, ça c'est clair.* » (CP1).

---

<sup>206</sup> DAHAN C. (dir.), « les adolescents et la culture, un défi pour institutions muséales », *Cahiers de l'action, Jeunesses, pratiques et territoires*, vol. 38, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire, 2013, 77pages.

Le semi-échec de la communication du Studio est également renforcé par le reste des données obtenues lors des entretiens. En effet, 20% des adolescents déclarent qu'ils n'ont certes pas découvert le Studio par hasard mais n'ont eu connaissance de l'atelier que grâce à l'intervention d'un des médiateurs du Studio : « *En fait, on était venues au Centre Pompidou, on s'était assises là au niveau du truc arc-en-ciel. Et y'a une dame qui est venue nous parler, en nous parlant d'ici.* »<sup>207</sup>. Ou encore directement sur place, à l'accueil alors que les adolescents s'étaient déplacés au Centre Pompidou pour d'autres raisons. C'est le cas notamment des premières adolescentes interrogées qui, accompagnées de leurs parents, sont venues visiter une exposition et ont appris l'existence du Studio à l'accueil : « *A1 : Avant on ne connaissait pas ! A2 : [...] on vient de temps en temps avec nos parents à Beaubourg ou... et pour voir des expositions. Et là... là on a parlé de cet atelier alors on est venues*» (E1)

De plus, seulement 5% des enquêtés affirment avoir connu le Studio grâce aux outils de communication du Centre Pompidou : Mélodie, 12 ans, connaît le Studio depuis 2010 grâce à la communication mise en place pour l'ouverture de l'espace. Tandis que Merveille, 16 ans, fréquente le Studio depuis 2014 lorsqu'il a découvert l'espace sur Facebook grâce à la communication de l'enseigne Kilo-Shop, partenaire d'une des programmations du Studio 13/16.

Parmi les chefs de projet et les médiateurs, les raisons avancées quant à cet échec de communication sont diverses selon les interrogés. Pour l'une des chefs de projet, l'un des problèmes découlent du fait que les offres à destination des adolescents sont tellement rares que les jeunes comme les adultes n'ont pas l'idée de se renseigner sur ce qui est proposé aux adolescents au Centre Pompidou : « *On en fait beaucoup [de communication, ndla] mais les gens passent à côté parce que les gens ne cherchent pas forcément des solutions pour leurs adolescents.* » (CP2)

Mais ce qui ressort le plus souvent des entretiens est le fait que la quantité de communication est trop faible et souvent inadaptée notamment sur Internet où l'information sur l'espace adolescent reste faible : « *[...] même si l'on veut chercher des infos sur le Centre, on n'en trouve pas... Ou très peu. Moi, en travaillant ici, j'avais fais des recherches et très, très peu d'informations ! Et en fouillant bien, j'étais tombé sur quelques vidéos, mais ça manquait*

---

<sup>207</sup> E9 : Nina et Aicha, 13 ans

*énormément de vidéos, de documentation ! [...] D'images, très peu d'images ! Un site web, ça manque d'un site web !* » (EM3).

De plus, la page Facebook de l'espace n'est suivie que par 6889 personnes tandis que la page institutionnelle cumule 584 962 mentions « j'aime » : « *Alors bon, il y a cette page Facebook, mais moi, en tant qu'ado, je sais que je ne suivrai probablement pas la page Facebook du Centre Pompidou. Même si l'on a une page propre Studio 13/16* » (EM4). Le Studio 13/16 regroupe tout de même plus d'adeptes que l'Habitacio 1418 du MACBA qui totalise 1033 membres sur sa page Facebook.

Au-delà des problèmes propres au site Internet ou encore Facebook, l'importance de la découverte du Studio par hasard semble être causée par une signalétique pas assez explicite et un niveau d'informations sur place trop bas : « *Refaire ne serait-ce qu'un affichage ! Ici, dans le lieu même ! Puisque Beaubourg ça brasse énormément de monde ! Déjà, un affichage un peu plus clair quoi ! Genre des énormes panneaux « Le Studio 13/16, c'est en bas ! » je ne sais pas ! Une phrase qui présenterait le Studio.* » (EM2)

### 3.2.1.3. Jour de visite et connaissance du Studio

Si nous analysons les canaux de connaissance du Studio en fonction des tranches d'âge, cela nous permet d'affiner d'autant plus nos premières interprétations. En effet, en effectuant ce croisement de données, nous constatons que les 12 – 13 ans ont principalement connaissance du Studio sur place ou par le biais de la famille. Tandis que 57% des 14 – 15 ans, connaissent le Studio grâce à leurs pairs. Enfin, les 16 – 17 ans découvrent le Studio majoritairement par hasard au cours de leur visite du Centre Pompidou (64% des 16 – 17 ans)<sup>208</sup>.

Ainsi associé à notre analyse des jours de visite en fonction des tranches d'âge, nous pouvons avancer que les 12 – 13 ans viennent au Studio 13/16 plutôt le dimanche ou pendant les vacances scolaires grâce aux informations qu'ils ont obtenues par leurs parents ou directement sur place lors de la prise des billets pour une visite familiale : « *Bah c'est la dame là-haut, quand elle a vu des enfants, elle est venue me voir avec mon papa. Elle m'a dit qu'il y avait des ateliers pour les enfants.* »<sup>209</sup>. Tandis que les 14 – 15 ans ont tendance à venir le samedi après-midi sur les conseils de leurs copains : « *une copine...de classe. Qui est déjà venue. [...] je crois qu'elle est abonnée. Elle vient souvent. [...] Elle nous a dit que l'on pouvait faire des*

---

<sup>208</sup> Annexe A9 – Tableau 11

<sup>209</sup> E2: Lucien, 12 ans.

*tote bag que c'était trop cool et tout... »<sup>210</sup> Enfin, les plus âgés, entre 16 – 17 ans, occupent leur mercredi après-midi au Centre Pompidou et découvrent en se baladant le Studio : « *Tout à fait par hasard ! [...] On a suivi la lumière verte ! [...] Et puis le motif par terre aussi !* »<sup>211</sup>*

#### 3.2.1.4. *Initiateurs de la visite*

Il existe trois types d'initiateurs constatés pour le public adolescent du Studio 13/16. Nous entendons par initiateur celui « qui initie, qui procède à une initiation ». Dans le contexte du Studio 13/16 et de notre étude, il s'agit de l'individu qui prend l'initiative de venir au sein de l'espace adolescent du Centre Pompidou.

Les premiers initiateurs sont les pairs qui représentent 39% des cas étudiés, devant la famille qui représente 37% des cas. Tandis que 24% des adolescents interrogés prennent l'initiative eux-mêmes de venir au Studio 13/16<sup>212</sup>.

Les résultats obtenus viennent renforcer la place prépondérante que prennent les pairs auprès des adolescents quant à la connaissance du Studio et leur rôle déclencheur dans la visite de l'atelier. En effet, nous constatons de manière relativement logique que les adolescents qui apprennent l'existence du Studio par leurs amis, seront amenés au Studio principalement par des pairs ou prendront l'initiative par eux-mêmes. De même, ceux qui découvrent le Studio par hasard sont majoritairement présents au Centre Pompidou grâce à l'initiative d'un de ses pairs<sup>213</sup>.

Ces résultats nous permettent de comprendre que l'élément de connaissance du Studio est intimement lié à la nature même de l'initiateur de la visite. Reste à savoir si l'initiateur, au-delà d'être vecteur de connaissance de l'espace adolescent dans la major-partie des cas, est également la personne qui accompagne l'adolescent au cours de sa pratique au sein du Studio 13/16.

---

<sup>210</sup> E15 : Lou, 15 ans.

<sup>211</sup> E14: Lucie et Mandy, 17 ans.

<sup>212</sup> Annexe A9 – Tableau 12

<sup>213</sup> Annexe A9 – Tableau 13

### 3.2.2. Motivations et objectifs associés à la visite

#### 3.2.2.1. Intérêts des adolescents pour le Studio 13/16

##### Activité, thématique, sociabilité et découverte : des intérêts multiples

Après avoir questionné les adolescents sur comment ils avaient connu le Studio, il leur a été demandé ce qui les avait intéressé et attiré dans la programmation de l'atelier. L'analyse a été faite de manière à faire ressortir le premier élément verbalisé puis les seconds intérêts mentionnés par l'adolescent.

Ainsi, nous constatons que le premier élément qui attire les adolescents reste l'activité, c'est-à-dire la possibilité de faire et créer (39% des interrogés). Puis c'est la thématique qui intéresse les jeunes avec 20% des adolescents interrogés. Ensuite, la présence d'un artiste, la promesse d'échanger et partager, le fait qu'il s'agisse d'un espace dédié spécifiquement aux adolescents et la possibilité de découvrir quelque chose de nouveau représentent respectivement 7% des enquêtés. Seulement 2% des adolescents estiment que l'ambiance de l'espace est un élément essentiel à l'intérêt qu'ils portent au Studio.

36.59% des adolescents ne mentionnent pas de seconde motivation pour venir au Studio 13/16. Tandis que 19,51% des adolescents interrogés énoncent la thématique comme le second élément déterminant dans l'intérêt qu'ils portent au Studio et son offre. Arrive en second l'activité avec 9.75%, puis respectivement 7.32% pour la perspective de sociabilité et le confort de l'espace. Puis, c'est ce qui touche à la nature même du Studio qui intéresse avec la mise en place d'une offre spécifique aux adolescents (4,88%), où l'on peut rencontrer des artistes (4,88%) et s'amuser (4,88%). Et enfin, avec 2,44% des interrogés chacune, ce sont la liberté de choisir et la possibilité de découvrir qui intriguent les adolescents en dernier lieu<sup>214</sup>.

##### De l'importance du thème et du faire

Que ce soit en premier ou en second choix, nous constatons que la perspective d'activité manuelle reste un élément déterminant quant à l'intérêt que les adolescents portent au Studio 13/16 : « *Qu'est ce qui t'as attiré au Studio 13/16 ? [...] C'est les activités créatives... De*

---

<sup>214</sup> Annexe A9 – Tableau 14

*faire des choses comme cela, que l'on ne penserait pas à faire chez soi, avec du matériel et tout ça... » (E4).*

Ce fait est renforcé également par l'importance que prend également la thématique. En effet, avec une constante de 20% d'interrogés en première ou seconde motivation, la thématique est un aspect prépondérant pour les jeunes car elle induit par elle-même le type d'activité qui va être proposé au sein de l'espace adolescent : « *Est-ce que c'est juste le thème qui vous a plu ou c'est le fait que ce soit dédié aux adolescents qui vous ait plu ? [...] ouais, les deux mais enfin ça dépend du thème... plus le thème. Si le thème, on n'aime pas trop, on ne va pas venir.* » (E6).

Les entretiens avec les chefs de projet nous ont permis de voir que pour ces derniers, l'enjeu majeur pour attirer les adolescents était de mettre en œuvre des projets en place autour de thématiques fortes auprès des adolescents et facilement reconnaissables. Ceci démontre que les chefs de projet ont conscience de l'impact de la thématique sur la fréquentation des adolescents. De ce fait, la thématique reste un élément central au moment de la conception de la programmation : « *On passe par une forme de séduction en visant des thématiques dans lesquelles ils vont avoir des envies ! [...] Et après, on sait bien qu'il y a des thématiques sur lesquelles ils aspirent ! [...] si l'on met des choses autour de la mode, du street art, euh... de la musique !* » (CP2)

Le positionnement des chefs de projet ainsi que nos analyses sont en lien étroit avec les résultats obtenus lors des enquêtes préliminaires à l'ouverture du Studio 13/16. En effet, Séverine Muller<sup>215</sup> avait mis en avant que la majorité des adolescents attendaient d'un espace pour adolescents qu'il soit axé sur des ateliers. A l'époque, 63% de l'échantillon déclarait vouloir participer à un atelier, tandis que 47% estimait qu'une programmation constituée d'ateliers serait une bonne motivation à une fréquentation plus régulière au Centre Pompidou.

### *L'impact du degré de connaissance sur l'intérêt porté au Studio 13/16*

Il est cependant intéressant de comparer le reste des résultats de S. Muller avec les nôtres. En effet, si en 2009, 55% des adolescents exprimaient leur désir de rencontrer un artiste,

---

<sup>215</sup> MULLER S., Etude du public adolescent en visite libre au Centre Georges Pompidou, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 241p.



aujourd'hui seul 4,88% des adolescents estiment que la présence d'un artiste peut être un élément déterminant dans l'intérêt qu'ils portent à la programmation du Studio 13/16.

Ce décalage s'explique principalement par le fait que la méthodologie de S. Muller proposait aux adolescents de choisir parmi plusieurs propositions quels pouvaient être les éléments qui les motiveraient à participer à une médiation spécifique aux adolescents. Dans notre cas, les adolescents devaient expliciter ce qui les avaient poussés à venir au Studio 13/16.

Or, nous avons pu constater que très peu d'adolescents connaissaient cet espace du Centre Pompidou avant d'en franchir les portes. Ainsi, leur connaissance de l'offre est assez réduite et leur motivation ne peut découler que de quelques informations glanées qui sont le plus souvent le fait qu'il s'agisse d'un espace dédié aux adolescents proposant des ateliers pratiques autour de thématiques proches de leur univers: « *Et moi, elle m'a dit qu'il y avait le Studio 13/16, que c'était pour les ados et que c'était du stylisme. Donc je suis venu.* » (E2). Tandis que ceux qui apprennent l'existence du Studio avant leur visite au Centre ont accès à plus d'informations, ainsi la présence d'un artiste devient plus significative et peut devenir un argument de visite. C'est le cas de Merveille (E10), 16 ans, qui a fait le déplacement au Centre Pompidou pour participer à l'activité organisée avec Pablo Cots. Ou encore les jeunes Camélia, Nina et Sabrina (E21), 13 ans, qui sont venues au Tremplin des Talents dans l'espoir de rencontrer des artistes et de « se faire repérer ».

L'impact de la connaissance réduite de l'existence et de l'offre du Studio 13/16 sur les motivations des adolescents est un élément qui est visible de manière récurrente dans les entretiens réalisés auprès des médiateurs. En effet, pour certains médiateurs, les éléments qui attirent les jeunes au sein de l'espace adolescent du Centre restent difficiles à déterminer car la plupart découvre le Studio par hasard et n'ont donc pas forcément de motivations ou d'attentes particulières : « *Quel-est, selon toi, ce qui attire les adolescents ici ? [...] Alors ça... Je ne sais pas ! Je pense sincèrement que pour la plupart ça doit être la balade ! [...] la curiosité ! Parce que... Si c'était mieux indiqué !! [...] Ils viendraient peut-être pour ça ! Mais la plupart du temps...* » (EM2)

Lorsque le problème de communication et de connaissance du Studio est dépassé, pour les médiateurs, les premières motivations des adolescents à venir au Studio 13/16 relève principalement de la possibilité de créer (57%), de rencontrer des artistes (43%), puis de découvrir de nouvelles choses ainsi que la programmation/thématique (29% chacun) et enfin dans les mêmes proportions (14 %) la possibilité de rencontrer des gens, le fait qu'il s'agisse d'une offre dédiée aux adolescents et gratuite.

### Des motivations calquées sur les pairs

36.59% des adolescents n'ont pas émis de second choix quand à l'intérêt qu'ils portent au Studio 13/16. Ce point démontre l'importance donnée à la thématique et à la nature de l'activité proposée par le Studio à contrario de certains aspects qui relèvent de la nature même de l'adolescence comme la liberté quant à la participation et à l'activité ou encore la possibilité de découvrir de nouvelles choses qui rassemblent respectivement 2,44% des adolescents interrogés. Ce taux élevé d'abstention met en lumière un autre élément : les phénomènes de sociabilité et la hiérarchie appliquée au groupe de pair. En effet, sur les quinze adolescents qui ne se sont pas prononcés, treize appartiennent à un groupe interrogé ensemble. Dans ce contexte, un ou deux des adolescents se place comme porte-parole pour l'ensemble du groupe, le reste ayant le plus souvent rôle de suiveur en acquiesçant ou en s'abstenant de répondre. Ce fut le cas notamment pour Raphaëlle, 13 ans (E6) qui ne mentionna aucun des éléments de motivation pour le Studio à la différence de ces deux camarades, Lili et Yasmina (13 ans) qui monopolisent la plus grande part du temps de parole. Sur l'intégralité de l'entretien Raphaëlle prend 22 fois la parole contre 44 et 43 fois pour Yasmina et Lili. De plus, quand cette dernière s'exprime il s'agit le plus souvent d'une abstention quant à exprimer son point de vue en exprimant son adhésion au groupe : « *Et toi qu'est ce que tu en penses Raphaëlle ? / Bah pareil !/ Pareil, comme les copines ! /Bah... oui.* » (E6)

#### 3.2.2.2. *Attentes et objectifs des adolescents*

##### Création et découverte : des objectifs centraux

Dans la continuité des questions relatives aux éléments qui ont déclenché la visite, les adolescents ont été interrogés à propos des objectifs qu'ils associaient à leur participation aux activités du Studio 13/16. Il en est ressorti quatre objectifs principaux : le fait de créer et customiser (46%), découvrir et visiter (29%), se sociabiliser en accompagnant et partageant avec ses accompagnateurs ou en rencontrant de nouvelles personnes (22%) et enfin se divertir (2%)<sup>216</sup>

---

<sup>216</sup> Annexe A9 – Tableau 15

### Des objectifs basés sur le moyen et niveau de connaissance du Studio

Les objectifs sont en adéquation avec les principales motivations des adolescents à savoir créer des objets par eux-mêmes et des thématiques en rapport avec la culture adolescente. Ainsi, le premier objectif affecté à la participation d'une activité au Studio 13/16 reste le fait de créer. De même on remarque que le second objectif de la visite de l'espace adolescent est de découvrir quelque chose, de visiter l'espace.

Ces buts sont intimement liés à la notion de curiosité mais aussi au fait que la plupart des adolescents ne connaissent pas le Studio 13/16 avant d'avoir planifié leur visite au Centre Pompidou. En effet, parmi les adolescents définissant leur objectif premier comme celui de la découverte, la moitié ont connu le Studio 13/16 par hasard.

Ainsi, les objectifs appliqués à la visite sont liés au contexte de connaissance du Studio. Cela s'applique également à la sociabilité et à la volonté de créer. Effectivement, 56% des adolescents venant au Studio principalement dans un but de sociabilité ont connu le Studio grâce à des pairs. Tandis que 32% des adolescents exprimant la volonté de créer ont connu l'espace adolescent par le biais de leurs amis et 26% à l'accueil du Centre Pompidou<sup>217</sup>.

#### **3.2.3. Synthèse**

Il apparaît que le public du Studio 13/16 est principalement constitué de primo-visiteurs. Ce fait est en partie justifié par les chefs de projet par la nature volatile des adolescents dont les intérêts papillonnent d'une période à une autre. Les jeunes venant au Studio seraient donc assidus pendant un moment avant de vaquer à d'autres occupations.

Cependant, le taux élevé de primo-visiteur est également dû à une connaissance du Studio assez faible et variable : 24% des adolescents découvrent le Studio par hasard. L'ignorance ambiante concernant l'espace adolescent confirme les dysfonctionnements du plan de communication du Studio mentionnés par une partie des chefs de projet et médiateurs.

La connaissance de l'offre du Studio reste encore énormément tributaire du bouche-à-oreille entre adolescents (32%). La prédominance du modèle des pairs comme vecteur d'information

---

<sup>217</sup> Annexe A9 – Tableau 16

mais aussi d'initiation (39% des adolescents des cas), confirme la transmission horizontale comme déterminante quant à la création des goûts et pratiques chez les jeunes.

Il apparaît que les biais de connaissance du Studio ont un impact à la fois sur la nature du public et des initiateurs (famille, pair, adolescent) mais également sur les motivations et objectifs associés à la visite de l'espace jeune du Centre.

Notre étude démontre que les notions de création et d'ateliers manuels restent des facteurs centraux quant à la motivation des adolescents à venir au Centre Pompidou et à participer aux activités du Studio. De même, comme cela a été pris en compte par l'équipe de conception de la programmation, la thématique de l'atelier persiste à être un élément déterminant dans la décision des jeunes à visiter l'espace adolescent.

Cette importance du faire et de la thématique est également liée de manière intrinsèque à la nature de la connaissance du Studio 13/16. Une connaissance limitée de l'espace adolescent induite par une présentation basée sur la possibilité de créer au sein d'un espace dédié aux adolescents entraîne des motivations et des objectifs réduits centrés sur l'intérêt porté à l'activité manuelle. De plus, une connaissance du Studio basée sur le hasard entraîne principalement comme objectif chez l'adolescent celui de la découverte et de connaître plus en avant l'offre qui lui est proposée.

A la différence des études réalisées avant l'ouverture de l'espace adolescent, la présence d'un artiste au sein du Studio n'est pas présentée comme un élément déterminant à la participation des jeunes aux ateliers. Bien que les adolescents ressentent le besoin de se confronter à la création par le faire, la présence d'un acteur de la scène contemporaine ne semble plus être un facteur nécessaire.

Enfin, par la grande importance que prennent les pairs et la famille dans la connaissance et les attentes concernant le Studio, il semble indéniable que les rapports de sociabilités tiennent un rôle prépondérant non pas seulement dans les moments précédents la visite mais également sur le déroulé de l'activité et l'impact de cette dernière chez l'adolescent.

### 3.3. Phénomènes de sociabilité

La socialisation, ou « processus d'adaptation de l'enfant à la vie en société, aux rapports sociaux »<sup>218</sup>, fait partie des éléments fondateurs de l'adolescence. Si au départ cet apprentissage de la vie sociale passe par les parents, rapidement, à l'âge de l'adolescence, les pairs prennent de plus en plus de place. En effet, l'un des loisirs principaux des adolescents reste le fait de passer du temps avec ses amis<sup>219</sup>. De plus, ce sont également les pairs qui ont un rôle de plus en plus fort quant à l'acquisition des normes culturelles<sup>220</sup>.

Depuis cinq ans, le Studio 13/16 est présenté par le Centre Pompidou comme un espace d'échanges et de rencontres. Ainsi, dans ce cadre, notre étude a été amenée à questionner ce statut de lieu de sociabilité affecté à l'espace adolescent. Pour cela, il a été étudié à la fois la présence, la nature et le rôle des accompagnateurs ainsi que la nature des échanges entre l'adolescent et ceux qui l'accompagnent.

#### 3.3.1. *Le Studio 13/16, un lieu de rencontre ?*

##### 3.3.1.1. *Un discours institutionnel centré sur le partage*

##### *Une conception du Studio 13/16 basée sur la rencontre*

Les différents chefs de projet ont été interrogés sur leur vision du Studio et notamment sur sa capacité d'être un lieu de rencontre et d'échange. Cette nature propice au partage est notamment liée au contexte artistique dans lequel s'inscrit le Centre Pompidou et par extension le Studio 13/16. En effet, comme le mentionne l'une des chefs de projet, l'art est un lieu de partage et de rencontre. De ce fait, ouvrir un espace dédié à la création doit être l'occasion pour les adolescents, mais aussi les adultes, précise la chef de projet, de rencontrer de nouvelles personnes et apprendre à travers elles : « *c'est un lieu de rencontre ! L'art c'est un lieu de rencontre aussi !* » (CP4)

---

<sup>218</sup> Définition empruntée au Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales : <http://www.cnrtl.fr/definition/socialisation>

<sup>219</sup> DAHAN C. (dir.), *les adolescents et la culture, un défi pour institutions muséales*, opus cité.

<sup>220</sup> DAHAN C., *les adolescents et la culture, un défi pour institutions muséales*, opus cité.

Le Studio 13/16 est présenté comme un lieu de partage et de socialisation notamment parce qu'il doit servir de pont entre les jeunes et le reste de l'institution. Dans ce cadre, le Studio 13/16, à travers le discours officiel, apparaît comme un lieu de rencontre entre la création contemporaine et les jeunes. Sur le site internet du Centre Pompidou, le descriptif utilise deux fois le terme « rencontre » : « *Le Studio 13/16, premier espace exclusivement dédié aux adolescents, de 13 à 16 ans, dans une grande institution culturelle, propose une programmation de rencontres avec des créateurs en tous genres [...] pour une première rencontre avec les œuvres du Centre Pompidou* »<sup>221</sup>.

Cette vision d'espace de rencontre est partagée par une grande partie de l'équipe en charge de l'espace adolescent. Pour plus de la moitié des médiateurs, le Studio 13/16 reste également un espace de sociabilité et de rencontre. Cependant, l'une des médiatrices précise que l'espace adolescent devient véritablement un lieu de rencontre pour l'adolescent si ce dernier s'affranchit de la présence de ses accompagnateurs, notamment quand il est venu avec ses parents : « *alors, je trouve que la plupart du temps, quand les adolescents sont laissés seuls, et qu'ils ne viennent pas en groupe d'amis, ils se sociabilisent vachement ! [...] Ils s'entraident, ils créent des liens entre eux ! [...] Quand ils viennent avec leurs parents et que les parents restent, c'est beaucoup plus fermé et ils restent entre eux !* » (EM1)

### *Une scénographie qui favorise la rencontre*

Pour les concepteurs, l'espace adolescent a véritablement été conçu comme un lieu où les adolescents peuvent échanger et apprendre à se connaître. Cette volonté de partage portée par les chefs de projet passe notamment par la scénographie du Studio. En effet, le mobilier a été pensé de manière à favoriser le rassemblement et donc les échanges. L'une des chefs de projet l'explique en parlant du mobilier choisi pour les ateliers : « *vu que l'on est vraiment sur un mode de rencontre, de discussion, de création ! Mais ensemble. [...] Mais on a fait des mega grandes tables carrées, extrêmement... etc. et du coup, tu avais les uns à côté des autres des ados qui ne se connaissaient pas ! Et qui finissaient par se connaître !* » (CP1) Les grandes tables comme lieu de sociabilité et de rencontre sont également mentionnées par une médiatrice. Comme la chef de projet, la médiatrice conçoit les tables d'activité comme un moyen de réunir physiquement des adolescents qui ne se connaissent pas, ce qui permet par la suite de favoriser le début de conversation : « *Quand ils sont sur les tables d'activités, s'il y a*

---

<sup>221</sup> Descriptif obtenu sur le lien : <https://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cMdAqnL/rM6MyE>

*des gens à côté, des jeunes à côté, ils vont se parler entre eux ! Parce qu'ils vont par exemple entendre une conversation, ça va les intéresser, donc ils vont parler. C'est quand même un endroit [...] où il y a de la communication !* » (EM5)

L'espace lounge récemment rénové est également un espace clé quant aux possibilités de sociabilité. En effet, placé de part et d'autre de la porte d'entrée, l'espace lounge est conçu en deux estrades sur lesquelles les adolescents peuvent se regrouper sur le même modèle que les rassemblements dans les cours de récréation autour d'un banc ou sur des marches d'escalier<sup>222</sup>. De plus, légèrement concaves, l'agencement des cubes permet aux jeunes de se resserrer et de s'isoler pour échanger. C'est d'ailleurs l'un des espaces privilégiés par certains adolescents habitués issus des banlieues de Paris et qui viennent principalement au Studio dans le but de se retrouver entre amis<sup>223</sup>, comme le précise l'une des chefs de projet lorsqu'on lui demande si le Studio est pour elle un lieu de rencontre : « *Ah oui bien sûr ! C'était le cas pour ce fameux public justement, qui se retrouvait... qui fonctionnait par réseau. C'était leur lieu. Ils se disaient : « Rendez-vous à... »* » (CP2).

#### *Un espace de sociabilité et non pas un centre social*

Une des chefs de projet développa un peu plus le discours autour du rôle du Studio 13/16 comme espace de sociabilité. Pour elle, chaque acteur présent au sein de l'atelier possède un rôle précis permettant le fonctionnement de l'espace mais aussi pour consolider les phénomènes de sociabilité. Ainsi, son rôle en tant que chef de projet est avant tout de s'adresser aux parents afin de les renseigner sur le Studio mais aussi pour les rassurer sur le déroulé de la journée<sup>224</sup>. Tandis que les médiateurs ont un rôle plus direct avec les adolescents avec lesquels ils échangent en priorité<sup>225</sup> : « *en tant que chefs de projet, on va passer plus de temps à discuter avec les parents. [...] Et les médiateurs, leurs laisser plus le temps de discuter avec les jeunes...* » (CP2). Ils doivent faciliter les échanges entre jeunes mais aussi permettre la mise en place d'un dialogue décomplexé en prêtant une oreille attentive aux paroles des jeunes.

---

<sup>222</sup> Annexe A5 – fig. 18

<sup>223</sup> Il s'agit de la bande de la Touffe, présentée dans *Sortir entre potes et rencontrer du monde : le cas de la bande de la Touffe*, page 149

<sup>224</sup> Annexe A5 – fig.16

<sup>225</sup> Annexe A5 – fig. 17

Cependant, la conceptrice précise qu'il ne s'agit pas de se substituer aux structures d'aide sociale, le Studio 13/16 est un lieu où les adolescents peuvent renforcer leurs liens et rencontrer de nouvelles personnes, mais il ne s'agit pas de trouver de solution aux problèmes qu'ils peuvent rencontrer au cours de leur adolescence : « *on n'est pas une MJC, on n'est pas un.... [...] un centre social* » (CP2).

En effet, ce discours repose sur différentes expériences que la chef de projet mentionne au cours de son entretien. Elle y raconte que les jeunes peuvent traverser une période difficile au cours de leur adolescence et qu'une structure comme le Studio 13/16 peut apparaître comme un refuge et un espace d'expression. C'est le cas notamment d'un adolescent qui au départ prit l'habitude d'appeler la chef de projet « maman », avant de commencer à se confier aux médiateurs : « *il y en avait un qui nous parlait effectivement de... celui justement qui m'appeler, celui qui disait ça... il a commençait à parler comme ça du fait que... « je me prostitue ». Il s'est mis à en parler tout à fait... naturellement.* » (CP2). Il s'agit d'une anecdote et donc d'un cas isolé mais qui a marqué les esprits de l'équipe puisqu'une des médiatrices fait également référence à cet épisode : « *j'ai eu une expérience une fois avec un jeune qui faisait partie de cette bande un petit peu [...] il y en avait qui avaient certains problèmes qu'ils m'ont rapportés, et qui se sont vraiment confiés ! [...] Donc, vraiment des fois, il y a une sorte de... de liens, surtout avec ceux qui viennent souvent, qui s'installent.* » (EM1) Une telle ouverture au sein des discours rapportés des adolescents démontre l'efficacité de l'espace jeune à véritablement apparaître comme un espace d'échange et de parole où l'adolescent est libre.

Ainsi, au sein du discours des chefs de projet, l'objectif du Studio tourné vers le partage et la socialisation semble atteint. A travers leurs paroles, les chefs de projet démontrent que du phénomène de sociabilité à la quête d'une aide sociale il n'y a qu'un pas que le Studio 13/16 peut mais ne veut pas franchir. En effet, il s'agit également de savoir si les médiateurs présents au sein du Studio, qui sont en lien direct avec ces adolescents sont capables de faire face à certains discours et cas de figure : « *Et là, c'est là que tu ne sais pas trop comment... comment gérer. Est-ce que je dois, en tout cas dans le cas de ce qu'il m'avait raconté, est-ce que je devais en parler ou pas ? Enfin, des choses comme ça !* » (EM1)

Il existe d'autres limites aux phénomènes de sociabilité au sein du Studio. Effectivement, bien que l'ensemble des chefs de projet et une majorité des médiateurs estiment que le Studio reste



un espace de rencontre, l'un des médiateurs ne possède pas le même avis. En effet, pour lui le public du Studio est tellement fluctuant que les échanges peuvent être limités : « *ouais, parce que le Studio, tu y vas une ou deux fois ! Sauf si tu kiffes, tu y vas plusieurs fois mais, ce sera toujours des gens différents ! [...] c'est un lieu de passage ! [...] Mais il n'y a pas beaucoup de relations qui se font !* » (EM4). De plus, il ajoute que si le Studio 13/16 n'est pas tant un lieu de rencontre qu'il n'y paraît c'est également parce que, pour lui, les jeunes ne franchissent pas la porte de l'espace adolescent pour rencontrer de nouvelles personnes comme ont pu l'avancer certains de ces collègues: « *au final, les ados ne viennent pas forcément pour ça non plus.../ [...] ce n'est pas un truc de rencontre, non.* » (EM4)

Si la plupart des gens du Centre Pompidou considèrent que le Studio est bel et bien un espace de rencontre, que transparait-il au sein du discours des adolescents ?

### 3.3.1.2. Renforcer les liens au Studio : la vision des adolescents

#### Un taux de rencontre faible

Au cours des entretiens, il a été demandé aux jeunes s'ils avaient rencontré de nouvelles personnes et qu'est-ce qui avait déclenché ou non les échanges avec des inconnus. Sur les quarante et un adolescent interrogés par entretien, trente quatre n'ont échangé avec personne d'autre qu'avec leurs accompagnateurs, soit 83% des cas<sup>226</sup>. Ce qui démontre qu'une très large majorité des adolescents qui fréquentent le Studio ne parlent pas avec d'autres jeunes présents au sein de l'atelier mais plutôt avec leurs accompagnateurs. Le discours des adolescents est confirmé par nos observations dont les résultats montrent que sur les cinquante adolescents observés, quarante quatre n'ont pas parlé qu'avec leur accompagnateur, soit 88% des adolescents étudiés<sup>227</sup>.

Lorsque l'on met en parallèle le discours des chefs de projet et des médiateurs avec celui des adolescents, nous constatons un écart entre l'image qu'ont les concepteurs ainsi que les animateurs et la réalité du terrain. En effet, bien que la communication et la majorité des médiateurs affirment que le Studio 13/16 est un espace de rencontre, nos résultats démontrent que les adolescents ne parlent quasiment pas aux autres jeunes présents au sein du Studio.

---

<sup>226</sup> Annexe A10 – Tableau 17

<sup>227</sup> Annexe A10 – Tableau 18

### Des objectifs incompatibles avec de nouvelles rencontres

Pour les jeunes qui ont été interviewés, plusieurs facteurs entravent les nouvelles rencontres. Tout d'abord, les adolescents déclarent préférer partager avec les gens qui sont venus avec eux (29% des cas) plutôt qu'avec des inconnus : « *quand on est entre copine, on passe notre temps entre copines !* »<sup>228</sup>. Dans ce cadre, le Studio apparaît bien comme un espace de sociabilité mais tourné vers les proches et non vers la quête de nouvelles découvertes. En second lieu, c'est un choix tourné vers la création qui entraîne une impossibilité de créer de nouveaux liens (29% des cas)<sup>229</sup>.

Ces premiers résultats sont dans la lignée de ceux obtenus à propos des motivations et des objectifs des adolescents. Ce qui fait venir les adolescents au sein de l'espace jeune du Centre Pompidou c'est avant tout la possibilité de créer et de se confronter à un univers qui leur est proche<sup>230</sup>. Dans ce cadre, les adolescents ne laissent pas beaucoup de place aux échanges autres que ceux internes à son groupe : « *j'y ai pas trop pensé en fait à... à parler avec des gens. [...] Nan c'était... on est venues ici pour créer quelque chose* ». (E1)

Les paroles de l'adolescente sont confirmées par nos propres observations. Tout au long de notre terrain, nous avons vu principalement des enfants aux attitudes fermés, non pas parce qu'ils ne voulaient pas échanger mais principalement parce qu'ils étaient concentrés et impliqués dans l'activité qu'ils étaient en train de faire. L'objectif orienté vers la création et la participation à une activité manuelle entraîne une implication physique et intellectuelle dans l'acte de création qui le coupe de ce fait de toutes possibilités de communication. Comme le précise l'adolescente, il ne s'agit pas de ne pas vouloir mais simplement d'un déplacement des priorités. Ce constat a également été porté par certains médiateurs : « *Quand il y avait beaucoup de monde qui venait, il ne me semblait pas que les ados se parlaient entre eux... En général, comme ils ont chacun une tâche à faire, à réaliser, ils sont très concentrés dans leurs tâches, même si parfois, on participe à une chose en commun...* (EM3)

---

<sup>228</sup> E15 : Lou, 15 ans.

<sup>229</sup> Annexe A10 – Tableau 19

<sup>230</sup> Pour rappel, les adolescents déclarent comme principales motivations à la venue au Studio 13/16 la possibilité de créer (39%), la thématique de l'atelier (20%) pour 7% pour la possibilité de nouvelles rencontres. Tandis que 46 % des jeunes interrogés affirment avoir pour objectif de créer ou customiser contre 22% en quête de sociabilité.

### L'impact de la timidité et du sentiment d'infériorité

Il est important de mentionner que certains adolescents ont expliqué le fait qu'ils n'aient pas eu d'échanges avec d'autres personnes que leurs accompagnateurs par le fait qu'ils étaient les seuls de leur âge : « *Est-ce que vous avez discuté avec d'autres ados qui sont ici ? Non... [...] Parce qu'on était toutes les deux ! [...] il n'y en a pas....de notre âge...* »<sup>231</sup>.

Au-delà de l'isolement en fonction de l'âge, quelques uns font mention d'une certaine timidité. Cette dernière peut être due à la nature même de l'adolescent. C'est le cas notamment pour Miriam, 12 ans, qui vient régulièrement au Studio accompagnée de sa mère et de son grand frère. Elle n'échange pas avec les autres car elle est très timide : « [...] *En plus, je suis timide ! Donc c'est un peu difficile.* » (E12).

De plus, parfois, les adolescents déclarent avoir du mal à aller vers les autres groupes car ils se sentent en infériorité par rapport à eux. Ce sentiment peut être provoqué par l'impression d'être confronté à un groupe soudé dans lequel il peut paraître difficile de s'intégrer : « *parce que eux, ils se connaissent. Et nous, on ne se connaît pas, donc* » (E12). Ce sentiment peut être également déclenché par l'impression que les autres adolescents sont plus initiés qu'eux par rapport à leur connaissance et pratique du Studio<sup>232</sup>.

Comme nous avons pu le voir au cours de nos recherches bibliographiques mais aussi au cours des entretiens avec l'équipe du Studio, les adolescents sont rarement sûrs d'eux malgré la réputation d'opposition et de forte tête qui leur est associée. Ils ont généralement besoin d'être rassurés. Etre au sein d'un groupe de pair connu et dans lequel son rôle est défini est plus rassurant que le fait de se confronter à de nouvelles personnes qui possèdent leur propre groupe et leurs codes et qui peuvent être amenées à juger ou même à rejeter : « *Le fait que tout le monde soit en groupe, chacun reste chez soi !* » (E16).

Ainsi, c'est principalement quand les adolescents sont seuls qu'ils sont enclins à échanger avec leurs voisins plutôt que lorsqu'ils sont accompagnés. Cela s'est confirmé au sein de nos observations et entretiens. En effet, Manon, 15 ans, venue seule au Studio 13/16 s'est tout de suite installée avec Imana, 13ans, à l'ouverture de l'espace adolescent pour ne pas être seule : « *bah... on était que toutes les deux au début... / Vous avez un peu serré les rangs. Vaut mieux être toutes les deux que toute seule, c'est ça ? / Ouais... ouais.* » (E17)

---

<sup>231</sup> E9 : Nina et Aicha, 13 ans.

<sup>232</sup> Cf. *Des relations tissées selon les rapports initiateurs/initiés*, page 151

### Des cas rares et divers d'échanges entre adolescents

Sur les quelques cas où les adolescents ont fait des rencontres, deux ont échangé avec des adolescents dans le contexte des ateliers mais retiennent principalement les liens qu'ils ont créés avec les intervenants. C'est le cas de Jérémy, 17 ans, habitué du Studio qui lorsque nous l'interrogeons sur les rencontres qu'il a pu faire mentionne immédiatement les médiateurs : « Bah ouais ! Bah déjà j'ai rencontré... bah les médiateurs qui sont assez sympas » (E5). Pour l'adolescent, la rencontre est rendue possible notamment par la scénographie évoquée par l'une des chefs de projet et une des médiatrices. La possibilité de s'installer tous autour d'une même table favorise les possibilités d'échanger : « on peut échanger avec d'autres gens. Par exemple quand ils viennent, on se met à côté d'eux et on parle de tout et n'importe quoi. C'est cool. » (E5). Pour Merveille, un autre habitué du Studio qui a été attiré au Studio par la présence d'artistes, c'est naturellement les contacts qu'il s'est constitué auprès d'eux dont il parle principalement : « Euh, bah j'ai rencontré... que ce soit des jeunes comme moi, avec qui j'ai les mêmes intérêts, ou même des professionnels qui... avec qui je suis resté en contact par la suite... » (E10). Le discours porté par les adolescents qui fréquentent régulièrement le Studio nous permet d'entrevoir que le Studio est, comme l'ont exprimé la plupart des chefs de projet, un espace de rencontre au sens large. Il ne s'agit pas seulement de rencontrer des gens de son âge mais véritablement de se confronter et de se nourrir de personnalités différentes présentent à la fois du côté des jeunes qui viennent au Studio mais aussi du côté des médiateurs qui animent l'espace et des artistes qui viennent présenter leur travail. Ces rencontres sont rendues possibles grâce à la création artistique qui représente le nerf central des premiers échanges.

Chez les adolescents dont la fréquentation du Studio est plus récente, les quelques jeunes qui sont allés vers les autres expliquent leur démarche par le goût de rencontrer de nouvelles personnes. C'est ce dont parle notamment Imana, 13 ans, qui rencontra Manon et Merlin au cours de son après-midi au Studio : « quand on rencontre des gens c'est plus sympa ! » (E18). Tandis que Dimitri, 17 ans, qui a découvert le Studio pour la première fois au cours du Tremplin des Talents #3 organisé pendant les vacances d'hiver, mentionne le fait que la nature même des activités, notamment celles qui nécessitent de former des groupes, sont favorables aux échanges entre adolescents : « On a fait un truc, on tournait un film ! Et là, je

*me suis vraiment fait pote avec des gens ! Et que c'est vachement marrant de tourner un plan séquence d'une minute ! C'était hilarant ! » (E19)*

Ces rares exemples de rencontres<sup>233</sup> démontrent que le Studio peut effectivement, comme le conçoivent les chefs de projet, un espace de rencontre. Cependant, dans la plupart des cas, les échanges ont principalement lieu entre l'adolescent et celui ou ceux qui l'accompagne(nt).

### *3.3.1.3. Venir accompagné au Studio 13/16 : nature et rôle des accompagnateurs*

#### *Des adolescents autant accompagnés par leurs parents que par leurs amis*

Le Studio 13/16 a été pensé pour être une offre à destination des adolescents en visite libre au sein du Centre Pompidou. Ce point de départ a entraîné, en 2010, chez les chefs de projet l'idée que les adolescents qui viendraient au sein de l'espace adolescent seraient des jeunes sortis du contexte scolaire mais aussi de la visite familiale et donc qu'ils se déplaceraient seuls au Studio. Or, il s'est avéré très rapidement que ce ne fût pas le cas. Les adolescents franchissent rarement la porte de l'espace adolescent seuls : « *Ouais ! Nous on pensait que les jeunes viendraient forcément tout seul ! Mais pas du tout !* » (CP1)

Le constat émis par les chefs de projet est validé par nos résultats. Sur l'ensemble des entretiens et observations, nous remarquons que les adolescents viennent avec au moins un accompagnateur au sein du Studio. Nos analyses sont également proches de la vision portée par les médiateurs quant à la nature des accompagnateurs. En effet, certains chefs de projet et médiateurs estimaient que les adolescents venaient principalement accompagnés soit de leurs parents, soit de leurs amis : « *Alors en général, ils viennent accompagnés par leurs parents et ou alors par avec leurs amis. Pas mal de gens qui viennent en bande* » (EM3).

Lorsque nous analysons les résultats obtenus grâce aux observations, nous constatons que les adolescents viennent autant accompagnés de leur famille que de leurs amis (respectivement 38% chacun)<sup>234</sup>. De nouveau, il s'agit d'une donnée qui avait été intuitivement perçue par

---

<sup>233</sup> Nous dénombrons huit rencontres au final : deux au cours des entretiens, deux au cours des observations et enfin quatre cas à la fois observés et interrogés.

<sup>234</sup> Annexe A10 – Tableau 21

certaines chefs de projet : « *Mais je dirais que la proportion est à peu près la même ! Et on a ouais... parent accompagnateur ou ami...* » (CP1).

Si nous étudions les résultats des entretiens, nous remarquons que nous ne retrouvons pas le même équilibre entre famille et pair. En effet, 51% des adolescents interrogés ont été accompagnés par des pairs tandis que 39% l'ont été par des membres de leurs familles<sup>235</sup>. A travers ce résultat, nous nous rapprochons plus du constat du développement de la transmission horizontale de pair à pair puisqu'ils représentent pour l'adolescent tout autant, voire plus, un environnement dans lequel développer sa pratique culturelle. Au-delà du fait que les principaux vecteurs de transmission de la pratique culturelle sont reconnus comme étant la famille et l'école, la structure du groupe d'amis prend une place de plus en plus prépondérante dans la constitution d'une pratique culturelle. De plus, ces résultats démontrent que les pairs sont présents tout au long du processus de découverte du Studio. Ils sont l'un des vecteurs primordiaux de connaissance du Studio, les principaux initiateurs de visite et donc également les principaux accompagnateurs de l'adolescent au cours de sa participation au Studio. Ainsi, la pratique de l'espace jeune du Centre Pompidou s'inscrit véritablement dans un contexte de sociabilité entre pairs où participer à une activité culturelle permet de resserrer les liens comme nous le verrons un peu plus tard.

#### *Un rapport étroit entre âge et nature de l'accompagnateur*

Au cours de nos analyses s'est posée la question de savoir si la nature de l'accompagnateur variait en fonction de l'âge de l'adolescent qui vient au Studio. Lorsque nous croisons les données, il apparaît que les plus jeunes, entre 12 et 13 ans, viennent principalement avec leurs parents, tandis que les plus âgés, entre 16 et 17 ans, sont majoritairement entre amis. Tandis que les adolescents entre 14 et 15 ans, sont légèrement plus souvent avec des amis, mais encore 36% déclarent venir accompagnés d'un de leurs parents<sup>236</sup>.

De plus, les résultats obtenus montrent également qu'initiateur et accompagnateur sont le plus souvent de même nature. En effet, 93% des adolescents accompagnés par un membre de leur famille ont vu leur visite programmée par leurs familles. Et 81% des adolescents qui viennent au Studio sur les conseils de leurs amis sont accompagnés par ces derniers. Enfin lorsque c'est

---

<sup>235</sup> Annexe A10 – Tableau 22

<sup>236</sup> Annexe A10 – Tableau 23 et Tableau 24

l'adolescent qui est à l'initiative de la visite, il est accompagné dans 80% des cas par un pair<sup>237</sup>.

Le fait que le rôle d'initiateur et d'accompagnateur soit assumé par la même personne est important. Cela démontre que la participation au Studio 13/16, de la prise de décision à la réalisation de l'activité découle d'un ensemble d'échanges forts entre l'adolescent et celui qui décide de la visite et l'accompagne. Ces résultats aussi apportent confirmation aux discours des adolescents. En effet, le premier argument avancé pour justifier le faible taux d'échange externe au groupe initial de l'adolescent était la volonté de favoriser les relations internes au groupe. Cela est en accord avec la démarche de prendre la décision de venir au Studio avec une personne et être accompagné par cette dernière. Dans ce cadre, nous pouvons apporter des limites au discours tenu par les chefs de projet et les médiateurs, le Studio 13/16 n'apparaît pas comme un espace de rencontre mais bien comme le support des phénomènes de sociabilités au sein de groupe d'individus préétabli à la visite.

#### Attitude et rôle des accompagnateurs

Au-delà de la nature même des accompagnateurs, notre étude s'est attachée à questionner leur rôle et attitude au sein des phénomènes de sociabilité. En effet, bien que la plupart des adolescents viennent au Studio accompagnés, il persiste deux attitudes concernant les accompagnateurs. Ils peuvent être présents au sein du Studio ou alors absents tout au long de l'activité.

Les analyses de nos observations nous permettent de voir que les accompagnateurs sont principalement présents au cours de l'activité de l'adolescent (74% des cas)<sup>238</sup>. De même au cours de nos entretiens, 71% des adolescents déclarent que leur accompagnateur est resté avec eux au cours de l'après-midi passé au Studio<sup>239</sup>.

Ces analyses confirment que venir accompagné au Studio 13/16 s'inscrit dans un phénomène de sociabilité dont le but est de renforcer les liens avec une de ses connaissances. Ceci est

---

<sup>237</sup> Annexe A10 – Tableau 25

<sup>238</sup> Annexe A10 – Tableau 26

<sup>239</sup> Annexe A10 – Tableau 27

renforcé par le discours des adolescents qui justifient leur présence par la volonté de partager avec lui (83% des adolescents dont leur accompagnateur est présent).

Par ailleurs, pour certains chefs de projet, ce sont principalement les jeunes qui souhaitent que leurs accompagnateurs restent : « *Et les jeunes venaient avec leurs parents, la première fois. Et ils souhaitaient que les parents restent alors que les parents voulaient partir !* » (CP1)

Lorsque nous étudions de manière plus approfondie ces résultats, nous constatons que ce sont le plus souvent des membres de la famille de l'adolescent qui sont absents<sup>240</sup>, tandis que les amis sont toujours présents tout au long de l'activité<sup>241</sup>. Il s'agit d'un élément que certains médiateurs avaient perçu : « *Euh les parents, souvent, ils participent avec les ados... Alors, s'ils ne participent pas avec les ados, ils se cassent ! Donc ils font faire d'autres trucs et ils reviennent plus tard! Les animateurs, souvent, ils sont là. Ils aident les... [...] et ceux qui viennent avec leurs potes, leurs potes font aussi.* » (EM3)

Ainsi, le taux élevé d'accompagnateurs présents est dû à la forte présence des pairs comme initiateurs et accompagnateurs, dont la forte sociabilité entraîne une participation de concert avec l'adolescent interrogé ou observé. De plus, cela démontre qu'au-delà de l'acte de présence, les accompagnateurs n'ont pas le même rôle selon leur nature.

De ce fait, il a été important de considérer quel rôle est donné à chaque acteur au sein du Studio par les équipes de conception et d'animation du Studio mais aussi par les adolescents.

### ***3.3.2. Les médiateurs : lien direct entre le Centre et les jeunes***

Au cours de nos observations et de nos entretiens, il s'est avéré que les médiateurs tenaient une place centrale au sein des échanges présents au sein du Studio. Ce statut particulier est en partie causé par le rôle qui est attribué aux médiateurs et à l'ensemble de postures qu'ils empruntent.

---

<sup>240</sup>Annexe A10 – Tableau 28 : Les parents des adolescents représentent 83% des accompagnateurs absents. Et 63% des parents accompagnateurs sont absents.

<sup>241</sup>Annexe A10 – Tableau 28 : 72% des accompagnateurs présents sont des pairs. Tandis que 100% des pairs accompagnateurs sont présents.



### 3.3.2.1. Le rôle des médiateurs

#### Faire le lien entre le Centre et les jeunes

Au cours des entretiens avec les chefs de projet, il est apparu que l'ensemble de l'équipe avait conscience de l'importance capitale des médiateurs au sein de la vie du Studio 13/16 : « *ils ont un rôle essentiel !* » (CP1).

Les médiateurs sont de jeunes adultes entre 18 ans et 28 ans, le plus souvent issus d'une formation artistique sur le modèle des Beaux-arts. Leur principale mission est de « *mettre en confiance les ados qui vont débarquer au Studio* » (CP3). Cette mise en confiance est nécessaire afin de rendre possible les autres missions imputés aux médiateurs. Premièrement, au-delà de l'accueil des jeunes qui franchissent la porte de l'espace adolescent, les médiateurs doivent être capable de transmettre « *le message sur le contenu de l'atelier et le discours sur l'art lié. [...] éventuellement leur parler de l'artiste invité ! Les familiariser avec les autres espaces du Centre Pompidou !* » (CP3). L'ensemble de ces missions sont en adéquation avec l'idée même de ce que doit être la médiation, c'est-à-dire « l'action visant à réconcilier ou mettre d'accord deux ou plusieurs parties et, dans le cadre du musée, le public du musée avec ce qui lui est donné à voir »<sup>242</sup>.

Les médiateurs qui ont été interrogés ont conscience de la nécessité de transmission associée à leur rôle. Ainsi ils définissent leurs missions comme dans un premier temps une transmission d'informations en présentant l'atelier mais aussi en dispensant des conseils sur la meilleure manière de faire : « *mon rôle en tant que médiateur est d'accueillir le public, déjà [...] Donc de présenter le Studio, parfois d'aller en dehors du Studio pour aller dire aux gens que le Studio existe ! [...] Assister les artistes dans l'élaboration, enfin, pas dans l'élaboration mais dans la création de l'atelier, dans le déroulement de l'atelier.* » (EM3) « *Après voilà, moi mon rôle de médiateur c'est d'être là pour gérer le lieu, de leur indiquer des conseils pour créer leur pièce, créer leur œuvre, leur expliquer un peu ce qu'est le lieu etc.* » (EM6)

---

<sup>242</sup> PETIT R., « Médiation » in Dictionnaire encyclopédique de muséologie, DESVALLEES A. et MAIRESSE F. (dir), opus cité.

### Une transmission basée sur un rapport de confiance

Pour les chefs de projet, cette médiation est rendue possible par la forte relation qui s'installe entre les médiateurs et le public adolescent du Studio 13/16 : « *Et effectivement les médiateurs deviennent des points de repère parce qu'ils peuvent les appeler par leur prénom, leurs parler de choses auxquelles voilà... tout en faisant autre chose !* » (CP2)

Tandis que les médiateurs ne perçoivent pas forcément les liens qui se créent comme un vecteur de transmission mais véritablement comme l'un des paramètres inhérent à leur statut de médiateur : « *Pour moi il y a énormément le rapport hyper social* » (EM4). Ce rapport fort avec les adolescents est issu pour la plupart des médiateurs de la nécessité pour eux de « *garder toujours une bonne ambiance dans le Studio [...] Qu'il n'y ait pas de jugement [...] pour les encourager. [...] Après, leurs donner envie d'aller voir aussi, s'intéresser à d'autres choses* » (EM5), d'être « cool » comme précisa un des autres médiateurs.

### De la nécessité d'être jeune

Cette « cool attitude » ainsi que le fort relationnel entre médiateurs et adolescents s'opère selon les chefs de projet grâce au jeune âge des médiateurs qui relève pour la plupart des concepteurs d'un critère de sélection : « *et puis être jeune c'est obligatoire, enfin quasiment obligatoire au Studio parce qu'il faut vraiment qu'on ait un lien qui puisse se faire directement !* » (CP1)

Si les chefs de projet sont si pointilleux sur le fait d'avoir de jeunes médiateurs c'est que pour eux, l'âge peut être une barrière pour la transmission du message du Studio : « *un jeune ne me parle pas du tout pareil qu'il ne va parler à V., F., L.... enfin, voilà, ce n'est pas... On n'a pas du tout le même contact* » (CP1). Cette vision est notamment nourrie par la connaissance institutionnelle des jeunes. En effet, il est reconnu que les adolescents donnent un fort crédit à l'opinion de ses pairs et dans une tentative de s'assimiler à la société adolescente, ils seront plus enclins à adhérer à un message transmis par un jeune plutôt que par un adulte<sup>243</sup>. Par ailleurs, dans la volonté de se placer définitivement dans l'anti-scolaire et briser l'image austère et académique des institutions culturelles, faire appel à de jeunes médiateurs permet de se placer dans une médiation de pair à pair. Cette simplicité de transmission est mise en

---

<sup>243</sup> OCTOBRE S., DETREZ C., MERCKLE P., BERTHOMIER N., *L'enfance des loisirs*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS « Questions de culture », 2011, 432p.

avant par l'une des médiatrices : « *Que l'on soit jeune, déjà, je pense que ça joue* » (EM7). Pour la médiatrice, être jeune permet d'utiliser « *leur langage pour qu'ils comprennent facilement et qu'ils soient vraiment intéressés.* » (EM7)

Ainsi, les médiateurs sont choisis afin de rendre accessibles les propositions mises en place au sein des ateliers du Studio. Ils doivent désacraliser un lieu et des collections qui peuvent paraître éloignés du monde adolescent voire inaccessibles. Cette transmission est rendue possible par un travail de mise en confiance qui passe lui même le jeune âge des médiateurs et par une relation décomplexée et familière entre les médiateurs et adolescents<sup>244</sup>.

### 3.3.2.2. *Facteurs humains et fidélisation : la vision des médiateurs sur leurs échanges avec les adolescents*

Pour les médiateurs, la nature des échanges avec les adolescents dépend de plusieurs facteurs. Le premier reste de l'ordre de l'humain. Certains seront plus enclins à discuter que d'autres : « *il y en a qui vont être hyper timides, qui ne vont pas oser et tout, donc on va un peu les chercher ! Et d'autres qui direct, se sentent à l'aise, discutent avec nous, nous posent pleins de questions !* » (EM2) Tout comme les médiateurs auront plus ou moins envie d'échanger avec les adolescents : « *C'est moi qui ne vais pas beaucoup vers eux ! J'y vais, mais c'est vraiment plus pour l'atelier quoi.* » (EM4)

Après avoir dépassé les simples qualités relationnelles de chacun, d'autres éléments rentrent en compte afin de favoriser les échanges avec les adolescents. Notamment l'ambiance générale du Studio. Comme l'un des adolescents l'a précisé un peu plus haut, certaines thématiques permettent plus facilement d'échanger que d'autres : « *quand on était Dans la forêt, avant Minecraft, bah ouais on avait des discussion intéressante avec eux ! Parce que c'était une ambiance qui était plus calme, plus reposante et 'fin, tu parles plus facilement de plein de choses quoi !* » (EM4)

Le niveau de fidélisation au Studio 13/16 rentre également en jeu sur le développement de véritables relations entre médiateurs et adolescents. En effet, lorsqu'il s'agit d'adolescents qui viennent régulièrement dans l'espace dédié du Centre Pompidou, le discours développé se dispense des présentations d'usage autour du Studio pour s'ancrer dans des échanges plus

---

<sup>244</sup> Le même constat avait été tiré au sein de la thèse de Noëlle Timbart qui préconisait un médiateur jeune afin de désacraliser le rapport au niveau de connaissance.

personnels : « *quand il y a des ados qui viennent souvent, on devient copain/copain avec eux, on parle... [...] ça arrive que l'on discute plus que « oui, je suis là pour t'encadrer ! Et ne me parle pas de ta vie personnelle».* » (EM3)

C'est justement dans ce rapport presque communautaire entre acteurs récurrents du Studio que ce sont développés les rapports assez forts. Notamment avec certains adolescents en difficultés sociales qui ont adopté le Studio 13/16 comme l'un de leurs squats réguliers : « *ils ne se confient pas mais il y en beaucoup qui ont des problèmes et qui... il y en a beaucoup qui nous disent, bah par exemple, qu'ils sont déscolarisés, qu'ils ne font rien de leurs vies, qu'ils s'ennuient, qu'ils fuguent...des choses comme ça ! Enfin on a quand même, ça n'apparaît rien mais c'est quand même important de se dire, ils nous disent ça à nous, à moi ! Je ne suis pas une complète inconnue pour eux.* » (EM5)

Ainsi si pour les médiateurs leur attitude et leur jeunesse sont des éléments permettant de tisser une relation privilégiée avec les jeunes visiteurs du Studio 13/16, comment sont-ils perçus en réalité par les adolescents ?

### 3.3.2.3. *Impact et réalité de terrain : la vision des adolescents sur les médiateurs*

#### *Présentation, Conseil et Interrogation : nature des échanges entre adolescents et médiateurs*

Au cours de nos observations, il a été possible de catégoriser les différents échanges. Au final nous avons répertorié huit échanges possibles entre médiateurs et adolescents.

**L'accueil** qui représente le plus souvent le premier échange avec les adolescents. Il se caractérise par l'accueil de l'adolescent lorsqu'il franchit les portes du Studio 13/16. Il s'accompagne d'une présentation générale de l'espace et de la programmation actuelle puis s'ensuit généralement une visite de l'atelier et enfin l'installation de l'adolescent sur l'une des activités proposées. Ce type d'échange est l'expression même de la première mission du médiateur.

Les échanges **logistiques** entre adolescents et médiateurs relèvent de l'ordre du pratique. Il s'agit des nombreuses occasions où l'adolescent s'adresse aux médiateurs afin de savoir où trouver le matériel dont il a besoin mais aussi l'organisation des différentes étapes de l'activité, depuis la visite de l'atelier jusqu'à l'expédition dans les salles du musée.

En parallèle, les médiateurs peuvent partager des **idées créatives** avec les jeunes. Les idées échangées avec les médiateurs permettent de soutenir l'imaginaire et la créativité des adolescents. Les idées créatives sont données sous la forme de conversations ou de propositions. Elles n'ont pas vocation à devenir un impératif pour l'adolescent mais sont véritablement données sous la forme de conseils.

A la différence des idées qui touchent à l'imaginaire, les **conseils techniques** permettent aux médiateurs d'échanger avec les adolescents sur les meilleurs outils ou techniques à utiliser pour parvenir à réaliser l'idée de l'adolescent. Ce type d'échanges place le médiateur comme expert et l'adolescent reçoit l'information. Au-delà des conseils, les échanges techniques peuvent amener à ce que le médiateur réalise une étape à quatre mains avec l'adolescent.

**L'Appréciation** comprend l'ensemble des commentaires donnés par le médiateur sur la réalisation. Elle intervient en cours d'activité. Le vocabulaire utilisé est alors positif avec des phrases comme « c'est super ! » et « C'est beau ! ». L'appréciation permet d'encourager et de valoriser l'adolescent dans ce qu'il fait. Ce type d'approche permet également de reconforter l'adolescent qui se confronte parfois à une activité qu'il n'avait jamais faite.

Tous les échanges précédemment exposés relèvent du rôle pratique du médiateur qui doit rendre possible l'atelier et sa réalisation en soutenant les adolescents autant du point de vue pratique que créatif afin de garantir une expérience positive.

Afin de s'assurer que l'adolescent est en train de vivre un bon moment, certains médiateurs questionnent les jeunes sur leurs **ressentis**. Dans ce cadre, les animateurs du Studio sortent du simple rôle d'encadrement pour interroger les adolescents sur ce qu'ils pensent de l'activité, de leurs réalisations, s'ils ont des envies particulières par rapport au Studio etc. Ce type d'échanges met la parole des adolescents au centre de la discussion mais permet aussi de valoriser le travail des médiateurs. Le discours, comme celui des appréciations, relève du champ lexical positif : « c'était bien », « j'aime bien » etc.

Enfin, au cours de ces différents échanges, il arrive que les médiateurs et les adolescents discutent de certains éléments **personnels**. Comme ce que les adolescents font à l'école, ce qu'ils aiment faire de leur temps libre, s'ils ont une passion, ce qu'ils ont pu aller voir au cinéma, à la télé ou au musée. Ce type de dialogues prend un sens informel. La plupart du temps ce sont les médiateurs qui questionnent les adolescents lorsque ceux-ci sont encore novices au Studio. Tandis que les échanges personnels avec certains habitués prennent la forme d'une véritable discussion où les deux parties s'engagent tout autant en donnant leurs avis.

Les échanges les plus souvent constatés restent en premier lieu l'accueil qui représente 75% des premiers échanges. Selon les résultats, adolescents et médiateurs discutent ensuite principalement des aspects techniques relatifs à l'atelier (38%). Et enfin, les animateurs questionnent les adolescents sur leurs ressentis (34%). Il faut noter cependant que 30% des adolescents ne déclarent pas de troisième type d'échange en dehors des deux premiers qui relèvent principalement de l'encadrement d'activités<sup>245</sup>.

Afin d'infirmier ou confirmer ce qui a été observé, il a été demandé aux adolescents au cours de leur entretien ce qu'ils pensaient des médiateurs et de ce qui a été échangé avec eux. De ces entretiens ressort que la plupart des adolescents perçoivent les médiateurs comme une aide (51% des interrogés). Ce qui transparait en second point ne relève pas de la nature des échanges mais de celle des animateurs. En effet, sur les quarante et un adolescents interviewés, 10 déclarent que ce qu'ils retiennent des médiateurs est leur jeune âge, soit 24% des avis<sup>246</sup>.

En associant les résultats de nos observations avec les discours des adolescents, nous pouvons affirmer qu'avant même la personnalité des médiateurs (5% des adolescents trouvent les médiateurs « sympas »), c'est bien leur fonction de médiateur et d'animateur qui prévaut. Même s'il semblerait que chez les plus âgés des adolescents la jeunesse et la personnalité des médiateurs ont plus d'importance. Ainsi, si pour 79% des 12 – 13 ans, les médiateurs sont avant tout une aide, ils ne sont plus que 50% à le penser entre 14 et 15 ans. Au même âge, la jeunesse des médiateurs devient un élément important (36%). L'importance de l'âge ne diminue pas entre 16 et 17 ans avec toujours 36% des adolescents mentionnant la jeunesse. Ils sont également 18% à les considérer comme des copains ou des amis<sup>247</sup>.

Les chefs de projet ainsi que les médiateurs ayant mis en avant la nécessité d'être jeune pour animer le Studio 13/16, il a été demandé aux adolescents de donner leur avis sur la jeunesse des médiateurs. Dans 56% des cas, il s'agit d'un critère important, alors que 24% ne se sont pas prononcés sur la question et que 20% n'y donnent pas d'importance<sup>248</sup>. Nous constatons

---

<sup>245</sup> Annexe A10 – Tableau 29

<sup>246</sup> Annexe A10 – Tableau 30

<sup>247</sup> Annexe A10 – Tableau 31

<sup>248</sup> Annexe A10 – Tableau 32

également que l'importance de la jeunesse des médiateurs augmente avec l'âge des adolescents<sup>249</sup>.

L'importance croissante de l'âge des médiateurs est à mettre en parallèle avec le rôle des initiateurs et des accompagnateurs. En effet, pour les plus jeunes adolescents, la participation au Studio 13/16 s'inscrit le plus souvent dans un cadre familial, c'est-à-dire en présence le plus souvent d'adultes<sup>250</sup>. De ce fait, la présence d'un autre adulte ne pose pas de problème. Tandis que les plus âgés viennent principalement entre pairs dans le but de partager un moment entre adolescents. Dans ce cadre, la jeunesse des médiateurs contribue à renforcer l'image jeune du Studio 13/16 et donne aux adolescents l'impression de participer à une activité propre à leur fourchette d'âge. La plupart des adolescents justifient l'importance de l'âge des médiateurs par le sentiment qu'avec des médiateurs plus jeunes il sera plus facile de communiquer<sup>251</sup>. Pour les adolescents, des médiateurs plus jeunes auront le même langage qu'eux mais aussi les mêmes références<sup>252</sup>. Ce qui leurs permettra de mieux comprendre les adolescents : *« on peut parler parfois avec elles. C'est sympa parce qu'elles sont jeunes aussi, du coup, je pense qu'elles nous comprennent d'un certain côté donc... »* (E11).

Par ailleurs, il apparaît que les médiateurs ne sont pas considérés comme des adultes. Et c'est parce qu'ils ne sont pas perçus comme tels que les adolescents vont instinctivement vers eux : *« Parce qu'en général, ils me prennent aussi pour une adolescente ! »* (EM1)

Ainsi, malgré le discours de certains adultes, la présence de médiateurs jeunes au sein du Studio 13/16 est bien un facteur positif à l'intégration des adolescents dans les institutions culturelles. Leur jeunesse apparaît comme un garant de compréhension et de valorisation auprès des adolescents Bien que cela puisse être taxé de jeunisme<sup>253</sup> : *« on a voulu mettre des jeunes en face de jeunes ! [...] ça aussi... le jeunisme... c'est insupportable ! [...] il faut avoir aussi des gens qui ont une grande culture... »* (CP4)

---

<sup>249</sup> Annexe A10 – Tableau 33 : pour 71% des jeunes entre 14 et 15 ans ainsi que pour 64% des 16 – 17 ans.

<sup>250</sup> 88% des accompagnateurs issus de la famille sont des adultes pour les entretiens. Et 89% des adolescents observés venus en famille étaient accompagnés d'adultes.

<sup>251</sup> E5 : *« bah déjà je pense que déjà les médiateurs sont assez jeunes donc ça permet de bien communiquer. »*

<sup>252</sup> C'est ce qu'exprime Merveille, 16 ans, un habitué du Studio : *« Parce qu'il y a des médiateurs qui ne sont pas jeunes mais euh... pour les plus jeunes, on a plus les mêmes délires genre... on parle plus des mêmes choses. »*

<sup>253</sup> Le dernier chef de projet interrogé, CP4, s'insurgeait contre le jeunisme appliqué au Centre à travers le studio 13/16 pour qui cela n'était pas gage de qualité.

Cependant, une telle critique doit être prise en compte car si la jeunesse des médiateurs est importante pour assurer la mise en confiance et un relationnel plus aisé avec les jeunes, cela n'empêche que le premier point que retiennent les adolescents est leur mission d'aide et de soutien à la création. Il est donc impératif de choisir avec soin des médiateurs qui aient le bagage pratique et culturel nécessaire au bon fonctionnement de l'atelier comme le précise l'un des chefs de projet: « *il faudrait vraiment un contenu ! Des gens qui ont une vraie culture ! [...] je pense qu'on devrait leur donner un peu de culture... et de savoir faire ! [...] être en face des ados ce n'est pas être... d'être jeune qui fait que ça amène des choses !* » (CP4).

Au final, il s'avère que les médiateurs ont bien un rôle central au sein du Studio. Ils permettent le lien entre l'institution et les visiteurs de l'espace adolescent. Si pour les médiateurs, leur principal rôle est de l'ordre du relationnel, il s'avère que les adolescents les perçoivent d'abord et avant tout comme une aide, puis en grandissant comme de potentiels copains. Ainsi, le rapport entre les adolescents et les médiateurs évoluent avec le temps, notamment si l'adolescent devient un habitué de l'atelier. En est-il de même pour les rapports entre les jeunes et leur famille ?

### ***3.3.3. Le Studio 13/16 comme sortie familiale : les adolescents et leurs parents***

#### *3.3.3.1. Les mères, principales accompagnatrices au Studio 13/16*

Nous avons pu voir précédemment que les membres de la famille représentent respectivement 37% des accompagnateurs pour les adolescents observés et 39% des accompagnateurs déclarés lors des entretiens. Cependant, qui au sein de la famille est en charge de conduire l'adolescent au sein du Studio 13/16 ?

En analysant les données obtenues grâce aux observations et aux entretiens, nous remarquons que ce sont principalement les mères qui accompagnent les adolescents<sup>254</sup>. Au même titre que la légère prédominance du public féminin au sein de l'espace adolescent, la supériorité quantitative de la mère comme accompagnatrice démontre la persistance du phénomène de

---

<sup>254</sup> Annexe A10 – Tableau 34



féminisation de la culture<sup>255</sup>. En effet, l'un des facteurs de constitution des goûts et des pratiques culturelles reste le modèle éducatif appliqué par les parents. Au sein de ce dernier, les rôles sont distribués entre le père et la mère en fonction des pratiques associées à chaque sexe. Ainsi la danse, la lecture et l'écoute de musique seront associées à la femme. Tandis que l'homme sera en charge des jeux vidéo et de la télévision. Ce modèle, qui tend à se généraliser, s'applique également à la fréquentation des institutions culturelles qui semble être associées principalement au domaine féminin<sup>256</sup>.

### 3.3.3.2. *Entre spectateur et acteur : le rôle attribué aux parents*

Au cours des observations, il est apparu que les accompagnateurs pouvaient avoir principalement deux attitudes. Ils pouvaient être absents ou alors être présents tout au long de l'activité. En ce qui concerne la famille, il a été noté que dans 68% des cas observés que le parent accompagnateur est absent. C'est également le cas pour 63% des adolescents interrogés venus en famille<sup>257</sup>.

Lorsque nous étudions la présence des accompagnateurs en fonction de leur nature, nous remarquons que les parents sont le plus souvent absents : Au cours des observations, 91% des parents accompagnateurs sont absents. Et lors des entretiens, 75% des parents accompagnateurs sont absents. Les autres membres de la famille comme la grand-mère, l'oncle ou la marraine sont présents. Leur présence est justifiée par les adolescents dans un but de partage et de sociabilité avec leurs accompagnateurs : « *je suis un peu contente aussi... de passer du temps avec ma grand-mère. [...] c'est important pour moi, parce que ma grand-mère... je ne la vois pas souvent !* » (E18). Tandis que l'absence des parents est justifiée le plus souvent par la réalisation d'une autre activité en parallèle par les parents : « *oui, mes petites sœurs sont parties faire un autre atelier. Et mes parents sont partis faire l'exposition sur Cuba.* » (E2) Pour une grande part des adolescents, l'absence des parents n'est pas considérée comme un élément négatif mais plutôt comme un gage de liberté: « *Elle n'avait*

---

<sup>255</sup> OCTOBRE S., « la fabrique sexuée des goûts culturels. Construire son identité de fille ou de garçon à travers les activités culturelles », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°150, décembre 2005, 10p.

<sup>256</sup> DONNAT O., « la féminisation des pratiques culturelles », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°147, Juin 2005, 11p

<sup>257</sup> Annexe A10 – Tableau 35

*pas prévu de m'accompagner et j'aurais... pff, je trouve que c'est mieux! [...] comme ça je peux faire tout ce que je veux ! » (E17)*

### Un rôle déterminé par la présence ou non de l'accompagnateur

Au cours de nos observations nous avons pu remarquer que la présence ou non du parent de l'adolescent au sein du Studio détermine le rôle qui va tenir tout au long de l'atelier. Ainsi, si le membre de la famille est absent, son rôle se limitera principalement à de l'encadrement logistique. Dans ce cas, le plus souvent, l'accompagnateur dépose l'adolescent, peut éventuellement revenir ponctuellement pour observer l'avancement de l'activité ou encore pour donner des informations à l'adolescent concernant le départ du Studio ou encore l'organisation de la journée.

Si le membre de la famille est présent, il peut être acteur ou spectateur. Dans ce second cas, l'accompagnateur reste physiquement dans l'espace adolescent mais n'intervient pas directement sur l'activité de l'adolescent. Son rôle est alors limité à observer les actions de l'adolescent en retrait et partager avec lui ses appréciations, ou alors il peut vaquer à d'autres occupations tout en restant au sein du Studio. Enfin, il peut être acteur. C'est-à-dire qu'il participe directement à l'activité soit en travaillant sur le même objet que l'adolescent, soit en réalisant en miroir un objet similaire. L'activité se transforme alors en travail de groupe.

Il s'agit d'un constat que certains médiateurs avaient déjà commencé à esquisser : « *Euh les parents, souvent, ils participent avec les ados... Alors, s'ils ne participent pas avec les ados, ils se cassent ! Donc ils font faire d'autres trucs et ils reviennent plus tard!* » (EM3)

### Entre mise en confiance et dirigisme : le rôle attribué par le Studio 13/16

Pour les chefs de projet dont l'objectif principal reste de s'adresser directement aux adolescents de manière individuelle, le but a été dans un premier temps d'intégrer l'accompagnateur en lui proposant de rester au sein du Studio : « *On lui dit : « vous pouvez rester à côté ! » » (CP1)*. Cependant, il s'est avéré que la présence de l'accompagnateur comme acteur pouvait entraîner des désagréments : « *Après, il y a des parents qui sont plus machin : « non, il faut que tu fasses ça ! Etc. » » (CP1)* Il est donc apparu rapidement la nécessité de parvenir à soustraire l'adolescent du contexte dirigiste instauré par son accompagnateur afin qu'il puisse s'épanouir seul au cours de l'activité mais aussi pour

favoriser les échanges externes au groupe initial formé par l'adolescent et ses accompagnateurs : « *pour l'adolescent et qu'il ne faut pas que... qu'il faut qu'ils lâchent un peu du lest !* » (CP1).

Ainsi, au sein de l'équipe des médiateurs, un discours tend à prôner l'absence du membre de la famille car elle serait bénéfique à l'adolescent : « *Quand même mieux, je ne sais pas mais... mais c'est différent leur approche qu'ils ont s'ils ne sont pas avec leurs parents...* » (EM2). Pour une partie des médiateurs l'absence des parents permet une plus grande liberté d'expression : « *Et eux, je pense, en tant qu'ados... Comme ça, ils peuvent laisser libre court à leurs imagination ! [...] Et ils peuvent plus se lâcher quand ils sont tous seuls ! Et vraiment le faire comme ils le sentent... sans jugement parental derrière!* » (EM5). Dans ce discours transparait de nouveau la volonté de s'écarter de toute forme de dirigisme ambiant que ce soit à travers les propositions du Studio, l'attitude des médiateurs ou encore le rôle attribué aux accompagnateurs. Ce positionnement s'inscrit également dans la volonté de s'éloigner de l'image froide et rigide des institutions culturelles en offrant aux adolescents le plus de liberté d'expression possible, « *sans qu'il y ait la mère derrière et qui dise : « oh bah, pourquoi tu fais ça ? ça ressemble à rien !* » (EM5).

Cependant, il ne s'agit pas d'un discours tenu par l'ensemble des médiateurs. En effet, pour certains la présence de proches peut être un moyen également de mettre l'adolescent en confiance au même titre que la jeunesse des médiateurs : « *t'as des gamins qui ont besoin d'avoir quelqu'un à côté d'eux ! C'est juste rassurant quoi !* » (EM7).

Ainsi, nous pouvons nous demander, au-delà de réconfort, quelle est la nature des échanges entre l'adolescent et son accompagnateur lorsqu'il reste.

### 3.3.3.3. *Des échanges basés sur la logistique et l'appréciation*

Au final, au cours de nos observations, nous avons répertorié huit types d'échanges entre adolescents et leurs parents. Nous retrouvons comme pour les médiateurs des échanges d'ordres **logistiques**, mais aussi des partages **d'idées** et de **techniques**, des **appréciations** sur le travail effectué ainsi que le **ressenti** de chacun sur son après-midi passé au Studio et enfin des discussions **personnelles**. A ces premières catégories s'ajoutent celle de la **participation** et du **souvenir**.

Nous entendons par participation le fait que l'accompagnateur sorte de son rôle de spectateur pour prendre part à l'activité soit en travaillant de concert avec l'adolescent sur le même projet, soit en entreprenant de réaliser l'atelier en miroir. C'est-à-dire de réaliser la même chose au même moment en parallèle de l'adolescent. Enfin, il faut comprendre par souvenir toutes les démarches entreprises pour garder une trace de la journée passée au Studio. Cela passe le plus souvent par la prise de photographies.

Après analyse, nous pouvons affirmer que les échanges entre adolescents et les membres de sa famille sont plutôt de l'ordre de la logistique et de l'appréciation. Ce fait s'explique par le haut niveau d'absence des parents au cours de l'activité, ce qui entraîne un discours centré sur les éléments pratiques (combien de temps l'adolescent est laissé seul mais aussi où, quand et comment se retrouver etc.) et sur l'appréciation que le parent donne lorsqu'il intervient soit en cours ou à la fin de l'activité<sup>258</sup>.

La faible présence des parents au sein de l'atelier ainsi que la nature des échanges qu'ils ont avec les adolescents démontrent que père et mère ont avant tout un rôle d'initiateurs. Ils décident de venir au Studio pour que l'adolescent participe à l'atelier. Tandis que les autres membres de la famille, parfois éloignés géographiquement viennent principalement pour échanger avec les jeunes qu'ils accompagnent et renforcer les liens qu'ils ont. A ce titre, ce dernier type de démarche se rapproche de celle entreprise par les adolescents qui viennent au Studio accompagnés de leurs pairs.

### ***3.3.4. Le Studio 13/16, un espace jeune : les adolescents et leurs pairs.***

#### *3.3.4.1. Venir entre copains et devenir copains : les liens d'amitié au Studio*

##### *Venir au Studio 13/16 entre adolescents*

Les pairs comme accompagnateurs représentent 37% des cas observés et 51% des interviews. Il s'agit le plus souvent d'amis rencontrés au collège ou au lycée ou encore d'amis d'enfance. Ils sont venus sur invitation de leur pair ou il s'agit d'une décision collégiale. C'est le cas de Yasmina, 13 ans qui a été invitée par sa copine du collège Lili (E6): « moi j'ai été invitée par

---

<sup>258</sup> Annexe A10 – Tableau 36

*ma copine qui a aimé ça* ». Tandis que Mandy, Lucie, Shania et Paulin ont décidé ensemble de venir au Centre Pompidou : « *Et on est encore jamais allés à celui-là. [...] donc on s'est dit pourquoi par faire une sortie de « L »* » (E13).

Il a été présenté auparavant dans notre étude que très peu de rencontres se produisent à l'extérieur du groupe formé par l'adolescent et ses accompagnateurs. Cependant, il existe de véritables partages et une grande liberté d'échange à l'intérieur de ce dernier : « *Ils sont tous entre potes [...] Ils s'éclataient trop et voilà ! [...] Ils sont venus entre eux et je sens qu'ils sont plus libres ! Ils se sentent plus de se lâcher, ça c'est sûr* » (EM2). A la différence de la présence des parents, dans l'esprit de la plupart des médiateurs, celle des copains est synonyme de liberté d'expression et de plaisir.

Contrairement aux accompagnateurs issus de la cellule familiale, les pairs sont toujours présents. Car ils viennent dans un but de partager et avec la volonté de vivre un moment ensemble. La présence des copains au cours de l'activité s'explique par la volonté de partager cette expérience avec quelqu'un. Comme le précise Sylvie Octobre, il s'agit de construire son identité par rapport aux pairs en participant à des activités ensemble (le faire) mais aussi parler de ces activités<sup>259</sup> : « *bah déjà, on partage des trucs. 'fin, on pourra en reparler dans.. dans longtemps* » (E14) D'autant plus que pour la plupart des adolescents, être accompagné est plus amusant que d'être seul : « *Mais je trouve qu'à deux, en parler, c'est plus intéressant.* » (E9).

#### *Lorsque les adolescents se rencontrent au Studio*

La faible proportion d'échange en dehors du groupe initial ne signifie pas qu'il n'y pas quelque fois quelques rencontres et créations de liens entre adolescents au sein du Studio. Pour les médiateurs, les rencontres se passent principalement entre les habitués de l'espace adolescent : « *Alors moi j'ai vu pas mal de choses qui se sont faites ! De gens qui revenaient régulièrement et qui du coup se sont rencontrés ici ! [...] Et c'est vrai que c'est arrivé plusieurs fois, on a Merveille et Abel, Merveille et Jérémy, on a Aliénor, qui reviennent assez souvent et qui sont devenus amis*» (EM7).

---

<sup>259</sup> OCTOBRE S., « les transmissions culturelles chez les adolescents : influences et stratégies individuelles », in *Enfance et culture, transmission, appropriation et représentation*, OCTOBRE S. (dir), Ministère de la Culture, 2010, 232p.

Ainsi, c'est la régularité des participations au Studio qui rend possible la rencontre. Cela est notamment lié au fait que pour les habitués interrogés, la sociabilité et l'ambiance font partie des motivations et des objectifs associés à la fréquentation régulière : « *j'ai vu qu'il y avait une bonne ambiance donc ça m'a donné encore plus envie de revenir...* » (E5)

Ces amitiés construites au sein du Studio sont largement imputables aux médiateurs qui servent d'entremetteurs. Ainsi, pour l'ouverture du cycle *Art Discount*, le 16 janvier 2016, quatre habitués devaient être interviewés par la chaîne de télévision Arte<sup>260</sup>. Les adolescents ne se connaissant pas, les médiateurs se sont chargés de les présenter et de les installer à la même table<sup>261</sup>.

### *Sortir entre potes et rencontrer du monde : le cas de la bande de la Touffe*

Que ce soit aux cours des observations ou encore au sein des différents entretiens un groupe d'adolescents étaient souvent mentionnés ou présent au sein du Studio.

Il s'agit d'un groupe d'adolescents entre 14 et 17 ans, venant en grande majorité d'Argenteuil. Comme le précise l'un des médiateurs, il s'agit de « *jeunes perdus* » dont les « *parents ne voulaient pas trop s'en occuper ! [...] ils ont inventé leurs propres éducations !* » (EM3). L'équipe des médiateurs les a surnommés la bande de la Touffe en référence à la première meneuse du groupe qui possédait une chevelure volumineuse.

Au départ, cette bande d'adolescents issue des quartiers difficiles s'est rencontré sur les réseaux sociaux, via Instagram et Snapchat. Au cours de leurs balades, ils ont découvert l'espace du Forum -1 du Centre Pompidou. C'est devenu un de leurs lieux de squat, notamment en hiver afin d'éviter le froid : « *Ils prennent ça pour leur Q.G d'hiver!* » (EM1). Rapidement, leurs activités bruyantes ont été source de conflits avec les agents de sécurité du Centre. Certains médiateurs sont alors allés vers eux afin de les attirer au sein du Studio 13/16 et de canaliser leur énergie : « *Et je suis allé les voir en leurs disant : « eh venez voir ! Venez ! » Et ils sont venus !* » (EM3)

Ce qui a poussé les adolescents à venir au sein du Studio c'est principalement la possibilité de venir s'installer au chaud avec leurs amis. C'est ce que nous racontent Edel et Victor, 16 et 15

---

<sup>260</sup> <http://info.arte.tv/fr/studio-1316-un-centre-pompidou-reserve-aux-ados>

<sup>261</sup> Cf. O14

ans, tous deux membres de la bande de la Touffe : « *De base, je venais me poser avec mes amis... [...] comme ça on peut parler ! On peut discuter etc. Et au final, on se sent entourés [...] et aussi, ici, on est au chaud* » (E11)

Dans un premier temps, ils venaient pour le lieu mais ne faisait pas les activités : « *Au départ, ils ne voulaient pas participer aux ateliers ! Ils voulaient juste utiliser les prises électriques* » (CP2). L'espace lounge est devenu leur coin où ils se retrouvent quasiment tous les jours d'ouverture. Et puis, « *il y en a qui ont fini par venir régulièrement, pour un moment, faire quelque chose de leur après-midi* » (CP2).

La bande de la Touffe a commencé à communiquer l'information autour d'elle, ce qui a commencé à entraîner quelques tensions et difficultés au sein du Studio : « *ils ont fait tourné sur leurs réseaux de smartphone, de Snapchat et tout qu'il y avait qu'il y avait cet endroit ! Et du coup, tout le monde est venu ! Il y avait une quarantaine de personnes qui venaient tous les jours ! [...] Et des fois, où c'était le calvaire !* » (EM3). De plus, les tensions avec les agents de sécurité ne se sont pas apaisées avec l'introduction de la bande de la Touffe au sein de l'espace adolescent : « *c'était un peu chaud [...] [avec] les agents de sécurité, parce qu'ils les avaient pris en grippe [...] [ils] sont persuadés que ce groupe dérangeant, est venu A CAUSE du Studio 13/16...* » (CP2). Malgré plusieurs réunions entre l'équipe du Studio 13/16 et les agents de surveillance, les tensions ne se sont pas calmées. Au cours de notre terrain, les jeunes de la bande de la Touffe ont essuyé plusieurs remarques de la part des agents de sécurité leurs rappelant que leur place n'était pas au sein du Centre.

Au fur et à mesure, le Studio a changé de fonction pour les adolescents de la bande. Certains ont commencé à s'intéresser aux activités proposées et y ont doucement participé de manière ponctuelle. Ainsi, du simple lieu de réunion, l'espace adolescent est devenu un lieu de divertissement où les jeunes peuvent à la fois profiter de leurs temps libres entre amis mais aussi s'initier à des activités qu'ils n'ont pas l'habitude de faire.

Après les « *deux mois d'appriovissement* », le « *groupe s'est un petit peu délité* » (CP2). Le groupe s'est modifié et les jeunes en difficulté sociale en forte demande d'attention et motivés ont été remplacés par une population plus bruyante, habitués à squatter les Halles : « *Mais au départ, c'était bien dans le sens où tous, [...] ils sont là, ils viennent participer ! Donc c'est cool parce qu'ils sont motivés, alors qu'aujourd'hui c'est très facile de leur dire... bah voilà c'est un peu des petits cons.* » (EM4)

Cependant, comme cela a été enclenché avec la première vague, l'ensemble du Studio 13/16 réfléchit à un travail d'intégration par la participation. C'est ainsi que certains projets de comité de visiteurs sont en train d'être pensés pour tenter de monter un projet d'exposition où les adolescents seraient pleinement acteurs : « *Et là quand je dis à P. : « Ecoute, on va les prendre avec nous et on va faire une expo avec eux ! ». C'est-à-dire qu'en septembre, on fait des autoportraits... »* (CP4).

Le Studio 13/16 reste pour eux principalement un lieu de sociabilité, un squat où se retrouver avec la possibilité, tel un extra, de pouvoir participer de temps en temps à une activité de création. Leur présence régulière au sein du Studio démontre la capacité de l'espace adolescent de correspondre à une l'idée d'un espace dédié aux jeunes au point d'être inclus dans le territoire de ces adolescents qui traînent dans le quartier des Halles : « *Déjà, Chatelet, c'est un lieu de rassemblement. Donc en fait on assimile plutôt ça à Chatelet.* » (E11)

De surcroît, leur participation ponctuelle aux activités créatives démontre qu'un travail de mise en confiance et la liberté d'action laissée aux adolescents permettent également d'amener certains à s'intéresser au domaine culturel et surtout muséal à travers des activités manuelles. Cependant, du chemin reste à faire puisqu'au sein de la bande de la Touffe, certains des réguliers n'ont encore jamais participé ou encore exploré le reste du Centre Pompidou et ne se sont donc pas confrontés au message du Studio et du Centre porté à travers les activités et les collections présentées : « *ça arrive qu'il y ait des gens qui viennent... genre juste pour squatter ? / Bah oui ! Y'en a ouais...* » (E11)

#### 3.3.4.2. *Des relations tissées selon les rapports initiateurs/initiés*

Nous avons pu voir précédemment qu'initiateur et accompagnateur étaient pour la plus majeure partie du temps la même personne. De même, que lorsque l'adolescent vient au Centre avec ses amis, il a plus de chance de découvrir le Studio par hasard.

Cependant, nous constatons que le statut d'initiateur est important pour l'adolescent, d'autant plus lorsqu'il est accompagné de ses pairs. En effet, au sein des entretiens, nous avons relevé que certains adolescents se plaçaient comme suiveur quant aux motivations affichées tandis que d'autres se réclamaient comme leader que ce soit dans l'action mais aussi dans la parole donnée lors des entretiens<sup>262</sup>.

---

<sup>262</sup> Cf. *des motivations calqués sur les pairs*, page 121



Ce rôle de leader semble intimement lié à celui d'initiateur. En effet, pour reprendre le cas de Raphaëlle et de ses copines Lili et Yasmina. C'est Lili qui est à l'origine de la visite. Elle a invité son amie d'enfance Raphaëlle et sa copine du collège Yasmina. Lili, en tant qu'initiatrice prend près de 40% du temps de parole. De plus, elle fait le lien entre les deux autres adolescentes qui ne se connaissent pas. Donc l'ensemble des interactions passent par la jeune fille.

Ce constat est d'autant plus fort au sein de la bande de la Touffe qui fonctionne principalement sur le système de sociabilité et d'agrandissement du cercle par l'apport de nouvelles connaissances par chacun des membres initiaux. Ainsi, lorsque nous avons interrogé Edel et Victor, 16 et 15 ans, Edel, qui vient depuis un peu plus d'un an, se charge de développer les réponses et porte un véritable discours autour de la pratique du Studio par la bande de la Touffe. Tandis que le jeune homme, au-delà de son caractère timide se voyait se limiter dans ses réponses sous prétexte de ne pas être leader : « *En fait, moi, je viens voir des gens et ils m'emmènent un peu partout* » (E11).

Il apparaît que les initiateurs sont des adolescents qui, à défaut d'être toujours des habitués, sont au moins venus une fois au Studio 13/16. Venir avec des copains est donc un moyen de partager une expérience qui a été vécue de manière positive. C'est ainsi que Dimitri, 16 ans, qui a découvert le Studio 13/16 grâce à une amie au cours du TDT #3, a par la suite tenté également d'initier certaines de ses connaissances : « *c'est une amie qui m'a dit : « viens on va là-bas ! ». [...] et c'était vachement cool du coup, je suis revenu ! [...] j'essaye de ramener des gens mais ça n'a pas trop marché !* » (E19).

Ce phénomène s'inscrit pleinement dans l'idée que de plus en plus, au cours de l'adolescence, la prescription aux découvertes et aux activités culturelles ne passe plus uniquement par la famille ou l'école mais surtout par les pairs<sup>263</sup>.

Enfin, ce rapport entre initié/novice n'affecte pas seulement les rapports au sein du groupe d'adolescents qui sont venus ensemble mais également les possibilités d'échange à l'extérieur du groupe. Nous avons vu que le sentiment d'infériorité induit par l'impression que certains

---

<sup>263</sup> OCTOBRE S., « Les horizons culturels des jeunes », *Revue française de pédagogie* [En ligne], 163 | avril-juin 2008, 13p.

adolescents connaissent mieux les jeunes interrogés pouvait entraîner la volonté de ne pas échanger avec les autres. Les novices peuvent se trouver dans un sentiment d'infériorité par rapport à la connaissance du lieu-même, de son fonctionnement et de ses codes. C'est ce que nous a précisé Mandy, 17 ans, primo-visiteur du Studio, venue avec ses copains : « *bah en fait, ils étaient plus habitués alors... [...] Enfin, on vient de découvrir l'endroit et tout, et c'est vraiment des jeunes qui, fin, qu'avaient l'habitude d'être là* » (E14). Ils ont donc le besoin de se sentir à égalité c'est-à-dire d'initié à initié ou de novice à novice pour aller vers l'autre.

### 3.3.4.3. *Etre présent et faire avec : attitudes et échanges entre pairs*

Nous pourrions donc penser que la notion de partage qui anime à la fois la nécessité d'être accompagné et d'initier induit la nécessité de faire ensemble. Ce qui n'est pas le cas. Il a été constaté au cours des observations que la présence d'un copain n'entraîne pas la nécessité de rester ensemble tout au long de l'activité ou de faire la même chose : « *bah on n'a pas trop passé le moment entre copines parce que [...] au final chacune était de son côté.* » (E6).

En effet, sur les seize adolescents observés accompagnés d'un pair, treize sont acteurs, soit 81 %. Sur ces treize adolescents, huit travaillent de manière autonome ou en miroir, c'est-à-dire qu'ils travaillent sur des projets différents ou alors réalisent chacun la même chose au même moment. Tandis que cinq autres ont préféré travailler ensemble sur le même objet. Les trois adolescents restants oscillent entre être spectateur du travail d'un de leur camarade et réaliser un objet de manière autonome.

Plusieurs raisons peuvent être avancées face à ce constat. Premièrement, la nature même de l'activité proposée aux adolescents ne permet pas de travailler tous autour d'un même objet ou création. C'est ce que nous dit Lili, 13 ans, E6 : « *bah c'est juste parce que c'était la couture. Peut être que... la cuisine c'est déjà beaucoup plus ensemble ! Tu ne fais pas des trucs de ton côté. La couture, c'est sûr, tu fais un habit à toi, donc c'est vrai que... ce n'est pas un habit aux autres. Enfin, on ne va pas se partager un t-shirt !* ». Ainsi de nouveau, le thème de l'activité est primordial car il influence notamment sur la possibilité de travailler ensemble mais aussi sur celle de rencontrer d'autres adolescents comme cela a été noté précédemment<sup>264</sup>.

---

<sup>264</sup> Cf. *Des cas rares et divers d'échanges entre adolescents*, page 132.

D'autre part, la volonté de partager avec les autres ne veut pas dire sacrifier l'individualité et la créativité de chacun. Car il ne faut pas perdre à l'esprit que la motivation première à la venue au Studio 13/16 reste la possibilité de créer et donc de s'exprimer à travers la réalisation d'un objet. Donc la volonté de partage, mariée à la volonté de ne pas restreindre sa propre envie de faire, entraîne le choix de travailler, certes sur la même chose, mais de manière plus ou moins autonome.

La thématique ainsi que la volonté de faire par soi-même a un impact même sur la nature des échanges qui ont lieu au sein du groupe d'adolescents. Premièrement, on remarque une certaine fluctuation au niveau des discussions. Cela est lié au fait que la motivation de créer entraîne une implication physique et intellectuelle de l'adolescent dans ce qu'il est en train de faire. Les adolescents observés sont donc pour la plupart au début très ouverts et dans l'échange et au fur et à mesure de l'activité sont de plus en plus concentrés et donc silencieux. C'est cette attitude impliquée, propice à la confection, qui entraîne donc une chute des échanges.

En effet, lorsque nous analysons l'ensemble des échanges observés entre les adolescents venus en groupe, nous constatons qu'une grande part est centrée sur la réalisation de l'objet et plus particulièrement à l'appréciation du travail réalisé (26%) et aux discussions portant sur les moyens de confectionner l'objet (16%). Ce qui démontre l'importance donnée à la création à la fois dans l'attitude mais également dans les échanges. La forte proportion de discussions autour des appréciations des objets est causée par le fait que les adolescents réalisent les objets de manière autonome. Il se met donc en place tout un travail de comparaison pour jauger l'avancement et le rendu de chacun.

On remarque tout de même que ce sont d'abord les échanges d'ordre personnel qui sont les plus fréquents (28%). Ce fait affirme de nouveau l'importance donnée à la sociabilité entre pairs et le fait que juste après la volonté de créer ensemble, venir au Studio 13/16 avec un autre adolescent représente pour le jeune une possibilité de renforcer ses liens de sociabilité<sup>265</sup>.

---

<sup>265</sup> Annexe A10 – Tableau 37

### 3.3.5. *Synthèse*

Ainsi le discours du Studio 13/16 tend à le présenter comme un lieu de rencontre à la fois avec d'autres personnes mais également avec l'institution et ses collections. Cependant, il s'avère qu'il y a très peu d'échanges en dehors du groupe formé par l'adolescent et ses accompagnateurs. Il apparaît que les objectifs de visites tournés vers la création ainsi que la thématique influencent énormément quant à la possibilité d'échanger ou pas à la fois au sein de manière interne et externe au groupe.

Il a été constaté que les échanges entre les jeunes présents au sein du Studio sont induits par le rapport institué entre initiateurs et novices. De plus, les rencontres externes au groupe sont plus fréquents entre habitués du Studio. Enfin, l'arrivée et la fidélisation d'un groupe d'adolescents en difficulté sociale et éloigné de la culture démontre la capacité de l'espace adolescent de se placer comme lieu de sociabilité mais aussi de rencontre, certes restreinte, avec le domaine culturel.

Les médiateurs sont les premiers acteurs d'une sociabilité instaurée entre le Centre Pompidou et les adolescents. Ils ont pour rôle de transmettre le message porté par le Studio 13/16 ainsi que de donner confiance aux adolescents au sein des activités. Pour cela, leur attitude positive ainsi que leur jeune âge sont perçus à la fois par l'équipe des chefs de projet et par les adolescents comme un atout. La grande majorité des échanges restent tournés autour de la présentation, des conseils techniques et en troisième lieu un recueil des ressentis des adolescents. Cependant, des relations dépassant le simple cadre de la prise d'information peuvent se lier entre médiateurs et jeunes habitués du Studio. De plus, l'âge de l'adolescent influence le type de rapport qui s'instaure entre lui et les médiateurs.

Les adolescents viennent tous accompagnés d'au moins une personne. Les principaux accompagnateurs sont la famille, et plus fréquemment la mère, ainsi que les amis. L'âge entraîne à la fois un initiateur et un accompagnateur type qui s'avèrent généralement être la même personne. Ce qui démontre une volonté forte de sociabilité intra-groupe, de la prise de décision jusqu'à la participation aux activités. Il apparaît que les plus jeunes entre 12 et 13 ans, viennent avec et sous l'impulsion principalement de la famille. Les adolescents entre 14 et 15 ans sont autant influencés et accompagnés autant par leur famille que par leurs copains. Tandis que les plus âgés, entre 16 et 17 ans, viennent au Studio grâce et avec leurs pairs. Ces

résultats révèlent qu'il existe un lien entre le développement de l'adolescence et la typologie de visiteur.

Plusieurs rôles et attitudes peuvent être attribués aux accompagnateurs. Ils peuvent être présents ou absents ainsi qu'acteurs ou spectateurs. Les parents sont principalement absents ou spectateurs tandis que les pairs et parents éloignés vont être présents et le plus souvent acteurs. L'absence des parents est le plus généralement perçue positivement par l'équipe des concepteurs et des médiateurs ainsi que par les adolescents car elle semble garantir une plus grande liberté au jeune. Alors que la présence des pairs est unanimement appréciée car elle est considérée comme vecteur de sociabilité et de divertissement.

La nature de l'accompagnateur induit différents rôles. Ainsi pour les parents, il est considéré qu'ils ont avant tout un rôle de mise en confiance et peuvent être dirigistes. Tandis qu'il s'agit avant tout d'un rôle de sociabilité qui est affecté aux pairs qui sont invités le plus généralement à partager une expérience qui a été jugée positive par l'adolescent initiateur.

De plus, être accompagné ne signifie par forcément de travailler ensemble. En effet, que ce soit avec des membres de la famille ou avec ses amis, l'adolescent privilégie également la création et la possibilité de s'exprimer par lui-même et seul. Ce qui conforte de nouveau la création comme objectif principal des adolescents lorsqu'ils viennent au Studio 13/16.

L'importance donnée à la participation autonome à l'activité ainsi que la présence de l'accompagnateur induit un ensemble d'échanges relativement stéréotypé. De ce fait, les parents qui sont principalement absents discutent principalement avec les adolescents d'aspects logistiques et donnent leurs appréciations quant au rendu de l'objet créé par le jeune. Au contraire, les pairs, qui travaillent le plus souvent en miroir comparent majoritairement leurs travaux et profitent de l'atelier pour discuter de sujets personnels.

Ainsi, l'étude des phénomènes de sociabilité nous a permis de voir que faire du Studio 13/16 un lieu de rencontre et de partage permet aux chefs de projet et aux médiateurs de mettre en confiance l'adolescent et ainsi que l'amener à la participation aux activités et à la transmission du message du Centre Pompidou.

Cependant, quel impact a réellement le Studio sur les adolescents ? Après leur après-midi passé au sein de l'espace adolescent, que retiennent les jeunes et que perçoivent-ils du Centre Pompidou ?

### 3.4. Impacts du Studio 13/16 sur les adolescents :

#### 3.4.1. Objectifs du Studio 13/16 :

##### 3.4.1.1. D'un espace spécifique à la transmission des émotions : les objectifs affichés par le Studio 13/16

#### Ouvrir un espace spécifique à destination des adolescents

Pour une grande part des équipes, le premier objectif du Studio reste d'offrir un espace spécifique aux adolescents. Comme le précise l'un des chefs de projet, il s'agit avant tout d'offrir un espace d'expression pour les jeunes et non pas de les professionnaliser comme cela est courant au sein des institutions culturelles<sup>266</sup> : « *Le Centre Pompidou a fait une proposition qui n'est pas celle des pays anglo-saxons mais... on a fait une proposition ici, celle d'avoir un espace propre aux adolescents et de les amener vers des aventures... je dirais des aventures artistiques* » (CP2).

Pour l'un des chefs de projet, l'un des objectifs du Studio consiste à répondre à une demande de la part du public adolescent d'être pris en considération et d'avoir la possibilité de travailler en partenariat avec les institutions culturelles : « *c'était aussi de travailler avec eux ! [...] on a vu que c'était une vraie demande en fait !* » (CP1)

Ouvrir un espace spécifique aux adolescents c'est aussi placer au cœur des objectifs du Studio la volonté d'introduire au sein de l'institution culturelle un public considéré comme oublié ou éloigné : « *l'objectif du Studio, il ne faut pas se mentir, c'est faire venir des publics qui n'ont pas l'habitude de venir dans les musées* » (EM7). De cette aspiration découle une ambition de démocratisation qui passe par un ensemble de dispositions permettant de faciliter l'accès (accessibilité, gratuité, liberté de circulation etc.) : « *Le but c'est surtout de leurs montrer que ça existe* » (EM2). C'est ce que résume ce médiateur lorsque nous l'avons interrogé sur les motivations et objectifs du Studio vis-à-vis des adolescents : « *Je pense que le Studio, c'est la manière d'intégrer le fait que ce ne sont pas que des élites qui vont au musée ! [...] C'est briser entre guillemets ces barrières là, ces stéréotypes sur ce que c'est que l'art, qu'est-ce que c'est que d'être dans l'art, qu'est-ce que c'est que d'être un artiste aussi !* » (EM7)

---

<sup>266</sup> Cf. Adolescence et musées : les offres à destination des adolescents, les musées étrangers : une programmation à deux vitesses, page 53.

### Offrir un espace de découverte

Après l'idée d'ouvrir un espace pour les adolescents, le second objectif avoué du Studio est celui d'offrir aux jeunes la possibilité de découvrir le monde de la création culturelle. La notion de découverte se développe de différentes manières au sein des discours des chefs de projet et médiateurs.

Dans un premier temps, et de manière plus marquée chez les chefs de projet, il s'agit d'amener les adolescents à se confronter au domaine de la création artistique, « *c'est-à-dire la découverte de l'artiste, de nouveaux artistes qu'ils ne connaissent pas, de nouveaux matériaux qu'ils ne connaissent pas, des nouvelles thématiques qu'ils ne connaissent pas* » (CP2). L'un des médiateurs précise qu'il s'agit de parler d'art et de culture de manière détournée : « *C'est une manière détournée de leur faire parler d'art ! [...] Du coup, je pense qu'il y a la mission de parler d'art mais sans devenir, entre guillemets, ennuyeux !* » (EM3) En effet, ouvrir un espace spécifique aux adolescents tout en cherchant à les sensibiliser à la création artistique nécessite de faire appel à des méthodes et codes qui puissent être efficaces auprès des adolescents. Cela passe, comme cela a été vu précédemment par la nécessité de se reposer sur des biais divertissants et détournés afin de casser l'image académique et rigide des institutions culturelles. Pour le Studio 13/16, il est donc aussi question « *d'ouvrir aux ados... une vision de la culture qui ne soit pas trop réfrigérée...* » (EM2).

Il est intéressant de voir qu'il existe une légère nuance entre le discours des chefs de projet et celui des médiateurs. En effet, au sein de leur entretien, les chefs de projet ont de prime abord la volonté de transmettre une ouverture aux adolescents principalement centrée sur la découverte de nouveaux artistes. Pour eux, la connaissance de la création semble passer principalement par la connaissance des créateurs. Ce point de vue peut aisément s'expliquer par le rôle même des chefs de projet qui sont en charge de la conception de la programmation et sont donc à la recherche constante de nouveaux partenariats avec des artistes différents.

Cependant, comme le précise l'un des chefs de projet, l'un des travers dans la volonté d'atteindre leur objectif de connaissance du domaine de création, serait de donner une trop grande place à l'artiste au détriment du fond et de la possibilité pour l'adolescent de se confronter à la création et à sa propre expression : « *effectivement le Studio 13/16 a fait comme tout le monde : il a mis des artistes en avant ! [...] Donc les artistes ils ont pratiquement... c'est les rois ici* » (CP4).

A contrario, les médiateurs mettent moins en avant le rapport à l'artiste et privilégient pour certains la transmission de connaissance. Pour eux, ouvrir les possibles c'est aussi « *leur donner quelque chose... de leur donner un savoir-faire... enfin, un savoir-faire, de leur apprendre une technique* » (EM1).

Puis, au-delà de la simple rencontre avec le domaine artistique, il s'agit également de faire prendre conscience aux adolescents que cette création s'inscrit dans un contexte contemporain et quotidien qui peut les toucher: « *Et de montrer aussi que la création contemporaine, ça nous entoure au quotidien!* » (CP3). Il s'agit également de montrer qu' à défaut d'être inscrite de manière primaire au quotidien, la création peut parler des choses quotidiennes et peut aider les adolescents à comprendre ou s'exprimer sur le monde qui les entoure : « *voilà, de comprendre les choses qui nous entourent* » (EM4)

De manière complémentaire à l'opportunité de se confronter à la création contemporaine, le Studio 13/16 cherche également à plonger l'adolescent dans un monde nouveau, ou tout du moins coupé des habitudes : « *de les ouvrir à la culture ou à des choses qu'ils n'ont peut être pas l'habitude de faire!* » (EM2). A travers cette volonté de rupture du quotidien, le but de l'espace adolescent associé est également d'encourager la curiosité et l'exploration chez l'adolescent : « *au bon d'un moment c'est aussi genre... essayer, la curiosité! Essayer ça, essayer ci!* » (EM2). Ce qui lui permettra de repousser les horizons à la fois de ses connaissances mais également de ses pratiques et loisirs : « *ouais... de repousser les horizons... de ce qui est possible* » « *Une possibilité d'agir, de créer, de participer, de faire! Et ce, sur plein de thèmes différents de la culture!* » (EM2). Cette incitation à la curiosité doit passer par une programmation éclectique à l'image du Centre Pompidou.

### Mettre en place un tremplin vers le musée

Ouvrir l'horizon des connaissances ainsi qu'attiser la curiosité culturelle des adolescents doit permettre de rendre possible le troisième objectif du Studio, à savoir celui de servir de tremplin vers le musée pour un public qui n'est pas habitué à ce genre de pratique. Comme précise l'un des chefs de projet c'est « *faire découvrir le travail d'un artiste, passer à la phase de création, faire découvrir le musée par un... par un autre biais ou faire découvrir une expo ou faire découvrir un spectacle* » (CP1).



Cet objectif de servir de support aux adolescents pour tendre vers une pratique muséale explique que le Studio n'est pas conçu sur le modèle anglo-saxon. Car il s'agit avant d'en faire des visiteurs et non pas des professionnels : « *Le Studio 13/16 est un sas, un sas pour rentrer déjà et apprivoiser le Centre Pompidou* » (CP2). Etre un espace de transition de la piazza au musée pour les adolescents sous-entend que l'objectif du Studio est avant tout de désacraliser le musée afin de le rendre accessible comme précise un médiateur : « *c'est désacraliser les choses ! Voilà, c'est vraiment... je pense que le lieu, il est fait pour ça ! C'est vraiment de se dire que voilà, ce n'est pas si horrible que ça un musée ! Ce n'est pas aussi froid que ça aussi !* » (EM7)

Le but est donc de capter les adolescents, de les mener doucement vers l'institution muséale afin de favoriser la mise en place d'une pratique de visiteur. Pour cela, il est nécessaire d'intégrer en partie l'identité et le discours du Centre Pompidou au sein du Studio 13/16. Donc, la programmation de l'espace adolescent est « *voué[e] à être à l'image du Centre Pompidou aussi ! C'est-à-dire qu'on ne fait pas que des arts plastiques dans le Studio ! On fait de la danse, on a fait une programmation cinéma !* » (CP1). Etre à l'image du Centre Pompidou et plus particulièrement du musée national d'art moderne et contemporain ne signifie par seulement d'être pluridisciplinaire, il s'agit également d'être en lien directe avec l'ensemble de la programmation du Centre. C'est ce que précise l'un des médiateurs : « *le but aussi c'est la plupart du temps c'est de faire des ateliers qui soit en lien [...] avec ce qu'il se passe dans le musée [...] d'attiser la curiosité et de les faire monter au musée* » (EM1)

Cependant, il peut paraître parfois plus difficile d'être présenté comme une antichambre du musée lorsque la programmation n'est pas directement en lien avec ce qu'il se passe dans les autres espaces du Centre Pompidou ou encore que le lien soit si tenu qu'il n'est pas perçu par les adolescents. En effet, le dernier chef de projet interrogé dénonce le fait que parfois le rapport avec le musée soit si faible qu'il se perd ou paraît inexistant : « *Pour moi, il n'y a jamais eu de projet REELLEMENT fait pour répondre au musée !* » (CP4).

De plus, la variation de la programmation peut entraîner des décalages assez conséquents. Par exemple, le premier cycle étudié, *Made in Jersey*, a été conçu pour répondre à l'exposition temporaire *Pierre Paulin*. Or le cycle du Studio a eu lieu au cours des mois de novembre, décembre 2015 et janvier 2016, tandis que l'exposition temporaire a été présentée au cours du printemps 2016. De plus, aucun élément n'explicitait le lien entre la programmation du Studio et la future exposition. Dans ce cadre, il apparaît difficile d'utiliser l'atelier comme tremplin

pour emmener les adolescents au sein des salles d'exposition. Alors que l'expérience positive vécue au sein de l'espace adolescent est un vecteur puissant pour amener les adolescents à poursuivre leur exploration du Centre vers les autres espaces de l'institution. Cela a été prouvé au cours du cycle qui a suivi dédié au jersey, *Art Discount*, qui proposait au sein du dépliant un plan du musée avec localisation des œuvres présentées et détournées au sein du Studio<sup>267</sup>. De plus, la chef de projet, avec le concours des médiateurs, avait mis en place un système de navettes pour que les animateurs accompagnent les adolescents au sein du musée pour qu'ils se confrontent aux œuvres directement. Il s'agit en général d'un processus vécu de manière positive à la fois pour les adolescents et les médiateurs bien que cela ne puisse être fait à chaque fois ce qui réduit la portée du Studio 13/16 comme tremplin vers les autres espaces du Centre : *« ce qui est chouette c'est quand l'atelier au Studio est en écho avec une expo, on peut les envoyer vers l'expo ! [...] on peut très bien aussi les envoyer vers des expos même s'il n'y a pas ça mais... c'est vrai qu'on est tellement pris dans l'atelier que des fois, moi, personnellement, je n'y pense pas à chaque fois [...] Non c'est vrai que ce n'est pas un grand tremplin vers les autres activités ! »* (EM2).

Dans certains cas, le Studio n'aura pas pour objectif d'amener les adolescents à une pratique culturelle mais plutôt de l'entretenir selon une médiatrice. En effet pour lui, il s'agit aussi pour l'espace adolescent de *« donner envie déjà aux adolescents de continuer une pratique muséale ! [...] s'ils viennent au Studio c'est déjà... parce qu'il y en a qui viennent beaucoup au Studio, je ne suis pas sûre qu'ils sont beaucoup dans les collections ! [...] donc p'être changer un peu... et aller voir une expo, aller voir un peu ce qu'il se fait, même des ateliers. »* (EM5) La remarque de la médiatrice nous permet de voir qu'au-delà de l'objectif à court terme d'amener les adolescents à fréquenter le musée abrité par le Centre Pompidou, il s'agit également à moyen et long terme d'installer une véritable carrière de visiteur : *« mais, c'est à un moment donné aussi, plus ils prendront plaisir à aller au musée, que ce soit dans le notre ou un autre. [...] les gens ne font pas de sélection « je ne viens qu'à un musée par an » ! S'ils viennent à un musée, ils iront automatiquement dans un autre musée... »* (CP2)

---

<sup>267</sup> Annexe A4.3 fig. 8

## Donner du plaisir

Donc le Studio 13/16 a pour objectif d'être un espace spécifique dédié aux adolescents leur permettant d'avoir accès à une ouverture sur le monde artistique et de la création de manière ludique. Il s'agit également pour l'espace jeune de servir d'antichambre aux autres espaces du Centre Pompidou afin de créer chez les adolescents une carrière de visiteur à la fois au sein du musée national d'art moderne et contemporain mais plus généralement au sein des différentes institutions muséales et culturelles.

Pour atteindre ses objectifs, le Studio 13/16 à travers ses chefs de projet et ses médiateurs s'est imposé un autre but : celui de donner du plaisir aux adolescents. En effet, un chef de projet explique qu'il s'agit d'« *emmagasinier du plaisir, du savoir-faire, du bonheur, de construire, à rater, à rater, à rater et à recommencer, à rater, à se faire plaisir* » (CP2) afin que l'adolescent « *garde un souvenir en se disant : « j'ai envie de revenir la prochaine fois ! Parce que c'est trop bien ! ». [...] que l'important n'est pas dans l'information mais l'émotion qu'ils vont pouvoir... »* (CP2). Il est donc question de proposer « *une expérience fun pour les ados* » (CP3).

L'un des enjeux de l'espace adolescent est donc de parvenir à entretenir une image « fun » auprès des adolescents afin de parvenir à démontrer qu'il est possible de désacraliser le musée et d'en faire un espace de vie et de liberté. Cette nature « fun » du Studio est obtenue grâce à plusieurs éléments. Dans un premier temps une certaine flexibilité quant à son accès (gratuité, absence de réservation, pas d'obligation de participer), la jeunesse et l'attitude des médiateurs qui permettent d'instaurer une relation de confiance entre eux et les jeunes. Mais aussi la diffusion de musique et la scénographie du Studio qui se réclame de l'esprit jeune par son répertoire, ses couleurs et ses formes. Le sentiment de plaisir est également obtenu par la possibilité de participer et de faire : « *mais juste un plaisir immédiat de faire quelque chose par soi-même* » (EM1) « *Je pense que l'importance du Studio c'est qu'ils puissent participer.* » (EM2)

Enfin, il est étonnant que malgré l'importance donnée par les chefs de projet et les médiateurs à la sociabilité, seuls deux médiateurs évoquent les rencontres et le partage comme l'un des véritables objectifs du Studio : « *C'est aussi l'idée d'essayer de partager un moment avec d'autres aussi ! [...] une histoire de... de d'échange, de communication entre les gens!* » (EM2)

Ainsi, il apparaît que les buts fixés par le Studio sont de plusieurs natures, de la diffusion de connaissance au partage d'émotions. Cependant comment les visiteurs conçoivent les objectifs de l'espace adolescent ?

#### 3.4.1.2. *Les objectifs du Studio 13/16 perçus par le public adolescent*

##### *Des objectifs centrés sur la création et l'apprentissage*

Nous constatons au travers du discours des adolescents que ces derniers ne perçoivent pas l'intégralité des objectifs visés par le Studio 13/16. Pour la plupart des adolescents ce qui apparaît en premier plan sont les objectifs liés à l'apprentissage (27%) et celui de stimuler la création des jeunes (27%)<sup>268</sup>. De ces objectifs désignés par les adolescents transparaît leur propre intérêt centré sur la notion de faire et créer propre à leur motivation à leur participation au Studio. Il y persiste également la mission pédagogique inhérente à l'institution muséale. Ainsi, bien que le Studio 13/16, à la fois dans sa présentation et dans sa proposition, veut se dégager du système scolaire et du partenariat école/musée, il est tout de même associé de manière inconsciente par les adolescents à la nécessité d'apprendre et de collecter des informations.

##### *Des missions partiellement comprises par les adolescents*

La majorité des adolescents ne perçoivent pas les principaux objectifs du Studio 13/16 à savoir un espace spécifique dédié à la découverte de la création contemporaine permettant à la fois d'élever les adolescents vers le musée ainsi que de passer un bon moment. Cependant quelques uns évoquent au sein de leur entretien la place donnée à la démocratisation et à la création contemporaine dans le discours de l'espace adolescent du Centre. Ainsi, ils sont 15% des adolescents interrogés à évoquer l'élargissement des horizons quant au domaine culturel comme objectif du Studio. Tandis qu'ils ne sont que 5% à évoquer la notion de démocratisation et d'intégration de la jeunesse au sein des institutions culturelles. Parmi les deux adolescents qui parlent de la notion de démocratisation se trouve Edel, 16 ans, appartenant à la bande de la Touffe. Pour cette dernière, le Studio lui apparaît comme une

---

<sup>268</sup> Annexe A11 – Tableau 38

structure œuvrant à l'intégration de la jeunesse dans la société et ce parce qu'il y a un travail de reconnaissance de la culture jeune.

### Une perception différente selon les âges

Selon les tranches d'âge, les adolescents ne perçoivent pas de la même manière les objectifs que le Studio s'est fixé. Ainsi nous remarquons que pour les jeunes entre 12 et 13 ans, c'est avant tout les notions de stimulation et soutien à la création qui ressort. Pour les 14 – 15 ans, il s'agit avant tout pour l'espace adolescent d'apprendre aux jeunes. Tandis que pour les adolescents de 16 à 17 ans le Studio doit à la fois permettre à son public de s'ouvrir à la création contemporaine tout en stimulant également leur imaginaire et leur création<sup>269</sup>.

Ainsi en comparant à la fois les objectifs établis par les chefs de projet et les médiateurs avec ce qui est perçu par le public adolescent, nous constatons dans un premier temps que le discours porté par l'espace jeune du Centre Pompidou ne parvient pas à transmettre l'intégralité de son message. L'importance donnée à la mission de tremplin vers le musée est notamment occultée dans le discours des jeunes. Bien que le projet du Studio subit quelque peu l'image associée au musée, les objectifs évoqués par les adolescents restent de l'ordre du positif et mettent en lumière que certains perçoivent réellement les intentions de découverte et de démocratisation liées à la programmation du Studio 13/16.

De plus, à nouveau l'âge de l'adolescent semble être un élément déterminant quant à l'expérience vécue au sein du Studio. En effet, nous avons vu précédemment que l'âge induisait à la fois le biais de connaissance du Studio, ainsi que la nature de l'initiateur et accompagnateur du jeune, mais également les motivations et buts associés à la visite de l'espace adolescent. Dans ce cadre, il apparaît naturel que l'âge, ainsi que les attentes vis-à-vis du Studio impactent la conception des adolescents quant au discours porté par l'atelier.

Lorsque nous étudions les objectifs du Studio perçus par les adolescents en fonction de leurs propres visées, nous constatons que ceux qui viennent principalement dans le but de créer perçoivent plus facilement le Studio comme un espace dédié à l'apprentissage et au soutien de la création des jeunes. Tandis que les adolescents qui sont venus avec l'objectif de découvrir et visiter l'espace sont plus nombreux à le concevoir comme un lieu leur permettant de

---

<sup>269</sup> Annexe A11 – Tableau 39

découvrir de nouveaux domaines de création. Enfin, les jeunes qui fréquentent le Studio pour échanger et partager pensent que l'espace adolescent du Centre Pompidou est dédié à la stimulation de la création artistique<sup>270</sup>.

Ces dernières données nous démontrent que mise à part le fait que l'ensemble des objectifs du Studio ne sont pas perçus par les adolescents, ces derniers ont une vision de la mission de l'espace adolescent qui est déterminée à la fois par leur profil d'âge mais également par leur propre motivation à la visite. Ces deux facteurs entraînent la place prédominante de la création et de son soutien chez les plus jeunes qui viennent au Studio pour créer, tandis que les plus âgés, où la création et la découverte motivent leur visite, perçoivent également la volonté d'ouvrir les esprits en plus de celle de soutenir les jeunes à créer.

Ainsi, bien que les adolescents ne semblent pas entrevoir l'intégralité du discours porté par la programmation du Studio 13/16, nous pouvons nous poser la question de ce que les jeunes retiennent véritablement de leur participation à l'atelier. De plus, au-delà de leur perception, les objectifs affectés à l'espace adolescent sont-ils atteints ?

### ***3.4.2. Réception du Studio 13/16 par les adolescents***

#### *3.4.2.1. Une vision à long terme : perception de l'impact sur les adolescents*

##### *De la nécessité de rester humble et patient*

Lorsque nous interrogeons les équipes du Studio sur ce qui est réellement perçu par les adolescents quant aux objectifs de l'espace, ces dernières précisent qu'il est important de rester humble et surtout prudent quant aux réelles retombées du Studio sur les adolescents. Pour eux, au même titre qu'il existe plusieurs types d'adolescences et de visiteurs, les adolescents reçoivent différemment le discours porté par le Studio 13/16 : « *encore une fois, ça dépend ! Franchement de qui, de quoi, de comment !* » (EM2)

De plus, pour certains, l'impact réel du Studio sur les adolescents peut être considéré comme minime pour différentes raisons. Pour l'un il s'agit, malgré ses objectifs, du trop gros écart

---

<sup>270</sup> Annexe A11 – Tableau 40

entre l'univers du Studio et le quotidien : *« je ne pense pas que ça change ni à la maison, ni dans leurs habitudes ! [...] les thèmes que l'on aborde dans le Studio ne sont peut-être pas assez ancrés dans la vie de tous les jours ! Ou dans le contexte socioculturel... contemporain pour affecter la vie à un point... intime, entre guillemets, à un moment donné, d'un adolescent. »* (EM3) Tandis que pour un autre, l'impact réduit du Studio est principalement lié à la trop faible quantité de jeunes touchés par la programmation de l'espace adolescent : *« bah ouais, mais ça c'est sûr. Et en même temps, quand tu vois le Studio, c'est dur de... c'est dur de dire ça mais si on en avait cinquante de plus par jour, ce serait ingérable ! Donc est-ce que c'est l'espace qui est à rechanger ou est-ce que c'est la place qu'il a dans, dans le Centre à changer, est-ce qu'il devrait être dans le Centre ? »* (EM4)

Une première réponse peut être apportée quant à l'impression d'absence relative d'impact direct sur les adolescents. En effet, pour la majorité des chefs de projet ainsi que des médiateurs, les objectifs du Studio s'inscrivent dans un temps long et non pas immédiat.

Certains des buts à atteindre par l'espace adolescent concernant l'ouverture à la création et la mise en place d'une pratique culturelle prendront du temps à se révéler. Comme l'indique plusieurs membres de l'équipe il s'agit de la métaphore de la petite graine que l'on pose et qui germera doucement voire tardivement : *« C'est des petits grains, vous savez... Ce sont des petites graines que l'on pose, mais qui vont germer dans deux/trois ans parce qu'il faut qu'elles aient le temps qu'elles murissent ! »* (CP2).

Pour les médiateurs et chefs de projet, il est question de transmettre des informations qui pour le moment ne seront par forcément utiles ou perçues par l'adolescent mais qui pourront être réactivées plus tard au cours de sa vie personnelle ou professionnelle : *« je pense que c'est perçu d'une manière où ils le veulent ou non ! Qu'ils le veulent ou non, on leur montre de l'art ! »* (EM3) et *« ça va leur servir même quand ils vont grandir, dans leurs études, dans leurs choses comme ça ! Même quand ils seront au travail ! Peut être qu'ils vont se dire : « ah bah oui, ça je connais ! » »* (EM5)

### Une ouverture des possibilités

Ainsi, dans un premier temps, il semblerait qu'il soit difficile de percevoir véritablement ce qui est retenu du discours du Studio 13/16 par les adolescents. Cependant, au-delà des précautions prises par les équipes au sein de leur discours, l'ensemble des chefs de projet et

médiateurs exposent certaines retombées qu'ils semblent percevoir ou tout du moins conçoivent chez les adolescents.

L'un des impacts les plus importants présentés par le Studio 13/16 est la familiarisation avec le monde de la culture et les institutions culturelles. Pour eux, l'espace adolescent rempli sa mission en ce qui concerne la désacralisation du musée et de la relation que peuvent entretenir les visiteurs avec lui : *« le fait de familiariser le public adolescent et le jeune public à l'art contemporain et l'art moderne... [...] le rapport que l'ado aura à l'institution sera un peu plus décomplexé ! [...] Que la dimension participative fait que le musée devient un lieu plus séduisant ! Et je pense que c'est ça qu'apporte le Studio 13/16 ! »* (CP3)

En plus du rapport facilité entre les adolescents et les institutions culturelles, pour certains le Studio parvient également à transformer le regard des adolescents sur la création contemporaine. Il s'agit donc *« des ouvertures je dirais... dans l'esprit ! »* Pour qu'ils *« acceptent ensuite de regarder l'art contemporain. Et de se dire pourquoi l'artiste a fait ça. »* (CP2). Une anecdote d'un des médiateurs vient appuyer cette vision des chefs de projet. En effet, au cours d'un échange avec des adolescents habitués du Studio, l'une des médiatrices les a encouragés à se rendre dans une des expositions temporaires : *« Pour le coup, je sais, je crois que c'était M. qui leur avait parlé de ça et juste après, ils y sont allés et toutes les semaines, comme c'est gratuit pour eux, ils allaient voir Mona Hatoum parce qu'ils ont adoré ! Ils ont adoré cette artiste ! A chaque fois, ils nous parlaient de Mona Hatoum ! »* (EM1)

De plus, comme le précisait un médiateur précédemment, pour certains des chefs de projet et des médiateurs, l'impact sur les adolescents est également inconscient car le Studio leur parle d'art de manière détournée, de même, s'ils ne font qu'être spectateurs, les adolescents sont tout de même en contact avec la création et pourront en retenir certaines choses : *« Et même s'ils ne participent pas spécialement, ils ont quand même cette vision ! Ils voient des gens qui pratiquent, ils voient la pratique culturelle, ils voient des artistes, ils voient tout ça ! »* (EM5)

### Le souvenir d'une activité manuelle et d'un bon moment

L'un des éléments importants également avancé par les médiateurs est la notion de souvenir. Ce dernier prend plusieurs formes. Dans un premier temps, les adolescents retiennent le fait qu'ils ont appris des choses en manipulant et en faisant : *« ils retiennent ce qu'ils ont appris de manière manuelle ! »* (EM1)



L'autre élément qui relève du souvenir est la possibilité de repartir avec un objet que l'adolescent a créé par lui-même : « [ils] *repartaient avec un vêtement !* » (EM3) ou « *des objets qu'ils peuvent récupérer !* » (EM6). L'un des médiateurs précise qu'il s'agit d'un point qui valorise l'adolescent car cela le motive à réaliser un bel objet. De plus, il s'agit d'un souvenir physique du Studio que l'adolescent ramène chez soi. Cet objet sert alors de preuve de la participation du jeune à l'atelier. Mais il agit également comme mémo et symbolise un lien tissé entre l'espace adolescent du Centre et le créateur de l'objet : « *parce que ça motive énormément de se dire que tu repars avec un truc que tu as fait !* » (EM4).

L'importance de l'objet comme souvenir provient également du fait que, pour les médiateurs, ce que retiennent les adolescents en premier lieu, avant même l'ouverture d'esprit ou encore le nouveau lien tissé avec le domaine artistique et muséal, c'est le fait d'avoir passé un bon moment : « *moi je dirais qu'ils ont passé un bon moment déjà !* » (EM5). Lorsque nous interrogeons les médiateurs sur ce qui fait que les adolescents passent un bon moment, ils présentent l'ambiance comme élément déterminant : « *je pense aussi ce qu'ils apprécient et aussi ce pourquoi ils reviennent c'est l'ambiance ! Et euh, bah la bonne ambiance, que je trouve très forte pour ce lieu ! [...] c'est convivial, c'est cool [...] Ils se sentent un peu chez eux... j'ai l'impression et du coup, ils sont libres, ils déambulent [...] Ils disent que c'est trop cool, qu'ils adorent cet endroit.* » (EM1). Ce constat démontre également l'importance que les médiateurs donnent à leur rôle de mise en confiance par leur attitude et leur devoir de mettre en place un environnement détendu et joyeux à travers le relationnel qu'ils construisent avec les visiteurs du Studio car ils sentent que cela a un véritable impact sur l'expérience des adolescents et sur la décision de revenir.

Il semble ainsi qu'à travers le rôle donné aux phénomènes de sociabilité par l'équipe du Studio transparaisse la nécessité de constituer un souvenir positif chez les adolescents. Cela afin de rendre possible les autres objectifs du Studio quant à la familiarisation avec la création artistique et les institutions culturelles. Il est donc important de prendre en compte ce qui contribue et nuit à la mise en place d'une expérience positive. Ainsi, pour les médiateurs interrogés, si l'ambiance instaurée par la diffusion de musique, la libre circulation et le relationnel avec les animateurs sont importants, la thématique de l'activité reste primordiale comme accroche et vecteur de fidélisation, bien plus que « le faire » : « [ils] *vont revenir au suivant, mais si le suivant ne leur a pas plu, on ne va jamais les revoir [...] l'attraction pour l'activité ne se maintient pas, ils s'en foutent* » (EM3). Pour atteindre ses objectifs quant à la mise en place d'une relation stable entre l'adolescent et le Studio et par

extension entre le jeune et l'institution, il est donc nécessaire de ne pas se reposer exclusivement sur l'attraction provoquée par l'ambiance du Studio et la possibilité de faire. Car, il transparaît dans le discours des médiateurs que l'intérêt pour la création chez les adolescents est intimement lié à la possibilité de faire des choses différentes sur des thématiques qui à défaut de toujours leur plaire, leur parlent et qui soient adaptées à eux : « *c'est arrivé, c'était sur la programmation, où ils trouvent que [...] ce n'est pas du tout adapté à leur âge, qu'ils trouvent ça un peu... [...] c'était un projet Pique-Assiette. [...] Et c'est vrai que je trouve que c'était un peu à côté !* » (EM1)

De nouveau, il apparaît que la thématique tient un rôle central à la fois dans la constitution du public du Studio et de ses motivations et objectifs, ainsi que dans l'accomplissement d'une expérience positive.

Il reste, cependant, la nécessité de voir si à travers le discours des adolescents transparaissent les mêmes impacts ainsi que la même importance donnée de manière subsidiaire à la thématique.

#### 3.4.2.2. *Ce que les adolescents retiennent du Studio 13/16*

##### *Un lieu divertissant et une bonne ambiance*

Au cours des entretiens, nous avons questionné les visiteurs sur ce qu'ils avaient pensé de leur après-midi passé au sein du Studio 13/16 et ce qu'ils imaginaient que cela leur avait apporté. En analysant leurs réponses nous remarquons que les premières choses que les adolescents retiennent sont l'ambiance (24%) ainsi que le fait de s'être diverti (39%). Ensuite, les adolescents évoquent le fait d'avoir pu échanger et partager au cours de l'atelier (22%). Enfin, seulement 9% évoquent respectivement le fait d'avoir appris et le fait d'avoir créer<sup>271</sup>.

##### *Une vision réaliste de ce que vivent les adolescents*

Ces résultats s'inscrivent dans la continuité de nos premières interprétations. En effet, comme cela a été pressenti par une grande part de l'équipe du Studio, l'impact principal du Studio est le souvenir d'avoir passé un moment divertissant au sein d'un espace à l'ambiance agréable.

---

<sup>271</sup> Annexe A11 – Tableau 41

De plus, la faible part donnée à l'apprentissage et à la création au final démontrent que malgré l'importance donnée à la possibilité de faire de prime abord, ces considérations sont secondaires par rapport à la nécessité de passer un bon moment. Dans ce cadre, les adolescents évoquent le fait de pouvoir créer et fabriquer comme un facteur favorisant l'aspect ludique du Studio permettant le partage qui est le second élément mis en avant pas les jeunes.

Finale, la possibilité de créer impacte à la fois sur la motivation des adolescents mais aussi sur leurs objectifs de visite. Mais cela ne correspond en rien à une finalité à contrario de la sociabilité qui paraissait faible dans les objectifs mais qui s'avère au final un élément déterminant dans la journée passée au Studio et son bilan.

#### Un écart entre objectifs initiaux et impact final

Ainsi, au vu de ces résultats, nous constatons qu'il existe un décalage entre les objectifs associés à la visite par les adolescents et l'impact constaté par ces derniers. En effet, nous avons vu que les adolescents venaient au Studio 13/16 principalement pour créer (46%) et pour découvrir (29%). Tandis que la sociabilité ne représentait que 22% des objectifs déclarés. Or au final, ce que les adolescents retiennent c'est principalement le bon moment qu'ils ont passé au Studio ainsi que l'ambiance : « *c'est vraiment le fait qu'il y ait une bonne ambiance qui t'a... qui t'a marqué ? Ouais, il y a une très bonne ambiance ! Et puis ouais, voilà, en gros !* » (E19).

Ce qui marque les adolescents par rapport à l'ambiance c'est à la fois la musique, mais aussi l'agencement de l'espace : « *c'était vraiment convivial et chaleureux [...] et en plus il y a de la musique ! [...] et la déco !* » (E15) « *Et ça fait un peu une ambiance de loft, un peu... hangar !* » (E14).

Si l'ambiance marque autant les adolescents c'est notamment parce qu'elle diffère de celle associée au musée dans laquelle les adolescents se sentent généralement mal reçus : « *Enfin, je ne sais pas mais quand tu vas dans d'autres musées, des fois t'as des marbrureries (sic) sur les murs... t'as peur de tout casser dès que tu t'approches ! Alors qu'ici, tu te sens vraiment à ton aise !* » (E14).

De plus, au-delà de l'écart entre les objectifs des adolescents et l'impact final, nous constatons également un écart entre les objectifs visés par le Centre Pompidou et ce que reçoivent les

adolescents. Finalement, les adolescents reçoivent différemment le discours de l'espace adolescent.

Premièrement alors que l'équipe du Studio cherche à travers sa programmation à offrir un espace spécifique aux adolescents pour qu'ils puissent découvrir le monde de la création contemporaine, le taux d'adolescents affirmant qu'ils ont découvert ou appris quelque chose est faible. Ce qui est d'autant plus étonnant lorsque nous savons que pour les adolescents l'apprentissage et l'ouverture à de nouveaux moyens d'expressions artistiques font partie des objectifs perçus par les adolescents. Ce point démontre qu'à l'intérieur même du discours des jeunes est perceptible le décalage entre les objectifs initiaux et l'impact final.

Deuxièmement, il existe un véritable fossé entre la volonté de constituer le Studio 13/16 comme un sas vers le musée et la réalité de terrain. En effet, nous avons pu constater que parfois le lien entre l'espace adolescent et les autres pôles du Centre pouvait être tenu au point de ne pas être perçu. Le discours des adolescents nous confirme qu'effectivement le but de les amener à aller ensuite dans le reste des espaces n'est pas perçu par les jeunes où tout du moins n'est pas appliqué. En effet, sur les quarante et un adolescents interrogés seulement deux évoquent l'idée de démocratisation et d'intégration des adolescents dans la culture. Ainsi, comme le précise l'un des chefs de projet, il s'agit d'un échec pour le Centre : *« je pense que pour la plupart, ils ne vont pas au musée ! [...] et puis, ils n'y vont toujours pas hein !/ Donc c'est vraiment une activité à part, au final/ Mais oui ! »* (CP4)

En conclusion, de tels résultats nous montrent que le Studio 13/16 est bel et bien un espace de sociabilité entre un adolescent et ses accompagnateurs. L'activité, bien qu'elle soit le moteur de la visite apparaît rapidement être un simple support au partage. Dans ce cadre où c'est finalement le divertissement et la volonté de passer un bon moment ensemble, l'ambiance est déterminante et sera plus facilement explicitée au sein du discours de bilan de l'adolescent.

De même, c'est parce que les adolescents ont passé un bon moment qu'ils déclarent vouloir revenir. Cependant au vu du taux élevé de primo-visiteurs par rapport aux habitués, nous pouvons douter de l'application de la prescription. Ainsi cette comparaison entre objectifs et impacts renforce le rôle du Studio comme un lieu d'échange plutôt qu'un lieu de démocratisation.

Mise à part l'impact du Studio 13/16 sur les jeunes, nous nous sommes intéressés à l'apport de l'espace adolescent vis-à-vis de l'institution culturelle notamment de la vision du Centre Pompidou par les adolescents.

### 3.4.2.3. Visions du Centre Pompidou

#### L'impact du Studio 13/16 sur la vision du Centre Pompidou

Selon les chefs de projet et les médiateurs, le Studio 13/16 permet avant tout d'offrir une place à l'ensemble des publics au sein du Centre Pompidou : « *Alors, c'est de prendre en compte absolument tous les publics et de ne pas faire de choix de public !* » (CP2)

A travers cette volonté d'offrir un espace pour chacun réside la volonté de se placer dans une démarche de démocratisation culturelle et de démontrer que l'institution culturelle peut parler à tout le monde et non pas seulement au public classique des musées : « *Alors le Centre G. Pompidou, je pense que c'est aussi pour se faire... pour rendre compte aussi... [...] mais aux gens qui viennent, qui viennent... [...] les habitués, entre guillemets, les initiés euh... du Centre Pompidou qu'il y a une catégorie qui est oubliée dans les musées qui est l'âge adolescent !* » (EM7)

Pour une partie des médiateurs, au-delà du message de démocratisation que le Centre Pompidou veut afficher, le Studio 13/16 se présente au sein de l'institution comme un espace d'atelier et de vie, ouvert à tous : « *A priori, ici, on ne cherche pas à faire de l'argent... ni à attirer du public autant que ça [...] Bah un espace d'atelier ? Un espace d'atelier euh... ouvert à quand même un grand nombre* » (EM3)

De plus, l'existence du Studio 13/16 permet au Centre Pompidou de toujours s'afficher comme un espace d'innovation : « *Ah bah moi, une petite fierté quand même! [...] Donc, ça apporte une image sympa, un peu fun, même si ça reste le musée !* » (EM4). En effet, pour une partie des médiateurs et des chefs de projet, le Studio 13/16 marche également comme une vitrine pour le Centre Pompidou afin de démontrer que malgré ses bientôt quarante ans de vie, ce centre de culture et d'art peut toujours parler aux plus jeunes : « *quelque chose de complètement unique également aussi. [...] C'est vraiment un plus pour ce musée et ça ne peut que les mettre en valeur !* » (EM6)

Ainsi, si le Studio 13/16 peut impacter l'image du Centre Pompidou, qu'en est-il de la vision du Centre par le public du Studio ?

## La vision du Centre Pompidou par le public du Studio 13/16

Nous avons demandé aux adolescents de nous dire ce qu'évoquait le Centre Pompidou pour eux. Pour une grande partie du public du Studio 13/16, le Centre est avant tout un musée. En second plan, c'est la bibliothèque publique d'information (BPI) accueillie au sein de l'institution qui est mentionnée, au même titre que la possibilité de participer à des activités (Studio 13/16, atelier pour enfant...).

Tout ordre confondu, lorsqu'ils évoquent le Centre Pompidou, les jeunes font principalement référence au musée (15%), aux activités proposées (7%) puis aux expositions, à la bibliothèque et à l'architecture (respectivement 6%). Enfin, seulement 5% considèrent l'institution comme un centre culturel<sup>272</sup>.

Nous remarquons qu'en dépit de la diversité de désignations rencontrées au cours des entretiens, les adolescents perçoivent véritablement le Centre comme un musée classique. De plus, le vocabulaire associé à l'institution est majoritairement positif malgré deux adolescentes qui définissent le Centre comme un lieu « scolaire » et ennuyeux ».

Lorsque nous étudions le vocabulaire utilisé pour qualifier le Centre Pompidou ce sont les termes « moderne », « nouveau » et « spécial » qui ressortent. Plus encore, le Centre semble jouir d'une aura particulière auprès des jeunes. En effet, bien qu'il soit considéré comme principalement un musée, le Centre est associé au moderne, au contemporain, au dynamisme et au divertissement. A plusieurs reprises, il a été placé en opposition avec d'autres musées comme le musée du Louvre qui est présenté comme la quintessence du musée classique et scolaire : « *Quand c'est moderne, j'aime bien ! / D'accord. Le Louvre ce n'est pas moderne. / non, c'est vieux mais ça reste toujours joli à regarder* »<sup>273</sup>. « *Enfin en gros, on se dit qu'il y a des choses pas intéressantes quoi... alors que si on vient là, bah c'est intéressant quoi ! [...] il y a des, par exemple, genre Musée du Louvre, bah moi, je n'ai pas envie d'y aller* »<sup>274</sup>.

L'image du Centre Pompidou comme musée au statut particulier a été perçue par certains médiateurs : « *Je pense que pour eux, c'est le musée ! Ouais, c'est un musée. Après ils se disent peut-être que ce n'est pas un musée comme les autres !* » (EM5)

La présentation du Studio 13/16 basée sur un esprit pop avec un mobilier minimal et des couleurs tranchées alimentent auprès des adolescents la vision d'une institution culturelle

---

<sup>272</sup> Annexe A11 – Tableau 42

<sup>273</sup> E12, Miriam et son frère, 12 et 15 ans

<sup>274</sup> E11, Edel et Victor, 16 et 15 ans

moderne et jeune déjà ancrée chez les adolescents à travers l'architecture iconique du Centre Pompidou.

Finalement, au-delà de la simple possibilité d'intégrer les jeunes au sein du Centre Pompidou, le Studio 13/16 permet également de rajeunir l'image de l'institution culturelle auprès des adolescents.

### ***3.4.3. La pratique culturelle des adolescents***

#### *3.4.3.1. La pratique culturelle*

##### *Contexte de pratique culturelle*

Lorsque nous interrogeons les adolescents sur leurs pratiques culturelles et sur le contexte dans lesquelles elles prennent place, nous retrouvons de nouveau les trois pôles de prescription culturelle à savoir la famille, les pairs et l'école. Une plus grande part des adolescents qui viennent au Studio ont l'habitude de faire des activités culturelles en famille<sup>275</sup>.

Nous remarquons également qu'en fonction de l'âge le contexte de pratique culturelle n'est pas le même, ainsi les plus jeunes vont dans les lieux culturels le plus souvent avec leur famille. Tandis que les jeunes entre 14 et 15 ans ont autant une pratique culturelle développée dans le contexte familiale que scolaire. Alors qu'à partir de 16 ans ce sont les pairs qui prennent la place d'accompagnateurs au sein des pratiques culturelles. Ces résultats sont en adéquation avec la nature des accompagnateurs en fonction de l'âge observés au sein du Studio 13/16. Nous remarquons également que la participation au Studio s'inscrit dans l'ensemble de la pratique de l'adolescent avec les mêmes initiateurs et les mêmes accompagnateurs<sup>276</sup>.

---

<sup>275</sup> Annexe A11 – Tableau 43

<sup>276</sup> Annexe A11 – Tableau 44

### Les activités culturelles déclarées par les adolescents

Les adolescents qui viennent au Studio 13/16 ont pour la plus grande majorité une pratique culturelle en dehors de leur venue au sein de l'espace adolescent du Centre. Autre point positif, pour 49% des adolescents interrogés, cette pratique est dite multiple. C'est-à-dire que les jeunes déclarent fréquenter des lieux divers comme les musées, le cinéma en grande majorité ainsi que les balades touristiques ou encore le théâtre<sup>277</sup>.

En fonction de l'âge, la pratique des adolescents ne semble pas être la même. Les plus jeunes ont tendance à réduire leur pratique culturelle à la visite d'expositions (permanentes ou temporaires), tandis que les adolescents entre 14 et 17 ans auront plus facilement une pratique polymorphe.

Ces résultats sont cohérents dans le sens qu'au-delà de l'âge, la nature de l'accompagnateur rentre en compte. Ainsi, les jeunes qui effectuent leurs activités en famille iront plus aisément au musée voir des expositions, tandis que ceux qui ont une pratique au sein du groupe de pair auront une pratique hétéroclite, enfin les adolescents dont la pratique est réalisée dans le giron de l'école ont également une pratique culturelle polymorphe<sup>278</sup>.

Ces résultats sont en adéquation avec nos premiers résultats concernant la nature de l'accompagnateur au sein du Studio. En effet, de nouveau les plus jeunes évoluent au sein de leur cellule familiale et vont plutôt au musée, tandis que les 14 – 15 ans oscillent entre le rôle primordial de l'école et de la famille et l'influence grandissante des pairs. Enfin, les plus âgés, entre 16 et 17 ans, ont une pratique culturelle plus autonome et hétéroclite formée au sein du groupe de pairs.

#### 3.4.3.2. *Les activités extrascolaires*

La première activité extrascolaire déclarée par les adolescents est le sport. Cette activité est majoritairement pratiquée par les adolescents entre 12 et 15 ans (les 12 – 13 ans représentent 29% des adolescents pratiquant du sport, tandis que les 14 – 15 ans représentent 50%). La pratique de la musique arrive en second, c'est de plus une activité plutôt pratiquée jeune (50% des adolescents interrogés qui jouent de la musique ont entre 12 et 13 ans). Ensuite vient la

---

<sup>277</sup> Annexe A11 – Tableau 45

<sup>278</sup> Annexe A11 – Tableau 46



sortie entre copains qui touche de manière équitable à la fois les 14 – 15 ans et les et 16 – 17 ans. En quatrième position arrive la pratique des arts plastiques qui comprend à la fois le dessin, la peinture, les activités manuelles mais également la photographie. Ces activités sont plutôt pratiquées par des adolescents plus âgés, entre 16 et 17 ans (56% des adolescents qui créent)<sup>279</sup>.

Avec ces résultats, nous retrouvons l'importance donnée aux activités extérieures et à la sociabilité des jeunes présentée par Olivier Donnat<sup>280</sup>. En effet, de nouveau un grand intérêt est porté à la sociabilité entre pairs à travers l'importance de la sortie entre copains. De plus, le sport est toujours autant plébiscité qu'à l'époque de l'enquête d'O. Donnat en 1999. Il est pourtant intéressant de noter que malgré les différentes études qui démontrent l'importance grandissante de la culture de l'écran chez les adolescents, au cours de nos entretiens très peu mentionnent la télévision ou le cinéma comme activité. Personne ne mentionne notamment le temps passé sur Internet. Alors que la plupart des adolescents présents au sein du Studio possèdent des smartphones et passent une partie de leur après-midi sur le web grâce à leur téléphone. Ce non-dit par les adolescents illustre l'écart remarqué par S. Octobre entre le faire et l'implication du jeune dans sa pratique. Les adolescents ne mentionnent pas leur pratique de navigation sur le Web car elle ne relève pas de l'activité pour eux mais d'un élément inclus dans le quotidien de manière banale et de ce fait sans intérêt à être mentionné.

#### **3.4.4. Synthèse**

Ainsi les objectifs déclarés du Studio 13/16 sont d'ouvrir un espace spécifique aux adolescents pour leur permettre de découvrir l'univers de la création contemporaine mais aussi les soutenir vers une pratique muséale plus franche. Pour atteindre ses objectifs, l'espace adolescent vise à faire passer un bon moment aux adolescents. Pour ces derniers, l'atelier a pour mission de leur apporter des connaissances et de soutenir leur créativité. Leur vision est influencée par leurs propres objectifs et leur âge.

---

<sup>279</sup> Annexe A11 – Tableau 46 et Tableau 47

<sup>280</sup> DONNAT O., « Les loisirs de 8-19ans », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°131, Décembre 1999, 8p.

Pour l'ensemble du Studio, l'impact sur les jeunes s'inscrit dans un temps long permettant aux informations dispensées aux adolescents de mûrir quant à l'ouverture de leurs horizons et leur perception du monde de l'art. Il s'agit également de rester humble quant aux retombées réelles sur les adolescents et prendre en considération que le principal apport de l'atelier et de leur offrir un bon moment. Au final, il s'agit bien du principal élément que retiennent les adolescents. Malgré l'importance donnée à la création dans leurs propres objectifs et de ceux imputés au Studio, les notions de divertissement prévalent chez les adolescents à l'heure du bilan. Ainsi, il existe bien un écart manifeste entre les objectifs appliqués à la visite et l'impact véritable chez les jeunes. Mais il persiste aussi une différence entre les buts fixés par le Studio 13/16 et ce que les adolescents acquièrent au final, notamment sur la perception du Studio comme tremplin vers le musée.

Cependant, un premier pas est franchi puisqu'au vu du discours des adolescents, nous remarquons que ces derniers ont une vision positive du Centre Pompidou. L'institution est très largement rattachée au musée dans l'esprit des adolescents mais se différencie des autres institutions muséales par son image moderne, jeune et spéciale en partie imputable à l'espace adolescent.

Enfin les pratiques culturelles des adolescents interrogés démontrent que la participation au Studio 13/16 s'inscrit dans un ensemble de pratiques réalisées le plus généralement avec les mêmes initiateurs/accompagnateurs que ceux du Studio 13/16. De plus, il ne semble pas que le Studio fasse naître de vocation de carrière de visiteur chez les jeunes. Au final, ces derniers ont des activités extrascolaires à l'image de tous les adolescents dans lesquelles ne transparaît pas singulièrement une pratique artistique affirmée.

## *Conclusion :*

Nos premiers résultats nous ont permis de voir que le public du Studio est un public plutôt féminin dont la moyenne d'âge varie en fonction des thématiques.

Comme nous l'avons pressenti au cours de nos premières observations et hypothèses, le public du Studio 13/16 est majoritairement primo-visiteur. Les problèmes de communication apparaissent comme l'un des premiers facteurs justifiant ce phénomène. Nous avons constaté que les biais de connaissance influencent la nature des initiateurs/accompagnateurs, ainsi que les motivations et objectifs associés à la visite. Dans nos hypothèses, nous évoquons le fait que pour nous, très peu d'objectifs pouvait être formulés, en partie parce que le degré de connaissance du Studio semblait faible. Il transparaît qu'ils sont principalement centrés sur la possibilité de créer et la thématique proposée par l'atelier.

De même, nous avons raison de penser que les adolescents viennent au Studio principalement avec des accompagnateurs, qui s'avèrent également être les initiateurs de la visite et dont la nature et la présence impactent sur la nature des échanges intragroupes. De plus, face à l'enjeu de taille de rompre avec l'image froide du musée grâce aux liens de sociabilité, les médiateurs jouent un rôle central à la fois par leur jeune âge mais également par leur attitude. Ils matérialisent le lien qui doit se créer entre les adolescents et le Centre Pompidou.

Que ce soit auprès de leurs parents ou de leurs pairs, les adolescents donnent beaucoup d'importance au besoin de faire. L'étude des phénomènes de sociabilité a également permis de montrer l'importance des échanges intra-groupes planifiés depuis la décision de la visite jusqu'à la participation à l'atelier avec un nombre défini de personnes. Ainsi, une telle place donnée aux échanges entre proches démontre que les motivations de faire sont surtout ceux de faire ensemble. Dans ce cadre, la participation au Studio devient rapidement un jeu d'équilibre entre la nécessité d'être ensemble et celle de s'impliquer dans la création. De ce fait, de manière implicite, les objectifs déclarés par les adolescents nous révèlent que l'atelier manuel proposé par le Studio 13/16 sert avant tout de support à la socialisation de l'adolescent. Ce rapport implicite explique l'écart observé entre les objectifs de création déclarés et l'impact réel basé sur l'importance d'avoir passé un moment de partage et de divertissement.

De même, nos analyses révèlent qu'il existe un écart entre les objectifs du Studio 13/16 et la perception des adolescents quant aux visées de l'espace adolescent. Ces derniers perçoivent les objectifs du Studio principalement basés sur les notions d'apprentissage et de soutien de la création alors que les concepteurs veulent faire de l'espace adolescent un lieu de transition dédié aux jeunes.

En ce qui concerne l'impact du Studio, si l'on s'en réfère aux discours des adolescents, nos hypothèses énoncées de manière intuitive s'avèrent justes. La participation au Studio ne semble pas avoir d'impact direct sur la pratique culturelle des adolescents. Au contraire, elle semble s'inscrire dans une pratique préexistante, généralement réalisée dans le même groupe que celui qui est venu au Studio 13/16. Cependant, nous avons raison d'imaginer que le Studio 13/16 aurait une influence sur la vision globale du Centre Pompidou qui possède une image très positive auprès des visiteurs de l'espace adolescent qui l'associent au moderne et le considèrent comme un endroit spécial.

De manière globale, l'ensemble de notre étude aura permis d'affirmer la prédominance des pairs au sein de l'espace du Studio. Ces derniers jouent un rôle considérable à la fois comme initiateurs à travers le bouche-à-oreille mais également comme accompagnateurs où ils sont les principaux acteurs des phénomènes de sociabilité. Le Studio 13/16 est parvenu à se constituer comme un espace d'expression où se reconstruisent les rapports de la bande de copains régis dans l'espace adolescent par le rapport entre initiés et novices.

Pour revenir à la problématique qui a nourri nos questionnements. Notre développement confirme l'intuition quant à la constitution d'une typologie de visiteurs en fonction de la catégorie d'âge permettant de mettre en parallèle le développement de l'adolescence avec l'évolution du visiteur adolescent. En effet, nous avons vu que l'âge du visiteur influence à la fois le type d'activité plébiscité, le jour de visite ainsi que la nature de l'initiateur/accompagnateur. Mais il a également un rôle par rapport au rapport aux médiateurs et à la réception du Studio<sup>281</sup>.

---

<sup>281</sup> Voir Typologie des visiteurs du Studio 13/16, page 179

Enfin, au vu de nos résultats, nous recommandons :

- Afin de diminuer la proportion d'adolescents qui découvrent le Studio par hasard, il semble nécessaire de repenser la communication institutionnelle du Studio. Cela doit passer notamment par une redéfinition d'une signalétique plus présente et claire au sein même de l'institution.
- Dans le but d'être sûr d'attirer les adolescents ciblés, c'est-à-dire entre 13 et 16 ans, il est impératif de soigner les thématiques et les activités de la programmation afin qu'elles soient identifiables et en adéquation avec l'univers et l'âge des adolescents.
- Pour favoriser les rencontres extra-groupes au sein du Studio, il est important de concevoir des activités s'articulant sur un travail d'échange et/ou de groupe afin de tendre vers le développement du Studio 13/16 comme un espace-forum plutôt que comme une salle d'exposition.
- Enfin pour assumer le rôle de tremplin vers les différents espaces du Centre Pompidou, il faut renforcer les propositions transversales entre l'espace adolescent et les autres pôles du Centre Pompidou, mais également expliciter ces liens. Il est également important d'encourager et de programmer des activités nécessitant de sortir de l'espace physique de l'atelier pour se rendre dans les autres espaces. Cette démarche permettra de rendre tangible la nature de tremplin du Studio mais permettra aussi de rendre l'adolescent acteur dans les espaces du Centre, favorisera l'esprit d'exploration et rompra l'image passive du visiteur de musée installée dans la pensée adolescente.

Ainsi, notre étude nous a permis d'en apprendre un peu plus sur les adolescents qui fréquentent le Studio. Cependant notre terrain d'observation a soulevé plusieurs interrogations : qui sont ces jeunes qui passent le pas de la porte, visitent le Studio comme une exposition puis s'en vont ? Que cherchent-ils ? Pourquoi ne restent-ils pas ? Qui sont les non-publics adolescents du Studio 13/16 et que pouvons nous faire pour les attirer ? Est-ce que les adolescents qui fréquentent le musée ou la bibliothèque qu'abrite le Centre fréquentent ou ont fréquenté le Studio ? Le connaissent-ils ? Comment les adolescents qui ont déjà un rapport familial avec le musée perçoivent-ils l'espace de transition qu'est le Studio 13/16 ?

Tant de questions qui démontrent que notre humble étude n'est qu'une contribution qui en appelle d'autres pour connaître ces jeunes aux mille visages qui fréquentent Beaubourg...

## *Typologie des visiteurs du Studio 13/16*

### *Les 12 – 13 ans*

Ils connaissent le Studio sur place ou par l'intermédiaire de leurs parents, les dimanches ou pendant les vacances scolaires. Ces derniers sont à l'initiative de la visite. Les adolescents entre 12 et 13 ans sont attirés par la possibilité de créer et par la thématique de l'activité. Ils ont pour objectif de créer mais aussi d'échanger avec les autres.

Ils sont accompagnés de leur famille avec qui les échanges sont principalement basés sur l'appréciation. Pour eux, les médiateurs sont avant tout là pour les aider et leur âge n'a pas d'importance.

L'objectif du Studio 13/16 selon eux est principalement de soutenir la création des jeunes qui viennent participer aux ateliers. Ils retiennent de leur après-midi qu'ils ont passé un moment divertissant pendant lesquels ils ont pu partager avec leurs accompagnateurs.

Les adolescents de 12 – 13 ans perçoivent le Centre Pompidou majoritairement comme un musée où ils peuvent participer à des activités sur le modèle de celles du Studio 13/16.

Ils possèdent une pratique culturelle développée dans un contexte familial et centrée sur la visite d'expositions muséales. Ils déclarent faire du sport et de la musique le plus souvent lors de leur temps libre.

### *Les 14 – 15 ans*

Les visiteurs entre 14 et 15 ans viennent au Centre le samedi après-midi sur conseil de leurs copains. Ces derniers sont les principaux initiateurs de la visite avec les parents. Comme leurs cadets, ils sont intéressés par les thématiques et les activités que propose le Studio 13/16. Ils cherchent avant tout à découvrir et à créer au sein de l'atelier adolescent.

Ils viennent au Studio avec leur famille ou leurs copains. Leurs échanges sont d'abord de l'ordre de la logistique et des conseils techniques. Puis, dans un second temps, ils sont basés sur les appréciations et les conversations personnelles.

Pour eux, les médiateurs constituent toujours une aide mais leur jeunesse est prise en compte et devient importante. De plus, il ne s'agit plus de développer sa créativité mais d'apprendre au Studio. Ce qui les marque après leur participation est l'ambiance de l'espace adolescent qui a favorisé le divertissement mais aussi la sociabilité.

Les adolescents de 14 – 15 ans ont conscience que le Centre Pompidou n'est pas un musée mais un centre culturel. De plus, ils évoquent plus couramment la BPI.

Leurs pratiques culturelles sont multiples et se développent à la fois dans le cadre scolaire et familial. Ils préfèrent faire du sport et sortir entre copains quand ils ont du temps libre.

### 16 – 17 ans

Les visiteurs les plus âgés du Studio découvrent l'espace par hasard au cours de leur promenade entre copains les mercredis après-midi. Leurs motivations sont la même que les autres adolescents : ils aiment la possibilité de créer et les thématiques de l'espace adolescent. Ils ont pour objectifs de découvrir et de créer. C'est une activité qu'ils font entre copains. Ensemble, ils discutent principalement de sujets personnels et en second lieu sur leurs ressentis au sein du Studio 13/16. Pour eux, les médiateurs sont surtout des jeunes avec qui ils peuvent parler. Dans ce cadre, leur jeunesse est primordiale.

Les adolescents entre 16 et 17 ans sont ceux qui perçoivent le mieux les objectifs du Studio. Pour eux, il doit être un espace d'ouverture à la culture ainsi qu'un espace de création. Comme les visiteurs entre 14 et 15 ans, ils retiennent de leur après-midi l'ambiance du Studio et le fait qu'ils se sont bien amusés. Ils perçoivent le Centre Pompidou comme un musée et sont marqués par l'architecture de l'établissement.

Les 16 – 17 ans ont des activités culturelles multiples pratiquées avec les pairs. C'est d'ailleurs avec ces derniers qu'ils passent le plus clair de leur temps libre, ainsi qu'aux activités créatives.

## **Bibliographie**

### *I. Les adolescents*

BECK François, MAILLOCHON Florence, OBRADOVIC Ivana, *Adolescences ?*, Paris, Belin, 2014, 95p.

DOLTO Françoise, *la cause des adolescents*, Paris, R. Laffont, 2003, 276p.

CASANOVA Rémi, VULBEAU Alain (dir), *Adolescence entre défiance et confiance*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, coll. Questions d'éducation et de formation, 2008, 366p.

DE SINGLY François, *les adonaissants*, Paris, Armand Colin, 2006.

FIZE Michel, *Les adolescents*, Paris, le Cavalier bleu éditions, coll. Idées reçues, 2002, 128p.

FIZE Michel, *Qui sont les adolescents ?*, cycle de conférences sur « l'adolescence », cité des Sciences et de l'Industrie, mars-avril 2009.

GALLAND Olivier, *Adolescence, « post-adolescence, jeunesse : retour sur quelques interprétations »*, in *Revue française de sociologie*, 2001, 42-4. pp. 611-640.

HUERRE Patrice, « L'histoire de l'adolescence : rôles et fonctions d'un artifice. », *Journal français de psychiatrie* n°14, 2001, p. 6-8.

LE BRETON David et MARCELLI Daniel (dir.), *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*, Paris, Quadriges, collection Dicos poche, 2010, 967p.

ZAFFRAN J., *le temps de l'adolescence : entre contrainte et liberté*, Rennes, Presses de l'université de Rennes, 2011.

### *II. Etudes sur la culture adolescente*

ABESCAT Michel, « les français et la culture. Le bouleversement », [d'après l'enquête sur les pratiques culturelles des français menée par Olivier Donnat], in *Télérama*, n°3118, octobre 2009.

DONNAT Olivier, « Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique. Eléments de synthèse 1997-2008 », in *Culture étude*, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, octobre 2009, 12p.



DONNAT Olivier, LEVY Florence, « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », in *Culture Prospective*, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, juin 2007, 32p.

DONNAT Olivier, « la féminisation des pratiques culturelles », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°147, Juin 2005, 11p

DONNAT Olivier, « Les loisirs de 8-19ans », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°131, Décembre 1999, 8p.

DONNAT Olivier, « Les études de publics en arts contemporain au ministère de la culture », acte de colloque, les publics de l'art contemporain, in Davallon J. et Gottesdiener H., *Publics et Musées, vol. 16, le regard au musée*, Lyon, Association Publics et Musées, Presses universitaires de Lyon, 1999, pp. 141/150.

DEPS, « les jeunes et les sorties culturelles », *Développement culturel*, bulletin du DEP, n°106, Ministère de la Culture et de la Communication, février 1995.

GLEVAREC Hervé, *la culture de chambre : préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familiale*, Paris, la Documentation française, question de culture, 2009.

GLEVAREC Hervé, « Les trois âges de la « culture de la chambre ». », in *Ethnologie française*, 1/2010 (Vol. 40), p. 19-30.

HERSENT Jean-François, « les pratiques culturelles adolescentes », in *Bulletin des Bibliothèques de France*, tome 48, n°3, Paris, 2003, p.12-21.

INJEP, *Panorama Art & jeunesse*, Centre Pompidou et Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture et de la communication, Pôle culture de l'INJEP, acte de colloque, 2007, 236p.

MAIRIE DE PARIS, *Rapport, étude sur l'accès du jeune public aux activités culturelles gérées ou soutenues par la Ville de Paris*, Paris, Maire de Paris, inspection générale, avril, 2009, 213p. Consultable sur Internet : <http://api-site-cdn.paris.fr/images/71607.pdf>

Ministère de la Culture et de la Communication, *Enfance et Cultures*, acte de colloque international, 9<sup>es</sup> journées de sociologie de l'enfance, Ministère de la Culture et de la Communication, Association internationale des sociologues de langue française, Université Paris Descartes, Paris, 2010.

OCTOBRE Sylvie et SIROTA Régine (dir), *Enfance et cultures : regards des sciences humaines et sociales, Actes du colloque*, Paris, 2010.

OCTOBRE Sylvie, *Deux pouces et des neurones : la culture juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, collection « Question de culture », Paris, la documentation française, 2014, 285p.

OCTOBRE Sylvie, *l'enfant et ses cultures : approches internationales*, Paris, Ministère de la culture et de la communication, DEPS, 2013, 213p.

OCTOBRE Sylvie, DETREZ Christine, MERCKLE Pierre, BERTHOMIER Nathalie, *L'enfance des loisirs*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS « Questions de culture », 2010, 432p.

OCTOBRE Sylvie, « Pratique culturelles chez les jeunes et institution de transmission : un choc des cultures ? », in *Culture prospective*, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, janvier 2009, 8p.

OCTOBRE Sylvie, « Les horizons culturels des jeunes », *Revue française de pédagogie*, 163 | avril-juin 2008, 13p.

OCTOBRE Sylvie, « la fabrique sexuée des goûts culturels. Construire son identité de fille ou de garçon à travers les activités culturelles », in *Développement culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°150, décembre 2005, 10p.

OCTOBRE Sylvie, « les loisirs des 6-14 ans », in *Développement Culturel*, ministère de la Culture et de la Communication, bulletin du DEPS, n°144, mars 2004, 16p.

PETER Christophe, « Gout pour les jeux vidéos, gout pour le sport, deux activités liées chez les adolescents », in *Culture prospective*, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, mai 2007, 9p.

### III. *La relation entre adolescents et musées*

ALLARD Michel, « les adolescents et les musées », in *Revue des Sciences de l'Éducation*, Montréal, vol 19, n°4, 1993, p.765-774.

ARNAUD-PORTA Jeanne, SCHWARZ-ARTHUR Laurence, *Des adolescents et des musées : image et pratiques muséales, enquête auprès de jeunes scolarisés en région parisienne*, diplôme d'étude appliquée, Paris, université Descartes, Paris V, 1995, 1. Vol (89f.).

BOUQUILLARD Olivier, « Les musées et les jeunes : comment développer la fréquentation ? », in *musée et collections publiques de France*, vol. 216, 1997, pp.63/65.

BUFFET François (dir.), *Entre école et musée, le partenariat culturel d'éducation*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, collection Travaux et Documents, 1998, 200 pages.

CHAMPAGNE Marie-Eve, « l'incidence des outils pédagogique sur la visite des adolescents au musée », in *Muséologie: les cahiers d'études supérieures*, vol 5, n°2, Paris, 2011, pp. 132-161

DAHAN Chantal (dir.), « les adolescents et la culture, un défi pour institutions muséales », *Cahiers de l'action, Jeunesses, pratiques et territoires*, vol. 38, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire, 2013, 77pages.

DARCQ Caroline, « Les relations adolescents-musées : comparaison France/États-Unis », *La Lettre de l'OCIM* [En ligne], 146 | 2013 : <http://ocim.revues.org/1215> ; DOI : 10.4000/ocim.1215

GASC Cécile, SERAIN Fanny, « La réception d'une exposition environnementale par les adolescents », in *la Lettre de l'OCIM*, n°105, 2006, p.11-18.

GOTTESDIENER Hana, VILATTE Jean-Christophe, *L'accès des jeunes adultes à l'art contemporain : approches sociologique et psychologique du gout des étudiants pour l'art et leurs fréquentations des musées*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 2006, 135p.

ICOM CECA, *Museum Education and Adolescents*, ICOM Education n°21, 2007.

JONCHERY Anne et NOUVELLON Mailys, « Musée et adolescents : l'impossible médiation ? », pp. 91/106, in *Agora débat jeunesse, vol. 66, Les adolescents face aux dispositifs de médiation culturelle*, Paris, les Presses de Science Po, 2014, 160p.

LEMERISE Tamara, LUSSIER-DESROCHERS Dany et ST-GERMAIN P., « la relation musée-adolescents : une question qui mérite d'être mieux connue », in Allard Michel et Lefebvre Bernard (dir.), *Le musée, un projet éducatif*, Montréal, éd. Logiques, 1996, pp.127-139.

LEMERISE Tamara, SOUCY Brenda, « Enquête menée auprès d'une centaine de musées sur les activités offertes aux adolescents québécois », in Allard Michel, Lefebvre Bernard, *le musée, un lieu éducatif*, Montréal, Musée d'art contemporain de Montréal, 1997, pp. 336-352.

LEMERISE Tamara, « Les adolescents au musée : enfin des chiffres ! », in Davallon Jean et Gottesdiener Hana (réd.), *Public et musée, vol. 15, Hors thème*, Lyon, Association Publics et Musées, Presses universitaires de Lyon, 1999, pp. 9/29.

LEMERISE Tamara, SOUCY Brenda, « le point de vue d'adolescents montréalais sur les musées », in *Revue canadienne de l'éducation*, vol 24, n°4, 1999, p.355-368.

LEMERISE Tamara, SOUCY Brenda, « la présence des adolescents au musée : informations en provenance des musées », in Allard Michel, Lefebvre Bernard (dir.), *Le musée au service de la personne*, Montréal, éditions du GREM, 1999, pp.89-103.

LEMERISE Tamara, LUSSIER-DESROCHERS Dany et MATIAS Victor (dir.), *Courants contemporains de recherche en éducation muséale*, Québec, éd. Multimondes, 2002, 22 p.

MASSE Catherine, « la Mezzanine, création d'un espace pour les 11-14 ans à la bibliothèque des champs libre », in *BBF*, T.58, n°2, février 2013, pp. 70-73.

NOURREDINE Selmi, *Comment concilier jeunes et musées ?* Jan 2010, Venise, Italy, 15p.

PIEL Laure, *les jeunes et les musées : un rapport complexe*, mémoire d'étude en muséologie, Paris, Ecole du Louvre, 2003, 93p.

PROTOYERIDES Michèle, LIOT David, *Les jeunes en difficulté et le musée*, mémoire de recherche en muséologie, Paris, Ecole du Louvre, 1993, 47p.

ROMANELLO-POMES Rita, TRALDI Laure, *les activités proposées par les musées français aux adolescents hors du cadre scolaire*, mémoire d'étude en muséologie, Paris, Ecole du Louvre, Paris, 1995, 55p.

SERAIN Fanny, *l'accueil des adolescents dans les musées d'art français*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, Paris, 2005, 185p.

TIMBART Noëlle, *Adolescent et Musées : état des lieux et perspectives*, thèse de doctorat, Museum National d'Histoire Naturelle, Paris, 2007, 683p.

TIMBART Noëlle, « l'accueil des adolescents dans les institutions scientifiques », in *la Lettre de l'OCIM*, n°97 ; 2005, p.24-37.

TIMBART Noëlle, Les adolescents et les musées, archive de l'ICOM (Conseil International des Musées).

#### IV. *Les musées et leurs publics*

BOURDIEU Pierre, DARBEL Alain, *L'amour de l'art : les musées européens et leur public*, Paris, Editions de Minuit, 1966, 251p.

DONNAT Olivier, OCTOBRE Sylvie, *les publics des équipements cultures, méthodes et résultats d'enquêtes*, Travaux du séminaire du DEP « Pratique culturelles et public de la culture, 1999-2000, 47p.

DONNAT Olivier, TOLILA Paul (dir.) *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 1, Paris, Presses de Science Po, 2003, p. 87-100.

EIDELMAN Jacqueline, « Qui fréquente les musées à Paris ? Une sociologie des publics des musées de France », in Davallon Jean (dir.), *Public et musée, vol. 2, Regards sur l'évolution*

*des musées*, Lyon, Association Publics et Musées, Presses universitaires de Lyon 1992, p19/45.

EIDELMAN Jacqueline, GOLDSTEIN Bernadette, ROUSTAN Mélanie (dir.), *la Place des publics : de l'usage des études et recherches par les musées*, [journée d'étude des 1<sup>er</sup> et 2 juin 2006 à l'Ecole du Louvre] / [organisés par le Département des public et de la Direction des musées de France et le Centre de recherche sur les liens sociaux, Cerlis], Paris, La documentation française, 2007, 334p.

GOTTESDIENER Hana, VILATTE Jean-Christophe, « Image de soi – image du visiteur et pratiques des musées d'art », in *Culture études*, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, juin 2008, 12p.

GOTTESDIENER Hana, *Freins et motivation à la visite des musées d'art*, Paris, Université Paris X- Nanterre : Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 1992, 75p.

LANDRY Anik et ALLARD Michel (dir.), *le Musée à la rencontre de ses visiteurs*, Sainte Foy, éd. Multimondes, 2003, 457p.

MOUCHTOURIS Antigone, *Sociologie du public dans le champ culturel et artistique*, Paris, L'harmattan, coll. Logiques sociales, 2003, 130p.

*Les musées et les jeunes*, Nouvelles de l'ICOM, Paris, n°1, 2006, pp. 3-8

O'NEILL Marie Clarté, DUFRESNE-TASSE Colette, « Augmenter notre compréhension de l'impact de la muséographie sur les visiteurs », in Gob A. et Montpetit R., *Culture et Musée, vol. 16, Le (R)évolution des musées d'art*, Arles, Actes Sud, 2010, p.239-244.

PROTOYERIDES Michèle, *Entre ordinaire et extraordinaire, le musée lieu d'apprentissages*, CNDP

VERON Eliseo, LEVASSEUR Martine, *Ethnographie de l'exposition : l'espace, le corps et le sens*, Paris, bibliothèque publique d'information, Centre Georges Pompidou, 1989, 178 p.

UZZELL David L. (dir.), *Public et musée, vol. 5, L'interaction sociale au musée*, Lyon, Association Public et Musée, Presse universitaire de Lyon, 1994, pp. 126/127.

## V. *Le Centre Pompidou et son public*

BENHAKATE Sophie, *Etude et comparaison du comportement et du fonctionnement psychologique, entre un groupe de lycéens non initiés à l'art et un groupe de lycéens initiés à*

*l'art, dans une salle d'exposition au centre Pompidou*, mémoire d'étude, Paris, Ecole du Louvre, 2006, 65p.

BLIN Sylvie, « le Centre Pompidou de nouveau », in *Connaissance des Arts*, n°568, pp.37/45.

CARRARA Claire, *Les Adolescents en difficulté sociale et leurs représentations des musées et de l'art contemporain : étude pour la préfiguration de l'Espace adolescent du Centre Pompidou*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 197p.

CENTRE GEORGE POMPIDOU, *Médiation, faire l'expérience du Centre Pompidou*, numéro 1, Paris, Centre Pompidou, 2012, 34 pages.

CEVA Marie-Luz, « L'art contemporain demande-t-il de nouvelles formes de médiation ? », in Caillet Elisabeth et Jacobi Daniel (dir.), *Culture et musée, vol. 3, les médiations de l'art contemporain*, Lyon, Arles, Actes Sud, 2004, pp.69/96.

CONNAISSANCE DES ARTS, Centre Georges Pompidou hors série n°146, 2000, 74p.

DOSSIER DE L'ART, le Centre Pompidou, n°141, 2007, 94p.

DUFRENE Bernadette (dir.), *Centre Pompidou, 30 ans d'histoire*, édition du Centre Pompidou ; Paris, 2007.

EIDELMAN Jacqueline, DESSAJAN Séverine, CORDIER Jean-Pierre, PEYRIN Aurélie, « Nouveaux regards sur l'éducation artistique, nouvelles formes de médiation muséale. Une étude de la réception auprès des préadolescents et adolescent en visite scolaire au Centre Georges Pompidou », in *Symposium européen et international de recherche : évaluer les effets de l'éducation artistique et culturelle*, Paris, la Documentation française, Centre Georges Pompidou, 2008, p.433-439.

FEURER Camille, *les adolescents fréquentant les quartiers des Halles mais pas le Centre George Pompidou : profil et rapport au musée*, mémoire d'étude, Paris, l'Ecole du Louvre, 2009 72p.

FLEURY Laurent, *Le cas Beaubourg, mécénat d'état et démocratisation de la culture*, Paris, Armand Colin, 2007, 318 pages.

HUET Charline, *Etude préalable à l'ouverture de « l'espace ado » du Centre Pompidou : habitude de visite du public adolescent actuel*, mémoire d'étude, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 57p.

JEVTOVIC Svetlana, *L'Etude pour la préfiguration de l'espace ados du Centre Pompidou : le public adolescent actuel : les loisirs et pratiques culturelles, l'image du Centre et les attentes*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008,159p.

JODIDIO Philip, *Un nouveau centre Pompidou*, entretien avec Jean-Jacques Aillagon, in *Connaissance des Arts*, n°563, pp. 71-76.

LAWLESS Catherine, Musée national d'art moderne, historique et mode d'emploi, BOZO Dominique (dir.), Paris, Centre Georges Pompidou, 1986, 191pages.

MULLER Séverine, *Etude du public adolescent en visite libre au Centre Georges Pompidou*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 241p.

MOUGIN Sophie, *Etude avant - pendant - après sur les freins et les motivations des adolescents en difficulté sociale en visite au Centre Pompidou*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 170p.

NOUVELLON Maylis, *étude préalable à l'ouverture de « l'espace ado » du centre Pompidou : profil du public adolescent actuel, mémoire d'étude*, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 63p.

NOUVELLON Maylis, *Dans la foule adolescente des Halles, les non-visiteurs du Centre Georges Pompidou : second volet de l'étude de préfiguration du Studio 13/16 du CNAC*, mémoire de recherche, Paris, Ecole du Louvre, 2009, 173p.

POULOT Dominique, « La Création de Beaubourg [Lecture-compte-rendu] », in Davallon Jean (dir.), *Culture et musée, vol. 1, Nouveaux regards sur le patrimoine*, Arles, Actes Sud, 2003, pp. 153/155

PUJOL Audrey, *étude préalable à l'ouverture de « l'espace ado » au Centre Pompidou : attente du public actuel*, mémoire d'étude, Paris, Ecole du Louvre, 2008, 91p

SERAIN Fanny, « Les début d'une aventure, le Studio 13/16 », in SERAIN Fanny, CHAZOTTES Patrice, VAYSSE François et CALLET Elisabeth (dir.), *La médiation culturelle : cinquième roue du carrosse ?*, Paris, l'Harmattan, 2016, 269p.

## VI. Méthodologie

ARBORIO Anne Marie, FOURNIER Pierre, *l'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Paris, Armand Colin, 2012, 127 pages.

BLANCHET Alain, GOTMAN Anne, *l'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Paris, Nathan, 2001, 126 pages.

DAVALLON Jean, GOTTESDIENER Hana et VILATTE Jean-Christophe, « A quoi peuvent donc servir les recherches sur les visiteurs ? », Point de vue, in Poulot Dominique (dir.), *Culture et musée, vol. 8, Défendre le patrimoine, cultiver l'émotion*, Arles, Actes Sud, 2006, pp. 161/172.

SINGLY (de) François, *l'enquête et ses méthodes : le questionnaire*, Paris, Nathan Université, Paris, 1992, 127p.

## VII. Sources Internet

### **Communication sur le Studio 13/16 émanant du Centre George Pompidou :**

<https://www.centrepompidou.fr/cpv/ressource/cMdAqnL/rM6MyE>

<https://www.youtube.com/watch?v=IcouYHUniM0>

<https://www.youtube.com/watch?v=lcSBpcJUb6E>

[https://www.youtube.com/watch?v=ot\\_unbG7EFE](https://www.youtube.com/watch?v=ot_unbG7EFE)

<https://www.youtube.com/watch?v=uYicnzZP5dc>

### **Articles et reportages publiés sur le Studio 13/16 :**

<http://info.arte.tv/fr/studio-1316-un-centre-pompidou-reserve-aux-ados>

<https://www.youtube.com/watch?v=Utdx0T4X8Qs>

### **Programmation culturelle à destination des adolescents - musées de la Ville de Paris :**

Musée Carnavalet: <http://www.carnavalet.paris.fr/fr/activites/calendrier-des-activites>

Musée Bourdelle : <http://www.bourdelle.paris.fr/fr/activites/calendrier-des-activites-pour-le-public-individuel>

Maisons de Victor Hugo : <http://maisonsvictorhugo.paris.fr/fr/activites/groupes-scolaires-et-periscolaires>

Petit Palais : <http://www.petitpalais.paris.fr/fr/activites/adolescents>

Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris : <http://www.mam.paris.fr/fr/agenda>

Musée Jean Moulin : <http://museesleclercmoulin.paris.fr/agenda>

Musée Galliera : <http://palaisgalliera.paris.fr/fr/activites/agenda-des-activites>

Musée Cernuschi : [http://www.cernuschi.paris.fr/sites/cernuschi/files/editeur/pm\\_act\\_janvv-avril16\\_bd2.pdf](http://www.cernuschi.paris.fr/sites/cernuschi/files/editeur/pm_act_janvv-avril16_bd2.pdf)

### **Programmation culturelle à destination des adolescents - musées nationaux français :**

Musée St-Germain en Laye: <http://musee-archeologienationale.fr/visiter/publics/activites-pour-adultes-et-adolescents>

Musée du Louvre : <http://www.louvre.fr/ateliers>

Château de Versailles <http://www.chateauversailles.fr/preparer-ma-visite/en-famille/activites-famille/activites-famille/animations-1>

Musée d'Orsay : [http://www.musee-orsay.fr/fr/visite/visiteurs-individuels/visites-jeune-public/presentation-generale/article/les-rancarts-13329.html?tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=426&cHash=ceabe7657e](http://www.musee-orsay.fr/fr/visite/visiteurs-individuels/visites-jeune-public/presentation-generale/article/les-rancarts-13329.html?tx_ttnews%5BbackPid%5D=426&cHash=ceabe7657e)

Centre G. Pompidou :

Cité de l'Architecture : [http://www.citechaillot.fr/fr/activites/jeune\\_public/](http://www.citechaillot.fr/fr/activites/jeune_public/)

Les Arts Décoratifs : <http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/activites/ateliers-stages/>

Musée des Arts et Métiers : <http://www.arts-et-metiers.net/sites/arts-et-metiers.net/files/asset/document/janv-mars16-1.pdf>



Musée Guimet : <http://www.guimet.fr/fr/activites-culturelles/jeune-public>

Philharmonie : <http://philharmoniedeparis.fr/fr/programmation/ateliers/pratique-instrumentale-de-8-14-ans>

### **Programmation culturelle à destination des adolescents - Europe:**

Centre Belge de la Bande Dessinée : <https://www.cbbd.be/fr/animations>

MACBA : <http://www.macba.cat/en/taller-habitacio-1418-sec>

British Museum: [http://www.britishmuseum.org/whats\\_on/events\\_calendar/13%E2%80%9318\\_events.aspx](http://www.britishmuseum.org/whats_on/events_calendar/13%E2%80%9318_events.aspx)

Victorian and Albert Museum: <http://www.vam.ac.uk/content/articles/a/about-create/>

Tate Museum: <http://www.tate.org.uk/about/projects/circuit> et <https://circuit.tate.org.uk/>

### **Programmation culturelle à destination des adolescents - Amérique du Nord :**

MoMa, New York: <http://www.moma.org/learn/teens/index>

MET, New York: <http://www.metmuseum.org/learn/teens> et <http://www.icateens.org/>

Whitney, New York : <http://whitney.org/Education/Teens> et <http://whitney.org/Education/Teens/TeensBlog>

Fine Art Museum, San Francisco : <https://deyoung.famsf.org/programs>

Museum of Fine Art, Boston: <http://www.mfa.org/programs/teen-programs>

Institute of Contemporary Art, Boston: <https://www.icaboston.org/ica-teens>

Museum of Contemporary Art, Chicago: <https://mcachicago.org/Learn/Teens>

Musée National des beaux-arts du Québec: <http://www.mnbaq.org/activites/camp-dete>