

Dahan, Chantal (dir.). 2013. **Les adolescents et la culture, un défi pour les institutions muséales**. Marly-Le-Roi : Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire (INJEP), 79 p.

La collection « *Les Cahiers de l'action* » a été créée en 2005 et dirigée par l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP). Elle présente des réflexions croisées entre les spécialistes des musées, donc du terrain, et des chercheurs.

#### Les auteurs :

- Chantal Dahan, chargée d'études pour cette collection.
- Noëlle Timbart : Reprise de sa Thèse de doctorat en Muséologie, Sciences et Société de 2007 « Adolescents et musées ».
- Fanny Serain : actuellement responsable d'expositions au service de la culture de Meyrin, elle est co-auteurice de « La médiation culturelle : cinquième roue du carrosse », paru en 2016.
- Noemie Couillard : doctorante en muséologie au Québec
- Mayus Nouvellon

#### Synthèse de l'ouvrage

##### Les faits

Cette étude a pris pour sujet les jeunes de 12 à 17 ans. Il est intéressant de constater au préalable que statistiquement les jeunes de 15 à 24 ans pratiquent davantage d'activités culturelles que les adultes. Cependant les ados viennent au musée avec leur famille ou les écoles mais pas de leur propre initiative. En effet, ils n'associent pas le musée à une activité de loisirs ou de divertissements à visiter entre amis mais à un lieu servant à apprendre de manière verticale contrairement à ce qu'ils recherchent : de l'expérimentation et de la découverte.

Pourtant, en observant encore les statistiques, 71% des ados pratiquant les arts plastiques sont amateurs de dessins, et 33% de gravure et sculpture. Il devrait donc y avoir de l'intérêt ?

##### **D'où la question : pourquoi les ados ne viennent pas spontanément au musée ?**

En premier lieu, le musée doit se poser des questions basiques : mon musée est-il bien situé, facile à trouver et facile à atteindre avec les transports publics ?

Puis trois autres critères entrent en ligne de compte :

- La catégorie socio-professionnelle des parents,
- Le thème culturel abordé (Tous n'attirent pas les jeunes dans la même proportion),
- La publicité investie sur les réseaux et autres supports est-elle adéquate ?

##### **Comment attirer les ados au musée ?**

La réponse est simple, mais sa mise en œuvre complexe : Il faut créer un espace, une exposition ou une animation qui leur est spécifiquement dédié ! Pour leur donner envie d'aller au musée, il faut sortir du schéma de la transmission verticale, et leur faire expérimenter et découvrir par eux-mêmes de manière ludique et participative. Pour y parvenir au mieux, il est important de les rencontrer et de les écouter.

Ils sont bien sûr visiteurs d'une exposition créée pour eux, mais ils peuvent aussi participer à sa création. Ils peuvent également être formés pour devenir guides et ainsi accompagnés d'autres ados dans leur visite. Ils peuvent être membres d'un groupe consultatif pour la création ou la médiation d'une exposition. Ils deviendront par conséquent prescripteurs du musée.

En d'autres termes, la clé est de les responsabiliser. Ces échanges sont instructifs non seulement pour les ados mais aussi pour les adultes et médiateurs qui se forment avec eux : cette relation apprend à mieux se connaître mutuellement.

Un autre point important est d'identifier leurs besoins : ceci signifie aussi revoir les horaires d'ouverture du musée et organiser des soirées spécifiques aux ados : ils sont disponibles en fin de journée, soirées, week-ends et pendant les vacances.

Deux paramètres sont primordiaux pour la réussite de l'action : le choix thématique et l'implication par de l'interactivité. Les thèmes les plus porteurs sont : l'art urbain, les jeux vidéo, la mode, le manga, l'environnement. Un autre attrait est de leur faire découvrir – comme une exclusivité - le côté caché ou secret, inaccessible pour le tout à chacun.

Le Centre Pompidou a créé le Studio 13/16, spécialement dédié à cette tranche d'âge (de 13 à 16 ans). : Après analyse du succès, le centre a pu démontrer que le musée peut plaire aux ados mais c'est fragile et la fidélisation demande des efforts constants de renouvellement et d'adaptation.

Pour les musées, d'autant plus pour ceux de petites tailles, il est difficile de créer une relation musée-adolescents en raison des conditions que cela demande en temps, en moyens financiers et en personnel pour prendre réellement en compte les intérêts des jeunes.

Un autre frein que ceux cités plus haut est aussi l'image qu'ont les musées des adolescents. La médiation numérique demande encore plus de moyens financiers et de ressources humaines pour un succès jugé mitigé.

### **Forces et faiblesses du livre**

Ce texte, très intéressant, permet d'avoir une première approche du public des adolescents. En effet, il serait plus simple de rester à l'idée préconçue que les ados ne s'intéressent pas au musée plutôt que de se remettre en question et de chercher les raisons de leur désintérêt. Ce cahier permet de percer la coquille, de se poser les questions de ce que nous pourrions améliorer dans nos musées personnels. Il y est mentionné les thèmes qui leur sont les plus appropriés. Ce sont avant tout des points de départ pour développer des animations ou expositions : le musée doit trouver le moyen d'adapter sa propre offre aux intérêts des jeunes, selon sa collection pour jouer son rôle de passeur de savoirs. Il est cependant important de trouver le bon langage commun et de ne pas cataloguer les ados dans les seules expériences qui les intéressent.

Une autre particularité du texte est sa composition par différents auteurs : le point fort est que les avis donnés sont convergents, le point faible est qu'il souffre d'une certaine répétition.

### **Conclusion**

Le thème est novateur étant donné que l'adolescent n'est souvent pas un public-cible pour un musée n'offrant pas, à priori, un de leurs sujets de prédilection : ils semblent insaisissables et peu intéressés par les propositions des musées. Après la lecture, un sentiment de défi émerge : il est vrai que l'offre muséale actuelle ne correspond pas souvent aux critères d'intérêt des ados, mais est-ce que chaque musée a la possibilité d'élaborer un programme spécifique pour ce public ?

D'où une autre question, gênante peut-être, avec des réponses...inavouables : Pourquoi le faire ? En effet, l'ado demande beaucoup d'investissements en temps, personnel et moyens financiers. De plus, il est volatile, peu fidèle et demande sans cesse de la nouveauté...

Après réflexion, plus constructive, créer un programme pour les adolescents est un investissement à moyen terme : les adolescents sont les parents de demain qui viendront avec leur propre famille.

L'un des objectifs des musées n'est-il pas d'être un passeur de savoirs en utilisant différents moyens pour y parvenir. Ce qui plait aux adolescents peut aussi plaire aux familles et à d'autres visiteurs. Par ce projet, le musée remet en question des principes qui semblaient évident jusque-là.

Financièrement, les fondations et mécènes sont plus susceptibles à donner à des institutions cherchant à toucher la jeunesse.

L'image du musée ne peut en sortir que grandie de ce parti pris, que l'on peut considérer encore comme innovant. A chaque musée de trouver le projet d'une envergure correspondant à ses moyens et à ses ambitions.