



QUESTIONS
DE CULTURE

Comment la culture vient aux enfants : repenser les médiations



MINISTÈRE
DE LA CULTURE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

SciencesPo
LES PRESSES

Collectif Médiations
Sous la direction de
Florence Eloy

Table des matières

Sommaire	5
Introduction	7
Décloisonner les médiations culturelles	9
<i>La médiation tout au long des chaînes de coopération culturelle</i>	10
<i>La médiation au-delà des institutions</i>	12
Étudier les médiations en direction de l'enfance	14
CHAPITRE I	
Les médiations comme chaînes de cadrages et d'appropriations croisés	23
Illustrer un processus de réappropriations croisées : le cas des stéréotypes de genre dans <i>Virus</i>	27
<i>Écrire à la première personne avec un personnage du sexe opposé : d'un simple « jeu d'écriture » à l'espoir de combattre les stéréotypes de genre</i>	28
<i>Les intermédiaires : des réinterprétations successives du genre des lecteurs visés</i>	30
<i>Les effets retours des critiques de blogs sur le choix de l'inversion genrée</i>	32
<i>Les manières distinctes dont les lecteurs et lectrices se saisissent des stéréotypes de genre dans leur réception</i>	35

De la médiation comme profession à la médiation comme concept sociologique	39
<i>Les tentatives d'encadrement de la réception par les producteurs et les intermédiaires culturels</i>	43
<i>Un effet limité des cadrages proposés par les professionnels de la culture</i>	48

CHAPITRE II

Des professionnels en quête de reconnaissance

53

Un secteur jeune public en manque d'autonomie
et de reconnaissance

54

Un manque de reconnaissance

55

Produire pour les enfants, une vocation par défaut?

62

Un secteur très féminisé

67

La médiation, une fonction dominée

72

L'absence d'autonomie face aux producteurs

73

Une fonction féminine?

77

*Médiateur, une position d'attente ou de repli
 par rapport à la production*

81

*Les qualifications des médiateurs:
 le primat accordé aux compétences artistiques*

85

CHAPITRE III

Vivre la domination. Positions et prises de position des professionnels de la culture s'adressant aux enfants

91

L'affirmation d'une qualité artistique
de la production pour l'enfance

92

<i>Une culture pour enfants mise sur le même plan que celle dédiée aux adultes</i>	94
<i>Retourner le « stigmate de l'adressage »</i>	99
La valorisation d'une posture éducative	103
<i>Quand la dimension artistique est déniée au profit d'un accompagnement des enfants</i>	103
<i>L'intermédiation, une forme d'excellence</i>	109
Ignorer la domination?	114

CHAPITRE IV

Le millefeuille du public jeunesse : de la fausse évidence de l'adressage aux enfants

121

Un adressage multiple	122
<i>Des parents et des enfants</i>	122
<i>Parler aux professionnels</i>	131
Heurs et malheurs du « ciblage » jeunesse	136
<i>Des rapports hétérogènes aux catégories d'âge</i>	138
<i>Un adressage genré rarement revendiqué</i>	148
<i>Des positionnements ambigus concernant la diversité sociale des jeunes publics</i>	151

CHAPITRE V

Éduquer à l'art, éduquer par l'art : multiplicité des enjeux de la culture en direction des enfants et brouillage des objectifs

161

Éduquer par l'art: une doxa largement partagée	163
<i>Informier et faire réfléchir</i>	164

<i>Finalités sociales et politiques :</i>	
<i>former le citoyen, transformer la société</i>	173
<i>Travailler les dispositions, en particulier</i>	
<i>en milieux populaires</i>	175
Éduquer à l'art : faire accéder à la culture, transmettre	
des schèmes de pratiques et d'appréciation	181
<i>Diffuser au plus grand nombre des biens</i>	
<i>ou des pratiques culturels dits « de qualité »</i>	182
<i>Former l'amateur culturel éclairé : focus sur</i>	
<i>les procédés d'intertextualité et d'allusions culturelles</i>	185
Organisation des médiations	
et brouillage des objectifs	192
<i>Réinterprétations et appropriations diverses des objectifs</i>	
<i>par les différents acteurs d'une même chaîne</i>	193
<i>Quand l'activité de médiation devient une fin en soi</i>	197
CHAPITRE VI	
Les écarts entre les conceptions	
de la médiation et les appropriations	
effectives	203
Promouvoir les dispositions culturelles « spontanées »	
des enfants	204
Une volonté de créer de la proximité	
avec l'univers des enfants	209
<i>L'anticipation d'une réception « participative »</i>	210
<i>Entrer ou non dans les logiques d'identification</i>	215
L'impératif du « fun »	218
Faire participer	224
<i>La participation pour garantir l'investissement</i>	
<i>et l'intérêt des publics</i>	224

<i>La participation comme accès plus facile à des modalités de réception formelle?</i>	227
S'appuyer sur les bons prescripteurs : relais horizontaux et numériques	229
<i>La médiation en quête de « relais » par les pairs</i>	229
<i>Le numérique comme nouvel « effet fort » magique</i>	232
Conclusion	239
Un regard renouvelé sur les médiations culturelles en direction des enfants	239
<i>Quand les médiations s'adressent à un public aux caractéristiques différentes de celles des producteurs et des intermédiaires : questionner l'appréhension sociologique des processus de circulation des biens culturels ..</i>	240
<i>Une relecture des modes de classification sociologique des biens et des secteurs culturels</i>	241
<i>Les limites de l'enquête comme éclairage sur les médiations culturelles en direction des enfants</i>	243
Faire dialoguer différents champs d'étude de la sociologie	245
ANNEXE I	
Présentation des terrains	251
<i>Les orchestres d'enfants (Rémi Deslyper et Florence Eloy)</i>	251
<i>Le théâtre jeune public (Rémi Deslyper)</i>	252
<i>Les albums jeunesse (Stéphane Bonnéry, Florence Eloy et Véronique Soulé)</i>	253
<i>Le dispositif Cinémas indépendants médiation (Tomas Legon)</i>	254
<i>L'ensemble romanesque pour adolescents Virus (Stéphane Bonnéry, Samuel Coavoux, Florence Eloy, Sébastien François, Tomas Legon, Muriel Mille)</i>	255

COMMENT LA CULTURE VIENT AUX ENFANTS :
REPENSER LES MÉDIATIONS

*La série Une place au soleil (Muriel Mille pour
la production et l'intermédiation/coordination.
Samuel Coavoux, Florence Eloy, Sébastien François,
Tomas Legon et Muriel Mille pour la réception) 256*

Musée (Samuel Coavoux) 257

Le musée virtuel pour enfants Eoz (Frédérique Giraud) 258

ANNEXE II

Tableau des enquêtés cités dans l'ouvrage 259

Bibliographie 267

Table des matières 279

Introduction

Comment la culture vient-elle aux enfants? Les discours publics sur la transmission de la culture aux enfants – classe d’âge comprise ici au sens de la Convention internationale des droits de l’enfant, soit comme la période de la vie allant de 0 à 18 ans¹ – évitent rarement les deux écueils classiques que constituent les dérives misérabilistes et populistes mises en évidence par Claude Grignon et Jean-Claude Passeron au sujet des rapports à la culture des classes populaires². D’un côté, les enfants sont représentés en victimes, aliénés par des industries culturelles qui exerceraient sur eux des effets d’autant plus forts qu’ils seraient démunis de réelles défenses cognitives; de l’autre, ils sont dépeints à travers la figure enchantée de l’enfant hyperautonome, acteur actif de ses consommations culturelles. Les débats concernant l’impact du numérique sur les pratiques culturelles enfantines illustrent tout à fait ces deux dérives: ils oscillent entre la mise en garde contre les dangers des écrans – l’aliénation culturelle – et l’éloge de la débrouillardise des *digital natives*, supposés compétents du fait de leur simple appartenance à une génération numérique.

1. Le terme *enfance* sera donc utilisé de manière extensive pour désigner les 0-18 ans, l’adolescence étant englobée dans cette catégorie. Pour certains biens ou dispositifs culturels visant plus spécifiquement l’adolescence, le terme *adolescence* sera cependant préféré à *enfance* pour désigner plus précisément cette classe d’âge restreinte. Le terme *jeune public*, catégorie couramment utilisée chez les professionnels de la culture, en particulier dans les institutions culturelles, sera également utilisé.

2. Claude GRIGNON et Jean-Claude PASSERON, *Le Savant et le Populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Gallimard/Seuil, 1989.

Pour sortir de ce jeu de balancier, cet ouvrage prend le parti d'investir l'ensemble de la « chaîne de coopération³ » culturelle en tenant compte, comme le suggère Howard Becker, de l'ensemble des acteurs concourant à l'existence d'une œuvre ou d'un dispositif, c'est-à-dire aussi bien la production et l'intermédiation que la réception, par opposition à des perspectives centrées uniquement sur le créateur ou à des analyses étudiant de manière cloisonnée ces différents niveaux. Dans cette perspective, les enfants qui consomment des biens et ont des pratiques culturelles entretiennent également des relations d'interdépendance avec les autres acteurs des chaînes de coopération culturelle et peuvent notamment avoir une influence sur les adultes qui cherchent à cadrer leur réception.

En étudiant les chaînes de coopération culturelle, la présente recherche propose un nouveau regard sur la socialisation culturelle et sur la question connexe des inégalités face à la culture. Ces deux questions sont en effet le plus souvent abordées par le biais des institutions traditionnelles que sont la famille et l'école⁴, ou encore, plus récemment, par celui des relations de sociabilité entre pairs⁵. Les travaux classiques sur la socialisation culturelle démontrent l'importance de l'enfance dans la production et la reproduction des inégalités culturelles. Les pratiques, les attitudes et les goûts qui sont incorporés dans l'enfance ont des effets – et des effets d'autant plus forts et persistants qu'ils sont intériorisés tôt – sur les rapports à la culture à l'âge adulte.

Alors que les travaux classiques de la sociologie de la culture ont historiquement porté sur les adultes, les recherches contemporaines, en reconstruisant l'enfance à travers des interrogations rétrospectives sur l'origine sociale ou le niveau de diplôme, portent plus directement sur les enfants. Elles mettent en évidence les processus de socialisation en train de se faire et leurs

3. Howard Saul BECKER, *Les Mondes de l'art* [1982], Paris, Flammarion, 1988.

4. Pierre BOURDIEU, Alain DARBEL et Dominique SCHNAPPER, *L'Amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, Paris, Minuit, 1969; Pierre BOURDIEU et Jean-Claude PASSERON, *La Reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Minuit, 1970; Pierre BOURDIEU, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

5. Dominique PASQUIER, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, Autrement, 2005.

différents acteurs⁶. Le présent ouvrage s'inscrit dans la lignée de ce tournant vers l'enfance en l'élargissant à l'action socialisatrice des professionnels de la culture ainsi que des biens et pratiques culturels qu'ils promeuvent en direction des enfants. S'il existe des travaux dans cette perspective sur les dispositifs de médiation culturelle⁷, sur les contenus des biens culturels⁸ ou leur processus de conception et de diffusion⁹, il s'agit ici de systématiser cette réflexion à l'ensemble des professionnels de la culture adressée aux enfants et de mettre en regard leur action avec les appropriations développées par ces publics.

Décloisonner les médiations culturelles

La présente recherche aborde ainsi la socialisation culturelle à travers ce qui est qualifié ici de « médiation », à savoir toutes les formes d'encadrement de la réception d'œuvres. Le concept désigne des façons d'accompagner, d'orienter, voire de contraindre la manière dont les publics s'approprient les objets culturels. Le terme *médiation culturelle* a été utilisé avec plusieurs acceptions dans les sciences sociales (voir chapitre 1). Il désigne cependant le plus souvent une forme particulière d'encadrement

6. *Ibid.* ; Dominique PASQUIER, *La Culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1999 ; Sylvie OCTOBRE, Christine DÉTRETZ, Pierre MERCKLÉ et Nathalie BERTHOMIER, *L'Enfance des loisirs. Trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*, Paris, La Documentation française, 2010 ; Gilles BROUGÈRE et Antoine DAUPHRAGNE (sous la dir. de), *Les Biens de l'enfant dans l'espace domestique*, Paris, Nouveau Monde, 2017.

7. Sylvia FAURE et Marie-Carmen GARCIA, *Culture hip-hop, jeunes des cités et politiques publiques*, Paris, La Dispute, 2005 ; Stanislas MOREL, « Une classe de ZEP à l'Opéra de Paris. Les enjeux de l'action culturelle », *Réseaux*, n° 137, 2006, p. 173-205 ; Tomas LEGON, « La réception de Lycéens et apprentis au cinéma. Explication sociologique d'un malentendu sur le plaisir cinématographique », synthèse d'enquête sociologique pour la Direction culturelle de la Région Rhône-Alpes, 2012 ; Stéphane BONNÉRY et Manon FENARD, « La scolarisation de la musique dans l'enseignement secondaire au travers de projets partenariaux », *Revue française de pédagogie*, n° 185, 2013, p. 35-47.

8. Par exemple, Carole BRUGEILLES, Isabelle CROMER et Sylvie CROMER, « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre », *Population*, vol. 57, n° 2, 2002, p. 261-292.

9. Gilles BROUGÈRE et Sébastien FRANÇOIS (sous la dir. de), *L'Enfance en conception(s). Comment les industries culturelles s'adressent-elles aux enfants ?*, Bruxelles, Peter Lang, 2018.

de la réception d'œuvres renvoyant à la médiation institutionnelle, les programmes développés au sein des institutions culturelles (théâtres, musées, opéras, cinémas, bibliothèques, etc.) visant explicitement à accompagner les publics.

Dans cet ouvrage, c'est plus largement la médiation comme fonction et processus qui est prise pour objet, pensée au sens large comme l'ensemble des mécanismes visant à l'orientation culturelle des publics, en l'occurrence les enfants : comment et pourquoi une série d'acteurs variés, des producteurs et des intermédiaires culturels, mettent-ils en place des dispositifs de guidage visant à orienter à la fois les consommations (les biens culturels expérimentés) et les réceptions (les façons de les expérimenter) ? Et comment les enfants s'approprient-ils ces dispositifs en fonction des contextes comme de leurs ressources personnelles et familiales ? Ce sont donc ici les tentatives d'encadrement de la réception enfantine (c'est-à-dire la médiation comme fonction) et leur enchâssement – par le biais des processus interactionnels de circulation/appropriation des biens et des messages culturels – qui représentent le cœur de l'objet de la recherche (c'est-à-dire la médiation comme processus). La réception participe pleinement à ces processus, comme l'ont montré de nombreux travaux en sociologie de la réception, mettant en exergue l'important travail d'appropriation effectué par les récepteurs culturels¹⁰.

La médiation tout au long des chaînes de coopération culturelle

La médiation, si on l'entend de cette manière, dépasse « dans tous les sens » son acception institutionnelle. Elle est ainsi présente hors du champ d'action des intermédiaires culturels et concerne l'ensemble de la chaîne de coopération, puisque des mécanismes de médiation sont identifiables dès la production : de ce fait, le terme *intermédiation* sera utilisé ici pour désigner l'action de celles et ceux dont l'activité professionnelle est explicitement dédiée à la fonction d'encadrement des publics, en la

10. Michel DE CERTEAU, *L'Invention du quotidien. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990 ; Jean-Claude PASSERON, *Le Raisonnement sociologique. L'espace non poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan, 1991 ; Stuart HALL, « Codage/décodage » [1973], *Réseaux*, n° 68, 1994, p. 27-39.

distinguant de la médiation, qui renvoie plus généralement à l'ensemble des tentatives d'orientation de la réception, y compris celles émanant des producteurs et des récepteurs. Par exemple, les créateurs participent à l'encadrement de la réception en intégrant plus ou moins consciemment dans leurs œuvres les attentes réelles ou supposées d'autres professionnels ou de membres du public. Dans la même logique, les publics, qui sont ordinairement perçus comme les récepteurs « finaux », sont eux aussi susceptibles d'agir en intermédiaires en encadrant la réception d'autrui (par exemple, en parlant des œuvres à d'autres récepteurs « finaux »). Ils peuvent aussi alimenter les perceptions des autres éléments de la chaîne grâce aux traces de leur propre réception, qui viennent structurer de l'intérieur les manières de créer et de présenter les œuvres ou de penser les dispositifs. Les médiations ne se cantonnent donc pas à des circulations/appropriations dans un seul sens, allant de la production vers la réception, mais opèrent également dans l'autre sens.

Cette perspective permet de décroiser l'analyse des trois maillons de la chaîne reliant production et réception culturelles, souvent étudiés séparément (production, intermédiation et réception), et de souligner la très grande porosité entre ces différents niveaux. Tout au long de la chaîne, il existe un enchevêtrement non linéaire et conflictuel des représentations de l'enfance ainsi que des réceptions supposées des biens et des pratiques culturels en direction des enfants. Les biens culturels en jeu, tout comme les intentions des acteurs, sont réinterprétés en permanence au cours de ce processus. L'approche de la médiation défendue dans la présente recherche vise donc à éclairer la grande incertitude et les malentendus qui prévalent lorsque l'on cherche à anticiper la manière dont un bien ou un dispositif culturel va circuler et être approprié par les enfants. L'incertitude, si elle concerne aussi le secteur culturel à destination des adultes¹¹, est probablement

11. Antoine HENNION, *Les Professionnels du disque. Une sociologie des variétés*, Paris, Métailié, 1981 ; Jean-Samuel BEUSCART et Kevin MELLET, *Promouvoir les œuvres culturelles. Usages et efficacité de la publicité dans les filières culturelles*, Paris, La Documentation française, 2012. Il faut noter que le secteur économique qui produit des biens culturels destinés aux adultes n'est souvent pas désigné comme tel : il s'agit simplement du secteur de la production culturelle en général, sans précision relative à l'âge du public visé, ou de la production dite « généraliste ». L'âge adulte est la

encore plus marquée dès lors qu'il s'agit de l'enfance, associée à des conceptions sociales et à des objectifs très hétérogènes selon les acteurs, y compris parmi ceux qui participent à la création et à la diffusion d'un même bien ou d'une même pratique culturelle. Il n'est pas possible de postuler l'existence de consensus, dans les chaînes culturelles étudiées, sur ce qui vaut la peine d'être transmis aux enfants ou sur ce qu'il faudrait qu'ils en retiennent. C'est dans cette optique que l'expression « chaîne de cadrages et d'appropriations croisés¹² » sera privilégiée par rapport à « chaîne de coopération », employée par Howard Becker, pour diriger la focale sur les décalages, les divergences ou encore les rapports de domination qui trament les relations entre les différents acteurs gravitant autour des biens ou des dispositifs culturels étudiés.

Sur chaque terrain, les trois « étages » de la médiation sont étudiés : d'abord, la production (des œuvres ou des dispositifs), puis l'intermédiation et enfin la réception. Selon la démarche adoptée, la production englobe aussi bien le créateur (quand il était accessible) que les professionnels l'encadrant dans son travail créatif. L'intermédiation comprend les professionnels en prise directe avec la question de la diffusion des biens ou des pratiques, parmi lesquels les médiateurs au sens commun du terme. Enfin, la réception ne se limite pas aux enfants, mais concerne également les adultes les entourant dans la réception du bien ou de la pratique, au premier rang desquels les parents.

La médiation au-delà des institutions

Cependant, le périmètre ainsi dessiné des médiations dépasse aussi d'une autre manière sa délimitation traditionnelle : il est beaucoup plus large que celui des institutions culturelles. La présente recherche fait ainsi l'hypothèse que les processus de médiation peuvent être observés pour tous types de biens et de pratiques culturels destinés (au moins en partie) aux publics

catégorie « *unmarked* » (Wayne BREKHUS, "A sociology of the unmarked: redirecting our focus", *Sociological Theory*, vol. 16, n° 1, 1998, p. 34-51), jamais mentionnée parce que considérée comme universelle. C'est pour lever cet implicite que seront privilégiées les formulations donnant clairement à voir ce ciblage (par exemple « production visant les adultes » ou encore « production pour adulte »).

12. Le terme sera explicité davantage dans le chapitre 1.

enfants, même s'ils prennent des formes variables qu'il s'agira de distinguer et de comparer. Il a donc été choisi d'interroger de la même manière et de tenir ensemble un grand nombre de domaines culturels plutôt que de les cloisonner *a priori*.

Ainsi, parmi les terrains investis, certains s'inscrivent clairement dans les industries culturelles relevant de la culture de masse : c'est le cas de la série *Une place au soleil* ou des romans pour adolescents. À l'inverse, d'autres terrains renvoient à des secteurs très légitimes et institutionnels, comme le musée, le théâtre jeune public, certains pans de l'édition d'albums jeunesse ou encore les orchestres d'enfants. L'action des cinémas d'art et d'essai en direction des publics adolescents se situe, quant à elle, à mi-chemin entre ces deux pôles. En « pensant par cas¹³ », l'objectif est de travailler à une nouvelle délimitation de la médiation à travers l'examen des similarités et des différences entre ces terrains très hétérogènes et d'interroger le périmètre habituellement attribué à la médiation.

Cela permet de fournir un éclairage original sur la médiation comme profession (et donc sur les médiateurs institutionnels) en la mettant en perspective avec d'autres intermédiaires culturels. En effet, l'institutionnalisation d'une partie de la production et de la diffusion culturelles peut laisser penser que la médiation institutionnelle constitue une démarche singulière, inventée par l'action culturelle et régie par des valeurs, des compétences et des qualifications propres¹⁴, bien distinctes de ce que font les acteurs du marché culturel. Or cet ouvrage a pour ambition, en redéfinissant la médiation, de montrer en quoi le marketing ou la publicité ont des points communs avec les médiations institutionnelles : ainsi, pour les institutions culturelles comme pour le marché, les enfants constituent un public privilégié, dont les acteurs souhaitent encadrer la réception pour faire advenir une expérience qu'ils estiment souhaitable, voire bénéfique.

13. Jean-Claude PASSERON et Jacques REVEL, « Penser par cas. Raisonner à partir de singularités », dans Jean-Claude PASSERON et Jacques REVEL (sous la dir. de), *Penser par cas*, Paris, École des hautes études en sciences sociales, 2005, p. 9-44.

14. Vincent DUBOIS, *La Culture comme vocation*, Paris, Raisons d'agir, 2013.

L'un des enjeux principaux de l'ouvrage vise donc à dépasser le clivage reconnu *a priori* entre les offres culturelles portées par les institutions et celles diffusées par les industries culturelles, clivage qui tend à organiser autant le travail des acteurs culturels que les analyses des chercheurs¹⁵. Souligner les processus communs aux institutions culturelles et aux acteurs marchands ne revient évidemment pas à balayer toutes les spécificités des médiations institutionnelles, mais à mettre en exergue d'autres lignes de partage que celles régulièrement mobilisées par les médiateurs pour décrire ce qui distinguerait leur travail de celui des professionnels des industries culturelles. Pour celles et ceux qui travaillent dans les institutions culturelles, notamment dans le secteur de la « médiation », cet ouvrage doit permettre de questionner la pertinence de frontières considérées parfois comme infranchissables.

Étudier les médiations en direction de l'enfance

Tous les publics sont visés par des médiations, d'une façon ou d'une autre, dès lors que toutes les formes d'encadrement de la réception sont incluses dans ce concept. La seconde spécificité de la présente recherche est de s'intéresser aux médiations visant les enfants, dans le cadre d'une réflexion sur la socialisation culturelle. Ce public engage, plus que le public adulte, une forme de « responsabilité » quant au caractère bénéfique – ou du moins non néfaste – des biens ou des pratiques culturels qui lui sont adressés. Mais l'enfance offre également une entrée de choix sur des processus plus généraux en matière culturelle. Ainsi, les tentatives d'encadrement des réceptions enfantines sont d'autant plus visibles et pensées en tant que telles par leurs instigateurs qu'elles sont destinées à un public éloigné – par son âge – des professionnels qui les mettent en œuvre. Elles ne peuvent pas se parer des atours d'une connivence spontanée entre le créateur et son public, comme cela peut être le cas pour certains pans de la

15. Nicolas ROBETTE et Manuel SCHOTTÉ, « Entreprises culturelles », *Savoir/Agir*, n° 44, 2018 ; Cédric BARBIER, Tomas LEGON, Lisa MARX et Anna MESCLON, « Les logiques du marché à l'œuvre dans les dispositifs scolaires d'éducation au cinéma », *Cahiers de la recherche sur l'éducation et les savoirs*, hors-série n° 7, 2020, p. 181-207.

culture destinée à des adultes¹⁶. L'effort d'explicitation des médiations à mettre en œuvre quand on s'adresse aux enfants donne davantage de prise au sociologue pour saisir les processus en jeu. En d'autres termes, la question des publics auxquels on adresse les biens ou les pratiques culturels enfantins est d'autant plus visible qu'elle met en jeu des définitions sociales de l'enfance diverses¹⁷, qui contribuent, chacune à sa façon, à la constituer en un âge (ou des âges) de la vie bien spécifique(s).

Les productions culturelles à destination du jeune public présentent un paradoxe. D'un côté, ce secteur est particulièrement stratégique. De l'autre, il est dominé par rapport à la production destinée aux adultes (ce qui passe par un degré de reconnaissance, de prestige symbolique et de rémunération globalement moindre).

Les productions culturelles à destination du jeune public constituent un secteur stratégique à plusieurs titres. D'abord, elles sont soumises à des enjeux éthiques importants liés à l'enfance. Ceux-ci sont particulièrement visibles dans les domaines du livre et de l'audiovisuel, tous deux régis par une réglementation destinée à protéger ce public, pensé comme très vulnérable, qui s'appuie sur des représentations, largement intériorisées par les acteurs de la culture adressée aux enfants, d'une responsabilité spécifique à leur égard¹⁸. Cette responsabilité se traduit par l'idée qu'il faut protéger les enfants, mais également par un large consensus

16. Si cette connivence est en réalité le résultat du travail des intermédiaires, qui réalisent un ajustement entre la création et la réception (voir Olivier ROUEFF, « Les homologies structurales : une magie sociale sans magiciens ? La place des intermédiaires dans la fabrique des valeurs », dans Philippe COULANGEON et Julien DUVAL [sous la dir. de], *Trente ans après La Distinction*, Paris, La Découverte, 2013, p. 153-164), elle ne trouve qu'indirectement un équivalent dès qu'il s'agit de culture en direction des enfants.

17. Jean-Claude CHAMBOREDON et Jean-Louis FABIANI, « Les albums pour enfants. Le champ de l'édition et les définitions sociales de l'enfance – 1 », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 13, 1977, p. 60-79.

18. C'est tout l'objet de la loi du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse, visant à réguler cette production (Gisèle SAPIRO, *La Responsabilité de l'écrivain. Littérature, droit et morale en France, XIX^e-XX^e siècle*, Paris, Seuil, 2011), ou encore du travail de censure par âge effectué par la Commission de classification des films (Arnaud ESQUERRE, *Interdire de voir. Sexe, violence et liberté d'expression au cinéma*, Paris, Fayard, 2018).

autour de la volonté de contribuer à leur développement et à leur épanouissement à travers la culture¹⁹.

En outre, le jeune public constitue un débouché essentiel, quantitativement et économiquement, pour le secteur de la production culturelle. Ce constat s'impose, par exemple, dans le domaine du livre : l'édition jeunesse est le quatrième segment en valeur de l'édition française, représentant 12,8 % de parts de marché²⁰, et les auteurs jeunesse constituent l'un des pans les plus organisés et professionnalisés du secteur²¹. De même, en matière de productions audiovisuelles, trois des dix plus grands succès de l'année 2017 sont des films d'animation pour lesquels au moins un tiers du public en salle était âgé de moins de 14 ans²². Il en est de même pour le spectacle vivant jeune public, les spectacles jeunesse concernant en moyenne un tiers de la programmation globale et du budget des structures²³. Le jeune public (en particulier le public scolaire) conditionne en partie l'existence des salles de spectacle vivant depuis plusieurs décennies, dans un contexte où le renouvellement de publics vieillissants est devenu un enjeu impératif pour remplir les salles. La familiarisation précoce des enfants avec le spectacle vivant est bien souvent perçue par les professionnels du secteur comme un moyen à long terme pour relever ce défi²⁴. La fréquentation des lieux patrimoniaux, surtout

19. FLORENCE ELOY et TOMAS LEGON, « S'auto-censurer quand on écrit pour des adolescents. Le cas de l'ensemble romanesque *Virus* », dans YAUHENI KRZYZHANOUSKI, DOMINIQUE MARCHETTI et BELLA OSTROMOUKHOVA (sous la dir. de), *L'Invisibilisation de la censure. Les nouveaux modes de contrôle des productions culturelles (Biélarus, France, Maroc et Russie)*, Paris, Eur'orbem, 2021.

20. SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION, *Les Chiffres de l'édition du SNE. L'édition jeunesse. France et internationale, 2017-2018*, Paris, Syndicat national de l'édition, 2018.

21. GISELE SAPIRO et CÉCILE RABOT (sous la dir. de), *Profession ? Écrivain*, Paris, CNRS Éditions, 2017, p. 12.

22. *Moi, moche et méchant 3* (5,7 millions d'entrées, à la première place du classement 2017 tous genres confondus), *Baby Boss* (3,9 millions d'entrées, à la cinquième place du même classement) et *Tous en scène* (3,6 millions d'entrées, à la septième place du même classement). Voir CENTRE NATIONAL DU CINÉMA ET DE L'IMAGE ANIMÉE, *Le Marché de l'animation en 2017*, Paris, Centre national du cinéma et de l'image animée, coll. « Les études du CNC », 2018.

23. SCÈNES D'ENFANCE ASSITEJ-FRANCE, *Enquête sur les conditions de production et de diffusion du spectacle vivant jeune public*, Paris, Scènes d'enfance Assitej-France, 2019.

24. OLIVIER DONNAT et FLORENCE LÉVY, *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Paris, Ministère de la Culture, Daps, coll. « Culture prospective », 2007-3 ; CLAIRE LEMÈTRE, *Entre démocratisation scolaire et culturelle : sociologie du*

ceux de petite taille, repose elle aussi en grande partie sur les groupes scolaires²⁵.

Néanmoins, les professionnels de la culture aux prises avec l'enfance pâtissent bien souvent d'une faible considération et d'une précarité encore plus forte que dans le reste du secteur culturel, constat qui fera l'objet du chapitre II : moindres revenus que pour la production pour adultes, illégitimité intériorisée par les acteurs, instabilité des emplois, position de dominé symbolique et féminisation très importante, etc. Ce paradoxe permet de saisir la médiation comme processus : comment définit-on son public et quelles sont les luttes de définition en jeu ? Quel est le degré d'autonomie des professionnels de la culture et comment s'articule-t-il avec le degré de légitimité qu'on leur accorde ? Comment les spécificités des secteurs culturels s'adressant aux enfants éclairent-elles la réception des activités et des biens culturels en jeu ?

Huit enquêtes fondées essentiellement sur les méthodes de l'observation et de l'entretien, et portant sur autant de secteurs culturels ont été réalisées. L'objectif d'un tel programme était de rassembler des données comparables sur des domaines variés afin de tester les hypothèses avancées, de mettre en évidence les points de convergence, mais aussi de comprendre la diversité des situations. Ces huit enquêtes ont donc été étroitement articulées les unes avec les autres dans leur conception. Les hypothèses et les protocoles de recherche ont été élaborés de concert, avec une confrontation régulière des résultats à mesure de l'avancée de la recherche. L'un des terrains, qui a porté sur un ensemble romanesque post-apocalyptique pour adolescents rebaptisé *Virus*²⁶, a mobilisé la majeure partie des chercheurs participant à ce projet et a ainsi servi d'étalon auquel comparer les résultats obtenus sur les autres terrains.

baccalauréat théâtre (1989-2009). Sociologie d'un champ d'intervention professionnelle, thèse de sociologie sous la direction de Charles Suaud et Gérard Mauger, université de Nantes, 2009.

25. *Les Musées de France en 2003. Résultats de l'enquête 2004*, Paris, Ministère de la Culture, Deps, coll. « Les notes statistiques du Deps », 2006.

26. Les noms d'œuvres, de dispositifs et d'institutions culturels ont tous été anonymisés.

Tableau 1 – Liste des enquêtes réalisées

Enquêtes ¹	Matériaux collectés
<p>Orchestre (Rémi Deslyper et Florence Eloy) L'enquête porte sur deux dispositifs de démocratisation culturelle par la pratique musicale orchestrale, renommés <i>Orchestre en classe</i> et <i>Agora</i>, conçus plus ou moins explicitement en direction d'enfants de milieux défavorisés, avec un objectif de démocratisation.</p>	<p>Volet production : 7 entretiens (concepteurs et responsables des dispositifs). Volet intermédiation : 17 entretiens (enseignants, travailleurs sociaux) et 10 observations (réunion de rentrée des dispositifs, réunions d'ateliers). Volet réception : 13 entretiens collectifs (groupes de 3 enfants) et 47 observations (ateliers, répétitions et spectacles).</p>
<p>Théâtre (Rémi Deslyper) L'enquête a pour objet un théâtre jeune public situé dans une grande agglomération, renommé ici Le Scapin.</p>	<p>Volet production : 3 entretiens (programmatrice et 2 metteuses en scène) et 1 observation (sélection de pièces). Volet intermédiation : 22 observations (6 représentations, 8 observations de séances de préparation à la représentation, 8 observations de séances de retour sur la représentation) et 1 entretien (médiatrice). Volet réception : 22 observations (6 représentations, 8 observations de séances de préparation à la représentation, 8 observations de séances de retour sur la représentation) et 10 entretiens collectifs (groupes de 3 enfants).</p>
<p>Albums (Stéphane Bonnéry, Florence Eloy et Véronique Soulé) L'enquête traite du ciblage des publics des albums destinés aux 4-7 ans : comment ces œuvres sont-elles créées pour un public supposé, défini par son âge ou son type de lecture ?</p>	<p>Volet production : analyse de 629 albums et 13 entretiens (5 professionnels de maisons d'édition pour enfants aux caractéristiques contrastées et 8 auteurs). Volet intermédiation : 19 entretiens (bibliothécaires). Volet réception : contenu des bibliothèques domestiques dans 100 familles et entretiens avec les parents ; observation de lectures partagées et entretiens avec les parents dans 100 autres familles.</p>
<p>Cinéma (Tomas Legon) L'enquête est centrée sur le dispositif rebaptisé Cinémas indépendants médiations (désigné par le sigle CIM), qui vise à favoriser la fréquentation des salles de cinémas indépendants par les jeunes, par le biais d'un accompagnement spécifique développé dans des cinémas partenaires de l'instance régionale du territoire étudié et par des incitations tarifaires. Le dispositif fonctionne notamment par le recrutement d'ambassadeurs, jeunes spectateurs choisis pour attirer leurs camarades.</p>	<p>Volet production : analyse de 35 dossiers de candidature et observations de réunions entre des représentants de l'échelon régional et l'association qui coordonne le dispositif. Volet intermédiation : 8 observations (réunions entre les médiateurs et les groupes d'« ambassadeurs »), 21 entretiens (médiateurs) et diffusion de 65 questionnaires (ambassadeurs). Volet réception : entretiens informels, 8 entretiens collectifs (avec des jeunes), 16 observations (soirées destinées au public jeune).</p>

Enquêtes ¹	Matériaux collectés
<p>L'ensemble romanesque pour adolescents Virus (Stéphane Bonnéry, Samuel Coavoux, Florence Eloy, Sébastien François, Tomas Legon et Muriel Mille)</p> <p>Il s'agit d'une étude de cas autour de la série de romans <i>Virus</i>, composée de quatre tomes parus ensemble, fin août 2015, dans deux grandes maisons d'édition. Chaque tome est écrit par un auteur différent ; chacun raconte la même histoire du point de vue d'un personnage, de sorte que la lecture des quatre permet, en revivant les mêmes scènes sous des angles différents, de comprendre l'ensemble. La série s'inscrit dans le genre post-apocalyptique et raconte la survie d'adolescents dans un monde où toutes les autres générations ont été décimées par un virus.</p>	<p>Volet production : analyse des 4 romans et 10 entretiens (4 auteurs et 6 professionnels de l'édition).</p> <p>Volet intermédiation : observations au Salon du livre et de la presse jeunesse à Montreuil (9 heures), observations au Salon du livre de Cherbourg (10 heures), 35 professionnels entretenus (9 professionnels de la promotion, du marketing et de la diffusion, 5 libraires, 5 bibliothécaires, 11 documentalistes, 5 blogueurs, une grande partie des entretiens ayant été complétés par des observations de leurs espaces de travail) et revue de presse.</p> <p>Volet réception : 8 entretiens (jeunes lecteurs).</p>
<p>Une place au soleil (Muriel Mille pour la production et l'intermédiation/coordination. Samuel Coavoux, Florence Eloy, Sébastien François, Tomas Legon et Muriel Mille pour la réception²)</p> <p>L'enquête a pour objet le feuilleton télévisé renommé <i>Une place au soleil</i> (et désigné par le sigle UPAS), qui rassemble chaque jour 4 à 5 millions de téléspectateurs et a un public diversifié, dans lequel prédominent notamment les jeunes, qui sont l'une des cibles des producteurs.</p>	<p>Volet production : observation de l'écriture et du tournage du feuilleton et 50 entretiens (producteurs, scénaristes, réalisateurs, techniciens).</p> <p>Volet intermédiation : 5 entretiens (chargés de programmation et <i>community manager</i>).</p> <p>Volet réception : analyse des données Médiamétrie, analyse des données de l'<i>Enquête sur les pratiques culturelles des Français 2008</i> sur les séries et 11 entretiens (jeunes téléspectateurs).</p>
<p>Musée (Samuel Coavoux)</p> <p>L'enquête porte sur l'activité des services des publics ou services de la médiation, comme ils se nomment, de deux musées de la région parisienne : un musée national d'art moderne et contemporain (musée d'Art moderne et contemporain) et un musée municipal des beaux-arts (musée des Beaux-Arts).</p>	<p>Volet production : 7 entretiens (responsables ou adjoints des services des publics, chefs de pôles, chargée de mission).</p> <p>Volet intermédiation : 6 entretiens, observations et entretiens informels (médiateurs).</p> <p>Volet réception : 4 observations (situations de médiation en direction d'enfants).</p>
<p>Eoz (Frédérique Giraud)</p> <p><i>Eoz</i> (nom anonymisé) est un musée virtuel, sous la forme d'un site web, exposant des œuvres d'enfants, notamment des dessins, créé en 2009 à l'initiative d'un auteur-illustrateur très reconnu, rebaptisé Bernard A.</p>	<p>Volet production : 8 entretiens (professionnels impliqués dans le projet).</p> <p>Volet intermédiation : 10 entretiens, 1 observation (soirée de clôture de la vente aux enchères du musée), entretiens informels (usagers du site et acheteurs).</p> <p>Volet réception : 12 entretiens (usagers du site : parents ayant envoyé des œuvres de leurs enfants, visiteurs non parents), diffusion d'un questionnaire.</p>

1. Ici est donné pour chaque enquête le nom employé pour la désigner dans la suite de l'ouvrage (par exemple, *Orchestre*) et, entre parenthèses, le nom des membres du collectif ayant participé à sa réalisation. Voir en annexe pour une présentation détaillée des terrains.

2. Ce travail de terrain a été effectué dans le cadre d'un séminaire de master, dont l'équipe de chercheurs remercie vivement les étudiants, qui ont participé à la réalisation des entretiens : Anaïs Albert, Emmanuelle Carinos, Flore Catala, Camille Catdual, Marion Gillard, Jessica Joli, Juliette Joumier, Julie Kerlo, Anne Lathis, Morgane Mabile, Jonathan Michel, Ekaterina Pereprosova, Marie Perez, Paco Rapin, Constance Thierry, Julien Vitores.

Les terrains ont été choisis afin d'observer des configurations contrastées. Tout d'abord, en prenant en compte des acteurs de marché aussi bien que des acteurs issus d'institutions culturelles reconnues, la présente recherche a délibérément cherché à s'appuyer sur des domaines aux degrés de légitimité variés : les terrains « musée », « orchestre », « théâtre » et « *Eoz* » se situent ainsi du côté de la culture légitime, tandis qu'« *Une place au soleil* » (qui sera désigné par la suite par le sigle *UPAS*) est le plus évident représentant des industries culturelles et de la culture de masse²⁷.

Entre ces deux pôles, les terrains « cinéma » et ceux de la littérature jeunesse (« albums » et « *Virus* ») occupent des positions intermédiaires parce que ces secteurs connaissent une diversité interne très grande du point de vue de la légitimité culturelle de leurs produits. En effet, ces domaines jouissent d'une reconnaissance artistique ancienne tout en appartenant aux industries culturelles. Ils relèvent donc autant des logiques de « l'excellence artistique », qui renvoie la valeur des biens culturels à une échelle proprement artistique et formelle, que de celles de « l'excellence démocratique²⁸ », basée sur le succès économique et populaire ainsi que sur le degré de médiatisation. Malgré la diversité des degrés de légitimité des domaines investis, les franges les moins légitimes de l'audiovisuel ou du livre pour enfants ne sont cependant pas représentées : cela est dû à la difficulté d'accès au terrain (les maisons d'édition à plus large diffusion s'étant montrées les plus réticentes à l'enquête), mais aussi au choix de l'équipe de préférer approfondir des enquêtes déjà entamées pour mener à bien ce projet nécessitant un travail considérable

27. On peut considérer, à la suite de Richard Shusterman, que « [si] l'on était obligé de définir la différence entre grand art et art populaire, il serait plus juste de le faire en les distinguant non pas tant selon leurs objets que selon leurs modes respectifs d'appropriation. L'usage "vulgaire" contraste avec l'usage "noble" en ce qu'il est plus proche de l'expérience ordinaire et moins structuré, régulé, par les normes scolaires inculquées par les institutions intellectuelles dominantes » (Richard SHUSTERMAN, *L'Art à l'état vif. La pensée pragmatiste et l'esthétique populaire*, Paris, Minuit, 1992, p. 138). Plus qu'à des biens culturels en particulier, c'est donc davantage à des modes d'appropriation que le terme *populaire* renvoie ici.

28. Lucien KARPIK, *L'Économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007 ; Tomas LEGON, *La Recherche du plaisir culturel. La construction des avis a priori en musique et cinéma chez les lycéens*, thèse de doctorat en sociologie sous la direction de Dominique Pasquier, Paris, École des hautes études en sciences sociales, 2014.

de récolte de données pour couvrir toute la chaîne de médiation sur une multiplicité de terrains.

En outre, il a été retenu de travailler à la fois sur des terrains dans lesquels les producteurs sont encore présents et sur ceux dans lesquels la production des œuvres se fait bien en amont de la chaîne de coopération culturelle. Dans ce dernier cas, c'est la production des médiations qui a été considérée comme l'« étage » de la production. Ainsi, les terrains portant sur le musée, l'orchestre et le cinéma ne permettaient pas d'étudier les intentions des créateurs, les plasticiens et les musiciens étant souvent morts depuis plusieurs décennies, voire siècles, et les cinéastes restant d'accès difficile. À l'inverse, il a été possible, sur des objets comme *Virus* ou *UPAS*, et dans le cas des albums ou de celui du théâtre, d'interroger directement les créateurs des contenus culturels étudiés.

Un dernier principe de variation mérite enfin d'être explicité : il a semblé intéressant de travailler sur des terrains dans lesquels les biens culturels sont conçus « pour l'enfance » (comme l'édition jeunesse ou le théâtre jeune public), sur d'autres dans lesquels les biens peuvent être assimilés – en partie au vu de la large part d'enfants dans le public – à des biens « de l'enfance » (incluant *UPAS*, série la plus citée parmi celles suivies régulièrement en 2008 par la tranche d'âge des 15-17 ans²⁹), en passant par ceux dans lesquels c'est la médiation et/ou la pratique culturelle associée, et non les biens culturels, qui visent les enfants (c'est le cas pour les terrains orchestre, musée ou cinéma). La focale a donc été essentiellement dirigée sur les pratiques d'adressage³⁰

29. Ils sont ainsi 18,8 %, contre 11,7 % en moyenne sur l'ensemble des Français. Ce chiffre est issu du traitement secondaire effectué par Samuel Coavoux des données de l'enquête suivante : Olivier DONNAT, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2009. Cette enquête ayant pour périmètre les Français âgés de plus de 15 ans, les données équivalentes pour les plus jeunes ne sont pas disponibles.

30. L'adressage renvoie à « la façon dont un produit, dès sa conception, prend en compte son destinataire, que cela soit de façon organisée et rationnelle ou intuitive voire fantasmée » (G. BROUGÈRE et S. FRANÇOIS [sous la dir. de], *L'Enfance en conception(s)*, op. cit., p. 11). Si la réflexion sur l'adressage enfantin menée dans l'ouvrage *L'Enfance en conception(s)* porte sur les concepteurs des biens culturels pour les enfants, il s'agit ici de l'élargir à l'ensemble de la chaîne de diffusion culturelle (y compris les publics d'enfants eux-mêmes).

aux enfants à travers les biens et les dispositifs culturels, et sur la manière dont ces pratiques sont reçues.

Le premier chapitre détaillera l'approche théorique développée pour cette recherche, en l'illustrant d'une étude de cas qui permet de dérouler la chaîne de cadrages et d'appropriations croisés. Les chapitres II et III permettront ensuite de contextualiser les interactions entre les professionnels de la culture adressée aux enfants et de la médiation, qui, relativement dominés dans le champ de la culture, se positionnent néanmoins de manière hétérogène par rapport à ce déficit de reconnaissance. Le chapitre IV sera consacré à l'analyse des processus de ciblage et d'adressage aux enfants à l'œuvre sur les terrains explorés, tandis que le chapitre V se centrera sur la pluralité et le brouillage des objectifs assignés aux biens et aux dispositifs culturels adressés aux enfants. Enfin, le chapitre VI aura pour objectif de mettre en évidence les décalages existant entre les modalités de médiation mises en œuvre, basées sur certaines définitions sociales de l'enfance, et la réception qu'en ont les enfants, dont les rapports à la culture peuvent s'éloigner des représentations des professionnels.

ISBN 978-2-72463840-0
23 €



Cet ouvrage est co-édité par le
Ministère de la Culture-Département des études,
de la prospective, des statistiques et de la documentation
et les Presses de Sciences Po.

Comment la culture vient-elle aux enfants ? Les discours sur la transmission culturelle relèvent souvent de deux registres antagonistes. Les enfants sont tantôt dépeints comme les victimes des industries culturelles, supposées à l'origine d'une aliénation d'autant plus grande que le jeune âge de ce public le priverait de défenses cognitives, tantôt comme des consommateurs de biens culturels autonomes et libres. À l'ère numérique, cette polarisation des discours est plus forte que jamais.

Pour ouvrir le débat, cet ouvrage s'intéresse aux nombreux processus de médiation qui s'exercent tout au long de la chaîne allant des producteurs culturels jusqu'aux enfants. Pour mieux les identifier, il prend le parti de faire dialoguer des offres culturelles très différentes, de la série télévisée à succès à l'édition jeunesse en passant par les musées, les théâtres pour jeune public, les orchestres d'enfants et les actions des cinémas art et essai.

L'enquête souligne que ces processus de médiation dépassent largement le champ de la médiation culturelle institutionnelle et existent également au sein des industries culturelles ainsi que dans les familles et les groupes de pairs. Elle révèle en outre les réappropriations et ajustements permanents que les enfants effectuent par rapport aux cadrages qui leur sont proposés par les différents médiateurs. Ce faisant, elle questionne la pertinence de frontières considérées parfois comme infranchissables, notamment entre champs marchand et non marchand, pour mettre en perspective le processus de médiation qui se produit dans tous les cas.

Cet ouvrage est issu d'une recherche collective financée par le ministère de la Culture (département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation), et réalisée par une équipe de chercheuses et chercheurs sous la direction de Florence Eloy : Stéphane Bonnéry, Samuel Coavoux, Rémi Deslyper, Frédérique Giraud, Tomas Legon, Muriel Mille et Véronique Soulé.