

L'Histoire de l'art en ligne

Nouveaux formats numériques en réponse à la démocratisation
culturelle



[Crédit photo](#)

Daria Ryazanova

Sous la direction de Thierry Bonzon

Mémoire de Recherche

Master Cultures et Métiers du Web

Université Gustave Eiffel

2019-2020

Remerciements

Je tiens à adresser mes remerciements à tous ceux qui ont rendu possible la réalisation de ce mémoire.

D'abord, je remercie Monsieur Thierry Bonzon, mon tuteur, qui a cru en mon sujet et a su me soutenir et me donner des conseils tout au long de ce mémoire. Je remercie également Madame Florence Petit et Frédéric Palaci d'avoir partagé des sources importantes pour l'enrichissement de mon mémoire.

Je tiens à remercier également les personnes qui m'ont accordé leur temps pour les entretiens, notamment : Manon Bril (Champier), Louis Boulet, Cécile & François André, Sabine Padelou, Charles Combette et Clémentine Guyon.

J'exprime toute ma reconnaissance aux 100 personnes ayant accepté de répondre à mon questionnaire en ligne, m'aidant ainsi à mener à bien mes recherches.

Je remercie également mes camarades de promotion et de M2 qui m'ont soutenue et conseillée tout au long de l'année, notamment : Marina Laurence, Bleine Dhellot, Morgane Mamou, Maureen Besnard, Aurélie François, Yesid Marin, Jelena Andrijevic, Sarah B. Harnafi et Aurélie Marie Stella.

Toute ma gratitude et mon affection pour ma mère, Irina, mon beau-père Oleg, et mon père Dimitry pour leur soutien.

Un remerciement exceptionnel pour Martin Bafail, mon compagnon, qui m'a encouragée, qui a su me soutenir dans les moments de doute, et qui a passé un temps considérable à relire et corriger mon travail. Je remercie également Louis-Charles Beyeler, mon ami, qui a consacré du temps pour corriger certaines parties de mon mémoire.

Table des matières

Glossaire	1
Introduction.....	3
I. L'histoire de l'art en France : de la formation à la diffusion des savoirs au grand public avant Internet	11
1. La formation d'une discipline	11
1.1. Emergence de l'histoire de l'art	11
1.2. Objet et caractéristiques de l'histoire de l'art.....	13
1.3. Visées et complexité de l'histoire de l'art	14
2. L'importance de l'histoire de l'art.....	16
2.1. Une discipline qui épanouit et qui développe le sens critique.....	16
2.2. Une discipline d'un grand intérêt pour le pays : enjeux sociaux, économiques, politiques et scolaires	17
3. Démocratisation culturelle en France : les initiatives majeures du XXème et l'état des lieux de nos jours	20
3.1. Les prémices de la démocratisation culturelle en art.....	20
3.2. Les efforts du Front Populaire.....	21
3.3. L'essor des associations	21
3.4. Ministère d'André Malraux : les œuvres capitales de l'humanité à la portée de tous	22
3.5. Ministère de Jack Lang : glissement vers la démocratisation d'une culture populaire	23
3.6. L'accès à l'art de nos jours : des limites toujours tangibles.....	25
4. Sensibilisation à l'histoire de l'art et à la culture avant Internet : vulgarisation scientifique, presse, télévision et la radio	28
4.1. La vulgarisation scientifique	29
4.2. Presse écrite.....	30
4.3. Télévision	31
4.4. Radiodiffusion culturelle	34
5. Conclusion de la première partie	35
II. Le numérique et l'histoire de l'art : de nouveaux formats de diffusion des savoirs au plus grand nombre	37
1. La dématérialisation des pratiques culturelles des Français en début du XXIème siècle	38
1.1. L'essor de la culture d'écran durant la première décennie 2000	38
1.2. La culture d'écran dans la deuxième décennie des années 2000 : la mutation des médias et le renforcement des pratiques culturelles en ligne	38
2. Le succès des formats audiovisuels : une pratique en hausse chez les internautes ..	41
2.1. Les tendances de la vidéo en ligne.....	41
2.2. La vidéo : un format incontestable pour l'apprentissage et le partage des connaissances	42
2.3. La ludification : un phénomène en plein essor dans la diffusion des savoirs sur l'histoire de l'art en ligne.....	44
3. La démocratisation de l'histoire de l'art en ligne : acteurs, auteurs, visées et formats numériques utilisés	47
3.1. La démocratisation de l'art en ligne : principaux groupes d'acteurs et leurs auteurs	48
3.2. Choix audiovisuels, style de communication et le public visé : vers une typologie des	

formats numériques	60
4. Conclusion de la deuxième partie	71
III. Les limites de la démocratisation de l'histoire de l'art en ligne.....	73
1. Les limites des formats numériques sur l'histoire de l'art.....	73
1.1. Cultivation d'une culture générale.....	73
1.2. Les limites des formats vulgarisateurs	75
1.3. Les limites des formats académiques.....	77
2. Les contraintes engendrées par le Web	78
2.1. Les algorithmes programmés	78
2.2. La difficulté de distinguer de bons contenus dans un déluge de données	80
2.3. Une consommation accélérée et la dévalorisation des biens culturels	81
2.4. La gratuité sur le Web.....	83
3. Les limites du côté du public.....	86
3.1. Montée en puissance de la culture de masse.....	86
3.2. Les inégalités sociales face aux pratiques culturelles.....	88
3.3. L'écart générationnel	93
3.4. Les inégalités numériques.....	94
4. Les limites de la discipline de l'histoire de l'art.....	95
4.1. L'histoire de l'art : une discipline toujours perçue comme élitiste	95
4.2. Un intérêt plus manifeste pour les contenus liés aux sciences dures sur YouTube....	96
5. Conclusion de la troisième partie.....	99
Conclusion	101
Annexes	106
N° 1 : Ressources numériques francophones sur l'histoire de l'art	106
N° 2 : Questionnaire : Histoire de l'art en ligne.....	124
Les résultats du questionnaire	126
N° 3 : L'entretien avec Louis Boulet (<i>L'artichaut</i>)	141
N° 4 : Entretien avec Manon Bril (<i>C'est une autre histoire</i>).....	146
N° 5 : Entretien avec Clémentine Guyon (<i>Minitopo</i>)	150
N° 6 : Entretien avec Cécile & François André (<i>Pallas Athéné</i>).....	153
N° 7 : Entretien avec Sabine Padelou (<i>Le Baz'Art ambulant</i>)	158
N° 8 : Entretien avec Charles Combette (<i>SOS ART</i>).....	166
N° 9 : Entretien avec Marie Pelissier (<i>Sous La Toile</i>).....	170
Bibliographie.....	175
Webographie	185
Résumé	189

Glossaire

Action culturelle - désigne la politique culturelle d'une collectivité publique (Etat, ville ou région). Plus largement, ce terme désigne un mode d'action publique défini structurellement et idéologiquement, notamment dans le cadre du plan¹.

Démocratisation culturelle - l'ensemble des politiques qui ont pour objectif de « garantir au plus grand nombre l'accès à la “culture d'héritage”, à la culture “d'élite”. Elles consistent à veiller que le patrimoine culturel et la création en train de se faire ne soient pas le seul apanage d'un cercle restreint d'initiés, que les investissements publics consentis ne profitent pas à une seule minorité favorisée »².

Démocratie culturelle - le **constatant** selon lequel la culture n'est plus seulement une accumulation d'œuvres et de connaissances qu'une élite produit, que la culture ne se limite pas à l'accès aux œuvres d'art et aux humanités³. Elle s'appuie sur la liberté de chacun de choisir, produire et de partager la culture dans toutes ses formes.

Dossier multimédia - un documentaire interactif en ligne, qui propose de découvrir un sujet à travers des textes, illustrations, photos, vidéos, sons et toutes sorte d'animations.

Court métrage (dans notre étude) - courtes vidéos/reportages documentaires, réalisées par les musées/chaînes de télévision et disponibles en ligne. Souvent ils sont conçus exprès pour être diffusés en ligne, notamment sur YouTube. Souvent leur objectif : sensibiliser le public aux collections du musée.

Ludification - l'emploi des mécanismes du jeu dans d'autres domaines que le jeu. L'objectif est d'augmenter l'usage d'un dispositif numérique ou de susciter l'intérêt pour un domaine d'étude en s'appuyant sur la prédisposition humaine au jeu.

Micro-learning - le terme anglais qui désigne l'apprentissage en ligne par de courtes séquences (de 30 secondes à 3 minutes) utilisant texte, images et sons. Souvent, cette modalité d'apprentissage est utilisée dans des applications mobiles.

¹ Moulinier Pierre, « La démocratisation culturelle dans tous ses états », *Ministère de la Culture et de la Communication*, Paris, 28 avril 2011 - révisé juillet 2012, p. 4

² *Ibid.*, p. 9

³ *Ibid.*

MOOC - Abréviation du *Massive Open Online Courses* en anglais, qui signifie « cours ouvert en ligne et massif ».

Site d'accompagnement pédagogique – un site web destiné à compléter les études ou l'enseignement à travers des ressources scientifiques (articles, documents, illustrations, vidéos, etc.).

Site vulgarisateur – un site web qui diffuse des savoirs à travers des articles concis et un langage courant.

Storytelling - un terme anglais qui signifie une méthode de communication, qui s'inspire des comptes et des récits. Le terme est souvent utilisé dans le marketing. Aujourd'hui on l'emploie souvent quand on parle de la façon dont on véhicule les messages à travers des présentations, vidéos.

Vidéo vulgarisatrice – une vidéo qui vise à transmettre des idées scientifiques au plus grand nombre, c'est-à-dire à des spectateurs largement néophytes ou amateurs dans la discipline.

Introduction

En 2019, j'ai participé à l'organisation d'événements culturels en tant que chargée des activités RH au sein d'un grand groupe à Moscou. Lors de mes missions, j'étais amenée à participer à l'organisation d'événements culturels internes, dont des conférences sur l'art et le cinéma, tables rondes, etc. L'objectif était d'inciter un auditoire aux parcours variés à participer à ces événements grâce à des campagnes de communication internes. Il s'agissait de présenter le thème de l'événement avec finesse tout en encourageant le plus de collègues possibles à participer. Au sein des RH, nous étions censés trouver des moyens pour attirer l'attention sur ces activités internes. C'est à ce moment-là que je me suis mise en quête de solutions pour intéresser une personne à un sujet pour lequel elle n'a pas forcément **montrée** d'intérêt. Je tiens à préciser que cette recherche de solutions était une manière pour moi de m'investir pleinement dans mon travail. Les employés du groupe étaient souvent des personnes avec de riches parcours académiques et professionnels, curieux de caractère, ayant soif de savoir.

Je me suis donc lancée dans la recherche. J'ai trouvé des supports en ligne sur l'histoire de l'art : il s'agissait de cours **destinés** à des néophytes-amateurs, incluant de courtes vidéos. Un langage décontracté et des explications imagées me **semblait** excellentes. Cependant, les contenus étaient payants, et je ne voulais pas payer pour les visionner. Il me semblait qu'avec les ressources qu'on peut trouver sur Internet, chacun peut s'instruire facilement.

En arrivant en France, j'ai été confrontée à une offre culturelle exceptionnelle et abondante. Nous pouvons y trouver plus de 1000 musées de l'appellation Musées de France, 186 villes et pays d'art et d'histoire, 44 000 monuments historiques, plus de 800 sites patrimoniaux remarquables, et encore 42 sites inscrits au patrimoine mondial par l'UNESCO ⁴. Face à cette offre culturelle pléthorique, j'avais envie d'en savoir plus sur les œuvres d'art, les messages d'artistes, les tendances artistiques. Je voulais en apprendre davantage sur l'histoire de l'art, mais comme je n'avais ni l'argent pour me payer les cours ni le temps nécessaire pour les suivre en présentiel, j'ai commencé à chercher des contenus sur Internet. Comme le disait André Malraux, Ministre des Affaires culturelles de 1959-1969, « la culture, c'est ce qui répond à l'homme quand il se demande ce qu'il fait sur la terre » ⁵. Je me disais que peut-être que le fait

⁴ -Anonyme, « La France possède une offre culturelle exceptionnelle », *Le Point*, le 7 juillet 2017, (<https://partenaires.lepoint.fr/cultivez-votre-ete/emmanuelle-lallement/>)

⁵ Citation tirée du discours d'André Malraux prononcé à l'occasion de l'inauguration de la Maison de la culture d'Amiens le 19 mars 1966, site de l'Assemblée Nationale, (http://www.assemblee-nationale.fr/histoire/andre-malraux/discours_politique_culture/maison_culture_amiens.asp).

de changer de pays et de me retrouver dans un nouveau contexte m'a poussée à **m'intéresser à plus sur des questions philosophiques**, qu'on retrouve souvent dans l'art.

Faisant des recherches sur Internet, je **me suis tombée** sur les vidéos vulgarisatrices sur YouTube ; des sites web avec des articles scientifiques, destinés à enrichir le parcours scolaire ; des applications mobiles de micro-learning⁶ ; des conférences organisées par des musées ; MOOC culturels⁷, etc. Je me suis rendu compte, que l'espace Web donne des réponses à mes demandes : instantanément et souvent gratuitement⁸. De plus, l'offre sur le Web étant **prometteuse**, les formats numériques et la forme de présentation des contenus se diversifiaient, cela a suscité mon intérêt.

Ainsi, deux volets m'ont semblé intéressants. Penchons-nous tout d'abord sur **la forme**. Souvent, les différents formats numériques (vidéos vulgarisatrices, MOOC, applications mobiles) avaient recours à la vulgarisation scientifique, à des éléments amusants (humour, jeux) et tout cela en peu de temps afin de transmettre un message savant à des usagers néophytes ou amateurs. Un **excellent** format pour ceux qui n'ont pas beaucoup de temps pour découvrir un sujet en profondeur et pour qui l'histoire de l'art semble un domaine difficile à comprendre. C'est ainsi que j'ai découvert la notion de **la** vulgarisation scientifique.

Or ce phénomène n'est pas nouveau. Au XIX^e siècle la vulgarisation s'incarnait dans les expositions universelles, les musées, les conférences mondaines, fusionnant l'éducation et le divertissement⁹. De plus, à la même époque, nous voyons l'apparition des feuilletons **scientifique**, qui privilégiaient un format synthétique. Ainsi, proposer un format court empreint de divertissement n'est pas quelque chose de nouveau. Les courts formats numériques modernes s'inscrivent dans la même logique.

Le second volet est **la gratuité**. La plupart des formats numériques que j'ai pu trouver étaient gratuits : vidéos de vulgarisation sur YouTube, sites Web d'accompagnement pédagogique¹⁰, dossiers multimédias¹¹, certaines applications mobiles. En effet, la gratuité enlève les barrières entre les classes sociales et permet de faciliter l'accès à **des** différents

⁶ Cf. Glossaire p. 1.

⁷ *Ibid.*

⁸ Certains dispositifs, comme les applications mobiles sur l'histoire de l'art, proposent des achats intégrés. Mais il est souvent possible d'accéder à des informations gratuites.

⁹ Delporte Christian, Mollier Jean-Yves, Sirinelli Jean-François, Blandin Claire (coordination scientifique) *Dictionnaire de l'histoire culturelle de la France contemporaine*, Presses universitaires de France, Paris, 2010, p. 857

¹⁰ Cf. Glossaire p. 2.

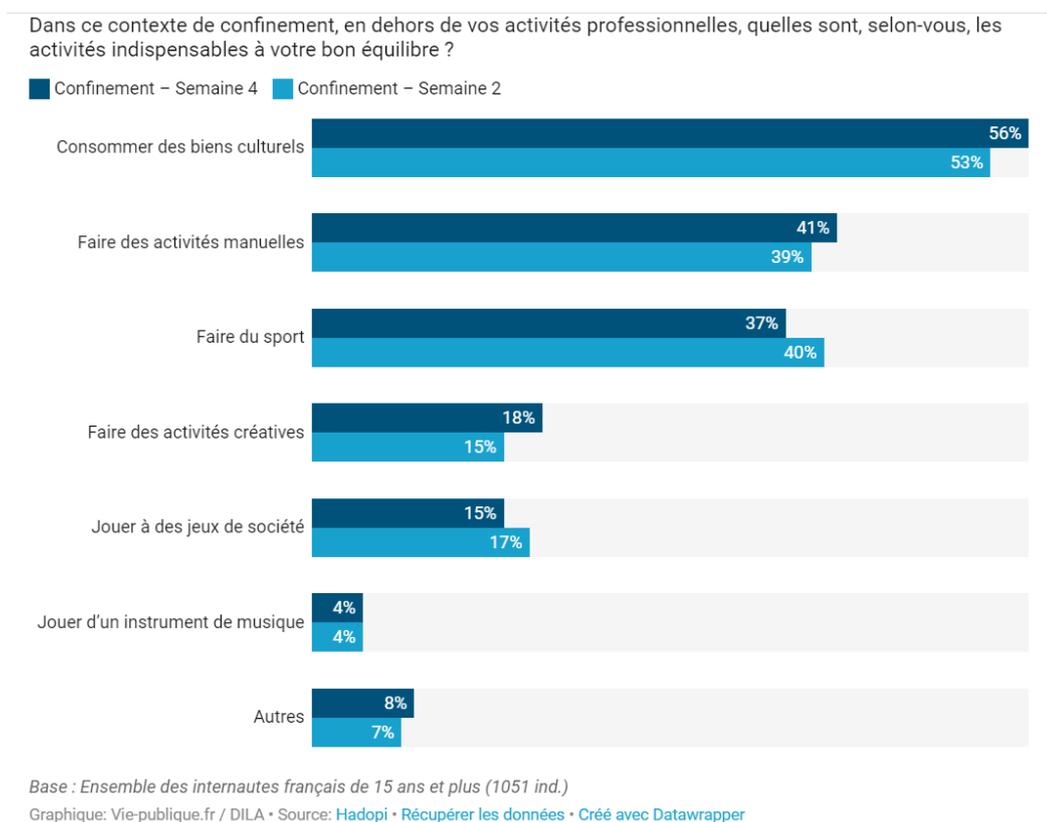
¹¹ *Ibid.*

domaines d'études. Le sondage en ligne que nous avons effectué en atteste. 79 personnes sur 100 ont répondu « oui » à la question : « la gratuite et l'accès immédiat à l'apprentissage de l'histoire de l'art en ligne stimulent de l'intérêt pour ce domaine ? »¹².

Cela étant dit, les formats numériques, gratuits, qui ont recours à la vulgarisation scientifique paraissent être de vrais moyens modernes pour propager la culture, et dans notre cas l'histoire de l'art au plus grand nombre.

Aujourd'hui la culture occupe une place indispensable dans l'existence des Hommes. Le confinement du printemps 2020, a montré un intérêt accru pour la culture pendant le temps libre des Français. Les biens culturels sont en hausse pendant la période de confinement (figure 1).

Figure 1 : La consommation de biens culturels toujours en tête des pratiques jugées indispensables pendant le confinement¹³



Nous pouvons voir que la culture reste au cœur des pratiques des Français durant un temps libre.

¹² Sondage en ligne, Cf. annexe N° 1 p. 136.

¹³ Graphique tirée du site Vie-publique.fr, (<https://www.vie-publique.fr/en-bref/274199-forte-progression-de-linternet-culturel-en-temps-de-confinement>), consulté le 1 juin 2020.

L'Etat, quant à lui, lance des projets. Le lancement de la *Nation apprenante* par le ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse en partenariat avec les acteurs de l'audiovisuel public, illustre bien cette idée. France Télévisions, Radio France, ARTE et l'Education nationale se mobilisent afin de proposer aux enseignants, aux **élevés** et à leurs familles des programmes de qualité qui répondent **à des** besoins des programmes scolaires¹⁴. *Lumni*, plateforme éducative de l'audiovisuel public, développée en partenariat avec l'Éducation nationale, et *Educ'Arte*, plateforme éducative d'ARTE, sont accessibles à tous et contiennent des contenus en lien avec l'histoire de l'art et peut intéresser non seulement les petits, mais également leurs parents.

Les musées se mobilisent également pour proposer des contenus à des passionnés d'histoire de l'art pendant le temps où nous restons chez nous. Nous voyons que la chaîne YouTube du Louvre est enrichie par les enregistrements vidéo des conférences d'experts. Le Grand Palais a mis sur YouTube certaines vidéos gratuites, dont *Cours d'Histoires d'Art : le XIXe siècle*, tirée des cours d'histoires de l'art qui sont normalement payants¹⁵.

L'augmentation des contenus numériques gratuits sur l'histoire de l'art, l'apparition de nouveaux formats vidéo, qui proposent de découvrir les sujets par l'amusement, et un intérêt évident des Français pour la culture, nous encouragent à nous interroger sur le rôle des nouveaux formats numériques dans le cadre de la démocratisation de l'histoire de l'art.

L'idée de diffuser des connaissances aux amateurs d'une manière éducative et à la fois divertissante n'est pas novatrice. Mais aujourd'hui, ces tendances vulgarisatrices prennent une nouvelle forme avec Internet. De nouveaux formats se développent grâce à un « accès direct » permis par Internet, une gratuité des contenus, une instantanéité de l'accès à l'information (connexion haut débit), une plus grande accessibilité en terme du contenu (discours avec un langage moderne, références modernes...).

Ainsi, notre sujet porte sur les formats numériques, qui à travers la vidéo et les éléments de l'amusement vulgarisent l'histoire de l'art au plus grand nombre. Le questionnement principal est centré sur l'interrogation suivante : dans quelle mesure ces nouveaux formats permettent de démocratiser les connaissances sur l'histoire de l'art et quelles sont les limites de ces formats ? Nous allons également essayer de répondre à des problématiques ayant trait aux

¹⁴ Anonyme, « Opération "Nation apprenante" », *Ministère de l'Education et de la Jeunesse*, le 20 mars 2020, (<https://www.education.gouv.fr/operation-nation-apprenante-303174>).

¹⁵ Les vidéos sont disponibles sur la chaîne YouTube du Grand Palais, (<https://www.youtube.com/user/Rmngrandpalais/videos>).

formats : à quel type de public **des différents de formats** sont-ils destinés ? quels objectifs les créateurs de ces formats poursuivent-ils ? **quel** est leur vision vis-à-vis de la place de l'histoire de l'art aujourd'hui ? est-ce que les formats accessibles en ligne poussent les internautes à s'intéresser plus à l'art ? Autant de questions **nous permettront** de mieux comprendre la place de ces dispositifs numériques dans la démocratisation de l'histoire de l'art.

Le champ d'application de notre travail portera sur l'histoire de l'art, qui fait partie d'une « culture légitime »¹⁶. L'intérêt pour cette discipline est dicté par le fait même qu'elle est encore vue comme élitiste¹⁷, mais qu'elle devient de plus en plus souvent un objet de vulgarisation en ligne. Notre recherche se tournera vers les manières d'appréhender les différents sujets en lien avec l'histoire de l'art art sous différents angles (historiques, géographiques, émotionnels, etc.). Pour restreindre le champ de notre étude, nous nous penchons sur l'analyse des ressources numériques qui étudient la culture visuelle et les objets statiques (peinture, sculpture, photo). Ainsi, nous n'allons pas traiter les ressources qui parlent de la musique, littérature, théâtre, qui eux aussi, sont souvent considérés comme faisant partie de l'histoire de l'art¹⁸.

L'objet de notre recherche **sont** les formats en ligne de type vidéo (ou ceux qui contiennent des éléments vidéo), qui aujourd'hui occupent une place de plus en plus importante dans les techniques de communication des médias. Nous allons voir principalement les exemples des formats ludiques¹⁹, destinés au grand public (vidéos vulgarisatrices, MOOC, dossiers multimédias, courts métrages, émissions de télévision). Cependant, nous allons passer en revue des formats académiques, qui visent plutôt des professionnels, mais qui sont aussi disponible au grand nombre (sites d'accompagnement pédagogique, vidéos des conférences). Cela nous permettra de comprendre les limites des différents formats. Les critères principaux des formats étudiés sont leur gratuité, leur accessibilité via Internet, et leur lien avec l'histoire de l'art. Un autre critère important : tous les formats étudiés sont les formats francophones.

Ensuite, nous allons nous interroger sur le phénomène de la démocratisation culturelle et comprendre en quoi les formats **évoquent** en sont une déclinaison. **Notre limite géographique :**

¹⁶ La culture légitime désigne un type de connaissances qui est considérée comme légitime aux yeux de tous. Le concept est développé par le sociologue Pierre Bourdieu, qui, dans son ouvrage *La distinction*, démontre que certains domaines d'études sont plus valorisés que les autres. L'histoire de l'art reste jusqu'à aujourd'hui un domaine qui est très valorisé dans les milieux élitistes. Nous allons trouver la preuve chez nos interviewés, Cf. annexes N° 3 – 9, p. 141-170.

¹⁷ A travers les entretiens avec les vulgarisateurs et le sondage en ligne, nous allons voir qu'elle est toujours considérée comme étant restreint à un cercle d'élite.

¹⁸ Cette question n'est pas d'ailleurs définitivement tranchée. Nous dirons plutôt que le théâtre, cinéma, littérature, musique, font partie de l'histoire des arts, et non de l'art. Cf. p.12.

¹⁹ Cf. Glossaire, p.1.

la France. Concernant la période, nous nous focalisons sur le présent (XXI^{ème} siècle), avec un petit retour sur le passé (XVIII^{ème} - XX^{ème} siècles) pour retracer la démocratisation culturelle en France et la diffusion des connaissances sur l'histoire de l'art à travers les médias avant l'arrivée d'Internet.

Pour appréhender le rôle des nouveaux dispositifs en ligne, ce mémoire s'appuie principalement sur des auteurs et des chercheurs en sciences humaines et sociales. Le travail de **Guillaume Glorieux** nous donne un éclairage de l'histoire de l'art. L'ouvrage de **Pascale Goetschel et Emmanuelle Loyer** sur l'histoire culturelle de la France, nous donnera une vision plus globale du phénomène de la démocratisation culturelle et nous fournira des exemples historiques français. L'analyse de la sociologie d'Internet de **Jean-Samuel Beuscart, Eric Dagiral et Sylvain Parasio** nous donnera des bases sociologiques sur le rôle d'Internet dans les pratiques culturelles. Les recherches sociologiques en matière de culture d'**Olivier Donnat** nous serviront de fondement pour analyser l'évolution de l'accessibilité à des pratiques culturelles des différents groupes sociaux français.

L'étude de contenus **liés** à l'histoire de l'art en ligne, nous a amené à répertorier 42 ressources numériques sur ce thème. En effet, ces ressources sont **départagées** en cinq terrains principaux.

Le premier terrain fait référence aux sites Web et aux chaînes YouTube des musées d'arts français. Nous allons ainsi examiner le site Web et la chaîne YouTube du Musée du Louvre, du Musée d'Orsay, de La Réunion des musées nationaux - Grand Palais, Musée des Beaux-Arts de Lyon, MOOC culturels de la Fondation Orange (réalisées en partenariat avec des musées français). Nous n'avons pas pu obtenir d'entretiens, ainsi notre étude sera basée sur les observations en ligne.

Le deuxième terrain regroupe les sites Web d'accompagnement pédagogique, dont *l'Histoire par l'image*, *Panorama de l'art*, et les sites Web vulgarisateurs, comme *Guide artistique*, *Aparances*. Dans ce cas, notre étude est également basée sur les observations en ligne.

Pour construire le troisième terrain, nous nous sommes inspirés **par** des 350 chaînes YouTube culturelles et scientifiques francophones, proposées par le ministère de la Culture¹⁴. Ainsi, en parlant de la vulgarisation scientifique en ligne, nous allons nous pencher sur les

informations obtenues sur les 10 chaînes YouTube de la vulgarisation de l'art²⁰. Pour en savoir plus sur les auteurs, leurs motivations et les avis sur les nouveaux formats numériques, nous allons présenter les informations obtenues lors des entretiens avec les vulgarisateurs sur YouTube, dont Louis Boulet (chaîne YouTube *L'Artichaut*), Manon Bril (*C'est une autre histoire*), Cecile & François André (*Pallas Athéné*), Sabine Padelou (*Le Baz'Art ambulant*), Charles Combette (*SOS ART*).

Le quatrième terrain **consiste des** émissions de télévision, disponibles en ligne et gratuites d'accès, dont l'émission *D'art D'art* de France 2, des émissions sur l'art et l'histoire de l'art sur ARTE, des vidéos vulgarisatrices de TV5MONDE, les émissions **de** *Les Grands Maîtres de la Peinture* de la chaîne Toute l'Histoire. Nous n'avons pas pu obtenir d'entretiens. C'est ainsi que notre étude est basée sur les observations en ligne.

Lors de notre recherche, nous avons également pu échanger avec Clémentine Guyon, fondatrice de l'**application mobile de micro-learning Minitopo**. Les applications mobiles ne figurent pas au cœur de notre recherche. Néanmoins, nous allons ajouter certains éléments qu'on a pu tirer de l'entretien avec Clémentine, pour en savoir plus sur les nouveaux formats ludiques en ligne, comme micro-learning. A cet égard, nous allons aussi voir l'exemple d'*Artips* (est son dérivé newsletter *Artips*), et évoquer l'application mobile *Google Arts & Culture* afin de donner une vision plus globale sur les formats numériques modernes qui portent sur l'histoire de l'art.

Dans notre recherche, nous examinerons les contenus de ces formats : la forme (solutions techniques et créatives) ainsi que le fond (style de communication, langage utilisé). Ensuite, nous essayerons de décrire leurs acteurs et auteurs : leurs parcours ou profils, motivations, et visées.

Puisque notre thème est assez novateur, il y a peu d'écrits traitant spécifiquement de notre sujet. De ce fait, nous irons à la rencontre des créateurs de dispositifs numériques afin d'obtenir leurs points de vue. Nous entendons croiser les différents points de vue pour en tirer nos propres conclusions. En parallèle de ces entretiens, nous adresserons un questionnaire en ligne d'un échantillon de 100 personnes pour savoir l'avis des utilisateurs Français sur différents formats numériques et sur l'accès à l'histoire de l'art à l'ère numérique. Les résultats du questionnaire

²⁰ Cf annexe N°1, p. 111-115.

seront utilisés à la fin de notre travail ou nous allons répondre aux questions concernant les limites de ces nouveaux dispositifs en ligne.

Dans une première partie, nous délimiterons notre sujet : l'histoire de l'art. Seront évoqués : son apparition, sa définition, les champs d'étude, les visées et l'importance de la discipline. Par ailleurs, nous allons nous pencher sur le phénomène de la démocratisation culturelle en France. Pour cela, nous proposerons des exemples pertinents illustrant le développement de ce concept à travers l'histoire culturelle en France, depuis la seconde moitié du XXème siècle jusqu'à nos jours. Ensuite, nous allons voir comment les thématiques sur l'art et l'histoire de l'art ont été transmises au grand public avant l'arrivée d'Internet.

Dans une seconde partie, nous nous intéresserons à la dématérialisation des pratiques culturelles et aux formats numériques sur l'histoire de l'art. Pour ce faire, nous allons voir comment la dématérialisation s'est effectuée avec l'arrivée d'Internet, l'apparition de nouveaux appareils nomades (smartphones, ordinateurs portables, tablettes). Ensuite, nous allons nous pencher sur la place toute particulière qu'occupe le format vidéo. Enfin, nous examinerons les principaux acteurs de la promotion de l'histoire de l'art et les formats qu'ils utilisent, en essayant de dresser une typologie des formats numériques gratuits francophones.

Dans une troisième partie, nous parlerons des limites des formats numériques sur l'histoire de l'art, des contraintes liées au public et soulèverons les problématiques de l'élitisme de la discipline. Ainsi, nous allons essayer d'expliquer si ces formats résolvent le problème de la démocratisation culturelle et dans quelle mesure.

I. L'histoire de l'art en France : de la formation à la diffusion des savoirs au grand public avant Internet

Est-ce que chacun peut apprendre à interpréter les œuvres d'art ? Au premier regard, cela peut paraître chose difficilement abordable pour un néophyte.

Arrivé pour la première fois devant *La Naissance de Vénus* de Sandro Botticelli, qu'est-ce qu'un spectateur néophyte peut en déduire ? Comment apprécier l'œuvre sans connaître la culture antique grecque ni l'art de la peinture italienne du X^{IV}e siècle ? Peut-on en déduire facilement qu'il s'agit là d'une rupture majeure dans l'histoire de la représentation du corps et que ce tableau du *Quattrocento* est l'une des premières représentations profanes d'un corps nu féminin ? Ou bien comment la fameuse *Fontaine* de Marcel Duchamp, un urinoir de fabrication industrielle, peut-elle être considérée comme une œuvre d'art fondamentale ? Pourquoi le geste de Duchamp, qui brise toutes les règles de la convenance artistique, a-t-il un retentissement immense au sein de l'art mondial ? Comment comprendre que le rôle de cette œuvre ne soit pas de susciter un sentiment esthétique, mais de mettre en cause toute la pensée créatrice²¹ ? Pour lire l'œuvre, il ne s'agit pas seulement de comprendre la technique de l'artiste, mais aussi de connaître son contexte de production, les influences d'autres courants artistiques, la personnalité du créateur.

Comprendre l'œuvre est un exercice qui demande des efforts complexes, mais tout à fait abordables. L'histoire de l'art est un domaine d'études qui nous donne des clefs pour appréhender l'œuvre dans toute sa complexité technique, historique et émotionnelle. Née avec la Renaissance, la discipline obtient une reconnaissance académique en France à partir du milieu du XIX^ème siècle.

1. La formation d'une discipline

1.1. Emergence de l'histoire de l'art

Dans les milieux académiques français, l'apprentissage de l'art se faisait majoritairement par la pratique des techniques de dessin, ce qui se rapprochait plus de ce qu'on

²¹ Les informations tirées du site de Centre Pompidou, (<http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-Duchamp/ENS-duchamp.htm>).

connaît comme les arts plastiques. Ainsi, au XIX^{ème} siècle, l'objectif des cours de dessin visait l'apprentissage d'une technique et non l'épanouissement culturel et artistique de l'individu²².

La discipline en tant que telle vient d'Allemagne. C'est le romantisme littéraire qui, au début des années 1800, a été un des « creusets » dans lesquels s'est formée une pensée historique sur l'art²³. A cette époque, deux ouvrages principaux ont servi de bases pour aborder le sujet de l'art : *L'Esthétique* de Baumgarten et *La Critique de la faculté de juger* de Kant²⁴. La connaissance de la théorie et de l'histoire de l'art est enseignée à la bourgeoisie cultivée afin de préparer leurs voyages, son ouverture au monde d'art²⁵.

Après son installation en Allemagne, l'histoire de l'art gagne les universités françaises. En 1882 est créé l'Ecole du Louvre, première école spécialisée en histoire de l'art et en archéologie. A la fin du XIX^{ème} siècle une chaire d'histoire de l'art est créée à la Sorbonne, ce qui marque la reconnaissance universitaire de la discipline. Le collège de France, dont la chaire de l'histoire de l'art a été créée en 1878, continue à occuper une place importante parmi les établissements académiques dans l'apprentissage de la discipline²⁶. Aujourd'hui, la matière reste enseignée principalement dans les établissements d'études supérieures, les écoles d'art et d'architecture, comme L'Ecole du Louvre, L'Institut National du Patrimoine (INP), l'Ecole Nationale des Chartes.

Par ailleurs, la formation de l'histoire de l'art est liée au développement des institutions muséales en France. Le musée en France tient à ses origines révolutionnaires²⁷. La Révolution a permis la nationalisation des biens royaux et les conquêtes militaires, et à partir de 1793 les legs de l'héritage français doivent servir à l'instruction du peuple. L'affirmation des droits de l'homme amène à considérer l'accès aux œuvres d'art comme une exigence légitime²⁸. Le musée semble porter l'idéal d'une transmission libre du Beau et des principes au plus grand public²⁹, et lui offrir les moyens d'apprendre l'histoire de l'art à travers les ouvrages originaux³⁰. Le Comité d'instruction publique promet de fonder des musées départementaux pour « vivifier

²² Ruppin Virginie, « Les arts plastiques en France. Une discipline scolaire en mutation », *Spirale - Revue de recherches en éducation*, 2016/2 (N° 58), p. 159-173.

²³ Recht Roland, *À quoi sert l'histoire de l'art ?*, Textuel, Paris, 2006, p. 45-46.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Glorieux Guillaume, *L'histoire de l'art. Objet, sources et méthodes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1^{re} édition, 2015, p. 36.

²⁷ Poulot Dominique, *Une histoire des musées en France : XVIII^e-XX^e siècle*, La Découverte, Paris, 2005.

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

toutes ces richesses [...] les animer au profit de l'ignorant qui les méprise »³¹. C'était une idée d'une libre éducation accessible à tout le corps social. Par exemple, en 1801 quinze villes ont bénéficié d'œuvres de Paris, un acte politique de décentralisation qui s'est fait au nom du progrès de la civilisation³². Ensuite, au cours du XIX^{ème} siècle apparaît une « culture républicaine du musée », marquée par une volonté d'éducation civique. Sous le III^{ème} République le musée est au cœur du système des beaux-arts, qui sert à la prospérité publique et à l'affermissement du goût des français. Le musée illustre la grandeur des arts, soutient des artistes³³.

1.2. Objet et caractéristiques de l'histoire de l'art

L'objet de l'histoire de l'art est constitué des œuvres d'art : tableaux, dessins, gravures, sculptures, objets d'art, monuments. Les spécialistes incluent également les photographies, films, installations³⁴. Cette liste n'étant pas exhaustive. Les historiens peuvent avoir des points de vue différents sur la définition de l'objet d'art. Dans notre recherche, nous nous appuyons sur le point de vue de Guillaume Glorieux, pour qui l'histoire de l'art étudie les « objets visuels »³⁵. La terminologie préfère le singulier – l'histoire de l'art -, l'art étant entendu comme l'ensemble des objets visuels. Suivant cette logique, selon Guillaume Glorieux, l'objet de l'histoire de l'art exclut la prise en charge de la littérature ou de la musique, par exemple³⁶.

Ces objets visuels contiennent des caractéristiques spécifiques qui permettent d'identifier le champ d'études de l'histoire de l'art. La première caractéristique se traduit par la reproduction massive des œuvres d'art. Souvent ces œuvres sont reproduites dans des manuels pour illustrer les scènes historiques, on peut croiser leurs références dans la presse ou les trouver dans la décoration de monuments historiques, de parcs, de maisons privées, etc. Ensuite, la majorité (mais pas toujours) de ces objets sont uniques et représentent un seul exemplaire³⁷. Que ce soit *La Joconde* de Léonard de Vinci ou bien *la Fontaine* de Duchamp, ce sont des objets uniques. Un autre élément a trait à la nature de ces objets. L'Histoire de l'art peut prendre en compte l'examen non seulement des objets fabriqués par l'Homme, mais également ceux qui ont été recherchés, collectionnés et transmis par ce dernier : les coquillages, les roches semi-

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

³⁴ Glorieux Guillaume, *op. cit.*, p. 36.

³⁵ *Ibid.*, p. 38

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid.*

précieuses ou des fleurs séchées³⁸. De plus, certains objets d'art ont été conçus dans le but utilitaire et non artistique. On peut aussi évoquer certains objets culturels (pour des cérémonies religieuses ou rituelles) qui sont aujourd'hui perçus comme des œuvres d'art³⁹.

Néanmoins, ces caractéristiques des objets d'art peuvent faire débats. Est-ce qu'un objet d'art peut être conçu dans une finalité utilitaire ? Il nous semble donc légitime d'évoquer la définition d'Immanuel Kant, qui dit que l'art est une finalité sans fin⁴⁰. En effet, certains objets ont été conçus sans une finalité définie, et nous ne pouvons pas savoir la finalité de la beauté de ses objets. Le plaisir esthétique qu'éprouve un spectateur n'est donc pas la finalité de l'objet beau. C'est parce que l'objet lui semble finalisé qu'il y a plaisir esthétique⁴¹.

1.3. Visées et complexité de l'histoire de l'art

Dire que les études d'histoire de l'art se réduisent à la description des œuvres d'art serait réducteur. La constitution de l'histoire de l'art en tant que la discipline à part entière n'a pas été immédiate. Cela est dû en partie à la complexité de la matière. Pour comprendre les objectifs de la discipline, il est important d'envisager ses liens avec d'autres domaines.

L'histoire de l'art partage ses méthodes et ses interrogations avec d'autres disciplines, comme l'histoire, l'esthétique ou encore les *visual studies*⁴². Son champ d'étude rencontre celui des techniques (techniques employées par des artistes, différentes formes d'expressions artistiques...) ou encore de la géographie (la relation de la discipline aux espaces au sein desquels elle se déploie)⁴³.

Si l'histoire de l'art peut être considérée comme une branche de l'histoire « au sens strict du terme »⁴⁴, dans la mesure où l'un des objectifs de la discipline est de comprendre l'œuvre d'art dans son contexte historique, néanmoins elle n'est pas que cela. En effet, l'histoire de l'art cherche également à comprendre le rapport de l'œuvre avec le présent, voire avec le futur. L'approche de l'historien de l'art consiste donc à étudier l'objet d'art de sa création jusqu'à nos jours, de comprendre comment il a influencé ses contemporains et quel impact il a sur la culture moderne, et enfin de le mettre en relation avec des œuvres d'art actuelles. Ensuite, l'esthétique

³⁸ *Ibid.*, p. 39

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Robelin Jean, « KANT, Immanuel. 1724-1804 », *Les théoriciens de l'art*, Presses Universitaires de France, Carole Talon-Hugon éd., 2017, p. 370-375.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² ⁴² Glorieux Guillaume, *op. cit.*, p. 48

⁴³ *Ibid.*, p. 48 et p. 81

⁴⁴ *Ibid.*, p. 49

tente d'expliquer et d'interpréter nos réactions devant les œuvres d'art⁴⁵. Elle s'attache à l'examen du beau (principalement dans l'art), des goûts et envisage l'œuvre d'art en tant qu'un « objet philosophique global dans sa singularité »⁴⁶. Par ailleurs, les *visual studies* - discipline gagne en popularité dans des pays anglophones et s'emploie à analyser toutes sortes d'images, - constituent aujourd'hui un domaine inséparable de l'histoire de l'art. Comme le rappelle Guillaume Glorieux :

« [l'histoire de l'art] Envisage l'ensemble des phénomènes de vision, de visualisation et d'univers visuels, abordés dans la diversité de leurs manifestations, de leurs codes de fonctionnement ou encore de leurs modes de circulation ».⁴⁷

Ainsi, ce champ incorpore des images, des mécanismes neurocognitifs de la perception, des dispositifs déployés dans les dimensions visibles des cultures humaines⁴⁸. Dès lors, l'histoire de l'art, qui prend en charge des « objets visuels », trouve sa place légitime dans des études visuelles.

Les champs techniques sont constitués des arts connus comme « majeurs » et des arts « mineurs »⁴⁹. Les arts traditionnels, « majeurs », regroupent la peinture, la sculpture, le dessin, l'architecture et l'estampe. Pendant longtemps, l'histoire de l'art universitaire n'admettait que ce champ traditionnel, qui constituait l'essentiel de l'enseignement de la discipline. Les arts dits « mineurs » - les arts décoratifs, la photographie, le cinéma, - ont été longtemps ignorés par l'histoire de l'art⁵⁰. Cependant, à partir de la Renaissance, on observe un intérêt croissant à l'égard de certains arts mineurs, comme les arts décoratifs. Par exemple, la France du début de XVIIIème siècle a connu un grand succès du « style rocaille ». Les maîtres de rocaille n'étaient ni peintres, ni sculpteurs, ni architectes, mais des ornemanistes. Leur travail appartenait à ce qu'on appelle aujourd'hui les « arts décoratifs ». Même si aujourd'hui ce champ n'est pas reconnu comme « majeur » au sens traditionnel, il est néanmoins impossible d'étudier l'histoire de l'art sans le prendre en considération. Au fur et à mesure, l'histoire de l'art a évalué et fait entrer dans son champ d'études des objets de mobilier.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 55

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ *Ibid.*, p. 57

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*, p. 82

⁵⁰ *Ibid.*

Pour ce qui est du champ géographique, l'histoire de l'art a pendant longtemps été marquée par l'ethnocentrisme⁵¹. Durant des siècles, la discipline s'est écrite à travers des points de vue nationaux. L'association des arts africains ou océaniens à l'expression « art primitif », a des connotations parfois négatives par rapport aux arts non-occidentaux témoignent d'un pur ethnocentrisme, alors que les peintres européens du Moyen Age ne nourrissent pas de préjugés à l'endroit des peintres primitifs⁵². Avec la mondialisation, le champ géographique de l'histoire de l'art s'est élargi et de nouveaux horizons s'ouvrent pour traiter l'histoire de l'art d'une manière moins partielle.

Ainsi, nous pouvons constater que l'histoire de l'art vise à permettre d'appréhender et d'interpréter l'œuvre d'art, qui est un objet visuel, à travers son contexte historique, géographique, et la perception psychologique de l'œuvre au fil de l'histoire. De plus, elle étudie l'évolution des techniques des artistes et leurs manières d'expressions artistiques. Ainsi, lors de notre étude des dispositifs en ligne dédiés à l'apprentissage de l'histoire de l'art (ce que nous allons voir dans le deuxième chapitre), nous analyserons des dispositifs qui peuvent traiter un ou plusieurs des aspects décrits. Puisque les champs d'étude de l'histoire de l'art sont assez larges, nos sources en ligne pourront aussi bien porter sur les arts décoratifs, l'histoire de la photographie ou bien les théories esthétiques.

2. L'importance de l'histoire de l'art

L'histoire de l'art est une discipline relativement récente. Les débats sur l'amélioration de son apprentissage et les limites de son enseignement sont bien légitimes pour un domaine en évaluation. Cependant, pourquoi les historiens de l'art insistent sur l'importance de cette discipline ? Que peut-elle nous apporter dans notre vie de tous les jours ?

2.1. Une discipline qui épanouit et qui développe le sens critique

Enjeu démocratique : réponse au flux des images

D'abord, l'histoire de l'art apparaît comme un outil qui permet de conserver notre liberté de pensée⁵³. Qu'il s'agisse des médias, des réseaux sociaux, de la publicité : aujourd'hui nous sommes saturés d'images. Parfois elles nous manipulent. Faire preuve d'esprit critique et savoir

⁵¹ *Ibid.*, p. 94

⁵² *Ibid.*

⁵³ *Ibid.*, p. 216

les décrypter c'est, avant tout, une urgence véritablement démocratique⁵⁴. Mais les images ne sont pas compréhensibles immédiatement, elles demandent à être interprétées. En effet, aujourd'hui le « voir » a remplacé le « lire »⁵⁵. La formule de Walter Benjamin sur l'analphabète qui date de près de cent ans, peut être reprise aujourd'hui : l'analphabète « n'est plus l'homme qui ignore l'écriture mais celui qui ne sait déchiffrer une image ». Sans outils d'analyse adéquats, l'Homme aura du mal à maîtriser l'univers des images de l'art visuel dans son ensemble. De nos jours la lecture des images, leur compréhension constituent pour les jeunes, un prérequis indispensable à une insertion réussie dans la société. C'est ainsi que le décret n°2006-830 du 11 juillet 2006, relatif au socle commun des connaissances et compétences, fait de la lecture et de l'utilisation de « différents langages, en particulier les images » la première des capacités attendues de l'élève⁵⁶.

Enjeu d'épanouissement personnel

Ensuite, l'art se présente comme une autre forme de penser le monde. Bernard Marcadé, critique et historien d'art moderne, maintient que :

« L'art est une autre manière de penser, de voir les choses avec des outils visuels. [...] Nous avons l'habitude de penser par les mots, par le logos, mais l'art nous montre qu'on peut penser différemment, en dehors de la logique. »⁵⁷

Dans l'histoire de l'art, l'analyse d'une œuvre peut nous révéler un autre système de pensée, une autre vision du monde. Ainsi, l'art nous permet de développer tant notre créativité que notre ouverture d'esprit.

2.2. Une discipline d'un grand intérêt pour le pays : enjeux sociaux, économiques, politiques et scolaires

Enjeu social : favoriser un sentiment d'appartenance

Par ailleurs, l'histoire de l'art renforce une culture commune, qui replace le passé d'un pays dans une histoire qui dépasse les frontières⁵⁸. Les Français démontrent une forte curiosité pour leur patrimoine. Créées en 1984, les Journées du patrimoine ont attiré plus de 12 millions

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Colloque national consacré à « L'enseignement de l'histoire des arts à l'école, au collège et au lycée », organisé en Sorbonne et à la Cité internationale universitaire de Paris les 15 et 16 septembre 2009.

⁵⁶ Bonfait Olivier, Rimaud Yohan, « Livre blanc sur l'enseignement de l'histoire des arts. Dans les écoles, collèges et lycées. Une formation humaniste et sensible à réinventer », *APAHAU*, Paris, mai 2012, p.8.

⁵⁷ Citation tirée de la conférence de France Culture « Que nous enseigne l'art ? », (<https://www.franceculture.fr/conferences/college-des-bernardins/que-nous-enseigne-art>).

⁵⁸ Bonfait Olivier, Rimaud Yohan., *op. cit.*, p.9.

de personnes en 2019 (le chiffre est resté stable depuis 2012, ce qui montre un réel attachement des citoyens⁵⁹). Mais l'enjeu pour les musées reste de développer l'intérêt pour un patrimoine moins évident (comme le « petit patrimoine » rural et religieux), pour que les habitants s'approprient des monuments qui leur sont familiers et qui marquent le paysage d'une histoire partagée. L'histoire de l'art répond et alimente ce goût. A ce propos, Daniel Roche souligne que « l'enseignement de l'histoire de l'art pour tous, comme on le fait en Italie, exige des pratiques spécifiques et peut seul permettre une démocratisation culturelle au-delà des intentions »⁶⁰.

Enjeu économique : développement des territoires

La culture et l'art sont un levier de développement économique territorial⁶¹. La France est l'un des pays le plus visité au monde. En 2018 elle était encore la première destination mondiale⁶². En 2006 Xavier Greffe a fait un rapport où il confirme que le patrimoine culturel français joue un rôle fondamental dans l'attraction de nombreux visiteurs étrangers⁶³. L'attractivité territoriale s'explique en partie par les investissements publics au bénéfice de la culture. Ainsi, à l'occasion du Forum d'Avignon, en novembre 2011, *Tera Consultants* a présenté un rapport sur l'impact des dépenses culturelles des villes. Les chiffres témoignent du succès : dans les 47 villes étudiées, un surcroît de 10 % des dépenses culturelles par habitant (soit 18,6 €) engendre un surplus de 1,7 % du PIB par habitant, ce qui fait 625,4 € de retombées économiques supplémentaires par individu⁶⁴. En Aix-en-Provence, par exemple, la communauté a investi pour faire de la ville un lieu d'accueil d'expositions d'envergure internationale. Les efforts ont vite porté leurs fruits. Selon une étude de l'Université Paul-Cézanne, la « saison Picasso » de 2009 a généré 62 millions d'euros de retombées économiques dans les Bouches-du-Rhône, 6 millions d'euros étant investis initialement. De plus, selon les auteurs de l'étude, 96 % des visiteurs extérieurs interrogés ont déclaré vouloir revenir en pays d'Aix et plus de 90 % revenir au musée après la visite⁶⁵.

⁵⁹ Anonyme, « Les Journées du patrimoine ont attiré plus de 12 millions de visiteurs », *Ouest-France*, le 22 septembre 2019, (<https://www.ouest-france.fr/culture/patrimoine/les-journees-du-patrimoine-ont-attire-plus-de-12-millions-de-visiteurs-6531426>)

⁶⁰ Bonfait Olivier, Rimaud Yohan, *op. cit.*, p.9.

⁶¹ *Ibid.*, p.10

⁶² Moraes Ricardo, « Tourisme : la France demeure le pays le plus visité au monde », *Air Journal*, le 19 mai 2019, (<https://www.air-journal.fr/2019-05-19-tourisme-la-france-demeure-le-pays-le-plus-visite-au-monde-5212494.html>).

⁶³ Bonfait Olivier, Rimaud Yohan, *op. cit.*, p.10

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ *Ibid.*

Dès lors, l'enseignement et la promotion de l'histoire de l'art sont un investissement d'avenir, surtout dans le contexte français.

Enjeu politique : éducation civique

L'éducation à l'histoire a d'ailleurs des visées politiques. Il est difficile d'envisager la construction de l'Europe sans tenir compte de la circulation des différentes formes artistiques. Comme l'ont rappelé les rédacteurs de l'appel de Florence :

« Instituer un enseignement d'histoire de l'art à l'école dans tous les pays de l'Union permettrait à tous ses habitants de comprendre l'esprit de communauté artistique qui unit l'Europe depuis plus de trois millénaires. Les œuvres d'art [...] étudiées dans leur dimension historique, sont la meilleure introduction aux religions, aux mouvements d'idées et aux civilisations qui ont forgé l'histoire du continent [...] »⁶⁶.

Mais l'histoire de l'art peut aussi véhiculer les notions de respect de l'autre et de tolérance. Les événements politiques et leurs conséquences ont souvent été reflétés dans l'art. L'exposition sur la création artistique au temps de la première guerre mondiale peut nous frapper émotionnellement et ainsi éduquer plus que la lecture d'un article.

Enjeu actuel : une demande scolaire croissante

L'apprentissage de l'histoire de l'art prend une place de plus en plus grandissante dans les apprentissages scolaires. Ainsi, à la rentrée 2010, 7,3 % des élèves de seconde générale et technologique ont choisi comme enseignement d'exploration les « Arts » et 6,8 % l'option facultative « Arts »⁶⁷. En terminale générale, l'option artistique⁶⁸ est la plus choisie des options facultatives, soit plus d'un élève sur trois⁶⁹. Ces résultats sont apparus avant que l'enseignement obligatoire d'histoire des arts (inauguré à la rentrée 2009) ne produise ses premiers effets. Les filières postbac montrent aussi un succès prometteur. En 2002, un département d'histoire et théorie de l'art (DHTA) a été créé à l'École Normale Supérieure. La prise de conscience progressive de l'importance de l'histoire de l'art a enfin encouragé de nombreux établissements scolaires à développer des formations à coloration plus ou moins culturelle⁷⁰.

⁶⁶ *Ibid.*, p.11

⁶⁷ Au choix : patrimoines, arts visuels, arts du son, arts du spectacle, arts du cirque.

⁶⁸ Bonfait Olivier, Rimaud Yohan, *op. cit.*, p.10.

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Citons le mastère spécialisé de l'ESCP-EAP en partenariat avec la Ca'Foscari de Venise, le partenariat ESSEC-Ecole du Louvre, la majeure « Médias, Art et Création » d'HEC, la chaire « Histoire de l'Art » de Sciences Po Paris, les innombrables masters en « management des institutions culturelles » des universités, parmi lesquelles Dauphine, etc.

3. Démocratisation culturelle en France : les initiatives majeures du XXème et l'état des lieux de nos jours

Au cours de l'histoire culturelle française, il y a eu plusieurs démarches pour garantir l'accès aux savoirs culturels au plus grand nombre. Comment la démocratisation culturelle évolue-t-elle au cours de l'histoire française ? Quels sont ses événements majeurs et les acteurs principaux ? Quels moyens ont été employés pour favoriser l'accès à l'art et à l'histoire de l'art ?

3.1. Les prémices de la démocratisation culturelle en art

Pour commencer, les prémices de la démocratisation culturelle apparaissent pendant la Révolution française. Anne Krebs et Nathalie Robatel l'indiquent dans leur ouvrage⁷¹ :

« [...] au titre de l'émancipation du peuple par l'instruction et la culture et de la légitimité de l'Etat à intervenir dans le domaine des art. »⁷²

A la différence de l'Ancien Régime où l'action publique en faveur des arts consistait essentiellement en un mécénat des rois, des princes ou du clergé en faveur des artistes, à partir de la Révolution jusqu'à 1959, nous observons l'implantation des grandes institutions nationales (théâtres, musées, écoles d'art, Bibliothèque nationale, Archives nationales et des archives départementales) qui servent le peuple dans son épanouissement culturel. Par ailleurs, s'émergent des éléments d'une politique publique de la culture : législation du patrimoine, administration centrale des beaux-arts, décentralisation artistique en province.⁷³

La période du milieu des années 1890 jusqu'au milieu des années 1900 est d'une importance particulière pour la démocratisation culturelle. Durant cette époque on observe les débats les plus vifs concernant « l'art donné aux ouvriers », « l'éducation du peuple » ou encore « l'élévation esthétique des masses »⁷⁴. Anne Krebs et Nathalie Robatel attribuent la démocratisation culturelle à Georges Clemenceau avec ses « musées du soir »⁷⁵. Dans ses

⁷¹ *Ibid.*, p. 2

⁷² Krebs Anne, Robatel Nathalie, (dir.), « Démocratisation culturelle : l'intervention publique en débat », *Problèmes politiques et sociaux*, n° 947, avril 2008, 128 p.

⁷³ Moulinier Pierre, *Les politiques publiques de la culture en France*, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2013, p. 3-6.

⁷⁴ Dubois Vincent, *Les prémices de la « démocratisation culturelle ». Les intellectuels, l'art et le peuple au tournant du siècle*, Politix, vol. 6, n°24, Quatrième trimestre 1993. Affaires culturelles, sous la direction de Annie Collovald, Sylvain Bourmeau et Vincent Dubois. p. 37

⁷⁵ Anne Krebs, Nathalie Robatel, *op. cit.*

projets, on peut voir une forte volonté de cultiver l'Homme indifféremment de sa classe sociale. Pour Clemenceau, il est primordial de créer un nouveau public, de le rendre plus intelligent et plus sensible à l'art. Il compare cet éveil esthétique avec les fruits qui, une fois, a produit la science. Dans son texte daté de 1896, le Président du Conseil écrit :

« Ce sont moins des artistes proprement dits qu'il s'agit de former [...] qu'un public, c'est-à-dire des artistes regardant, comprenant, recevant l'émotion sacrée, et la rendant en joie communiquée. Nous, faisons des hommes, des hommes complets. Nous avons fait qui lit, écrit, compte, connaît et veut connaître encore. Il faut maintenant l'élever d'un nouveau degré, et faire l'homme qui sent. Il faut faire un public pour nos artistes de la foule obscure, comme nous en avons fait jaillir des hommes de science ». ⁷⁶

L'art apparaît comme un domaine nécessaire pour la cultivation des Hommes. Il est nécessaire que tout Homme soit capable de pouvoir d'appréhender et apprécier l'art.

3.2. Les efforts du Front Populaire

Au fil du XXème siècle le Front Populaire prône la démocratisation culturelle. En 1936 l'entrée en vigueur de la loi réduisant la semaine normale de travail à 40 heures (contre 48 heures avant) et la loi garantissant les congés payés, marque l'histoire culturelle française. Le temps libéré de travail peut être désormais consacré aux loisirs. Le Front Populaire crée un sous secrétariat d'état aux sports et aux loisirs confiés à Léo Lagrange, dont le but est de démocratiser les loisirs, dont la culture. Sport, tourisme, et développement culturel devient de plus en plus accessibles au grand nombre. Le Front adopte également une mission de la vulgarisation des grandes œuvres artistiques, et valorise la société de loisirs, sans faire la différence entre arts mineurs et majeurs. Il crée des mouvements d'éducation populaire et de jeunesse au sein du ministère de l'Éducation nationale. La démocratisation touche tous les secteurs, mais plus particulièrement le théâtre et les musées.⁷⁷

3.3. L'essor des associations

Dans les années 1950, avec la gauche au pouvoir sous la IVe République, la culture devient un axe majeur du programme politique et constitue une nouvelle responsabilité de l'Etat. Il s'agit de lutter contre les inégalités culturelles, de démanteler la croyance en

⁷⁶ Clemenceau Georges, « Musées du soir », *Le grand Plan*, Bibliothèques-Charpentier, Paris, 1896, p.396-404, (<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k637345/f487.image?fbclid=IwAR2ZLNGzne2ONmGsUa7QFSLBk7xMDsRHtrsPLwz4mJOutXkr2YY7sLVbDh4>).

universalité culturelle et de renforcer l'éducation populaire⁷⁸. Ce contexte établit les piliers du discours de la démocratisation culturelle⁷⁹. En 1946 pour la première fois on voit la reconnaissance du droit à la culture et aux loisirs, ce qui est indiqué dans le préambule de la Constitution du 27 octobre 1946 :

« La nation garantit l'égal accès de l'enfant et de l'adulte à l'instruction, à la formation professionnelle et à la culture. »⁸⁰

L'essentiel du travail dans la culture est fourni par un réseau d'associations, qui prônent les idéaux de l'éducation populaire. Ainsi, dans les années 1950 apparaissent Tourisme et Travail, Travail et Culture, et surtout Peuple et Culture, qui se distinguent le plus dans le mouvement de l'éducation populaire. De plus, leur renforcement culturel se propage vers la province. On voit la naissance d'un réseau d'associations telles que le Centre éducatif, le Centre d'éducation ouvrière, la Maison des jeunes, le bibliobus et les ciné-clubs. Le rêve est dans l'air : créer « une fraternité entre le peuple et les intellectuels, une culture commune à tous sans distinction »⁸¹. Peuple et Culture comprend des formateurs compétents qui poursuivent des méthodes « d'éducation active »⁸², en s'appuyant sur son système de fiches de lecture, de clubs, de bibliobus et sur sa collection « Regards neufs sur... ». L'association élabore, en effet, une « action culturelle » tout à fait moderne⁸³.

Ces exemples montrent les efforts de la démocratisation culturelle à travers des institutions non-académiques. Il paraît que ces initiatives, poursuivant l'instruction des masses à la culture, ressemblent à aux démarches modernes qui s'effectuent en ligne.

3.4. Ministère d'André Malraux : les œuvres capitales de l'humanité à la portée de tous

En 1959 voit le jour le ministère des Affaires Culturelles avec André Malraux à sa tête. C'est l'une des périodes les plus remarquables dans l'histoire culturelle française. Dans les premières lignes du décret fondateur du 24 juillet 1959 il écrit :

« Le ministère chargé des Affaires culturelles a pour mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre

⁷⁸ Cf. Glossaire, p. 1

⁷⁹ Goetschel Pascale, Loyer Emmanuelle, *Histoire culturelle de la France, de la Belle Époque à nos jours*, Armand Colin, Paris, 5e éd., 2018, p. 160.

⁸⁰ *Ibid.*, p.163

⁸¹ *Ibid.*, p.165

⁸² *Ibid.*

⁸³ *Ibid.*

possible de Français ; d'assurer la plus vaste audience à son patrimoine culturel ; de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent. »⁸⁴

C'est une étape cruciale pour la démocratisation culturelle française. De plus, Malraux instaure l'autonomie du budget des affaires culturelles et va les inscrire « dans un plan de cinq ans permettant de prévoir une continuité »⁸⁵. Cela nous engage à penser que la politique culturelle française existe réellement depuis cette année-là. En même temps, il incarne la démocratisation culturelle par les faits réelles : il fonde un Service de la création artistique dès 1961, un Centre national d'art contemporain en 1967, des conseillers régionaux à la création artistique sont nommés dans les 22 régions à partir de 1965⁸⁶. Il met également en place les maisons de la culture. Des lieux où, en contact direct avec les chefs-d'œuvre⁸⁷, le visiteur pourrait à avoir un véritable contact avec le patrimoine national.

Cependant, l'approche de Malraux est critiquée par sa « métaphysique exigeante » : l'accès direct à l'art⁸⁸. Elle limitait la compréhension des œuvres d'un public, qui ne possédait pas de solide bagage culturel, n'avait simplement pas « l'habitude de cette rencontre »⁸⁹. De plus, par la « culture pour chacun », dont parle André Malraux, il entend l'opposition à une culture « soviétique », qui dirige « tout le monde dans le même sens »⁹⁰. Il prône une « culture démocratique »⁹¹. Ainsi, il poursuit plutôt les objectifs d'une démocratie culturelle et non de la démocratisation culturelle⁹².

3.5. Ministère de Jack Lang : glissement vers la démocratisation d'une culture populaire

Pendant la période de Jack Lang (1981-1986 et 1988-1993) le ministère arrive enfin à sa maturité. Pour le chef d'Etat socialiste, François Mitterrand, l'enjeu culturel est une priorité. Outre les grands travaux (Grand Louvre, opéra Bastille, Bibliothèque nationale de France ou

⁸⁴ Citation tirée du site du gouvernement, (<https://www.culture.gouv.fr/Le-ministere-de-la-Culture-a-60-ans/60ans60dates#/Thursday-23-July-1959-Creation-du-ministere-de-la-Culture>).

⁸⁵ Girard Augustin, « Les Politiques Culturelles d'André Malraux à Jack Lang : Ruptures et Continuités, Histoire d'une Modernisation », *Hermès*, La Revue, Paris, CNRS Editions, 1996, n°20, p.28

⁸⁶ *Ibid.*, 29

⁸⁷ Goetschel Pascale, Loyer Emmanuelle, *op. cit.*, p.202

⁸⁸ Moulinier Pierre, « La démocratisation culturelle dans tous ses états », *op. cit.*, p. 4.

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ *Ibid.*, p. 3.

⁹¹ *Ibid.*

⁹² Il s'agit de l'opposition des deux concepts, Cf. Glossaire p. 1

encore Cité de la Musique), le budget alloué à la culture est doublé.⁹³ Jack Lang se lance dans la modernisation culturelle accélérée : multiplication des « centres d'art contemporain » (jusqu'à quatorze), un milliard dépensé chaque année pour les monuments historiques, doublement des personnels de recherche, modernisation accrue des musées. De plus, il augmente les classes culturelles à l'école, crée l'École nationale du patrimoine (une sorte d'École nationale d'administration des musées et des monuments historiques), renforce des positions de l'École du Louvre, multiplie de formations universitaires spécialisées (DESS)⁹⁴. Cependant, son ministère étendait massivement le champ culturel à des pratiques mineures ou populaires : jazz, les arts décoratifs (la mode, la publicité, le design). Ses aspirations se résumaient à une idée simple : populariser le concept de culture⁹⁵. En 1983, la direction du développement culturel (DDC) qualifie pour le Plan sa politique à long terme de « politique de démocratie et de diversification culturelle » : des actions spécifiques contre les inégalités et les disparités géographiques et la valorisation des identités culturelles⁹⁶.

Vers la fin des années 1980 – début 1990 il y a une forte volonté de développer des pratiques amateurs. En 1991, un « état des lieux » est publié à cet effet : accompagnement des pratiques amateurs par des professionnels ; aide à l'insertion professionnelle des praticiens amateurs ou semi-professionnels (jazz, musiques traditionnelles, rock et variétés)⁹⁷, etc.

Vers la fin des années 1980 les intellectuels critiquent une volonté poussée de Jack Lang de favoriser la culture populaire plus que l'accès à une culture légitime. En 1987, Alain Finkielkraut lance son attaque dans sa *Défaite de la pensée* (Finkielkraut, 1987) où il affirme que « la barbarie a fini par s'emparer de la culture »⁹⁸. Dans *L'Etat culturel*, Marc Fumaroli s'en prend à son tour au « tout-culturel » de Jack Lang. La culture est une « culture intéressée à éblouir le badaud », de type Las Vegas, modèle à l'opposé de l'exigence qui est celle de l'Université⁹⁹. Il affirme que culture est un « mot-valise », un « mot écran », « un énorme conglomérat composé de cultures dont chacune est à égalité avec toutes les autres »¹⁰⁰. Michel Schneider (Schneider, 1993), directeur de la musique sous Jack Lang, s'en prend à son ministre

⁹³ Fondu Quentin, Vermerie Margaux, « Les politiques culturelles : évolution et enjeux actuels », *Informations sociales*, 2015/4 (n° 190), p. 57-63.

⁹⁴ Girard Augustin, *Op. cit.*, p.35

⁹⁵ *Ibid.*, p.35

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ Moulinier Pierre, « La démocratisation culturelle dans tous ses états », *op.cit.*, p. 18.

⁹⁸ *Ibid.*, p. 20.

⁹⁹ *Ibid.*

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 21.

qui a noyé « les œuvres de l'esprit dans la consommation de l'insignifiant » alors que la « seule visée légitime » d'un Etat démocratique est « l'obligation de démocratiser l'accès aux œuvres d'art »¹⁰¹.

3.6. L'accès à l'art de nos jours : des limites toujours tangibles

Les politiques visant à sensibiliser le grand public à l'art ne sont pas neuves. Apparues principalement dans le XVIIIème siècle avec la Révolution, elles se sont renforcées dans la deuxième moitié du XXème. De nos jours, il n'est pas de débat d'une prise de conscience de la nécessité de rendre l'art le plus accessible possible. De nombreuses initiatives sont prises à différents niveaux pour renforcer l'accès à l'art. Cependant, malgré la volonté de rendre l'art accessible au plus grand nombre de citoyens, dans la pratique les efforts entrepris connaissent de limites.

L'état prône une politique de quasi-accessibilité totale de l'accès au patrimoine pour les jeunes. Les jeunes âgés de 18-25 ans profitent d'un accès gratuit à une cinquantaine des musées nationaux et à une centaine des monuments français¹⁰².

Un exemple moderne qui démontre une volonté des autorités de promouvoir l'accès à l'art chez les jeunes est le Pass Culture. 150 000 jeunes de 18 ans dans 14 départements bénéficient de 500€ pour accéder à des propositions culturelles variées et de qualité près de chez eux, suivant leurs choix¹⁰³. D'ici 2022, le ministère prévoit la généralisation du pass à l'ensemble d'une classe d'âge. Pourtant, en réalité ces résultats sont, en effet, « alarmants »¹⁰⁴. Selon France Culture, neuf mois après le début de l'initiative, seulement 25 000 jeunes se sont inscrits et ont dépensé en moyenne que 100 euros sur les 500¹⁰⁵. De plus, selon l'enquête de Mediapart « le livre arrive en tête des dépenses du pass mais se dirige surtout vers les classiques programmés dans le cadre scolaire, suivi de la musique, dont les trois quarts vont vers la plateforme de streaming Deezer »¹⁰⁶. Par ailleurs, malgré, l'engagement de l'Etat d'introduire une formation de l'histoire des arts à l'école, avec l'arrêté de 2008 sur *l'Organisation de*

¹⁰¹ *Ibid.*

¹⁰² Les informations tirées du site web du service public français, (https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F20348?fbclid=IwAR1CTqx8DtsGo7TdD9x3BcqPB1lo298L_q3A5IRIRv6vI-2qkioSQWuJCYE).

¹⁰³ Anonyme, « Franck Riester : "Les ambitions de la politique culturelle" », *Ministère de la Culture*, (<https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Franck-Riester-Les-ambitions-de-la-politique-culturelle>).

¹⁰⁴ Serrell Mathilde, « Le Pass Culture, autopsie d'une fausse bonne idée », *France Culture*, le 7 novembre 2019, (<https://www.franceculture.fr/emissions/la-theorie/la-transition-culturelle-du-jeudi-07-novembre-2019>).

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*

*l'enseignement de l'histoire des arts*¹⁰⁷, sa réalisation a été largement critiquée par des spécialistes. On trouve des notations comme : « les programmes sont inexistantes », « les évaluations incohérentes », « les enseignants ne sont pas toujours formés »¹⁰⁸. La mise en œuvre de la loi de juillet 2013 sur la refondation de l'école (qui a rendu obligatoire un parcours culturel et artistique), n'est pas non plus encourageante. L'accent est mis sur les pratiques personnelles et sur un accès direct aux œuvres et aux artistes, ce qui ne donne pas de clefs pour lire et comprendre un œuvre d'art¹⁰⁹ et nous renvoie à la même problématique qu'avec les maisons de culture de Malraux.

Ensuite, même si certains établissements académiques prestigieux, comme L'EHESS et Collège de France proposent des séminaires ou des cours magistraux gratuits dans l'art et/ou histoire de l'art et prônent l'ouverture au grand public, il est difficile de parler d'un succès de la démocratisation culturelle. En réalité les cours sont dispersés dans les heures de travail, ce qui empêche la population employée de participer physiquement à ces événements¹¹⁰. Le secteur privé qui favorise l'accès à la culture pour ses employés grâce au travail des « comités d'entreprise » paraît une bonne initiative de sensibiliser les salariés à la culture. Le développement d'activités culturelles au sein des entreprises a permis à de nombreux salariés de découvrir des lieux de culture « élitistes » qu'ils n'avaient pas l'habitude de fréquenter avant¹¹¹. Pourtant, les moyens des comités sont très souvent insuffisants et l'emploi du temps des salariés est souvent tendu, ce qui diminue les activités culturelles¹¹².

Pour continuer, nous pouvons aussi constater que la gratuité des musées permet d'augmenter très significativement le nombre d'entrées¹¹³. Ainsi, les Journées du patrimoine (l'exemple cité avant) connaît un succès stable depuis 2012, avec plus de 12 millions de visiteurs chaque année¹¹⁴. L'enquête de 2008 réalisée après une expérimentation par Ministère de la Culture – DEPS, précise que « qu'il s'agisse du public déjà familier des musées et plus encore des primo-visiteurs, l'effet accélérateur de la gratuité sur la démocratisation de l'accès aux institutions muséales est manifeste »¹¹⁵. Néanmoins, au long terme les résultats ne sont pas

¹⁰⁷ La forme plurielle souligne l'ouverture de la discipline aux autres champs artistiques.

¹⁰⁸ Glorieux Guillaume, *op. cit.*, p. 36

¹⁰⁹ *Ibid.*

¹¹⁰ Cette affirmation est déduite des heures des cours proposés sur les sites officiels des écoles.

¹¹¹ Gournay Karen, « Quelle est la place de la culture dans l'activité des Comités d'entreprise », Secteur Comité de groupe et Comité d'entreprise européen, *Force Ouvrière*, le 30 août 2017.

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ Eidelman Jacqueline, Céroux Benoît, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », *Cultures Etudes*, 2009/2 (n°2), p. 1-23.

¹¹⁴ « Les Journées du patrimoine ... », *op. cit.*

¹¹⁵ *Ibid.*

toujours encourageants. La France Culture fait remarquer que la gratuité n'aurait pas favorisé la démocratisation culturelle¹¹⁶. Certes, la fréquentation des musées a explosé entre 2001 et 2012¹¹⁷, mais la diversité n'est pas présente : pas assez de jeunes (ils ne représentent que 16%), de personnes des milieux défavorisés (75% des visiteurs ont suivi des études supérieures, 55% font partie des cadres et professions intellectuelles supérieures), manque d'hommes (65% des visiteurs sont des femmes). Ainsi, la gratuité des musées paraît un moyen pour attirer les habitués.

Un autre exemple qui démontre un effort considérable pour sensibiliser le grand public à l'art est le festival de l'histoire de l'art à Fontainebleau, qui a vu le jour en 2011¹¹⁸. C'est un événement gratuit qui propose tout un éventail des activités liés à l'art (conférences, débats, cinéma, visites guidées, spectacles, etc.) et qui s'adresse à un public très large : des professionnels d'art à tous les curieux¹¹⁹. Ces dernières années le festival connaît un grand succès, mais les nouveaux records de fréquentation sont dus à l'essor des visiteurs étrangers, qui forment désormais 29% de la fréquentation du château¹²⁰. Parmi les nationalités les plus représentées figurent les Chinois (20%), les Russes (8%), les Italiens (7%)¹²¹.

Une autre contrainte est le facteur géographique. Les établissements culturels se trouvent souvent dans les grandes villes. Ainsi, les personnes qui habitent dans des endroits éloignés des centres culturels, ne peuvent pas se permettre des pratiques culturelles comme le peuvent des citoyens des grandes villes de la France¹²².

Il paraît qu'Internet serait une solution universelle pour démocratiser l'accès des Français à l'art. En effet, les contenus en ligne proposent un accès direct aux connaissances, on peut y accéder à tout moment via Internet et à travers de différents supports numériques (smartphones, tablettes, ordinateurs). Leurs formats sont souvent courts, le langage employé est courant et la présentation répond aux habitudes des utilisateurs contemporains en ligne (humour, références culturelles modernes). De plus, les manières sont diverses, et chacun peut

¹¹⁶ Vaissière Elia, « La gratuité des musées : une politique en débat », *France Culture*, le 12 septembre 2013, (<https://www.franceculture.fr/economie/la-gratuite-des-musees-une-politique-en-debat>).

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ Glorieux Guillaume, *op. cit.*, p. 195.

¹¹⁹ Les informations tirées du site web du Festival de l'histoire de l'art, (<http://festivaldelhistoiredelart.com/festival/>).

¹²⁰ Hervy Angeline, « 2019 : nouveau record de fréquentation au château de Fontainebleau », *Château de Fontainebleau*, Communiqué de presse, le 2 janvier 2020.

¹²¹ *Ibid.*

¹²² Certains de nos enquêtés ont fait remarquer c'est un des facteurs essentiels de l'élitisme de l'histoire de l'art. Cf annexe N°2, p. 127-128.

y trouver ce qui lui convient le plus : vidéos vulgarisatrices sur YouTube ou MOOC culturels pour se réveiller le matin, des applications mobiles de format micro-learning pour apprendre de nouveaux sujets dans les transports en commun, etc¹²³.

Les musées d'art alimentent de plus en plus leurs sites officiels avec des enregistrements, des conférences et des colloques animés par des professionnels de l'art. Certains forment des partenariats avec des entreprises afin de créer de nouveaux formats de contenus. Par exemple, la Fondation Orange crée des MOOC culturels avec la Réunion des musées nationaux - Grand Palais, Musée du Louvre, Musée d'Orsay, et d'autres. YouTube a ainsi ouvert la voie pour le partage gratuit des connaissances¹²⁴ et a permis aux amateurs d'art de partager leurs savoirs en adoptant leurs propres styles de storytelling. Les jeunes entrepreneurs ont mobilisé leurs imaginations pour créer de nouveaux formats d'apprentissage disponibles à travers des applications mobiles (*Minitopo*, *Artips*). La plupart de ces sources sont totalement gratuites, soient avec des achats intégrés (par exemple, certaines applications mobiles rendent des contenus supplémentaires payants)¹²⁵. Cela nous amène à penser à des nouveaux outils de la démocratisation culturelle. Mais peut-on parler de nouvelles possibilités de la démocratisation culturelle grâce à Internet ? Il paraît qu'avant son arrivée, les médias (majoritairement la télévision) étaient censés à jouer ce rôle.

4. Sensibilisation à l'histoire de l'art et à la culture avant Internet : vulgarisation scientifique, presse, télévision et la radio

Depuis des siècles, l'accès à l'art et la culture était un privilège de l'élite sociale. A partir du XVIIIème et XIXème siècle, nous voyons la propagation de la vulgarisation scientifique qui permet au plus grand public (femmes, jeunes, ouvriers, payants) de s'emparer des savoirs scientifiques.

Le XXème siècle a été marqué par des efforts réels d'incarner la démocratisation culturelle. Cependant, comme nous l'avons vu avec les Maisons de la Culture, la simple ouverture d'accès à l'art ne garantit pas une démocratisation des savoirs dans ce domaine. Pour créer un lien entre l'Homme et l'art, il faut bien un médiateur. Avant l'arrivée d'Internet, les

¹²³ Nous allons voir toutes les sources françaises gratuites et disponibles en ligne dans le deuxième chap.

¹²⁴ Dans le sens où l'utilisateur ne paye pour le contenu qu'il regarde.

¹²⁵ Le cas des application mobiles *Minitopo* et *Artips*.

principaux moyens pour sensibiliser le grand public à l'art étaient les médias : presse, radio et télévision.

4.1. La vulgarisation scientifique

Traditionnellement la vulgarisation est considérée comme une manifestation de l'expansion continue de la culture scientifique au sein de la société¹²⁶. Elle suppose un échange, une médiation entre une communauté dite « savante » et un public « ignorant », mais désireux des connaissances¹²⁷. Ainsi, la communauté « savante » tient le rôle du traducteur d'une langue scientifique à une langue qui est ordinaire pour un grand public¹²⁸. Dans les travaux, Shinn et Whitley (*Expository Science : Forms and Functions of Popularization*, 1985), les auteurs parlent d'une nouvelle histoire « sociale » des sciences et proposent de « saisir de la vulgarisation comme une activité indissolublement cognitive et communicationnelle »¹²⁹. Ainsi, la vulgarisation contient de divers genres d'exposition. Il ne s'agit pas d'un message qui circule du haut à bas¹³⁰, mais plutôt d'une transmission des savoirs entre les « deux machines cognitives »¹³¹, chacune possédant son propre langage.

Les sciences sociales, s'intéressent à la vulgarisation scientifique à partir des années 1970. De nos jours, l'histoire de l'art en ligne devient de plus en plus une thématique de vulgarisation scientifique dont s'empare les experts, académiciens, jeunes diplômés¹³².

La vulgarisation scientifique est étudiée à travers les différents centres d'intérêt¹³³. Le premier fait partie d'une histoire culturelle classique. La vulgarisation est un corollaire de l'idéologie du progrès¹³⁴. Elle représenterait une rupture avec ce qui lui précède. Au XVIIème siècle, la culture scientifique est réservée au passe-temps de l'élite sociale, et il n'y avait pas d'aspiration de sortir du cercle étroit. Vers la fin du XIXème, la vulgarisation se déprise¹³⁵ et les sciences deviennent plus accessibles au plus grand nombre. Cela est dû, d'abord, à un véritable mouvement militant, originaire de la communauté scientifique qui voulait

¹²⁶ Delporte Christian, Mollier Jean-Yves, Sirinelli Jean-François, Blandin Claire (coordination scientifique), *Dictionnaire de l'histoire culturelle de la France contemporaine...*, *op. cit.*, p.858.

¹²⁷ *Ibid.*

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ *Ibid.*

¹³⁰ *Ibid.*

¹³¹ *Ibid.*

¹³² Nous évoquerons les acteurs de la vulgarisation plus en détails dans la deuxième partie.

¹³³ Delporte Christian, Mollier Jean-Yves, Sirinelli Jean-François, Blandin Claire, *op. cit.*, p. 856.

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ *Ibid.*

« populariser » les connaissances et favoriser les échanges entre les classes sociales¹³⁶. Un autre centre d'intérêt de la vulgarisation, est le développement des différentes formes de l'imprimé. La vulgarisation était inscrite dans un contexte où la culture du journal cultivant la périodicité était en plein essor. Ainsi, nous voyons l'apparition des « feuilletons scientifiques », qui imposait un nouveau style journalistique avec la domination des impératifs de rapidité et de brièveté¹³⁷. Nous allons voir dans la deuxième partie, que les mêmes éléments (brièveté et rapidité) prévalent dans la vulgarisation de l'histoire de l'art en ligne (vidéos vulgarisatrices sur YouTube). Par ailleurs, la vulgarisation s'empare d'autres formes de transmission des connaissances comme des cours populaires des sciences, des conférences mondaines payantes (qui peuvent ressembler à des cours payants sur l'histoire de l'art, organisés par des musées nationaux comme La Réunion des musées nationaux et L'école du Louvre).

Ainsi, au cours des XVIIème- XIXème siècles, grâce à la propagation de la vulgarisation scientifique et des moyens de communication (presse) le public de la science commence à s'élargir. On voit désormais un public un peu plus segmenté : enfants, dames, ouvriers et paysans¹³⁸.

4.2. Presse écrite

Au XIXème siècle les revues étaient consacrées principalement aux connaisseurs du sujet. Ainsi, ont vu le jour les revues spécialisées comme le *Bulletin monumental*, créée par Arcisse de Caumont (1801-1873) ; la *Gazette des Beaux-Arts*, fondée en 1859 par Edouard Houssaye et Charles Blanc, et publiée jusqu'en 2020 au rythme mensuel.¹³⁹ Pendant un siècle et demi, cette deuxième revue a été une référence mondiale dans le domaine de l'histoire de l'art.¹⁴⁰ Le XXème siècle, en revanche, voit l'apparition des revues destinées au grand public, dont le ton des récits est plus vulgarisateur. *L'Œil* fait partie des plus anciennes. Fondée en 1955 la revue adopte une démarche originale : elle s'ouvre au public plus large et propose de textes plus simples, sortant du champ restreint de l'histoire de l'art, notamment sur la décoration et le design¹⁴¹. En 1983 voit le jour la revue *Beaux-Arts Magazine*. Elle continue à sortir à rythme mensuel et consacre ses contenus aux arts sous toutes ses formes et à toutes les périodes. Certaines revues, comme *L'Estampille-L'Objet d'Art*, créée en 1969, accorde une grande

¹³⁶ *Ibid.*

¹³⁷ *Ibid.*, p. 857.

¹³⁸ *Ibid.*, p. 858.

¹³⁹ Glorieux Guillaume, *op. cit.*, p. 178.

¹⁴⁰ *Ibid.*

¹⁴¹ *Ibid.*, p. 179.

importance à l'art moderne, peinture, sculpture, architecture et arts décoratifs, et parlent des actualités dans le monde d'art.

4.3. Télévision

Dans les années 1950 la télévision connaît une phase d'institutionnalisation¹⁴². Cette période est marquée par la naissance des premières grandes émissions sur les arts et de l'apparition des premiers spécialistes, essentiellement Jean-Marie Drot, Max-Pol Fouchet et Jean d'Arcy, qui pour longtemps seront les principaux promoteurs de l'art à la télévision française.¹⁴³

La culture transmise via la télévision à l'époque possède les trois caractéristiques importantes.¹⁴⁴ D'abord, c'est une culture scolaire dans le sens d'une culture légitimée par l'instance qui la produit et/ou la transmet. Ensuite, c'est une culture savante, transmise par des clercs à destination d'un public en voie de formation. Finalement, il s'agit d'une culture visant l'universalité des valeurs et des jugements de goûts, défendue au nom d'un projet de démocratisation culturelle¹⁴⁵.

Christine Goyetsche a répertorié 27 émissions principales sur l'art créées entre les années 1950 et 1974 (figure 2).

¹⁴² Voir notamment Monique Sauvage et Isabelle Veyrat-Masson, avec la collaboration de Géraldine Poels, *Histoire de la télévision française de 1935 à nos jours*, Paris, Nouveau monde, 2012.

¹⁴³ Hamery Roxane, « La rencontre des arts et de la télévision française. Réunion naturelle ou antagonisme culturel ? », *Politiques de la Culture*, Open Edition, le 12 février 2019, (https://chmcc.hypotheses.org/8375#_ftnref3).

¹⁴⁴ *Ibid.*

¹⁴⁵ *Ibid.*

Figure 2 : Les émissions principales sur l'art créées entre les années 1950 et 1974¹⁴⁶

Liste des principales émissions sur l'art de la télévision française, créées entre les années 1950 et 1974 (d'après le référencement effectué par C. Goyetsche dans les *Dossiers de l'audiovisuel*)

- Le Cabinet de estampes/le cabinet de l'amateur, J-M Drot, 1952
- Le Magazine des arts et des lettres, P Dumavet, 1952
- Correspondances, J-M Drot, 1953
- Expositions de Paris, P Meurisse/J-P Sassy, 1954
- L'Art et les hommes, J-M Drot, 1955
- Plaisir des arts, J-L Dejean/J Floran/M-P Fouchet, 1959
- Les Secrets des chefs-d'œuvre, C Dagues/J Thévenot/M Hours, 1959
- Terre des arts, J-L Dejean/J Floran/M-P Fouchet, 1959
- Musique pour les yeux, S Worms/R Bernard/J-C Morel, 1965
- Art actualité, A saulnier, 1966
- L'Art et la manière, J-J Bloch/M Sautet, 1967
- L'Amour de l'art, A Saulnier, 1968
- Gustave Doré raconte, C Santelli, 1968
- L'Œil en fête, P Alexandre/M Tournier, 1968
- Ombre et lumière, D Lecomte, 1968
- Revue des arts, M Chapuis/P Schneider, 1968
- Atelier 70, R Bertin, 1969
- Champ visuel, M Chapuis/P Schneider, 1969
- Jouez sur deux tableaux, F Bergerac, 1969
- Le Monde des arts, M Chapuis, 1970
- Le Musée imaginaire, P Breugnot, 1972
- Des yeux pour voir, P Desfons/A Saulnier, 1973
- Du côté de chez les Maeght, E Victor, 1973
- Forum des arts, A Parinaud, 1973 – avec MP Fouchet
- La Peinture et l'histoire, P Breugnot, 1973
- Une aventure de la lumière : l'impressionnisme, M-P Fouchet, 1974
- Des formes et des couleurs, J-Meurice/A Pacquement, 1974

Ces émissions ont été constituées des séries d'amples très variables. Certaines ont duré sur une période de dix ou vingt ans, d'autres ont connu une durée de vie plus brève, limitée à quelques numéros. Les statistiques de la fin des années 1960 montrent un poids considérable des magazines culturels (figure 3), qui restent relativement importantes dans les années 1970.

Figure 3 : Temps d'antenne des différents genres, semaines du 25 au 31.03.1968¹⁴⁷

Tableau X : Semaines du 25 au 31.3.1968 et du 25.3. au 1.4.1973. Temps d'antenne des différents genres (en minutes et en pourcentage du temps total).

	1968		1973	
	minutes	%	minutes	%
Journaux télévisés et information régionale	835	16	1145	18
Magazines politiques et d'information	310	6	290	5
Magazines divers	220	4	635	10
Magazines culturels	1010	19	865	13
Sports	232	4	387	6
Variétés	792	15	842	13
Jeux	177	3	250	4
Films	460	9	665	10
Feuilletons	420	8	730	11
Dramatiques	290	6	215	3
Emissions religieuses	150	3	150	2
Emissions pour la jeunesse	355	7	260	4
Total :	5251	100	6434	100

¹⁴⁶ Hamery Roxane, *op. cit.*

¹⁴⁷ Michel Souchon, « Lettre ouverte à Messieurs les directeurs de la télévision », *Études*, janvier 1975, p. 26.

La période des années 1950-1960 voit également la naissance d'un nouveau « genre » - les courts métrages sur l'art-, considéré comme un « genre » le plus noble du court métrage¹⁴⁸. Jean-Pierre Berthomé, critique et historien de cinéma, a effectué un recensement des films français sur l'art sortis sur les écrans entre 1946 et 1961. Le résultat - une importance quantitative de ce « genre » parmi les courts métrages¹⁴⁹. Selon les études de Jean-Pierre Berthomé, l'un des sujets privilégiés était la peinture. Souvent, le recours aux productions artistiques d'un peintre ou d'une époque devenait l'occasion de raconter un récit historique ou sociologique plutôt que de traiter de l'œuvre ou de l'artiste (sa vie, son travail, son univers ou son style).

Outre les films ou documentaires sur l'art hérités de la tradition cinématographique, les séries, magazines et collections se côtoient. La série fait rapidement concurrence aux films ou documentaires sur l'art. Elle impose l'idée d'une suite finie, n'ayant pourtant pas de périodicité régulière dans la diffusion. Ensuite, le magazine s'intègre dans une grille de programmation. Il sort avec une périodicité régulière, puisqu'il s'agit d'un rendez-vous à jour et heure fixes qui rend compte de l'actualité (de la création, des expositions, etc.)¹⁵⁰. Ce genre représente une forme plus spécifiquement télévisuelle, en mêlant souvent des reportages d'un présentateur et des débats, parfois en direct.¹⁵¹

Ainsi, les années 1960 étaient auréolées par l'enjeu de « faciliter l'accès à la culture légitime »¹⁵². Selon Jost, l'arrivée de la seconde chaîne en 1964 et le début de la concurrence marquent un « déplacement qui dote le mot culture d'un nouveau contenu, [...] c'est le glissement du culturel à l'éducatif. Diffuser de la culture, ce n'est plus seulement faire accéder aux œuvres, mais c'est apprendre à ceux qui ne savent pas »¹⁵³. Pourtant, les émissions sur les arts ont fait face à des critiques, notamment sur la manière dont ces séries sont caractérisées et accueillies. L'un des grands maux dénoncés est « l'ennui » suscité par ces émissions¹⁵⁴. L'enjeu fondamental résidait dans l'idée qu'après un travail fatigant, les spectateurs cherchaient du divertissement à la télévision et non les émissions savantes, qui demandent des efforts intellectuels. De ce fait, à partir des années 1970 on voit une rupture idéologique avec un

¹⁴⁸ *Ibid.*

¹⁴⁹ *Ibid.*

¹⁵⁰ Hamery Roxane, *La télévision et les arts : Soixante années de production*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2014., p. 7-17.

¹⁵¹ *Ibid.*

¹⁵² *Ibid.*

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ *Ibid.*

glissement vers « la Culture aux industries culturelles » et qui entraîne « le fait que l'on s'intéresse moins au patrimoine qu'aux produits de l'actualité et que l'on considère comme culturels... »¹⁵⁵. En effet, ce glissement s'explique par l'enlèvement des formats documentaires dans les grilles des programmes. « L'éclatement de l'ORTF en 1974 exacerbe la concurrence et conduit les chaînes à rejeter les documentaires, jugés trop sérieux, donc rébarbatifs, aux heures tardives [...] »¹⁵⁶.

4.4. Radiodiffusion culturelle

La radio se développe en France majoritairement pendant la première guerre mondiale. Par la loi des finances de 1923, la radio devient un monopole d'État¹⁵⁷. Les dirigeants politiques s'attendaient à ce que la radio « serve la culture française », en diffusant des œuvres esthétiques et intellectuelles de « qualité ». Au départ les programmes englobaient l'information (« Journal parlé » de 1921) et la musique¹⁵⁸. Les années vingt sont caractérisées par l'époque d'expérimentation¹⁵⁹, on y trouve le journal, mes émissions sur la musique classique, des variétés, des reportages sportifs. Enfin, la radio devient un moyen principal de la culture de masse¹⁶⁰.

Pendant la deuxième guerre mondiale, la Fédération Française de Radiodiffusion est soumise à la censure de Vichy. Elle centralise les radios privées de la Zone Sud avec un programme commun. Les émissions artistiques de la radio de Vichy sont réalisées essentiellement dans les stations régionales qui n'offrent plus de décrochage local¹⁶¹.

Après la guerre les stations de radio les plus importantes dans le domaine artistique sont France Culture et France Inter. Le première, héritière du Programme National et fondé en 1944, est consacrée aux arts et à l'activité intellectuelle française¹⁶². France Inter, héritière de Paris Inter, avaient également des contenus consacrés à la culture et l'art.

¹⁵⁵ *Ibid.*

¹⁵⁶ *Ibid.*

¹⁵⁷ Maurice Crubellier, *Histoire culturelle de la France, XIXe-XXe siècle*, Armand Colin, 1974, 454 p.

¹⁵⁸ *Ibid.*

¹⁵⁹ Goetschel Pascale, Loyer Emmanuelle, *op. cit.*, p. 61.

¹⁶⁰ *Ibid.*

¹⁶¹ Les informations sont tirées du site Tele Sat Médias, page consacré à Histoire de la Radio-Télévision en France (1901-1967), (<https://telesatmedias.com/histoire-de-la-radio-television-en-france/>).

¹⁶² Delporte Christian, Mollier Jean-Yves, Sirinelli Jean-François, Blandin Claire (coordination scientifique), *Dictionnaire de l'histoire culturelle de la France contemporaine...*, *op. cit.*, p. 688.

Au cours du XX^mè siècle la radiodiffusion était consacrée plutôt à des sujets d'une culture de masse. Nous n'avons pas pu trouver d'exemples concerts par rapport à des émissions de radio sur l'histoire de l'art. Nous pouvons dire que le principal fournisseur des savoirs sur l'art est devenu et reste jusqu'à aujourd'hui France Culture. Il faut faire remarquer que l'écoute et les *podcasts* restent encore fortement utilisés pour transmettre les connaissances sur l'histoire de l'art, et certains vulgarisateurs en ligne (*Sous la Toile*, chaîne YouTube de la Réunion des musées nationaux - Grand Palais Grand Palais, par exemple), proposent des contenus en format *podcast*.

5. Conclusion de la première partie

Pour conclure, l'histoire de l'art est une discipline trouvant ses origines en Allemagne et dont l'apparition en France a lieu au cours du XIX^mè siècle. C'est une discipline complexe, qui vise à appréhender et à interpréter les œuvres d'art, des objets visuels, à travers un prisme historique, géographique, et prenant en compte la perception psychologique de l'œuvre au fil de l'histoire, tout en étudiant l'évolution des techniques des artistes et leurs manières d'expressions artistiques. L'importance de l'histoire de l'art s'explique par des enjeux différents : démocratique (pouvoir interpréter une masse d'images qui nous entourent au quotidien) ; celui de l'épanouissement personnel ; social (l'histoire de l'art favorise un sentiment d'appartenance à la même culture) ; économique (l'art permet de développer des territoires français avec des événements locaux) ; politique (l'histoire de l'art permet l'éducation civique) ; enfin, l'histoire de l'art répond à une demande croissante de l'étude artistique dans les milieux scolaires. Le rôle essentiel de promouvoir l'art et la culture est attribué aux musées français.

Tout au long de l'histoire française, plus particulièrement de la Révolution et jusqu'à nos jours, de nombreuses initiatives visent à rendre l'art et la culture plus accessibles au grand public. Les débats autour du renforcement de la culture s'intensifient après la deuxième guerre mondiale. Le ministère d'André Malraux est à l'origine d'un développement culturel majeur, lorsqu'il initie par décret l'objectif de rendre les œuvres capitales accessibles au plus grand nombre des Français.

De nos jours, nous pouvons voir de nombreux projets qui ont pour objectif de renforcer l'intérêt pour l'art chez les Français : bénéfices tarifaires pour les jeunes, initiations à l'histoire des arts à l'école, l'organisation d'événements locaux sur l'art, etc. Néanmoins, certains projets échouent (comme *pass culture*). En pratique, l'histoire de l'art attire le plus souvent des

personnes issues des classes sociales élevées, et les inégalités persistent (absence d'accès à la culture pour ceux qui vivent à la campagne).

Internet et ses ressources numériques audiovisuelles gratuites sur l'histoire de l'art (vidéos de vulgarisation sur YouTube, dossiers multimédias des musées, MOOC culturels, etc.) pourraient remédier à cette fracture culturelle en proposant un accès immédiat et des contenus vulgarisateurs.

II. Le numérique et l'histoire de l'art : de nouveaux formats de diffusion des savoirs **au** plus grand nombre

« Par pratiques culturelles, on entend généralement l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique, qui engagent des dispositions esthétiques et participent à la définition des styles de vie : lecture, fréquentation des équipements culturels (théâtres, musées, salles de cinéma, salles de concerts, etc.), usages des médias audiovisuels, mais aussi pratiques culturelles amateurs »¹⁶³.

L'arrivée d'Internet, l'élargissement de l'accès à sa connexion et l'utilisation massive des outils numériques comme l'ordinateur, le smartphone et la tablette ont considérablement modifié les usages des Français en matière de culture : ils ont migré vers la Toile. Grâce à Internet et à un accès omniprésent aux savoirs, on voit l'essor d'un nouveau type d'individu, le *pro-am* (« professionnel-amateur »)¹⁶⁴. Ce nouvel individu souhaite reconquérir des pans entiers de l'activité sociale comme les arts, la science, la politique¹⁶⁵. Nous sommes ainsi dans une société de la connaissance¹⁶⁶ qui permet à chacun d'accéder aux savoirs qu'il recherche et de les mettre finalement en pratique.

Internet connaît réellement un essor à partir du milieu des années 2000. Depuis 2000, le nombre d'internautes en France est passé d'environ 8,5 millions à plus de 52 millions en 2018¹⁶⁷. Aujourd'hui près de 80 % de la population française utilise Internet¹⁶⁸. Les jeunes de 12 - 39 ans passent plus de 21 heures sur Internet par semaine (c'est le cas de 62% des 18-24 ans), c'est plus que d'autres catégories d'âge¹⁶⁹. Entre 2012 et 2016 la part des Français passant plus de 21 heures par semaine sur Internet est passée de 17 à 27 %. Cela est dû à l'expansion de la connexion Internet et à l'usage accru des smartphones et tablettes¹⁷⁰.

¹⁶³ Coulangeon Philippe, « Sociologie des pratiques culturelles », Paris, *La Découverte*, 2010, p. 3-4.

¹⁶⁴ Leadbeater Charles, Miller Paul, *The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts are changing our Economy and Society*, Londres, Demos, 2004.

¹⁶⁵ Flichy Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 2010, p. 8.

¹⁶⁶ *Ibid.*

¹⁶⁷ Les statistiques tirées du site *Statista*, (<https://fr.statista.com/themes/2771/l-utilisation-d-internet-en-france/>).

¹⁶⁸ *Ibid.*

¹⁶⁹ *Ibid.*, (<https://fr.statista.com/statistiques/472593/temps-passe-en-ligne-par-semaine-age-france/>)

¹⁷⁰ Patard Alexandra, « Les 10 chiffres d'Internet en France en 2019 », *Médiamétrie*, 21 février 2020, (<https://www.blogdumoderateur.com/10-chiffres-internet-france-2019/>).

1. La dématérialisation des pratiques culturelles des Français **en** début du XXIème siècle

1.1. L'essor de la culture d'écran durant la première décennie 2000

Vers la fin de la première décennie des années 2000 nous voyons une montée générale des pratiques culturelles effectuées à travers les écrans. Près d'un ménage sur cinq possède désormais un écran plat ou un « home cinéma » ; les lecteurs et graveurs de DVD ont largement remplacé les magnétoscopes, les consoles de jeux ont envahi de nouveaux foyers¹⁷¹. A cela s'ajoute le succès des téléphones portables multi-fonctions¹⁷² et des ordinateurs¹⁷³. La généralisation de l'internet à haut débit¹⁷⁴ et l'élargissement considérable des possibilités de stockage et d'échange de musiques parachèvent le tout¹⁷⁵. Les appareils fixes, consacrés à une fonction précise (écouter des disques, regarder des programmes de télévision, lire des informations, communiquer avec un tiers, etc.), ont été remplacé ou complétés par des appareils mobiles offrant un grand nombre de fonctionnalités au croisement de la culture, du divertissement et de la communication interpersonnelle¹⁷⁶. Ainsi, sous l'effet des progrès technologiques, l'accès à l'art et à la culture est devenu plus facile.

En 1980-1990 la culture de l'écran se limitait majoritairement à la consommation de programmes télévisés et s'associait à une faible participation à la vie culturelle. En revanche, vers la fin de la première décennie du XXIème siècle ce n'est plus le cas. Effectuer une activité culturelle, comme visiter un musée, se rendre au théâtre ou lire des livres, est devenu plus accessible grâce à la connexion à Internet plus répandue.¹⁷⁷

1.2. La culture d'écran dans la deuxième décennie des années 2000 : la mutation des médias et le renforcement des pratiques culturelles en ligne

¹⁷¹ Donnat Olivier, « Les pratiques culturelles à l'ère numérique », *L'Observatoire*, 2010/2 (N° 37), p. 18-24.

¹⁷² Le nombre de Français ayant un téléphone portable a augmenté de 62% en 2003 à 83% en 2010, Voir : *Statista*, *op. cit.*

¹⁷³ En 2007, 64% des ménages français étaient équipés d'un ordinateur portable, (<https://www.journaldunet.com/solutions/dsi/1125278-foyers-equipés-en-micro-ordinateurs-en-france/>).

¹⁷⁴ Par exemple, en 2010, 74% de foyers français avaient accès à Internet contre 41% en 2006. *Statista*, *op. cit.*

¹⁷⁵ Donnat Olivier, « Les pratiques culturelles à l'ère numérique, *L'Observatoire* », *op. cit.*

¹⁷⁶ *Ibid.*

¹⁷⁷ *Ibid.*

Durant la deuxième décennie 2000 et vers sa fin, la culture d'écran se renforce. L'ordinateur est désormais indispensable pour le travail, les études et les loisirs. Le taux d'équipement en ordinateur à domicile en France a progressé de 55% en 2003 jusqu'à 83% en 2013¹⁷⁸. La culture d'écran devient de plus en plus pertinente avec l'arrivée des appareils nomades. Encore négligeable au début des années 2000, la part des ménages équipés en ordinateur portable, netbook ou ultraportable a été multipliée par six en onze ans pour atteindre 62 % en 2017¹⁷⁹.

Le smartphone, cet outil sans lequel on a du mal à imaginer notre vie d'aujourd'hui, arrive pour la première fois en tête des équipements digitaux en 2016¹⁸⁰. Désormais, 77 % des Français âgés de 18 à 75 ans déclarent en posséder un. Grâce à son usage, l'accès aux savoirs **et pratiques** culturelles devient encore plus facile : lire un article, regarder une nouvelle vidéo ou trouver une exposition qui nous tient **au** cœur, est dorénavant possible en quelques clics, de n'importe quel endroit du monde, dès l'instant où l'on dispose d'une connexion Internet. Nous ne sommes plus obligés de courir à la maison ou à notre lieu de travail pour nous connecter depuis notre ordinateur fixe.

Les tablettes tactiles, elles aussi, ont facilité l'accès à des pratiques culturelles. Près de la moitié de la population française possède ce type d'outil de communication¹⁸¹. Les pratiques étant très variées, un grand nombre (35.8% des usagers) l'utilise pour des recherches à caractère culturel (musées, cinéma, spectacle, etc.¹⁸²) et 12. 5% l'utilise afin de regarder des films ou d'écouter de la musique¹⁸³. La lecture demeure une autre fonctionnalité principale : 30% des jeunes possédant une tablette affirment lire « par plaisir », alors qu'ils ne sont que 5% chez ceux qui n'en possèdent pas¹⁸⁴.

Les appareils nomades ont également bouleversé l'utilisation de la télévision et de la radio. L'intérêt pour les médias traditionnels, comme la radio et la télévision, a commencé à

¹⁷⁸ Statista, op. cit., (<https://fr.statista.com/statistiques/531157/equipement-ordinateur-a-domicile-france/>)

¹⁷⁹ Gleizes François, Grobon Sébastien, Legleye Stéphane, « Des appareils électroniques aux services en ligne : une diffusion massive des nouvelles technologies en 30 ans », *Institut national de la statistique et des études économiques*, Statistiques et études, le 18 novembre 2019, (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/4193175>)

¹⁸⁰ Anonyme, « Usages Mobiles. Les Français et le smartphone en 2016 : une relation fusionnelle », Deloitte , (<https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/usages-mobiles-2016.html>).

¹⁸¹ Statista, op. cit., (<https://fr.statista.com/statistiques/503544/nombre-utilisateurs-tablettes-france/>).

¹⁸² Forsans Emmanuel, « 58,2 % des Français utilisent sa tablette plusieurs fois par jour », *Agence Française pour le Jeu Vidéo*, 27 mars 2013, (https://www.afjv.com/news/2331_etude-usages-tablettes-france.htm).

¹⁸³ *Ibid.*

¹⁸⁴ Informations tirées du site de ministère de l'Education nationale et de la jeunesse, (<https://eduscol.education.fr/numerique/dossier/apprendre/tablette-tactile/aspects-socio-culturels>)

diminuer au début des années 2000¹⁸⁵. Aujourd’hui nous observons un changement d’usages de ces médias. La multiplication de nouveaux canaux d’informations (ordinateurs portables, tablettes, smartphones) induit une fragmentation de la consommation média. Le portable se surajoute « à des moments auxquels on ne consommait pas les médias auparavant »¹⁸⁶. Ainsi, depuis une dizaine d’années, les loisirs numériques sont en forte hausse¹⁸⁷. Les études de Médiamétrie ont montré qu’au cours des 10 dernières années, la révolution numérique a induit une forte croissance du temps passé à consommer les médias : le temps que nous consacrons à ces activités a progressé de plus de 20%¹⁸⁸. En même temps, une tendance intéressante dans les médias peut être remarquée : changement de formats des médias traditionnels. Par exemple, la radiodiffusion sur Internet a permis à la radio de s’enrichir de données multimédias¹⁸⁹, comme la vidéo en direct (on l’appelle également la « radio visuelle »). Pour être visibles et attractifs sur les réseaux sociaux, les médias adoptent de nouvelles stratégies : la radio est filmée, la télévision s’écoute, la presse se regarde¹⁹⁰. De plus en plus, le numérique rend les contenus de moins en moins associés à un média particulier¹⁹¹.

Concernant les pratiques en ligne, Internet a renforcé la pratique de l’écoute de la musique et le visionnage des films. De nos jours, en France, l’écoute de la musique et le visionnage de films ou de séries représentent les deux pratiques culturelles auxquelles les internautes consacrent le plus de temps¹⁹². La musique est largement écoutée via le streaming audio et l’intermédiaire du smartphone¹⁹³. Le streaming est étroitement lié au visionnage de films et de séries.

¹⁸⁵ Dans le rapport sur « Les pratiques culturelles à l’ère numérique », *L’Observatoire*, Olivier Donnat précise que, à partir des années 2000, et jusqu’au 2008, il y a un déclin considérable d’audience de la télévision et de la radio, principalement parmi les jeunes.

¹⁸⁶ Etienne Thierry-Aymé, « Les nouveaux usages des médias passés au crible », *Les Echos*, le 5 septembre 2019, (<https://www.lesechos.fr/thema/articles/les-nouveaux-usages-des-medias-passes-au-crible-1129140>).

¹⁸⁷ *Ibid.*

¹⁸⁸ Anonyme, « Les écrans et devices numériques sont aujourd’hui omniprésents dans les foyers Français et ont contribué à la transformation des pratiques médias et loisirs numériques », *Médiamétrie*, (<https://www.mediаметrie.fr/fr/transformation-des-usages-medias>).

¹⁸⁹ De Cuetos Philippe, « Quand la technologie change l’écoute de la radio », *La revue des médias*, l’Institut National de l’audiovisuel, le 15 mars 2016, (<https://larevuedesmedias.ina.fr/quand-la-technologie-change-lecouete-de-la-radio>).

¹⁹⁰ Ministère de la Culture et de la Communication, « Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2019 », *Chiffres clés statistiques de la culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2019, p. 193.

¹⁹¹ *Ibid.*

¹⁹² Des Esseintes Aymeric, « Numérique et démocratisation de la culture », *Enjeux numériques*, N°6 juin 2019, *Annales des Mines*, p.53.

¹⁹³ *Ibid.*

2. Le succès des formats audiovisuels : une pratique en hausse chez les internautes

2.1. Les tendances de la vidéo en ligne

Internet a modifié les moyens d'accès à la formation. Ce changement est accompagné par de nouveaux usages, devenus possibles grâce à des appareils nomades. Tout cela a modifié nos modes de consommation de l'information : désormais les pratiques audiovisuelles, et surtout la vidéo, occupent une place privilégiée chez les internautes. Ainsi, chaque jour, 23,7 millions d'utilisateurs surfent sur les sites et applications de TV, vidéo et SVoD, soit 2 millions et demi de plus en un an¹⁹⁴. Ce sont principalement les jeunes qui se sont emparés de ces formats : chaque jour, 70% des 15-24 ans visitent des *pure players* vidéo ou des sites de chaînes de TV, pour regarder des séries, du sport en live, des dessins animés, des programmes en *replay*, etc. Selon une étude BVA pour SOxH Factory, destinée à mieux comprendre les usages vidéo des internautes, on observe un appétit croissant pour la vidéo de nos jours¹⁹⁵. Selon les statistiques, pas moins de 82% des français regardent des vidéos sur le web¹⁹⁶. La plus consommatrice est la catégorie des personnes âgées de moins de 35 ans : 94% d'entre elles regardent des vidéos, et le mobile s'impose de plus en plus comme outil de visionnage¹⁹⁷.

Les deux portails principaux de consultations des vidéos des internautes sont les plateformes YouTube (60%)¹⁹⁸ et Facebook (40%)¹⁹⁹. La troisième place (30%) appartient à des sites des médias (actualité, sport, divertissement, etc.). YouTube est la plateforme incontestable de vidéo et peut être qualifiée de chef de file incontesté du secteur des vidéos. En 2019 YouTube était le 2ème site le plus visité au monde, devant Facebook et derrière Google²⁰⁰. Grâce à sa communauté d'internautes, d'annonceurs, et de créateurs, YouTube est une référence dans l'hébergement de vidéos, bien loin devant d'autres plateformes comme Vimeo, Dailymotion et Facebook Watch. Aujourd'hui, on compte 46 millions de visiteurs sur YouTube

¹⁹⁴ Osmanian Molinero Laure, « Vidéo sur internet : mieux comprendre les pratiques », *Médiamétrie*, 14 novembre 2019, (<https://www.mediametrie.fr/fr/video-sur-internet-mieux-comprendre-les-pratiques>)

¹⁹⁵ Asselin Christophe, « Pourquoi la vidéo est devenue le canal incontournable pour vos stratégies marketing ? », *Digimind*, 30 octobre 2018, (<https://blog.digimind.com/fr/insight-driven-marketing/pourquoi-la-vidéo-est-devenue-le-canal-incontournable-pour-vos-strategies-marketing>), consulté le 1 mai 2020.

¹⁹⁶ *Ibid.*

¹⁹⁷ *Ibid.*

¹⁹⁸ *Ibid.*

¹⁹⁹ *Ibid.*

²⁰⁰ Anonyme, « Vidéo : Les 5 chiffres YouTube à connaître », *TopoVidéo*, le 22 mai 2019, (<https://www.topovideo.com/youtube-en-5-chiffres>), consulté le 1 mai 2020.

chaque mois en France²⁰¹. Les plus touchés par la plateforme sont les 25-49 ans, qui constituent 52% de l'audience totale. Les 50 ans ou plus constituent 28% de l'audience. Enfin, les 18-24 ans participent à 20% de l'audience²⁰². Le plus grand succès est détenu par les vidéos musicales : 76 millions de vidéos sont visionnées chaque jour²⁰³. En France, plus de 300 chaînes ont franchi le seuil d'un million d'abonnés (deux fois plus qu'en 2017)²⁰⁴.

Les réseaux sociaux sont l'une des destinations principales des vidéos. Leurs designers essaient de s'adapter aux préférences des usagers en proposant différents formats vidéo. A titre d'exemple, Facebook a annoncé le lancement de "Watch", un espace consacré aux vidéos, en essayant de concourir avec YouTube. Son objectif est social : aider les utilisateurs à se connecter plus étroitement les uns avec les autres, créer des liens sociaux²⁰⁵. Instagram, initialement connu pour la diffusion des photos, a considérablement évolué ces derniers temps, en ajoutant de nouveaux formats vidéo comme Hyperlapse (vidéo accélérée) en 2014, Boomerang (boucle vidéo) en 2015, ou encore Stories (vidéos verticales éphémère) et Live (vidéo en direct) en 2016²⁰⁶. Julie Pellet, responsable du développement de la marque Instagram en Europe du Sud, fait état d'une multiplication par quatre du nombre de vidéos produites chaque jour sur Instagram en un an (depuis 2017)²⁰⁷. Sur Twitter, par exemple, les vidéos sont 6 fois plus partagées que les photos et 3 fois plus que les GIF²⁰⁸. En moyenne, une vidéo engendre 1200% de partages en plus que les textes et les images combinées²⁰⁹.

2.2. La vidéo : un format incontestable pour l'apprentissage et le partage des connaissances

Nous avons vu que la vidéo occupe une place privilégiée dans les pratiques culturelles. Mais pourquoi la vidéo est-elle un format incontournable et en quoi consiste sa puissance ?

²⁰¹ Bouillet Stéphane, « Les chiffres clés de la plateforme YouTube (MAJ en 2020) », *Influence4You*, le 3 janvier 2020, (<https://blogfr.influence4you.com/les-chiffres-cles-de-la-celebre-plateforme-youtube-maj-en-2020/>), consulté le 1 mai 2020.

²⁰² *Ibid.*

²⁰³ *Ibid.*

²⁰⁴ *Ibid.*

²⁰⁵ Rajwat Paresh, « Quoi de neuf sur Facebook Watch ? », *Facebook*, le 18 juin 2019, (<https://about.fb.com/fr/news/2019/06/quoi-de-neuf-sur-facebook-watch/>).

²⁰⁶ Pellet Julie, « Instagram et La Vidéo : Quelle Évolution Des Usages ? », *Stratégies*, no. 1948, Apr. 2018, p. 27., (EBSCOhostsearch.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsu&AN=129283776&site=ehost-live).

²⁰⁷ *Ibid.*

²⁰⁸ Asselin Christophe, « Pourquoi la vidéo est devenue le canal incontournable pour vos stratégies marketing ? », *Digimind*, le 30 octobre 2018, (<https://blog.digimind.com/fr/insight-driven-marketing/pourquoi-la-video-est-devenue-le-canal-incontournable-pour-vos-strategies-marketing>), consulté le 1 mai 2020.

²⁰⁹ *Ibid.*

D'abord, plusieurs recherches en psychologie nous encouragent à conclure que la vidéo est la meilleure façon de capter l'attention du public. Selon une étude de Sandra Kuhlman de l'Université Carnegie Mellon, il est très difficile de capter l'attention du public adulte²¹⁰. La meilleure façon de le faire est de provoquer des émotions, qui activent le mode d'apprentissage. La vidéo est un moyen efficace pour déclencher les émotions chez le spectateur²¹¹. Souvent, les vulgarisateurs de l'histoire de l'art recourent à l'humour dans leurs vidéos pour attirer le spectateur émotionnellement²¹².

Ensuite, la vidéo est un moyen efficace pour mémoriser de nouvelles informations. L'étude de Neil Fleming, professeur de l'Université Lincoln en Nouvelle-Zélande, démontre l'existence de 4 types d'apprentissage (VRAK), présents à des degrés divers chez chaque personne : le visuel (images, vidéos), l'audio (effets sonores de narration, musique), la lecture et la prise des notes, et le kinesthésique (interaction et expérimentation)²¹³. En effet, la vidéo active trois modes d'apprentissage en même temps (visuel, audio et kinesthésique) et permet d'acquérir les savoirs plus rapidement. Une autre étude de Wiman et Merierhenry, effectuée en 1969, a mis en lumière le pouvoir de la vidéo sur la mémorisation²¹⁴. Leurs travaux ont démontré que nous mémorisons 10 % de ce que nous lisons, 20 % de ce que nous entendons, 30 % de ce que nous voyons et 50 % de ce que nous voyons et entendons²¹⁵. Compte tenu de ces études, **on peut aisément conclure que le support vidéo est l'une des meilleures façons d'apprendre.**

De plus, l'histoire de l'art, comme nous avons pu le confirmer dans le 1^{er} chapitre, étudie, pour une large part, des objets visuels. La vidéo est ainsi l'une des façons les plus adaptées pour acquérir des savoirs en histoire de l'art. Les Youtubeurs confirment que la médiation de l'art par la vidéo semble un des moyens le plus approprié²¹⁶. « Quand on est dans une discipline où l'image est primordiale, la vidéo est géniale. [...] Pour l'histoire de l'art, cela me semble encore plus évident. », explique Sabine Padelou, professeur et docteur en histoire

²¹⁰ Informations sont tirées des archives site de Carnegie Mellon University, (<https://www.cmu.edu/homepage/health/2013/fall/absorbing-information.shtml>).

²¹¹ Les informations tirées de l'entretien avec Sabine Padelou, chaîne Youtube *Le Baz'Art Ambulant*.

²¹² La conclusion tirée de l'ensemble d'entretiens avec les vulgarisateurs sur YouTube.

²¹³ Fleming, N.D, *I'm different; not dumb. Modes of presentation (VARK) in the tertiary classroom*, in Zelmer, A., (ed.) *Research and Development in Higher Education, Proceedings of the 1995 Annual Conference of the Higher Education and Research Development Society of Australasia (HERDSA)*, HERDSA, Volume 18, p. 308 – 313.

²¹⁴ Patrick Alison, *The Dyspraxic Learner: Strategies for Success*, Jessica Kingsley Publishers, London, 2015, p.112

²¹⁵ *Ibid.*

²¹⁶ Les informations tirées d'entretiens avec Charles Combette, chaîne Youtube *SOS Art* et avec Cécilé & François André, chaîne Youtube *Pallas Athéné*, Cf. annexes N° 2 p. 152 et N° 8 p. 164.

de l'art. Elle ajoute aussi que la vidéo permet de stimuler l'apprentissage via des éléments visuels supplémentaires (sous-titres, illustrations, etc.), ce que d'autres formats ne permettent pas de faire. C'est aussi ce que nous précise l'animateur de la chaîne YouTube *SOS Art* :

« Le format vidéo nous permet de mêler une partie des compétences théoriques et pratiques acquises lors de nos études d'arts plastiques. Étant donné notre cursus, nous avons envie de travailler autant les idées que le visuel, le format vidéo permet de faire les deux et de donner une forme didactique à nos réflexions. »²¹⁷,

Enfin, le développement technologique a fait de la vidéo une pratique largement démocratisée. L'ajout d'une caméra aux smartphones, ainsi que la démocratisation du matériel audiovisuel au cours du début du XXI^{ème} siècle, ont favorisé le succès de la vidéo²¹⁸. Notre recherche confirme le rôle décisif de cette démocratisation du matériel audiovisuel. Les Youtubeurs (*C'est une autre histoire*, *Pallas Athéné*, *Sos Art*, *L'artichaut*, *Baz'Art ambulante*) confirment qu'ils réalisent leurs vidéos par leurs propres moyens, sans recours à l'aide d'équipes de montage professionnelles²¹⁹.

Pour les musées, la vidéo sur YouTube devient également une solution efficace permettant de partager collections et histoire des œuvres²²⁰. Nous observons que les musées alimentent progressivement leurs chaînes YouTube (depuis janvier 2020, Le Louvre a ajouté 135 vidéos sur sa chaîne officielle ; le Musée d'Orsay - 65 ; La Réunion des musées nationaux - Grand Palais - 35)²²¹. Dans notre recherche, nous avons répertorié 42 ressources numériques francophones gratuites sur l'histoire de l'art²²². La majorité de ces ressources est en format vidéo. Puisque la vidéo est très souvent utilisée dans le champ artistique et que c'est un moyen efficace pour faire découvrir de nouveaux domaines d'études, nous considérons donc qu'il est pertinent de centrer notre travail sur l'étude des formats audiovisuels.

2.3. La ludification : un phénomène en plein essor dans la diffusion des savoirs sur l'histoire de l'art en ligne

²¹⁷ Charles Combette, *op. cit.*

²¹⁸ Cousseau Cédric, « L'essor du support vidéo sur Internet », *Institut National de l'audiovisuel*, le 9 octobre 2010, (<https://larevuedesmedias.ina.fr/essor-du-support-vidéo-sur-internet>).

²¹⁹ Généralement il s'agit des premières vidéos sur leurs chaînes YouTube. Certains Youtubeurs, comme Manon Bril, ont commencé à recourir à l'aide de spécialistes en montage/graphisme au fur et à mesure de la croissance de leur chaîne, afin de créer des contenus plus sophistiqués.

²²⁰ L'analyse exhaustive de tous les musées français d'art ne paraît pas possible dans le cadre de notre recherche. Nous nous sommes focalisées sur les musées français de Beaux-Arts, Cf. annexe N°1 p. 103.

²²¹ Chiffres datent de fin avril 2020.

²²² Ressources numériques francophones sur l'histoire de l'art, Cf. annexe N°1 p. 103.

Nous avons vu que la vidéo est devenue une pratique incontournable pour les internautes. Cependant, dans un espace web inondé par des vidéos de toute sorte, toute vidéo n'attire pas l'internaute. Quand on parle de la découverte d'un nouveau domaine d'étude ou d'un sujet qui ne nous est pas familier, il est nécessaire que la vidéo stimule l'intérêt. De nos jours, il n'est pas rare de parler d'une approche *ludique* à propos des formats web, et les ressources numériques consacrés à l'histoire de l'art ne font pas exception²²³. Mais qu'entend-on, lorsque l'on dit d'un contenu qu'il est « ludique » ?

Le mot « ludification » vient du latin « ludus », ce qui veut dire « jeu, amusement ». Aujourd'hui, on le décrirait comme « ce qui relève du jeu »²²⁴. La ludification peut être définie comme « l'utilisation d'éléments de conception spécifiques aux jeux dans des contextes non-jeux »²²⁵. L'expansion des jeux vidéo démontre bien que la culture du jeu est devenue une catégorie centrale de notre culture²²⁶. Mais le jeu n'est pas seulement une caractéristique du loisir. Il réapparaît dans les domaines qui auparavant étaient considérés comme opposés au jeu : l'éducation (aujourd'hui nous faisons des simulations à l'école, à l'université, etc.), la politique (les formes ludiques envahissent les campagnes électorales, tandis que des comédiens embrassent la politique.), le travail (avec le recours aux *serious games*) et même le domaine militaire (on pense à l'utilisation des drones dont les opérateurs manipulent des interfaces en tous points semblables à celles des jeux vidéo)²²⁷. Nous observons la même tendance dans le *messaging* ou le *twittering* : la communication est de plus en plus associée à un jeu²²⁸. Le sociologue Zygmunt Bauman affirme que le jeu dans notre culture n'est plus confiné à l'enfance, mais devient une attitude de la vie : « La vie d'adulte à l'époque postmoderne est marquée par la volonté d'incarner le jeu avec tout notre cœur, comme le font les enfants »²²⁹. L'information digitale et les technologies de la communication ont rendu possible de nouvelles formes du jeu. Ainsi, dans notre culture médiatique, les technologies digitales de communication et le jeu sont fortement liés²³⁰.

²²³ Bindé Josephine, « Les cours d'histoire de l'art, ce nouveau loisir à la carte », *BeauxArts Magazine*, le 8 novembre 2017, (<https://www.beauxarts.com/lifestyle/les-cours-dhistoire-de-lart-ce-nouveau-loisir-a-la-carte/>).

²²⁴ Description tirée du dictionnaire Larousse en ligne, (<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/ludique/48008>).

²²⁵ Stuart Hallifax, « DMsAG une classification d'éléments ludiques pour la ludification adaptative », *HAL Archives Ouvertes*, Besançon, France, 2018, (<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01769538>).

²²⁶ Raessens Joost: *The Ludification of Culture*. In: Mathias Fuchs, Sonia Fizek, Paolo Ruffino u.a. (Hg.): *Rethinking Gamification*. Lüneburg: meson press 2014, S. 91–114.

²²⁷ *Ibid.*

²²⁸ *Ibid.*

²²⁹ *Ibid.*

²³⁰ *Ibid.*

S'agissant de la communication, soulignons que les chercheurs ne s'accordent pas sur une définition commune de la ludification. Plusieurs concepts reposent sur les mécanismes utilisés dans les jeux vidéo. Cependant, dans notre cas, certains formats « ludiques » concernant l'histoire de l'art ne contiennent pas de caractéristiques issues des jeux vidéo, mais restent quand même ludiques (dans le sens où ils sont amusants). L'objectif d'une communication ludique nous semble bien défini par Guilhem Bertholet, Thomas Lang et Clément Muletier. Si l'on suit ces auteurs, il s'agit :

« [...] d'augmenter l'acceptabilité et l'usage d'applications en s'appuyant sur la prédisposition humaine au jeu. Cette technique permet d'obtenir des personnes, des comportements que l'on pourrait considérer sans intérêt ou que l'on ne voudrait ordinairement pas faire : comme acheter un produit, remplir un questionnaire, regarder des publicités ou assimiler des informations »²³¹.

Ainsi, d'une manière générale, la ludification peut être transposée dans d'autres domaines, comme les sites web, des situations d'apprentissage, des situations de travail ou des réseaux sociaux.

Comment les caractéristiques de la ludification sont-elles appliquées aux formats numériques portant sur l'histoire de l'art ?

Comme précisé plus tôt, les scientifiques ne sont pas tombés d'accord pour définir ce qu'est un contenu ludique. Il existe beaucoup de mécanismes de jeu, chaque chercheur propose ses propres caractéristiques, justifiables à certain niveau. Par exemple, Jan Himmighofen²³² propose les six principaux mécanismes de ludification, dont « l'accomplissement » (« l'indication virtuelle » pour afficher qu'une étape a été accomplie, et qui peut être représentée par des badges, gains, etc.), « progression » (qui affiche graduellement le succès d'un joueur) ; « niveaux » (dans lesquels progressent les joueurs) ; « points » (valeurs numériques attribuées aux actions d'un joueur) ; « statut » (système qui indique le rang d'un joueur) ; « compétition » qui permet aux joueurs de connaître les scores des autres²³³).

Nous pouvons trouver ces éléments dans des formats comme les MOOC culturels de la Fondation Orange ou des applications mobiles comme *Artips* ou *Minitopo*. Les MOOC et les

²³¹ Bertholet Guilhem, Lang Thomas et Muletier Clément, *La gamification : ou l'art d'utiliser les mécaniques du jeu dans votre business*, Éditions Eyrolles, Paris, 2014, p.13.

²³²Himmighofen Jan, *Playing game with consumer*, Thèse de Bachelor, Hamburg (Allemagne), Stenden University, 2012, p.25-28, (<http://fr.slideshare.net/janhimmighofen/playinggameswithconsumersbyjanhimmighofen>), consulté le 28 avril 2020.

²³³ *Ibid.*

applications mobiles proposent des cours en ligne en utilisant des mécanismes du jeu. Par exemple, les MOOC attribuent des badges à ceux qui ont terminé des niveaux de cours, ils affichent la « progression » et le « statut » pour montrer à quelle étape se trouve l'utilisateur. De même avec l'application mobile *Minitopo*, qui est conçue comme une application de micro-learning et qui englobe tous les éléments du jeu indiqués ci-dessus.

Ces mécaniques ont pour intérêt d'améliorer l'expérience ludique. Cependant, des formats comme les vidéos vulgarisatrices sur YouTube, dossiers-multimédia, courts métrages ou les émissions de télévision, ne contiennent pas toujours ces mécanismes « du jeu ». En même temps, lors des entretiens avec des vulgarisateurs de l'histoire de l'art, les interviewees présentent souvent leurs contenus étaient considérés comme « ludiques ». Ainsi, nous pouvons conclure que la ludification ne se caractérise pas seulement par des mécanismes quantitatifs (« statut » « progressions », « points », etc.), issus du jeu. Les contenus en ligne sur l'histoire de l'art contiennent également des caractéristiques qualitatives. En se basant sur les entretiens menés avec des vulgarisateurs de l'histoire de l'art sur YouTube, nous avons pu dégager 5 mécanismes, qui seraient applicables pour les contenus ludiques sur l'histoire de l'art : les anecdotes²³⁴ ; l'humour ; le langage décontracté (emploi des mots simples, tutoiement dans certains cas, absence des termes pompeux, etc.) ; l'utilisation de références modernes (exemples actuels afin d'aider le spectateur moderne **de** se projeter dans la peau du personnage, musique moderne en fond etc.) ; des animations (illustrations, qui facilitent le visionnage, mêmes, etc.).

3. La démocratisation de l'histoire de l'art en ligne : acteurs, auteurs, visées et formats numériques utilisés

Les pratiques artistiques, du moins celles qui sont traditionnellement conçues comme « pratiques amateurs »²³⁵, se déplacent vers le virtuel. Grâce à Internet, chaque internaute peut approfondir ses centres d'intérêt : trouver des cours de dessin en ligne, faire l'apprentissage de nouvelles techniques de bricolage, s'immerger dans l'histoire de l'art, etc. L'histoire de l'art est devenue également plus accessible grâce à de nouveaux formats numériques. Ainsi, nous avons pu trouver 42 ressources numériques francophones²³⁶, proposant des contenus gratuits sous des différents formats.

²³⁴ Une anecdote est un bref récit d'un fait curieux ou pittoresque, susceptible de divertir. Définition du dictionnaire Larousse en ligne, (<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/anecdote/3396>).

²³⁵ Flichy Patrice, *Le sacre de l'amateur...*, op. cit., p.8.

²³⁶ Pour voir toutes les ressources et leur description, Cf. annexe n°1 p. 103.

Dans cette partie nous allons analyser ces ressources numériques. D'abord, nous allons examiner les principaux groupes d'acteurs liés à ces ressources : quelles structures/personnes les représentent ? quel est leur rôle dans la démocratisation de l'histoire de l'art ? quels types d'auteurs travaillent pour générer les contenus ? Ensuite, en nous basant sur la liste des ressources numériques²³⁷, nous essayerons de proposer une typologie des formats numériques présents sur le Web. Puis, nous tâcherons de voir comment les formats audiovisuels ludiques se situent dans le cadre des formats plus traditionnels et académiques. Compte tenu des contraintes de temps et des difficultés d'accès à certains acteurs²³⁸, nous ne prétendons pas présenter une étude exhaustive. Nous admettons que nous n'avons probablement pas pu identifier toutes les ressources disponibles sur le web et tous les acteurs engagés pour la démocratisation de l'histoire de l'art en ligne. En dehors de cela, nous nous basons largement sur des informations obtenues lors des entretiens, articles en ligne, ainsi que sur nos observations personnelles.

3.1. La démocratisation de l'art en ligne : principaux groupes d'acteurs et leurs auteurs

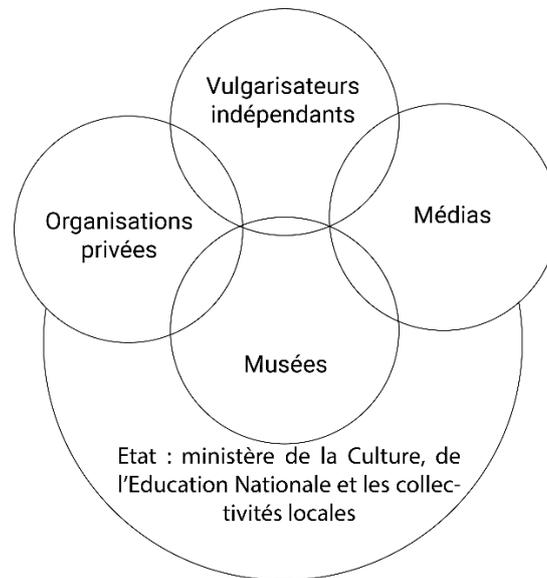
Nous avons identifié **les** cinq principaux groupes d'acteurs (figure 4)²³⁹. Ils sont composés de **l'Etat** (notamment, ministère de la Culture et ministère de l'Education) et des **collectivités locales**, des **établissements culturels** (musées), **petites ou grandes entreprises** (starts-ups françaises, géant numérique Google), **chaînes de télévision**, et **vulgarisateurs de l'histoire de l'art indépendants** (Youtubeurs). Tous essayent de démocratiser l'art et la culture à l'aide du numérique, mais chaque groupe le fait avec ses moyens et selon sa propre démarche. Cependant, leurs activités ne sont pas isolées. Souvent les groupes d'acteurs forment des partenariats, qui sont très variés. Ainsi, les actions du ministère de la Culture et du ministère de l'Education Nationale sont souvent effectuées en collaboration avec les musées, les médias et les organisations privées. De ce fait, leurs initiatives seront examinées comme faisant partie de partenariat avec d'autres acteurs.

²³⁷ *Ibid.*

²³⁸ Par exemple, nous n'avons pas pu contacter tous les acteurs principaux, faute de l'impossibilité de les joindre en ligne.

²³⁹ Il peut y avoir d'autres acteurs et d'autres types de partenariat. Nous avons identifié les acteurs qui nous semblent les plus pertinents dans notre recherche.

Figure 4 : Groupes d'acteurs dans la démocratisation de l'histoire de l'art en ligne



Les musées

Les musées français occupent une place centrale dans la démocratisation de l'histoire de l'art²⁴⁰. Ils jouent un rôle fondamental dans la diffusion des connaissances sur l'art et la culture :

« la fonction éducative est inscrite dans la définition des missions des musées depuis leur création, à l'époque révolutionnaire »²⁴¹, « la fonction première des musées est de permettre à tous un accès aux œuvres [...]. Rendre accessible, c'est aussi mieux transmettre et cette accessibilité physique peut se doubler d'un travail de médiation culturelle, pour que tous les publics, et notamment les scolaires, trouvent à leur disposition des éléments leur permettant et leur facilitant cet accès à la culture »²⁴².

De plus, le rapport officiel sur les missions des **musés** de 2017 précise que le musée du XXI^e siècle doit être protéiforme et accessible à tous « en prenant appui notamment sur les réseaux socio-numériques et en usant d'un ton décalé »²⁴³. De ce fait, la place du musée est fondamentale dans la démocratisation culturelle en ligne.

²⁴⁰ Dans la cadre de notre recherche, nous n'avons traité que les musées nationaux de Beaux-Arts. Mais évidemment d'autres musées d'art peuvent participer dans la démocratisation de l'histoire de l'art.

²⁴¹ Les informations tirées du site de ministère de la Culture, (<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Education-artistique-et-culturelle/Mission-educative/Musees>).

²⁴² *Ibid.*

²⁴³ Eidelman Jacqueline, « Rapport de la mission Musées du XXI^e siècle », *Ministère de la Culture et de la Communication*, Rapports, Paris, 2017, (<https://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-de-la-mission-Musees-du-XXIe-siecle2>), consulté le 1 mai 2020.

L'expertise des musées est l'une des sources principales pour la diffusion des savoirs sur l'art. Les contenus numériques diffusés par des musées (vidéos sur YouTube, MOOC culturels, etc.) sont réalisés avec la participation des spécialistes qu'y travaillent. Ce sont souvent les spécialistes de renom, dont le travail a été apprécié dans la communauté scientifique : conservateurs, historiens d'art, professeurs et autres experts. De plus, les musées constituent souvent une ressource principale pour parler de l'art. Ainsi, les applications mobiles (*Google Arts & Project, Artips, Minitopo*) sont conçues avec la participation des experts des musées²⁴⁴. Les vulgarisateurs sur YouTube font référence à des sources souvent rédigées par des collaborateurs des musées. Les émissions de télévision sur l'art se réalisent avec l'appui des experts des musées.

Souvent, pour développer les initiatives en matière de démocratisation de l'art en ligne, les musées agissent avec l'appui du ministère de la Culture ou celui de l'Éducation Nationale²⁴⁵. Par exemple, le site *L'Histoire par l'image*, consacré à l'histoire de la France à travers des images historiques, a été conçu par La Réunion des musées nationaux - Grand Palais en partenariat avec des musées nationaux français, les services publics du patrimoine, le ministère de la Culture et le ministère de l'Éducation nationale²⁴⁶. Ils peuvent également recourir à l'aide des entreprises pour développer certains contenus numériques. Par exemple, *Œuvres à la loupe*²⁴⁷ ont bénéficié du mécénat d'Eni²⁴⁸. Dans ces collaborations transversales, une place importante doit être accordée aux MOOC culturels de la Fondation Orange, mentionnés plus haut. Les musées y voient l'occasion de dépoussiérer leur image tout en attirant un public moins expert²⁴⁹.

Les vulgarisateurs indépendants en ligne

Dans la plupart des cas, il s'agit des animateurs présents sur YouTube²⁵⁰. Ce sont les personnes qui possèdent déjà de solides connaissances en art ou en histoire de l'art, grâce à des études académiques effectuées préalablement. Parmi les 10 youtubeurs, nous avons identifié les auteurs suivants : jeunes diplômés ou étudiants en cours dans le domaine de l'art/histoire de

²⁴⁴ Les informations sont tirées de l'ensemble des entretiens effectués. Voir annexes de N° 3 à N°8 p. 139-167.

²⁴⁶ Cf. annexe n°1 p. 104.

²⁴⁷ Dossiers multimédias du Musée du Louvre, qui permettent de découvrir les œuvres d'art du musée du Louvre à travers de courtes vidéos, interactions, textes, illustrations 2D/3D, (<https://www.louvre.fr/oal>).

²⁴⁸ Eni est une société italienne privée d'hydrocarbures créée en 1953.

²⁴⁹ Bind Joséphine, « Les cours d'histoire de l'art, ce nouveau loisir à la carte », *op. cit.*

²⁵⁰ Nous avons pu également trouver des sites Web de vulgarisation (ex : *Guide artistique, Aparences*), mais nous ne connaissons pas exactement quels types d'acteurs sont derrière ces sites, car nous n'avons pas pu les joindre.

l'art (*Pallas Athéné, Sous La Toile, L'Artichaut*²⁵¹) ; professeurs des université et docteurs (*Le Baz'Art ambulat, C'est une autre histoire*) ; professeurs du second degré (*SOS Art*). D'une manière générale, nous pouvons conclure que ce sont des **personnes issues du monde académique**. Très souvent les youtubeurs **possèdent des compétences en enseignement** (*L'Artichaut, Le Baz'Art ambulat, C'est une autre histoire, SOS Art*), ce qui leur permet de créer des contenus en mobilisant les méthodes pédagogiques qu'ils pratiquent par ailleurs.

Voici quelques exemples des parcours. **Cécile André** (chaîne YouTube *Pallas Athéné*), ancienne étudiante à l'Ecole du Louvre, a découvert l'Iconologie de Cesare Ripa lors d'un cours de synthèse d'Iconographie dédié aux allégories²⁵². Elle et son frère, qui était d'ailleurs intéressé par le montage et l'animation, ont été inspirés par l'idée de parler de l'Iconologie aux autres, sans suivre une quelconque formation. C'est également une opportunité pour les animateurs de se cultiver et de se faire plaisir en apprenant de nouvelles informations sur ces thématiques²⁵³.

L'exemple de **Sabine Padelou** (chaîne YouTube *Le Baz'Art ambulat*), professeur et docteur en histoire de l'art, est un exemple de l'animateur de profil purement académique. Sabine a décidé de lancer sa chaîne, d'abord, pour pratiquer ses compétences en montage et aussi pour apprendre **de** parler devant la caméra. Dans ses vidéos, Sabine essaye de suivre des règles assez précises. **Voici** quelques-unes : la vidéo qui ne doit pas être ni trop longue (pas plus de 30 minutes), ni trop courte (au moins à partir de 10 minutes) ; langage clair ; **l'emploi** réfléchi d'anecdotes et le recours à des mises en scènes avec un personnage caricatural, appelé Maurice, pour ajouter de l'humour. Pour Sabine, il est important de garder un ton académique et de ne pas trop **lancer** dans l'amateurisme²⁵⁴. Elle confirme qu'elle essaye de garder le rôle d'un professeur, et elle s'adresse à ses spectateurs comme si elle s'adressait à ses étudiants²⁵⁵.

Manon Bril (Champier), qui a lancé sa chaîne YouTube *C'est une autre histoire*, manifeste un profil assez curieux. En partie inspirée par *Axolote, Norman* et *Le Fossoyeur de Films*²⁵⁶, elle décide de lancer sa propre chaîne et de parler de l'art et de la mythologie autrement, en s'amusant. Doctorante et ancienne professeur **de l'histoire**, elle **rompe** tous les

²⁵¹ A l'heure de la création de la chaîne YouTube. Aujourd'hui plusieurs de l'équipe travaillent déjà et ne sont pas considérés comme des jeunes diplômés.

²⁵² Cécil & François André, chaîne YouTube *Pallas Athéné*, Cf. annexe N°3 p. 154.

²⁵³ *Ibid.*

²⁵⁴ Sabine Padelou, chaîne YouTube *Le Baz'Art ambulat*, Cf. annexe N°7, p. 161.

²⁵⁵ *Ibid.*

²⁵⁶ Entretien avec Manon Bril, chaîne YouTube *C'est une autre histoire*, Cf. annexe N°4 p 147.

stéréotypes : tutoiement, humour des jeunes, langage moderne et sujets un peu « sensibles »²⁵⁷. Le contenu scientifique de qualité et l'emploi des « codes urbains »²⁵⁸ qui permet de toucher le jeune public, représente toute une nouvelle approche dans la vulgarisation scientifique.

En termes d'équipe, les chaînes sont animées soit par une personne (*C'est une autre histoire, N'ART*), soit par une équipe de deux (*Sos Art, Pallas Athéné*) allant jusqu'à une équipe d'une dizaine d'auteurs (*L'artichaut*)²⁵⁹.

Nous appelons les vulgarisateurs « indépendants », puisqu'ils agissent souvent individuellement, selon leurs intérêts scientifiques ou créatifs personnels, et les formes de partenariats avec d'autres acteurs (musées, médias) sont secondaires²⁶⁰. Souvent, leurs activités sont dictées par une envie personnelle de partager leurs connaissances et de montrer au plus grand public que les sujets de l'histoire de l'art appartiennent à tous, et que tout le monde peut les aborder²⁶¹.

Nous pouvons résumer leurs motivations d'une manière générale.

Sortir l'histoire d'un monde élitiste

Les vulgarisateurs affirment que dans les milieux académiques, il y a une tendance générale à considérer l'histoire de l'art comme une discipline « sacrée », qui a ses codes spécifiques, lesquels ne sont pas facilement accessibles à tout un chacun. Les youtubeurs cherchent à montrer qu'on peut parler de l'histoire de l'art comme si on parlait de sujets communs. « Ce n'est pas parce que on utilise un discours simple qu'il y a des choses simplistes »²⁶², affirme Sabine Padelou, docteur et enseignante en histoire de l'art.

Apprendre l'histoire de l'art différemment, en s'amusant

Les vulgarisateurs font remarquer que dans le monde académique il y a une vision traditionnelle sur la façon d'enseigner l'histoire de l'art : longues conférences, langage très soutenu, l'emploi du jargon, etc. Ils demandent une très forte volonté d'apprentissage, beaucoup de concentration et du temps. Les vulgarisateurs attachent une grande importance à

²⁵⁷ Par exemple, Manon Bril parle du corps des sculptures grecques, en abordant les questions intimes, qui ne seraient pas traitées à l'école.

²⁵⁸ Entretien avec Manon Bril, *op.cit.*, p. 146.

²⁵⁹ Les informations tirées de l'ensemble d'entretiens individuels avec les vulgarisateurs sur YouTube.

²⁶⁰ *Ibid.*

²⁶¹ *Ibid.*

²⁶² Sabine Padelou, *op. cit.*, p.158.

la forme de leurs contenus tout en prenant en compte le fait qu'ils s'adressent à un public néophyte.

Envie de créer les vidéos

Souvent, la raison pour monter une chaîne YouTube s'explique par une volonté personnelle de pratiquer le montage vidéo, de s'exercer dans storytelling²⁶³ ou le jeu d'acteur pour parler devant la caméra. En effet, la mise en place des vidéos vulgarisatrices sur YouTube s'apparente à une nouvelle forme de création en ligne. Les vulgarisateurs peuvent ainsi être vus comme de nouveaux artistes en ligne.

Manque de contenus sur le Web.

Internet propose de nombreuses ressources, mais certaines thématiques ne sont pas présentes. Louis Boulet, un des fondateurs de la chaîne *l'Artichaut*, souligne qu'à l'époque de la création de sa chaîne, la plupart des ressources numériques portait sur les techniques de la photographie, et non sur « ses éléments artistiques »²⁶⁴. L'animateur de *SOS Art* fait remarquer que la création de sa chaîne YouTube est une réponse « [...] à un manque d'accès aux méthodes de pensée critique issues de la sociologie ou de l'histoire par exemple et de leur manque d'application à l'art en dehors du domaine universitaire »²⁶⁵.

Compléter la formation scolaire.

Même si cet objectif n'est pas toujours à l'origine de l'activité des vulgarisateurs, ils affirment souvent que leurs contenus ont aidé de nombreux étudiants dans la préparation de leurs épreuves scolaires. Par exemple, Manon Bril a fait remarquer avoir obtenu plusieurs retours de la part d'étudiants et d'élèves qui disaient s'être servis de son travail pour des travaux scolaires²⁶⁶. Louis Boulet, lui aussi a précisé que le public cible est composé d'étudiants, qui se servaient de ces vidéos pour les cours²⁶⁷. Sabine Padelou, affirme qu'à travers ces vidéos elle tente de cibler des collégiens qui préparent leurs épreuves en histoire de l'art²⁶⁸.

²⁶³ Cf. Glossaire, p.1

²⁶⁴ Les informations tirées de l'entretien avec Louis Boulet, chaîne YouTube *L'Artichaut*, Cf. annexe n°3 X p. 141.

²⁶⁵ Les informations tirées de l'entretien avec Charles Combettes, chaîne YouTube *SOS Art* Cf. annexe n°8 X p. 165.

²⁶⁶ Manon Bril, *op. cit.*, p. 146.

²⁶⁷ Louis Boulet, *op. cit.*, p. 143.

²⁶⁸ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 157.

Les Youtubeurs sont à la fois les auteurs et les monteurs de leurs chaînes²⁶⁹, qu'ils dirigent de A à Z (conception du texte, storytelling, montage vidéo, etc.). De solides connaissances académiques leur permettent de créer des contenus en autonomie. Cependant, certaines vidéos demandent l'appui d'experts. Ainsi, les vulgarisateurs peuvent recourir à l'aide d'autres spécialistes/youtubeurs pour enrichir leurs contenus.

Par exemple, dans la vidéo « Existe-t-il une beauté absolue ? »²⁷⁰ Manon Bril et Léo Grasset (DirtyBiology) creusent le sujet de la beauté du corps à travers la biologie et l'art de la Grèce antique. Dans une autre vidéo « Les Grecs ont-ils cru en leurs mythes ? »²⁷¹, Manon Bril s'appuie sur un livre de Paul Veyne, et démontre que la réponse n'est pas si simple que cela. Christophe Michel (Hygiène Mentale) s'empresse de trouver une comparaison plus contemporaine.

Par ailleurs, les Youtubeurs affirment communiquer et/ou se rencontrer dans la vraie vie afin de partager leurs expériences et se donner des conseils. Ainsi, Louis Boulet a dit que son équipe a rencontré les Youtubeurs de chaînes YouTube comme *N'Art, Pallas Athéné*²⁷². Marie Péliissier (*Sous La Toile*) affirme avoir communiqué avec Manon Bril et les Youtubeurs de la chaîne *Museonaute*²⁷³. Cécile André (*Pallas Athéné*) de son côté, révèle avoir rencontré les créateurs d'autres chaînes d'histoire de l'Art : *RegArt, NaRt* (avec laquelle ils ont fait une collaboration sur l'exposition Schuiten du musée des Arts et Métiers), *L'artichaut* et *Museonaute*²⁷⁴.

De plus, s'appuyer sur des sources fiables est une règle primordiale pour gagner la confiance des spectateurs. L'absence ou la fragilité des sources peuvent décrédibiliser les vulgarisateurs. C'est la raison pour laquelle ces derniers évoquent souvent la nature collaborative de leurs productions.

La question de la « labélisation » ou de l'approbation par les instances étatiques des contenus produits par les vulgarisateurs en ligne ne paraît pas être primordiale. Cela peut « donner des crédits »²⁷⁵ et peut être considéré comme « une forme de reconnaissance en termes

²⁶⁹ Les informations tirées de l'ensemble d'entretiens individuels avec les vulgarisateurs sur YouTube.

²⁷⁰ « Existe-t-il une beauté absolue ? », DirtyBiology, vidéo tirée du YouTube, (<https://www.youtube.com/watch?v=puPFb3nuooo>).

²⁷¹ Manon Bril & Hygiène Mentale, « Les Grecs ont-ils cru en leurs mythes ? », ARTE, vidéo tirée du YouTube, (<https://www.youtube.com/watch?v=0GfFYX7UZ0o>).

²⁷² Cf. annexe N°3 p. 143.

²⁷³ Entretien avec Marie Péliissier, chaîne Youtube *Sous la Toile*, Cf. annexe N° 9 p. 175.

²⁷⁴ Entretien avec Cécil et François André, chaîne YouTube *Pallas Athéné*, Cf. annexe N° X p. 152.

²⁷⁵ Sabine Padelou, *op.cit.*, p. 161.

de pédagogie »²⁷⁶, comme, par exemple, figurer sur la liste des 350 chaînes YouTube établie par le Ministère de la Culture²⁷⁷. Néanmoins, selon certains vulgarisateurs, il est plus important d'obtenir une reconnaissance de la part des spécialistes et de la communauté scientifique que d'être reconnu par l'Etat. Celui-ci peut « poser des questions politiques un peu compliquées », comme le fait remarquer Manon Champier²⁷⁸.

Les vulgarisateurs s'adressent à un large public. En pratique, ils atteignent plutôt les utilisateurs entre 18 et 40 ans. Mais l'âge varie selon les chaînes. A titre d'exemple, Manon Brill affirme que son principal public est représenté par les utilisateurs de 18-34 ans, et les très jeunes (moins de 18 ans) ne pèsent que pour 5%²⁷⁹. *L'Artichaut* a été largement vu par les 25-34 ans (37%) et les 18-24 ans (30.2%)²⁸⁰. En même temps, son fondateur, Louis Boulet, exprime sa déception de ne pas avoir atteint un public plus large que les étudiants²⁸¹. La chaîne *Le Baz'Art ambulante* concerne en premier lieu les 25-34 ans (38%), suivis par les 35-44 ans (27.5%), et par les 18-24 ans (14.5%)²⁸². Concernant le degré de connaissances des utilisateurs, les vulgarisateurs visent majoritairement un public plutôt néophyte et amateur, qui souhaiterait découvrir le monde de l'histoire de l'art d'une façon plus ludique.

Les médias²⁸³

Nous avons cherché les émissions sur l'histoire de l'art/l'art, gratuites et disponibles en ligne. Parmi les sources des médias, nous avons identifié, d'un côté, les groupes de service public, comme France Télévisions (France 2, TV5Monde²⁸⁴), ARTE, France Culture²⁸⁵ et, de l'autre, la chaîne privée Toute l'Histoire²⁸⁶.

²⁷⁶ *Ibid.*

²⁷⁷ Il s'agit de la liste des ressources culturelles et scientifiques proposée par le ministère de la Culture en 2018, qui sont considérées d'avoir un usage éducatif et un contenu de qualité, (<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Ressources/Ressources-pedagogiques-et-sensibilisation/350-ressources-culturelles-et-scientifiques-francophones-en-video>).

²⁷⁸ Manon Brill, *op.cit.*, p.146.

²⁷⁹ *Ibid.*

²⁸⁰ Louis Boulet, *op.cit.*, p.140.

²⁸¹ *Ibid.*

²⁸² Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 157.

²⁸³ Dans notre recherche nous examinons les émissions de télévision consacrées à des sujets en lien avec l'histoire de l'art, qui sont accessibles en ligne (site officiel ou page YouTube) et dont la consultation n'est pas payante.

²⁸⁴ 49 % des actions de cette chaîne appartiennent à France Télévisions, (https://fr.wikipedia.org/wiki/TV5_Monde).

²⁸⁵ Il s'agit des podcasts de Daniel Arasse, initialement diffusés sur la France Culture, et ultérieurement reconvertis en vidéos, Cf. annexe n° 1 p. 116.

²⁸⁶ Malgré le statut payant de la dernière, les contenus de la rubrique « Les Grands Maîtres de la Peinture », sont disponibles gratuitement sur YouTube, ce qui s'inscrit dans la politique de démocratisation culturelle en ligne.

Compte tenu du statut public de la majorité des chaînes identifiées, elles agissent dans un cadre bien défini : celui des politiques culturelles publiques. Le Ministère français de la Culture « a pour mission de rendre accessible au plus grand nombre les œuvres capitales de la France et de l'humanité dans les domaines du patrimoine, architecture, arts plastiques, arts vivants, cinéma et communication »²⁸⁷. Au sein du Ministère, la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC), est responsable pour la politique des médias. Ainsi, les chaînes du service public s'emploient à démocratiser l'accès à la culture et proposent des contenus visant à répondre aux besoins de la démocratisation culturelle établie par l'Etat.

Dans son rapport de 2019, France Télévisions souligne son « fidèle soutien de la filière culturelle »²⁸⁸ et affirme « multiplier les occasions d'exposer la culture pour des publics aux usages diversifiés et de plus en plus individualisés »²⁸⁹. En 2018, 732 programmes culturels, représentant plus de 600 premières parties de soirée, ont été diffusés sur ses antennes²⁹⁰. La mise en place de *D'art D'art*, par exemple, était une réponse à un manque de contenus artistiques. France 2 a accepté le projet de Tim Newman après une interview du ministre de la Culture et de la Communication, Jean-Jacques Aillagon, qui « se plaignait » du manque d'émissions culturelles sur le service public²⁹¹. Pour ARTE, qui se positionne comme la chaîne culturelle, la diffusion culturelle est au cœur de ses valeurs²⁹². La chaîne offre 1000 heures de direct sur ARTE Concert, des spectacles, des documentaires et des magazines culturels.²⁹³

Parallèlement, certains journalistes français expriment des inquiétudes concernant un manque de contenus culturels sur les chaînes publiques²⁹⁴. C'est le cas, par exemple, de Patrick Poivre d'Arvor. Il est nécessaire, selon lui, de diffuser plus de contenus en lien avec la culture. D'autres voix se font entendre pour dénoncer un manque d'accès à la culture, problème qui a

²⁸⁷ Les informations tirées du site du gouvernement, (<https://www.gouvernement.fr/le-ministere-de-la-culture>).

²⁸⁸ Ernotte Cunci, Delphine, « France télévision, créateur de liens et de valeurs », *France Télévisions*, Paris, septembre 2019, (<https://www.francetelevisions.fr/groupe/qui-sommes-nous/missions-131?fbclid=IwAR3Cnj4nOL3OS9Q5Y7g4314Pq6AKK-YwsK3bPEqR48wq2jr-2xTURFNEc-c>).

²⁸⁹ *Ibid.*

²⁹⁰ *Ibid.*

²⁹¹ Baÿt-Darcourt Célyne, « La force de 'D'art, d'Art', c'est qu'on raconte une petite histoire pour donner envie aux gens de s'intéresser à l'art », *France Info*, 30/08/2017, (https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/info-medias/info-medias-tim-newman-la-force-de-dart-dart-cest-quoi-raconte-une-petite-histoire-pour-donner-envie-aux-gens-de-sinteresser-a-lart_2342413.html)

²⁹² Informations tirées du site officiel ARTE, (<https://www.arte.tv/sites/corporate/qui-sommes-nous/>).

²⁹³ *Ibid.*

²⁹⁴ Informations tirées de l'émission radio de RTL, (<https://www.youtube.com/watch?v=ab5VYYMu4KM>).

été souligné lors du Grand Débat de la Culture.²⁹⁵ Un des enjeux est la question de la sensibilisation à la culture et au patrimoine²⁹⁶.

De manière générale, la question de la confiance par rapport à des émissions de télévision sur l'histoire de l'art n'est pas essentielle, compare à des contenus de Youtubeurs. Les équipes de télévision sont composées de journalistes professionnels, qui travaillent étroitement avec des spécialistes de musées et des experts du monde scientifique, et s'appuient sur leurs expertises pour créer des émissions.

Nous avons pu voir dans le paragraphe précédent que les émissions de télévision sont de plus en plus regardées à travers Internet. Le travail des journalistes professionnels en partenariat avec des experts des musées, et une éventuelle qualité des émissions, attirent les spectateurs. Ainsi, nous considérons que le travail des chaînes de télévision peut être un des instruments efficaces pour démocratiser l'histoire de l'art, surtout que souvent les chaînes de télévision recourent à des pratiques modernes. TV5MONDE propose des vidéos vulgarisatrices. ARTE s'empare aussi de ce format²⁹⁷.

Les organisations privées

Dans notre cas il s'agit, d'un côté, des start-ups françaises dans le domaine d'art et la culture (*Minitopo*, *Artips*), et du géant numérique américain Google (plateforme *Google Arts & Culture*), d'un autre²⁹⁸.

D'une manière générale, ces projets (starts-up et plateforme) ont été **initiés par des non-spécialistes en art** au sens propre. Les fondateurs, sont souvent les amateurs d'art, qui avaient pour ambition de rendre l'art et la culture plus accessibles au grand public, à travers le numérique. Ainsi, les start-ups *Minitopo* et *Artips* ont été lancées par des entrepreneuses françaises, la plateforme *Google Arts & Culture* est le résultat de la politique de Google des « 20% de temps libre »²⁹⁹. Les motivations de ces groupes d'acteurs se définissent au cas par cas.

²⁹⁵ Serrell Mathilde, « L' "accès" à la culture n'est pas une métaphore », *France Culture*, 29 avril 2019, (<https://www.franceculture.fr/emissions/le-billet-culture/le-billet-culturel-du-lundi-29-avril-2019>)

²⁹⁶ Hugounenq Sarah, « Le rapport du Grand Débat de la Culture remis à Franck Riester », *Beaux-Arts Magazine*, 23 avril 2019, (<https://www.beauxarts.com/grand-format/le-rapport-du-grand-debat-de-la-culture-remis-a-franck-riester/>)

²⁹⁷ Cf. annexe N° 1 p. 118.

²⁹⁸ *Ibid.*

²⁹⁹ Urbah Isabelle, « Google Arts & Culture (1) », *Documentation et Humanités numériques : outils & méthodologie*, Outils & Ressources en Ligne, Réflexions, le 8 mars 2018, (<https://docunum.wordpress.com/2018/03/08/google-arts-culture-1/>).

Cependant, elles peuvent être résumées d'une manière suivante.

Pallier le manque de temps consacré aux pratiques culturelles

Le manque de temps est l'un des plus grands défis du XXI^{ème} siècle : « Nous n'avions plus le temps de faire la queue des heures durant pour les expositions à Paris ou de continuer à nous informer sur le monde de l'art. C'était frustrant. »³⁰⁰, admet Coline Debayle, la fondatrice d'*Artips*. Le format micro-learning nous permet de nous cultiver à n'importe quel moment, l'utilisation d'un smartphone/tablette suffit pour s'enrichir dans « tous les contextes : publics (transport, dans un fil d'attente, etc.) et privés sans équipement particulier »³⁰¹.

Trouver une façon innovante pour aborder un domaine d'étude inconnu

Découvrir de nouveaux domaines d'études demande un certain degré de volonté personnelle. « L'assimilation des connaissances demande un effort certain et c'est sur cela qu'il faut travailler »³⁰², il faut « montrer que la culture peut être divertissante »³⁰³. Ainsi, les nouveaux formats numériques intègrent des éléments ludiques (tests, compétition, progression, etc.)³⁰⁴. La facilité d'apprentissage sert de catalyseur pour inciter l'utilisateur à s'initier dans un nouveau domaine.

Rendre l'épanouissement personnel encore plus accessible

La culture générale est essentielle dans l'évolution professionnelle³⁰⁵. Mais rester à la hauteur n'est pas facile quand on n'a pas de temps pour se cultiver. La confiance en soi est une autre raison pour l'épanouissement personnel : « [...] à mon sens cette confiance peut se construire par un développement accru de ses connaissances »³⁰⁶.

Encourager le public à visiter les musées

Avoir envie d'aller au musée n'est pas une volonté innée. De nos jours, l'univers de l'histoire de l'art est parfois considéré comme « poussiéreux »³⁰⁷ et démodé dans sa façon de

³⁰⁰ Perroud Marion, « Artips, la start-up qui révèle les secrets des oeuvres d'art », *Challenges*, le 28 décembre 2016, (https://www.challenges.fr/start-up/artips-la-start-up-qui-revele-les-secrets-des-oeuvres-d-art_444893).

³⁰¹ Informations tirées de l'entretien avec Clémentine Gyuon, fondatrice de l'application mobile *Minitopo*, Cf. annexe N° 5 p. 149.

³⁰² *Ibid.*

³⁰³ *Ibid.*

³⁰⁴ Les éléments seront abordés dans le chapitre suivant, consacré à des formats numériques.

³⁰⁵ Rossignol Lorraine, « Artips, une histoire de l'art prête à consommer sur Internet », *Télérama*, le 10 janvier 2017, (<https://www.telerama.fr/medias/artips-une-histoire-de-l-art-prete-a-consommer-sur-internet,152586.php>).

³⁰⁶ Clémentine Gyuon, *op.cit.*, Cf. annexe N° 5 p. 148.

³⁰⁷ Perroud Marion, *op. cit.*

communiquer les savoirs au grand public³⁰⁸. Lors du grand débat sur la culture, organisé par Beaux-Arts Magazine, les intervenants ont dénoncé l'enseignement « ennuyeux » de l'histoire de l'art³⁰⁹. Les nouveaux formats ludiques aideraient les musées à atteindre un public néophyte : les musées sponsorisent les activités *d'Artips*, collaborent avec *Minitopo* et la plateforme de Google afin d'encourager l'intérêt pour leurs collections.

Cependant, dans le cas des start-ups françaises, il s'agit de la monétisation des services. *Minitopo* propose des contenus gratuits pour une période d'essai. Le cible d'*Artips* : les grands comptes pour leurs salariés voire les grandes écoles pour les étudiants³¹⁰. Google Arts & Culture est une initiative sans but lucratif³¹¹. Pourtant, le fait qu'il est devenu un acteur majeur dans les questions culturelles en France³¹², inquiète les autorités françaises³¹³.

Concernant les auteurs des applications, chaque start-up a sa propre politique. Ainsi, chez *Minitopo* on trouve des amateurs éclairés ainsi que des experts des intuitions/musées culturels³¹⁴. Chaque personne peut créer sa propre rubrique et la proposer à l'équipe d'édition. Pour cela, il suffit de passer le test³¹⁵. *Artips* a une grande équipe de plus de 200 contributeurs, composé d'un côté de différents spécialistes en art/culture (professeurs en histoire de l'art, guides de musées, médiateurs culturels), d'étudiants en histoire de l'art et d'amateurs éclairés. Gérard Marié, professeur d'histoire de l'art à Sciences Po Paris, est le « grand sage »³¹⁶ du projet, qui « valide la véracité de chaque anecdote » et qui rassemble autour de lui toute l'équipe des rédacteurs.³¹⁷ L'Institut Culturel de Google collabore avec plus de 1 200 musées du monde, galeries et institutions, pour proposer des contenus vérifiés et validés par des experts. Ainsi, dans tous ces projets, les équipes de rédacteurs s'appuient sur une large expertise de professionnels, qui peuvent proposer un soutien dans la vérification et l'amélioration des contenus.

³⁰⁸ Par exemple, les vidéos conférences du musée du Louvre, disponible au grand public, auraient du mal à intéresser les néophytes.

³⁰⁹ Anonyme, « Au grand débat sur la culture, l'élitisme dénoncé », *Le Point*, AFP, le 5 mars 2019, (https://www.lepoint.fr/societe/au-grand-debat-sur-la-culture-l-elitisme-denonce-05-03-2019-2298410_23.php).

³¹⁰ *Ibid.*

³¹¹ Informations tirées du site officiel de la plateforme, (<https://about.artsandculture.google.com/>).

³¹² Lavaud Bertrand, « Musées virtuels : ne laissons pas les Gafa piller Paris », *LesEchos*, le 12 septembre 2019, (<https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/musees-virtuels-ne-laissons-pas-les-gafa-piller-paris-1131021>).

³¹³ *Ibid.*

³¹⁴ L'équipe de *Minitopo* travaille avec des établissements culturels pour enrichir ses contenus.

³¹⁵ Clémentine Gyuon, *op.cit.*, p. 149.

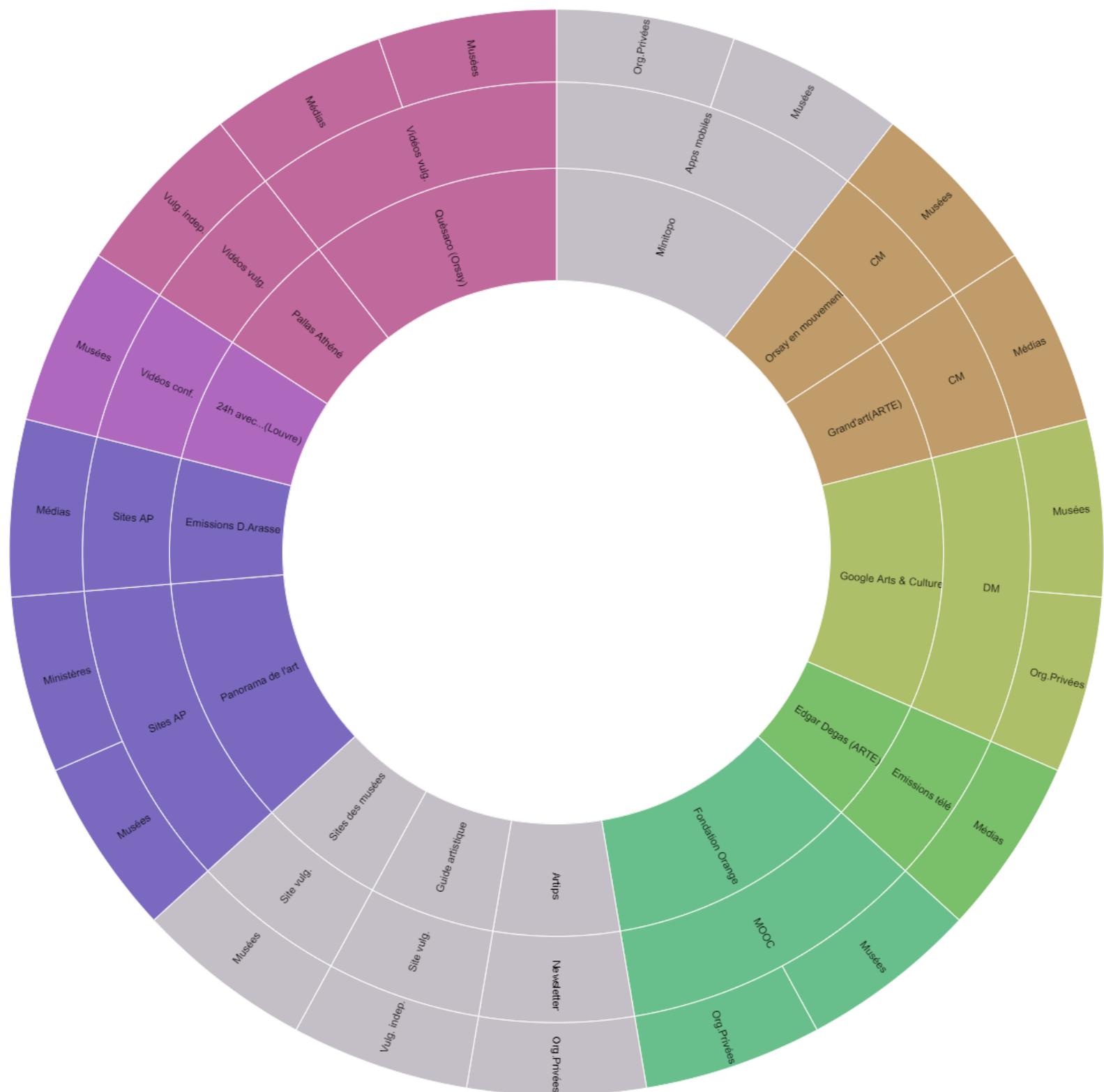
³¹⁶ Informations sont tirées de l'entretien avec les étudiantes en histoire de l'art à Paris I Panthéon-Sorbonne et l'équipe *d'Artips*, (<https://leprojetartips.wordpress.com/2014/12/28/coline-d-et-marie-c/>).

³¹⁷ *Ibid.*

3.2. Choix audiovisuels, style de communication et le public visé : vers une typologie des formats numériques

Tous les acteurs ont pour l'objectif de rendre l'histoire de l'art plus accessible au grand nombre. Pourtant, la façon de le faire, n'est pas toujours la même. D'une manière générale, nous avons distingué 10 formats numériques ainsi que les acteurs qui les utilisent le plus souvent (figure 5). Au regard des ressources que nous avons obtenues, nous pouvons conclure que la plupart des formats sont soit des vidéos (vidés sur YouTube, émissions, MOOC, etc.), soit des ressources qui contiennent des éléments vidéo (sites d'accompagnement pédagogique, dossiers-multimédias, etc.). Ainsi, dans notre travail nous nous focalisons sur des formats numériques en vidéo ou ceux qui contiennent des vidéos (7 formats en bas en couleur).

Figure 5 : Une cartographie approximative des acteurs de l'histoire de l'art et les formats numériques qu'ils utilisent (avec un exemple pour chaque format)



Légende :

- Le cercle extérieur - les principaux groupes d'acteurs ;
- Le cercle du milieu - les principaux formats numériques ;

- Le cercle de l'intérieur – un exemple du format numérique³¹⁸.

Couleurs :

- Les formats en couleur sont des formats vidéo ou ceux qui contiennent des éléments vidéo, ils sont au centre de notre recherche ;
- Les formats en gris sont ceux qui ne contiennent pas de vidéos (seulement textes, photos, illustrations) et qui ne sont pas au cœur de notre recherche.

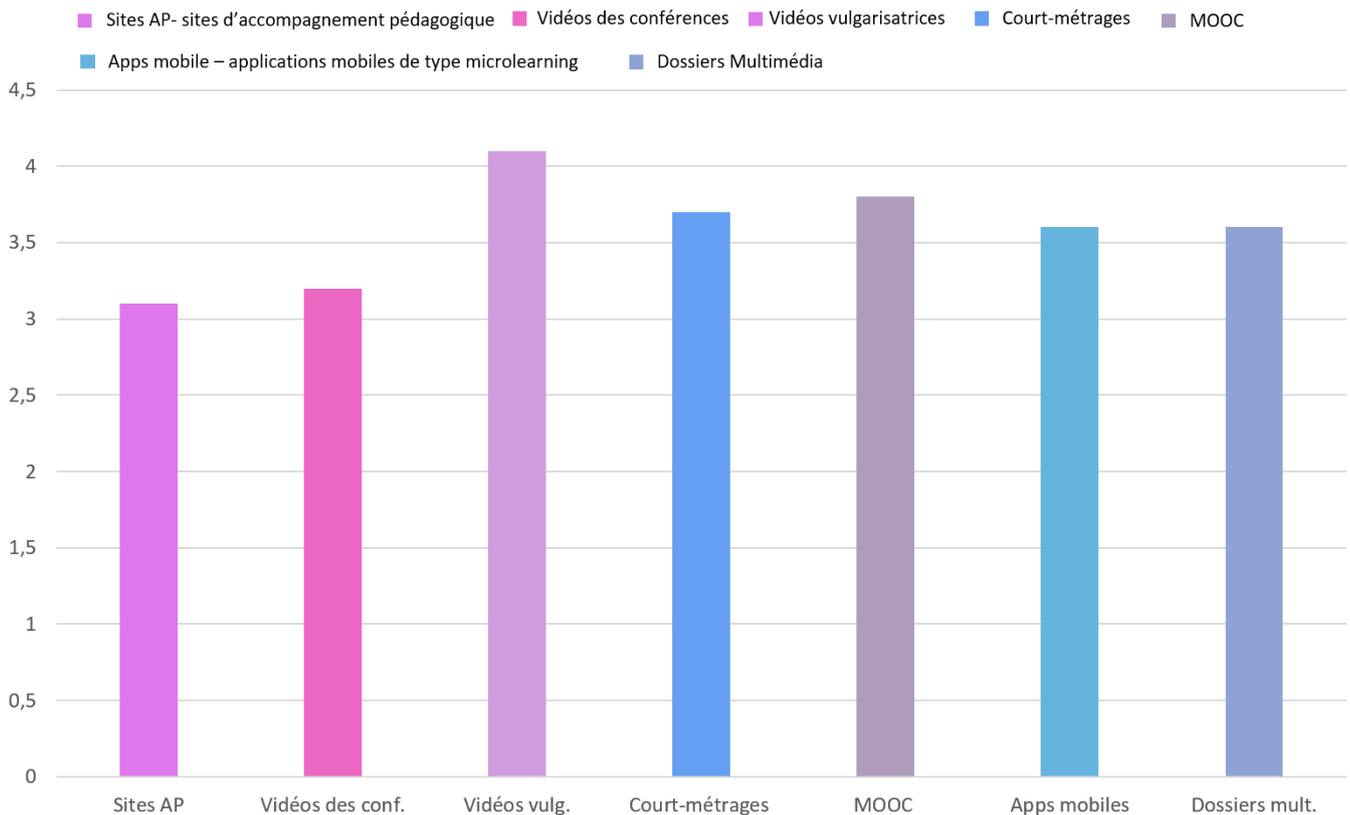
Abréviations :

- Org. Privée – organisation privées ;
- Vulg. Indep. – vulgarisateurs indépendants ;
- Apps Mobiles – applications mobiles (dans notre cas les applications du type micro-learning) ;
- CM – courts métrages ;
- DM – dossiers multimédias ;
- Site vulg. – site de vulgarisation ;
- Site AP – site d'accompagnement pédagogique ;
- Vidéos conf. – vidéos des conférences ;
- Vidéos vulg. – vidéos vulgarisatrices.

³¹⁸ Les exemples étant très nombreuses, il paraît impossible de les présenter tous dans cette recherche. Ainsi, nous proposons un seul exemple, qui témoigne le mieux un format donné.

Afin de savoir quels formats audiovisuels attirent le plus d'internautes et pourquoi, nous avons mené une enquête en ligne. Sur l'histogramme ci-dessous (figure 6), nous voyons que les trois formats privilégiés par les enquêtés sont les vidéos de vulgarisation, les courts-métrages et les MOOC.

Figure 6 : Notes attribuées par les utilisateurs aux différents formats audiovisuels (noté de 1 à 5)



La majorité des sondés constituent le groupe des néophytes-amateurs (47 néophytes, 49 amateurs sur 100)³¹⁹. D'après nos résultats, les vidéos de vulgarisation sortent du lot. Ensuite, les quatre derniers formats (court-métrages, MOOC, applications mobiles, dossiers multimédia) sont un peu en retrait. Toutefois, l'écart entre eux n'est pas très important. Enfin, les sites d'accompagnement pédagogique et les vidéos de conférences sont en retrait.

³¹⁹ Cf. annexe N°2 p.126.

Les vidéos vulgarisatrices

Ce format devient de plus en plus populaire sur le Web. L'élément important qui distingue ce format des autres est sa « forme ». Elle joue un rôle essentiel pour stimuler l'intérêt du public³²². Si chaque auteur choisit sa propre forme et crée la vidéo à sa manière, on peut néanmoins repérer un certain nombre d'invariants.

Humour

Il « fait appel à des émotions. Quand tu ne suscites pas d'émotions, c'est compliqué de se souvenir de toi »³²³, explique Sabine Padelou. Les vulgarisateurs recourent souvent à l'humour pour rendre le visionnage plus agréable, accrocheur et positif. En même temps, certains vidéastes, comme Louis Boulet, affirment ne pas avoir trop utilisé l'humour dans leurs vidéos, ce qui a rendu leur travail « un peu sec »³²⁴.

Anecdotes

Elles permettent d'accrocher l'attention et de se souvenir de l'histoire, car les anecdotes suscitent également les émotions.³²⁵

Langage simple

Tous les vidéastes qu'on a pu contacter, ont confirmé qu'il est très important d'être clair. Le langage doit être simple et compréhensible. Cela peut se traduire par l'utilisation d'expressions familières, l'emploi de mots simples³²⁶, parfois par le tutoiement.

Références modernes

Utiliser des éléments de la culture moderne est un avantage pour rendre les contenus plus parlants pour les plus jeunes : recours à des blagues/mèmes d'Internet, exemples de la vîde moderne, etc. C'est aussi un moyen pour attirer un public, pour qui les codes académiques ne parlent pas. Manon Bril, par exemple, évoque l'emploi des « codes urbains » : musique hip-hop en fond sonore, emploi d'un langage courant, humour, expressions faciales humoristiques, etc.

³²² Manon Birl, *op. cit.*, p. 146

³²³ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 158.

³²⁴ Louis Boulet, *op. cit.*, p. 140.

³²⁵ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 158.

³²⁶ *Ibid.*

Format court

Dans l'idéal la durée de la vidéo ne doit pas dépasser 25-30 minutes, et ne pas être inférieure à 5 minutes³²⁷. Les formats trop longs repoussent le public. Néanmoins, il ne faut pas en abuser trop : de courtes vidéos ne peuvent pas apprendre grand-chose³²⁸. De plus, Manon Bril affirme que quand les sujets intéressent les spectateurs, ils regardent les vidéos longues³²⁹.

Vidéos animées

« Les dessins animés marchent le plus : c'est plus court à regarder, et pour cela ils en regardent plusieurs et jusqu'à la fin. C'est ludique et souvent drôle », affirme Manon Bril. D'une manière générale c'est un format qui séduit tout type de public³³⁰.

Qualité de montage

La partie visuelle est autant importante que le contenu. Les interviewés évoquent souvent les critères comme « joli montage » et « son de qualité ». Pour eux, ce sont des éléments essentiels pour rendre le visionnage plus agréable. Un « joli montage » ainsi qu'un « son de qualité » sont des critères assez complexes et subjectifs. Ainsi, chaque créateur a sa propre vision du montage. Nous avons d'ailleurs observé que chaque Youtubeur a sa propre manière de faire ses vidéos et sa propre vision du montage. Par exemple, les vidéos de Manon Bril sont très dynamiques, avec beaucoup de *jump cuts*. Les vidéos de Marie Pelissier (*Sous La Toile*) sont moins rapides, elles présentent seulement des œuvres d'art, accompagnées par une musique classique et une voix off, ce qui rapproche ses vidéos des reportages de télévision. Les vidéos de Sabine Padelou, par exemple, ressemblent à de courts films : l'animatrice réunit son discours devant la caméra avec des incrustations de mises en scène qu'elle réalise elle-même. Ainsi, nous avons l'impression de voir devant nous de petits films qui nous racontent l'histoire de l'art. Puisque les façons de créer des vidéos sont très diverses, nous ne pouvons donner d'évaluation précise concernant le montage. Nous pouvons seulement dire que par « joli montage », nous entendons voir de la créativité, une nouvelle production artistique : pas un simple enregistrement devant une caméra, sans montage. D'ailleurs, le son doit être de bonne qualité.

³²⁷ *Ibid.*

³²⁸ *Ibid.*

³²⁹ Manon Bril, *op. cit.*, p. 147.

³³⁰ *Ibid.*

Par ailleurs, si on s'adresse à un public jeune, il faudra privilégier un rythme dynamique. Inversement, Louis Boulet (*L'Artichaut*) confie que le rythme dynamique d'une vidéo peut repousser un public âgé³³¹.

Dans notre étude ce sont majoritairement les vulgarisateurs indépendants sur YouTube qui font les vidéos vulgarisatrices. Ainsi, nous en avons répertoriés 10³³². Néanmoins les émissions de télévision (ex : *Quesaco* de TV5MONDE) et les musées (ex : vidéos du Grand Palais), recourent de plus en plus à ce format.

Les courts métrages

Dans notre cas, les courts métrages sont de courtes émissions réalisées par les musées/chaînes de télévision et disponibles sur YouTube. Ce sont de courtes vidéos (de 5-30 minutes), qui ressemblent parfois à des reportages avec une voix off et un suivi des animations, images, texte pour mieux illustrer l'œuvre. Ces vidéos peuvent également contenir de séquences d'entretiens avec des spécialistes (écrivains, professeurs, artistes, philosophes, etc.) durant lesquels les invités partagent leur vision sur un sujet imposé. Elles se rapprochent des émissions de télévision, mais ne peuvent pas être traitées comme celles-ci, puisque souvent elles sont conçues pour YouTube³³³. En effet, les vidéos sur YouTube sont considérées comme des vidéos d'un autre genre³³⁴.

On y privilégie l'emploi d'un langage neutre, sans jargon ni termes spécifiques. En général, les court-métrages sont conçus pour le grand public. Le format très synthétique et les animations supplémentaires sur la vidéo (illustrations, explications des termes, etc.) nous permettent de penser qu'ils s'adressent souvent à des néophytes et des amateurs. D'une manière générale, ces vidéos sont taillées pour les loisirs : elles sont utilisées dans le cadre de préparation de sa visite au musée ou sont visionnées afin de se divertir durant son temps libre. Cependant, elles peuvent constituer une bonne source pour préparer des épreuves scolaires.

³³¹ Louis Boulet, *op. cit.*, p. 140.

³³² Cf tableau des ressources numériques en ligne, annexe N° 1 p. 103.

³³³ Nous avons identifié la plupart de court-métrages sur les chaînes YouTube des musées français.

³³⁴ Chambru Mikaël, « YouTubeurs et institutions : de nouveaux formats pour la médiation scientifique », *The Conversation*, 2 janvier 2019, (<https://theconversation.com/youtubeurs-et-institutions-de-nouveaux-formats-pour-la-mediation-scientifique-107587>), consulté le 1 mai 2020.

Dans notre recherche, on peut trouver les courts-métrages sur les chaînes YouTube des musées (Musée d'Orsay, Le Grand Palais) ou sur les sites des chaînes de télévision (TV5MONDE, ARTE)³³⁵.

Les MOOC culturels

Ces cours gratuits, dispensés uniquement en ligne, sont accessibles à tous sur simple inscription³³⁶. Dans notre recherche, il s'agit des MOOC culturels de la Fondation Orange³³⁷. L'idée est de proposer des vrais cours, mais d'une nouvelle façon : plus ludiques et davantage adaptés au grand public.

Les vidéos ressemblent souvent à des vidéos vulgarisatrices (langage décontracté et simple, adapté à un public néophyte et amateur ; dynamisme des vidéos ; éléments graphiques supplémentaires pour favoriser le visionnage), mais ici il s'agit de vrais cours en ligne. Ainsi, les MOOC contiennent des quiz, des forums de discussion, des sources bibliographiques supplémentaires. Ils attribuent également des badges pour chaque quiz réussi. Les MOOC sont accessibles 24h/24 et la durée peut varier de 1 heure jusqu'à 3 heures par séquence³³⁸. Les contenus se créent par des collaborateurs des musées partenaires, et constituent, donc, une source de qualité³³⁹.

Les MOOC ont pour objectif de toucher tous les publics. Mais d'après notre recherche, ils ciblent plutôt un public néophyte et amateur, qui souhaite connaître ou (re)découvrir des sujets en lien avec l'art. Les utilisateurs des MOOC culturels de la fondation Orange sont en très grande majorité des femmes (75%) : 48% sont actifs, dont 20% d'enseignants, 9% sont étudiants, 20% d'entre eux ne sont pas diplômés de l'enseignement supérieur et 10% habitent à l'étranger³⁴⁰. Les objectifs des MOOC sont très variés, mais d'une manière générale leur consultation relève du loisir. Cependant, certains MOOC peuvent servir pour la préparation d'épreuves en matière d'art/histoire des arts³⁴¹.

³³⁵ Cf. annexe N° 1 p. 115

³³⁶ Définition tirée du site Internaute, (<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/mooc/>).

³³⁷ Cf. annexe N° 1 p. 108.

³³⁸ Informations tirées du site de la Fondation Orange, (<https://mooc-culturels.fondationorange.com/course/index.php>).

³³⁹ Anonyme, « Pour permettre à tous d'accéder à la culture, 4 MOOC sont de nouveau ouverts grâce à la Fondation Orange et ses partenaires culturels », *Club Innovation & Culture France*, le 29 novembre 2017, (<http://www.club-innovation-culture.fr/4-mooc-ouverts-fondation-orange/>), consulté le 1 mai 2020.

³⁴⁰ *Ibid.*

³⁴¹ Informations tirées du site de la Fondation Orange, (<https://mooc-culturels.fondationorange.com/course/index.php>).

Avec les MOOC, La Fondation Orange et les établissements culturels *ont*

« ... expérimenté une nouvelle forme de relation avec les publics, s'appuyant sur un projet numérique de partage des savoirs et des contenus culturels afin de toucher de nouveaux amateurs. Le succès de ces MOOC montre le potentiel du numérique pour démocratiser l'accès aux savoirs et rendre la culture accessible au plus grand nombre »³⁴².

Selon le feedback des utilisateurs, après avoir suivi un MOOC, 95 % souhaitent visiter les expositions et les musées et 99% souhaitent suivre d'autres MOOC culturels et scientifiques³⁴³.

Les dossiers-multimédias³⁴⁴

Pour simplifier, les dossier-multimédias sont des webdocumentaires. Ils permettent de découvrir une œuvre d'art grâce à des interactions. Un dossier multimédia comme *Œuvres à la loupe* (Musée du Louvre), permet à l'utilisateur de réaliser certaines tâches à l'écran (examiner des petits détails de l'œuvre à travers le zoom, effectuer la rotation des images 3D, passer d'un article à l'autre, etc.) et de regarder de courtes vidéos (3-5 minutes en moyenne) consacrées à l'œuvre.

Les contenus de ces dossiers sont rédigés par des spécialistes des musées. Le langage est neutre, souvent adapté à un public néophyte et amateur. D'après nos observations, les auteurs de ces dossiers visent un public très large ne disposant pas d'une culture artistique très étendue. D'une manière générale, nous pouvons conclure que les dossiers multimédias s'adressent à des néophytes et amateurs. Ils peuvent servir pour la préparation de la visite au musée ou comme ressource dans un cadre scolaire / universitaire.

Au sein de notre échantillon, les deux principales ressources numériques qui proposent ce format sont *Œuvres à la loupe* du Musée du Louvre et certains articles sur la plateforme *Google Arts & Culture*³⁴⁵.

Les vidéos des conférences des musées nationaux

Il s'agit des enregistrements des conférences, organisées par des musées nationaux et mises en ligne pour tout public³⁴⁶. Sur le plan visuel, il n'y a pas d'animations supplémentaires : la vidéo est un simple enregistrement de la conférence, avec quelques montages standards (gros

³⁴²Club Innovation & Culture France, *op. cit.*

³⁴³ *Ibid.*

³⁴⁴ Nous avons emprunté ce terme de la page site du musée du Louvre, voir : <https://www.louvre.fr/oal>.

³⁴⁵ Cf. annexe N° 1 p. 118.

³⁴⁶ Les vidéos sont également mises en ligne sur YouTube.

plans des conférenciers, œuvres affichées sur les projecteurs, la mise en avant sous la forme du texte des citations, concepts clés). La durée moyenne d'une vidéo varie entre 45 et 60 min, ces vidéos sont souvent rassemblées dans une série de plusieurs épisodes. En termes de langage, il s'agit d'une langue académique. Les conférences ressemblent plutôt à un cours magistral dans un amphithéâtre universitaire, sans interaction avec les spectateurs.

Les intervenants sont des spécialistes invités (de la France ou de l'étranger) ou les spécialistes du musée qui organise les conférences. Ce sont les personnes issues soit du monde académique (professeurs des universités) soit du monde des musées (souvent il s'agit de conservateurs). Ainsi, nous pouvons conclure qu'ils s'adressent à un public amateur et expert, familier du sujet et qui souhaite approfondir ses connaissances. Ces vidéos sont essentiellement utilisées dans un contexte académique (préparation d'épreuves pour les étudiants ou de cours chez les enseignants).

Les vidéos que nous avons pu trouver, sont proposées par Le Musée du Louvre, le Musée d'Orsay et Le Grand Palais³⁴⁷.

Les sites d'accompagnement pédagogique

Il s'agit de sites classiques qui affichent les informations sous la forme d'un texte, mais qui sont souvent accompagnées par des images, illustrations, vidéos et voire podcasts (*Panorama de l'art, OpenEdition : émissions de D. Arrase*). Sur le plan visuel, ce format ne suggère pas d'interactions particulières avec l'utilisateur. Le langage est souvent académique, il ne s'agit pas de vulgarisation.

Majoritairement, les contenus de ces sites sont rédigés par des auteurs issus du monde académique (professeurs des écoles, des universités, etc.). Parfois ils peuvent être rédigés par d'autres types d'auteurs (journalistes, galeristes), dont la profession est toujours liée à l'art.

Concernant le public, les sites se déclarent souvent comme des sites destinés à un public large ; bref, à tous ceux qui souhaitent approfondir leurs connaissances en histoire ou en art. D'après notre recherche, ils s'adressent plutôt à un public adulte : professeurs, étudiants des universités ou élèves. Ce sont des utilisateurs qui possèdent déjà des connaissances en lien avec l'histoire de l'art, mais qui ont besoin de les alimenter pour des raisons diverses. Nous considérons que le principal objectif est d'accompagner le monde scolaire dans l'apprentissage

³⁴⁷ Cf. annexe N° 1 p. 104-107.

de l'histoire de l'art : les professeurs dans la préparation de leurs cours, les étudiants dans la préparation de leurs épreuves.

Au sein de notre échantillon, les sites que l'on peut ranger dans cette catégorie sont au nombre de quatre : *Histoire par l'image*, *Panorama de l'art*, *OpenEdition : émissions de D. Arrase*³⁴⁸.

4. Conclusion de la deuxième partie

Grace à l'arrivée d'Internet en 2000 et au développement des appareils nomades (smartphones, tablettes, ordinateurs portables), dans la première décennie du XXIème siècle, les pratiques culturelles des Français se sont dématérialisées. Internet a modifié l'approche à la culture : elle est devenue plus facilement accessible au plus grand nombre.

Une grande importance est attribuée au rôle des formats audiovisuels, et surtout les vidéos. La vidéo, en tant que format, a permis aux réseaux sociaux de se développer et occupe une place privilégiée dans l'usage des internautes. Par ailleurs, c'est un format efficace pour ceux qui apprennent l'histoire de l'art et pour ceux qui créent des contenus en lien avec ce domaine. La tendance vers la ludification des contenus, qui provient de la culture des jeux vidéo, a permis la création de nouveaux formats numériques ludiques, ce qui attire un public plus jeune et/ou moins concerné par la thématique de l'histoire de l'art.

L'espace Web propose de nombreuses ressources numériques gratuites sur l'histoire de l'art. Nous en avons pu répertorier 42 et nous les avons regroupés dans des formats suivants : vidéos vulgarisatrices sur YouTube ; MOOC culturels ; dossiers multimédias ; émissions de télévision disponibles en ligne ; vidéos des conférences des musées français ; sites d'accompagnement pédagogique ; courts-métrages réalisés par des musées et disponibles sur YouTube ; sites web de vulgarisation ; newsletters ; applications mobiles. D'une manière générale, nous pouvons observer que tous les formats suivent les mêmes règles de la communication ludique : des formats courts, le recours à l'humour (au choix de l'auteur) et l'utilisation d'un langage courant.

La popularité de la vidéo et son importance pour l'étude de l'histoire de l'art nous a amené à nous intéresser à des formats uniquement vidéo soit des formats contenant des incrustations vidéo. Ainsi nous nous sommes concentrés sur les vidéos vulgarisatrices ; MOOC

³⁴⁸ *Ibid.*

; dossiers multimédias ; émissions de télévision ; vidéos des conférences ; sites d'accompagnement pédagogique ; et courts- métrages sur YouTube. Chaque format contient son style de présentation, ses particularités graphiques et peut se différencier en langage.

Généralement, la plupart des formats s'inscrivent dans la démocratisation culturelle en ligne : ils sont gratuits, accessibles via Internet et les contenus visent à faire découvrir et apprendre certaines thématiques en lien avec l'histoire de l'art. Cependant, tous ces formats ne sont pas toujours très accessibles à tous dans la mesure où le public cible n'est pas le même. D'un côté, il y a des formats ludiques qui attirent les utilisateurs néophytes et amateurs : vidéos de vulgarisation, MOOC et court-métrages. De l'autre, on trouve des formats numériques de bonne qualité en termes du contenu, mais qui sont davantage destinés à des experts du monde académique (sites d'accompagnement pédagogique ; vidéos des conférences professionnelles) et qui ne n'éveillent pas toujours l'intérêt des spectateurs novices ou amateurs.

Cela étant dit, la question de l'efficacité des formats numériques ludiques dans la démocratisation de l'histoire de l'art se pose. D'une part, ces formats incitent plus de personnes disposant d'un faible capital culturel à s'intéresser à l'histoire de l'art. D'autre part, compte tenu de la tendance vers la simplification et ludification, le public ne risque-t 'il pas de sombrer dans une démarche amateuriste ? La question reste ouverte.

Dans le chapitre suivant nous allons voir quelles sont les limites propres à ces nouvelles tendances de la démocratisation de l'histoire de l'art en ligne.

III. Les limites de la démocratisation de l'histoire de l'art en ligne

Nous avons vu qu'Internet propose de nombreuses ressources qui permettent de découvrir l'histoire de l'art gratuitement. Certaines ont été conçues comme de vrais cours en ligne (MOOC culturels de la Fondation Orange), certaines sont des sources complémentaires pour préparer ses études (sites d'accompagnement pédagogique comme Panorama de l'art ou Histoire par l'image et vidéos des conférences des musées nationaux), d'autres ont pour objectif d'inciter le public néophyte à découvrir l'histoire de l'art (vidéos de vulgarisation sur YouTube, courts métrages des musées). Il semble que grâce à Internet la culture est devenue à la portée de main : en quelques clics chacun peut trouver des réponses à des questions en lien avec l'art et se faire une idée de la discipline, en passant de néophyte à amateur. D'un côté, il est vrai que l'histoire de l'art est devenue plus accessible au plus grand nombre. L'accès immédiat ainsi que la gratuité stimulent l'intérêt pour l'histoire de l'art : 77,5 % des sondés sont d'accord avec cette idée³⁴⁹. Les contenus ludiques et formats courts attirent les jeunes internautes³⁵⁰ (18-35 ans). L'autoformation est désormais plus accessible. D'un autre côté, il ne faut pas tomber dans l'illusion que le Web soit tout puissant. Il donne des repères pour découvrir un nouveau domaine d'études. Cependant, considérer le Web et ses ressources comme une réponse universelle à la démocratisation culturelle, serait **fautif**.

1. Les limites des formats numériques sur l'histoire de l'art

1.1. **Cultivation** d'une culture générale

Internet a rendu possible la démocratisation des savoirs³⁵¹. Il abonde en ressources, souvent gratuites, qui permettent à l'individu de s'approprier d'un certain nombre de pratiques sociales et culturelles³⁵² rapidement. L'accessibilité à des informations et la mise en ligne des

³⁴⁹ Résultats du sondage en ligne, Cf annexe N° 1 p. 136-138.

³⁵⁰ *Ibid.*

³⁵¹ Beuscart Jean-Samuel, Dagiral Eric, Parasie Sylvain, *Sociologie d'internet*, Malakoff, Armand Colin, 2019, p.93.

³⁵² *Ibid.*

amateurs, ont transformé la nature de l'activité³⁵³ culturelle et **brouille** la frontière existante entre les amateurs et les professionnels³⁵⁴.

En effet, Internet a favorisé la croissance d'amateurs³⁵⁵. Sa montée en puissance s'inscrit dans une tendance de diffusion et d'élargissement des savoirs et des compétences³⁵⁶. Hier néophytes, aujourd'hui déjà amateurs et passionnés de l'histoire de l'art. Grâce à la gratuité et à la diversité des ressources numériques, les individus peuvent acquérir de solides bases dans un nouveau domaine d'étude et même parfois se rapprocher des experts. Cependant, l'autoformation en ligne a ses limites. Surtout dans notre cas où les formats numériques ne sont pas toujours conçus comme de vrais cours en ligne.

Formats visant à vulgariser les savoirs ou bien les formats qui accompagnent les étudiants et les enseignants, ne constituent pas un vrai système de connaissance. Souvent, ces formats en ligne servent à développer une « culture générale »³⁵⁷ ou de compléter les informations proposées aux cours.

Le terme « culture générale » est une notion polysémique, dont l'idée remonte à l'Encyclopédie³⁵⁸. Selon Larousse, une culture générale c'est « l'ensemble des connaissances qui enrichissent l'esprit, affinent le goût et l'esprit critique »³⁵⁹. Une autre définition dit que :

« Une « culture générale », enfin, entendue non comme juxtaposition de savoirs spécialisés, mais comme unité organique des connaissances, dans les sciences comme dans les humanités, susceptible de constituer un fondement solide pour une spécialisation/professionnalisation future. Prise en ce sens, la culture générale constitue moins un contenu qu'un seuil : on a de la culture générale lorsqu'on commence à savoir s'orienter dans le savoir, lorsqu'on est apte à savoir ce que l'on ne sait pas, lorsqu'on devient le maître de son apprentissage. »³⁶⁰

La culture générale est donc une base pouvant mener à l'expertise. Mais la culture générale n'est pas une spécialisation en soi.

³⁵³ *Ibid.* p.91

³⁵⁴ *Ibid.*

³⁵⁵ Flichy Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010, p.88

³⁵⁶ *Ibid.*

³⁵⁷ Cette idée a été défendue par nos interviewés, dont Manon Bril et Louis Boulet.

³⁵⁸ Tavoillot Pierre-Henri, « Qu'est-ce que la culture générale ? », *Le Débat*, 2007/3 (n° 145), p. 15-23.

³⁵⁹ Définition tirée du dictionnaire Larousse en ligne, (<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/culture/21072>).

³⁶⁰ Tavoillot Pierre-Henri, *op. cit.*

Absence de méthodologie d'analyse

D'abord, selon Manon Bril, ces ressources ne permettent pas d'acquérir une méthodologie d'analyse³⁶¹. La transmission unilatérale du savoir en ligne, c'est-à-dire sans interaction directe avec l'animateur, ne nous poussent pas à analyser. Sans un vrai accompagnement pédagogique et interaction humaine, on ne peut pas parler d'un vrai apprentissage. Les ressources en ligne peuvent nous aider à développer l'érudition et à élargir les horizons intellectuels, mais **ils** ne donnent pas vraiment de clefs pour analyser, car l'analyse se fait à travers les interactions.

Manque de cadre

Deuxièmement, en s'autoformant nous manquons de cadre. D'une manière générale, « quand on se forme tout seul, on se spécialise sur les sujets qu'on aime et on néglige certains domaines qui nous intéressent moins, mais qui sont néanmoins indispensables »³⁶². En se basant sur notre choix personnel, nous pouvons passer à côté de questions importantes, réduisant ainsi notre développement culturel.

1.2. Les limites des formats vulgarisateurs

La longueur du format

La plupart des formats destinés à des néophytes et amateurs, sont souvent très courts : vidéos de vulgarisation ou courts métrages durent en moyenne 5-10 minutes, les dossiers multimédias ne contiennent que quelques séquences vidéo de 3-5 minutes pour parler des œuvres d'art. Cependant, le format court, ne peut pas apporter grand-chose. Selon Sabine Padelou, les formats courts ne permettent pas de comprendre le sujet profondément³⁶³, et ne sont pas très sérieux. Ainsi, l'individu n'obtient que des bases très générales sur un sujet.

Le risque d'amateurisme

La tendance à utiliser des anecdotes se manifeste d'une manière de plus en plus évidente dans les formats numériques ludiques (*C'est une autre histoire, N'ART, Art comptant pour rien,*

³⁶¹ Manon Bril, *op. cit.*

³⁶² Cécile & François André, *op. cit.*

³⁶³ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 158

Le Baz'Art ambulant, Museonauta). Mais l'emploi exhaustif des anecdotes peut nous faire tomber dans l'amateurisme total³⁶⁴.

Nous ne considérons pas que l'amateurisme comme une tendance négative. D'ailleurs, Patrice Flichy parle des amateurs en précisant que ce qui distingue un amateur d'un professionnel c'est « une forme d'engagement dans les pratiques sociales »³⁶⁵. Il est donc guidé par « la curiosité, l'émotion et la passion »³⁶⁶, mais il peut en même temps développer une bonne expertise³⁶⁷.

L'amateurisme total dont nous parlons réside dans l'idée que l'individu peut arrêter de considérer l'apprentissage comme un domaine qui nécessite beaucoup d'efforts. Si tout est raconté par des anecdotes, et chaque exemple historique peut trouver une référence moderne, on peut se retrouver dans une erreur scientifique. Une bonne connaissance du sujet demande un travail intellectuel et une analyse plus minutieuse qu'un simple apprentissage par des anecdotes. L'apprentissage par le divertissement peut se faire, mais selon Sabine Padelou, il doit être bien manié³⁶⁸, ce qui n'est pas toujours le cas.

Dilettantisme

On trouve une autre limite dans le non-professionnalisme du travail. Par exemple, tous les Youtubeurs qui créent des chaînes de vulgarisation ne sont pas de véritables experts du domaine qu'ils évoquent³⁶⁹. Patrice Flichy ne précise pas si la production amateur est médiocre et manque de qualité par rapport à celle professionnelle³⁷⁰. Cette question reste ouverte. Il est difficile de l'affirmer car certains contenus amateurs sont très proches de ceux des experts³⁷¹.

En se basant sur l'avis de certains interviewés, et notre propre observation en ligne, nous pouvons conclure que parfois les auteurs - amateurs éclairés risquent de véhiculer des connaissances erronées ou biaisées (même sans le savoir). Il est ainsi important d'avoir un bon esprit critique afin de distinguer des contenus profanes des professionnels³⁷². Par exemple, dans notre sondage en ligne, 5 enquêtés sur 100 ont répondu que le tarif n'était pas un facteur le plus

³⁶⁴ Sabine Padelou, p. 161.

³⁶⁵ Flichy Patrice, *op. cit.*, p.12.

³⁶⁶ *Ibid.*

³⁶⁷ Beuscart Jean-Samuel, Dagiral Eric, Parasie Sylvain, *Sociologie d'internet, op. cit.*, p.93

³⁶⁸ Sabine Padelou, *op. cit.*

³⁶⁹ Conclusions tirées de l'ensemble des entretiens que nous avons effectués.

³⁷⁰ Flichy Patrice, *op. cit.*, p.90.

³⁷¹ *Ibid.*

³⁷² Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 163.

important : si les contenus sont d'une bonne qualité et qu'ils captent l'intérêt, les personnes sont prêtes à payer³⁷³.

La non-exhaustivité des contenus

Lors de nos entretiens avec les vulgarisateurs sur YouTube, nous avons cherché à savoir comment ils choisissent les sujets de leurs vidéos. Tous les interviewés ont répondu que les sujets dont ils parlent sont des ceux qui les intéressent personnellement. Dès lors, les spectateurs seront amenés à regarder des contenus présélectionnés par défaut, qui ne seront donc pas toujours d'un grand intérêt pour ces derniers.

1.3. Les limites des formats académiques

Les vidéos des conférences des musées des beaux-arts ainsi que les sites d'accompagnement pédagogique ont été conçus avec la participation directe des experts de musées et des professeurs universitaires. En examinant leurs contenus, nous avons conclu qu'ils sont destinés plutôt à des professionnels. Toutefois, leurs créateurs **réclament** qu'ils sont destinés à tout public : sur le site officiel *Histoire par l'image* il est indiqué que les contenus sont destinés à un grand public ; les musées nationaux des beaux-arts partagent activement leurs conférences professionnelles sur ses chaînes YouTube, en visant ainsi un public très large. Pourtant, la forme de ces contenus empêcherait leur consultation massive, surtout par des néophytes en histoire de l'art.

La longueur du format

Les vidéos des conférences des musées nationaux risquent de ne pas intéresser un grand public. Les vidéos des conférences ont un format très long (la vidéo d'une série dure en moyenne une heure) et leur forme est très académique. En effet, ils se rapprochent de longs cours magistraux universitaires, manquant d'interaction et demandant du temps et de la concentration. Les personnes souhaitant découvrir les thématiques en lien avec l'histoire de l'art, mais qui n'ont pas beaucoup de temps pour cette activité, ne seraient pas **tentes** par ce format.

³⁷³ Cf. annexe N° 1 p 138-139.

Le langage soutenu

Les contenus professionnels sur l’histoire de l’art sont transmis par des experts, qui ont une tendance à employer un langage très soutenu, parfois très pompeux³⁷⁴. Selon Sabine Padelou, les personnes spécialisées en l’histoire de l’art aiment mettre en avant un langage complexe³⁷⁵. Ce langage ne convient pas aux personnes peu sensibilisées à la matière de l’histoire de l’art et peut créer un sentiment de malaise, donnant l’idée que la discipline est réservée à un petit groupe d’individus. Dans les vidéos des conférences des musées ou les sites d’accompagnement pédagogiques nous pouvons souvent trouver ces éléments linguistiques qui créent une barrière entre un public néophyte-amateur et celui d’experts.

2. Les contraintes engendrées par le Web

Pour qu’un contenu (article, vidéo, podcast, etc.) attire l’attention d’un individu, il doit être visible. Notre choix – lire un article et regarder une vidéo, - est souvent guidé par l’accessibilité et la disponibilité de tel ou tel contenu. Quand un utilisateur fait son choix sur le Web, il repose, d’abord, sur ces préférences, mais aussi sur les propositions que lui offre le moteur de recherche. L’affichage des contenus sur le Web a ses propres règles, qu’un utilisateur ordinaire peut ignorer. Ainsi, certaines contraintes du Web empêchent de rendre les informations purement démocratiques en termes d’accessibilité.

2.1. Les algorithmes programmés

La première contrainte réside dans les algorithmes programmés, ce qui crée une sorte d’universalisation des activités en ligne. **Algorithme** est un ensemble d’instructions informatiques permettant de réaliser un calcul³⁷⁶, ce sont des procédures ordonnées qui permettent de transformer les données initiales en un résultat³⁷⁷. Sans algorithmes, il est impossible de trouver des informations, de transformer les données en connaissances³⁷⁸. Ainsi, on ne peut pas s’en passer pour classer les informations sous un moteur de recherche. Aujourd’hui ils servent à personnaliser les affichages publicitaires (grâce au ciblage

³⁷⁴ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 158.

³⁷⁵ *Ibid.*

³⁷⁶ Cardon Dominique, *Culture numérique*, Paris, Les Presses de Sciences Po, coll. « Les petites humanités », 2019, p. 354.

³⁷⁷ *Ibid.*

³⁷⁸ *Ibid.*

comportemental), à recommander les produits ou des contenus en ligne qui correspondent à nos préférences. En effet, ils sont devenus des « nouveaux goalkeepers de l'information »³⁷⁹.

Le plus grand défi des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) et des plateformes web, comme YouTube, est de retenir l'attention des utilisateurs³⁸⁰. Le modèle économique du Web repose sur la publicité en ligne. **Ainsi, le plus l'utilisateur reste sur le site il regarde la publicité, et finalement, le plus il rapporte de l'argent à la société**³⁸¹. C'est pour ça que les ingénieurs de YouTube ont programmé les algorithmes dans l'objectif est de retenir les utilisateurs le plus longtemps possible sur la plateforme.

Sur YouTube il y a plusieurs algorithmes³⁸² qui permettent à l'utilisateur de trouver les vidéos qu'il apprécie. Cela passe par différents volets. D'abord, par le moteur de recherche sur YouTube, qui permet de trouver les vidéos souhaitées par l'utilisateur. Ensuite, il y a l'espace avec des recommandations, constitue à partir des choix de l'utilisateur effectués sur YouTube (chaines auxquelles l'utilisateur est abonné, contenus regardés, etc.). Enfin, par l'onglet « tendances », qui permet de retrouver des vidéos qui ont le plus grand succès sur YouTube : incluant les vidéos faisant le plus grand nombre de vues ou les vidéos en progression (les plus regardées dans les dernières 24/48 heures). Pour résumer, les algorithmes de YouTube peuvent influencer la façon dont les utilisateurs consomment les vidéos³⁸³.

En même temps, le fonctionnement des algorithmes sur YouTube et les méthodes pour exploiter au mieux ses algorithmes sont une « boîte noire »³⁸⁴, même pour les Youtubeurs : les algorithmes peuvent subir des moindres changements de temps en temps et personne ne saurait dire avec exactitude comment façonner sa communication sur YouTube afin de rendre ses vidéos plus visibles. En effet, aucun géant du Web ne dévoile ses algorithmes³⁸⁵. Certains Youtubeurs que nous avons interviewés, affirment que les critères de réussite sur YouTube sont très complexes. Le succès d'une vidéo pour YouTube dépend de plusieurs facteurs, et parfois ces facteurs ne sont pas les mêmes. Par exemple, YouTube peut ne pas mettre en avance les

³⁷⁹ *Ibid.*, p.355

³⁸⁰ Izoret Thibault, Putallaz Marie Amélie, « Les secrets des ALGORITHMES de YouTube », *Figaro Live*, YouTube, (<https://www.youtube.com/watch?v=E63Ke6Kr0Mg>).

³⁸¹ *Ibid.*

³⁸² *Ibid.*

³⁸³ *Ibid.*

³⁸⁴ *Ibid.*

³⁸⁵ *Ibid.*

vidéos qui n'ont pas de publicité³⁸⁶. Parfois il y a des vidéos que YouTube a beaucoup suggérées, mais il y a peu d'utilisateurs qui les ont regardées, et à l'inverse³⁸⁷.

Cependant, le point avec lequel la plupart des Youtubeurs sont d'accord c'est que **la qualité n'est pas une valeur clé³⁸⁸ pour mettre en avant un contenu sur YouTube. Ce qui marche vraiment sont les contenus qui font réagir³⁸⁹ : qui provoquent des pouces en haut, des commentaires, des sauvegardes dans la *playlist*, etc. Il faut comprendre que derrière ses algorithmes se cachent les intérêts de l'entreprise et ses décisions (Google).**

Ainsi, les utilisateurs peuvent faire face à deux contraintes en ligne : la personnalisation des contenus en fonction des préférences de l'utilisateur et l'universalisation des contenus, rendues possibles grâce à des algorithmes. Cependant, dans les études menées par **Beuscart, Coavoux et Maillard (2019)** sur les pratiques de l'écoute de la musique en ligne, les chercheurs observent que bien que les algorithmes jouent un rôle important dans le choix des utilisateurs, ils n'orientent pas la majorité des écoutes³⁹⁰. Cela dit, il est fautif de penser que tous les utilisateurs sont guidés par des algorithmes. Néanmoins, ils peuvent constituer une vraie contrainte pour un utilisateur qui ne sait pas distinguer des contenus de qualité des contenus médiocres.

2.2. La difficulté de distinguer de bons contenus dans un déluge de données

A cause d'un spectaculaire déluge de données sur le Web, certains contenus de qualité n'attirent pas **d'attention** des spectateurs et peuvent se perdre parmi les contenus médiocres³⁹¹. Nous ne connaissons pas la taille du Web, mais il y a des études qui montrent que 95% de nos navigations sur la Toile se déploient ne serait-ce que sur 0,03% des contenus numériques disponibles³⁹². Cela entraîne certaines limites pour les créateurs des contenus et les utilisateurs qui les consomment.

Cela pose un vrai problème pour les créateurs des contenus. Les difficultés se manifestent de plusieurs manières. D'abord, il faut savoir exploiter les algorithmes (qui, comme

³⁸⁶ Manon Bril, *op. cit.*, p. 145.

³⁸⁷ Izoret Thibault, Putallaz Marie Amélie, « Les secrets des ALGORITHMES de YouTube », *op.cit.*

³⁸⁸ *Ibid.*

³⁸⁹ *Ibid.*

³⁹⁰ Beuscart Jean-Samuel, Dagiral Eric, Parasie Sylvain, *Sociologie d'internet, op. cit.*,p.89

³⁹¹ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 163

³⁹² Cardon Dominique, *Culture numérique, op. cit.* p.356

nous l'avons mentionné précédemment, ne sont pas toujours très évidents) et générer des interactions avec ses abonnés.

Ainsi, Sabine Padelou exprime son inquiétude au sujet de vulgarisateurs en ligne qui font des contenus de qualité, mais qui sont tout simplement en retrait à cause de chaînes médiocres (comme *Lama Fâché*), devenues populaires grâce à des réactions générées sur le Web et des techniques aguicheuses, connue sous le nom de « putaclic »³⁹³. Ensuite, il faut savoir se différencier des autres : créer son contenu d'une façon originale, qui ne ressemble pas à ce qui existe déjà sur le Web. Puisque le Web est déjà inondé par de multiples ressources sur l'art, créer de nouvelles vidéos, demande beaucoup de travail et des compétences créatives. Ainsi, les contenus peuvent être de bonne qualité, mais la forme ne pas retenir l'attention, ce qui diminue le visionnage des internautes. Par ailleurs, l'espace Web fonctionne beaucoup à travers les références et la publicité. Dans le cas de YouTube, une vidéo a plus de chances d'être vue si elle est conseillée par des Youtubeurs connus ayant beaucoup d'abonnés. Cela étant dit, pour se faire connaître dans un espace comme YouTube, il est nécessaire d'entretenir des relations avec d'autres Youtubeurs. Sans travail de réseau, il serait difficile de rendre ses contenus plus visibles.

Pour résumer, afin d'attirer l'attention d'un utilisateur, il faut comprendre les algorithmes, savoir créer un contenu original et connaître d'autres acteurs sur le Web qui peuvent recommander votre service. Du point de vue d'un utilisateur néophyte en histoire de l'art, l'abondance des contenus sur le Web, ses algorithmes ainsi que la publicité peuvent impacter son choix. Le dernier ne tomberait pas toujours sur des contenus de bonne qualité.

2.3. Une consommation accélérée et la dévalorisation des biens culturels

L'abondance d'informations peut entraîner une certaine dévalorisation des biens culturels proposés sur le Web. En effet, dans le contexte d'exubérance, l'utilisateur peut être moins attentif aux œuvres, d'adopter une démarche de survol des contenus³⁹⁴, sans aller plus loin pour les découvrir. Cette problématique peut trouver son explication dans des comportements adaptés dans une « économie des plateformes »⁴⁸. Ces comportements ont une dynamique qui guide les individus vers l'efficacité et l'utilité afin de mieux profiter des formes

³⁹³ Une technique employée sur le Web afin de rendre le titre ou le résumé exagéré délibérément dans l'objectif d'attirer davantage d'attention. C'est un titre aguicheur, racoleur destiné à provoquer un clic.

³⁹⁴ Beuscart Jean-Samuel, Dagiral Eric, Parasio Sylvain, *Sociologie d'internet, op. cit.*, p.89.

toujours en extension de la consommation et des loisirs³⁹⁵. On y retrouve la tendance de **privilégier l'utile, le pratique, le pas cher**³⁹⁶. Les jeunes (les 18-35 ans) d'aujourd'hui consomment pour obtenir un plaisir immédiat, et préfèrent investir à court terme³⁹⁷. L'enjeu du marketing en ligne est de savoir satisfaire cette immédiateté³⁹⁸.

Dans ce contexte, il est intéressant de mentionner le concept de « la civilisation du poisson rouge »³⁹⁹. L'expression « poisson rouge » fait est une référence métaphorique à la durée de la mémoire d'un poisson rouge, qui est limitée à quelques secondes. Les ingénieurs de Google ont conclu que la durée d'attention de la génération des milléniaux s'élève à seulement 9 secondes⁴⁰⁰. Les auteurs du livre caractérisent avec ironie les utilisateurs modernes comme des « poissons rouges » qui sont « enfermés dans le bocal de nos écrans, soumis au manège de nos alertes et de nos messages instantanés »⁴⁰¹.

Dans l'économie de l'attention⁴⁰², accéléré par Internet, où les entreprises cherchent à augmenter la productivité du temps et en engendrer encore plus de valeur, l'attention devient une valeur primordiale. Ainsi, les réseaux offrent aux utilisateurs tout le confort dont ils ont besoin, les algorithmes que nous avons déjà évoqués guident les utilisateurs jusqu'à ce qu'ils trouvent ce que qu'ils cherchent. Puisque « l'économie de l'attention a poussé les plateformes à créer des environnements qui collent à nos attentes »⁴⁰³, les désirs des individus sont presque toujours assouvis. Il y a une illusion que nous nous retrouvons dans un monde où tous nos besoins sont à la portée de quelques clics.

Ce contexte est traversé par des phénomènes nouveaux comme le speed watching⁴⁰⁴ et une écoute en rafale, ce qui crée une mutation de la consommation des biens culturels⁴⁰⁵. Cela

³⁹⁵ Cardon Dominique, *Culture numérique, op. cit.*, p.303.

³⁹⁶ *Ibid.*

³⁹⁷ Khodorowsky Katherine, « Chapitre 3. Marketing à destination des jeunes : comment les séduire ? », *Marketing et communication Jeunes. Vendre aux générations Y et Z*, sous la direction de Khodorowsky Katherine., Dunod, 2015, pp. 83-149.

³⁹⁸ *Ibid.*

³⁹⁹ Vetraino Jean, « Bruno Patino, La civilisation du poisson rouge. Petit traité sur le marché de l'attention », *Revue Projet*, 2019/5 (N° 372), p. 95-96.

⁴⁰⁰ *Ibid.*

⁴⁰¹ *Ibid.*

⁴⁰² *Ibid.*

⁴⁰³ Piquet Samuel, « "La civilisation du poisson rouge" ou l'utopie brisée d'un mordu du web », *Marianne*, le 12 aout 2019, (<https://www.marianne.net/debattons/idees/la-civilisation-du-poisson-rouge-ou-l-utopie-brisee-d-un-mordu-du-web>).

⁴⁰⁴ Le visionnement en accéléré. Par exemple, visionner en accéléré une vidéo ou audio à des vitesses allant de 1,2 à deux fois la vitesse normale grâce aux paramètres de réglages.

⁴⁰⁵ Bischoff Samuel, « Le speed watching : analyse de la consommation à grande vitesse », *France Info*, le 22 mars 2017, (<https://www.meta-media.fr/2017/03/22/le-speed-watching-analyse-de-la-consommation-a-grande-vitesse.html>), consulté le 1 juin 2020.

étant dit, nous considérons qu'il y a un risque que cette idée de « quelques clics » et les formats courts (vidéos de vulgarisation, courts métrages, etc.) pourraient amener au « snacking » des œuvres⁴⁰⁶, plutôt qu'à un engagement plus profond avec elles⁴⁰⁷. De ce fait, le fait d'avoir des informations gratuitement et à la portée de tous en quelques clics, nuirait à la démocratisation culturelle dans le sens où les individus aborderaient les œuvres d'art d'une manière superficielle⁴⁰⁸.

2.4. La gratuité sur le Web

Dans notre recherche, la gratuité est un critère essentiel dans le choix des ressources numériques en ligne. Désormais chacun peut trouver de nombreuses thématiques en lien avec l'histoire de l'art et choisir un format qui lui convient le plus (vidéos, dossiers multimédias, newsletters, applications mobiles de type micro-learning, etc.). Dans notre sondage en ligne, la minorité des sondés (42 sur 100) considèrent que l'histoire de l'art est un domaine accessible⁴⁰⁹. Selon 12 d'entre eux, Internet et médias sont des ressources essentielles pour découvrir l'histoire de l'art. Par ailleurs, la majorité (79 parmi 100) sont d'accord que la gratuité et l'accès immédiat à l'apprentissage de l'histoire de l'art en ligne stimulent leur intérêt pour ce domaine⁴¹⁰. Certains ont même répondu qu'Internet doit être gratuit ainsi que les contenus numériques sur l'art⁴¹¹.

Marcel Hénaff [2002] a analysé la relation entre la connaissance et la gratuité de sa communication⁴¹². Elle a démontré le caractère problématique du paiement lorsqu'il s'agit de l'accès à la connaissance⁴¹³. Cette approche ambiguë est retrouvable dans l'accès à l'art, à la musique, à la littérature. Ainsi, « la culture ne serait ni un bien ni une marchandise comme les autres »⁴¹⁴. Cela nous amène à s'interroger sur la question de la gratuité des ressources numériques en ligne. Est-il légitime de considérer que le Web et ses ressources sur l'histoire de l'art doivent être gratuites ?

⁴⁰⁶ Beuscart Jean-Samuel, Dagiral Eric, Parasie Sylvain, *Sociologie d'internet, op. cit.*, p.83.

⁴⁰⁷ *Ibid.*

⁴⁰⁸ Faivre d'Arcier Bernard, « Internet est grand et la culture petite », *Nectart*, 2016/1 (N° 2), p. 160-161.

⁴⁰⁹ Cf. annexe N° 2 p. 136.

⁴¹⁰ *Ibid.*

⁴¹¹ *Ibid.*

⁴¹² Proulx Serge, Goldenberg Anne, « Internet et la culture de la gratuité », *Revue du MAUSS*, vol. 35, no. 1, 2010, p. 509.

⁴¹³ *Ibid.*

⁴¹⁴ *Ibid.*

Nous l'avons pu voir dans la première partie de notre mémoire, que l'Etat français propose une grande offre culturelle. Les jeunes bénéficient de la gratuité d'accès aux musées. De temps en temps, les musées français organisent des journées portes ouvertes, proposant ainsi un accès gratuit. Selon une étude de CREDOC, 45% des Français pensent que cette gratuité mérite d'être maintenue telle quelle et 48% suggèrent même qu'elle devrait être étendue⁴¹⁵. Nous voyons qu'il y a un ressentiment général d'une nécessité de rendre les activités culturelles gratuites, et ainsi plus accessibles à tout le monde.

En même temps, nous voyons que l'idée d'une « culture de la gratuité » est fortement répandue chez les internautes⁴¹⁶. Les revendications des idéaux coopératifs, de l'égalitarisme, de la liberté d'expression, de la gratuité des contenus ainsi que l'élargissement continu de l'accès aux biens culturels conçu comme un droit, tout cela tisse Internet de fond⁴¹⁷. Les idées de gratuité et de partage sont inscrites dans l'identité profonde du réseau Internet dès sa conception. C'est une conviction libertaire qui a été partagée par des universitaires et aussi, par les premiers hackers, qui ont contribué à la conception et la mise en place du Réseau⁴¹⁸. Certains théoriciens du cyberspace (Barlow, 1996 ; Barbrook, 2001) associent l'apparition d'Internet à « un projet social émancipateur »⁴¹⁹. Le discours sur le rôle des nouvelles technologies dans l'émancipation sociale a critiqué le mode de vie dominant fait de rapports sociaux marchands⁴²⁰. Des auteurs et artistes voyaient dans un nouvel espace virtuel un espace collectif, qui permettrait d'expérimenter de nouveaux rapports d'échange, ceux d'une nouvelle société. Ensuite, les réponses sont liées au changement des échanges sociaux, provoqués par Internet : l'importance des échanges de biens immatériels entraîne les limites du droit de propriété intellectuelle lorsqu'il s'applique à l'univers numérique⁴²¹. De nos jours le Web social est une possibilité d'étendre les pratiques du don dans le monde des réseaux⁴²².

La gratuité, c'est la contribution volontaire d'individus. Ils partagent la volonté de créer un savoir collectif. La culture de la gratuité demeure sous deux angles. D'un côté, il s'agit la recherche de biens et de services au meilleur prix, voire à un qui égal zéro⁴²³. De l'autre, la

⁴¹⁵ R. Bigot, S. Hoibian, J. Müller, « Les visites du patrimoine culturel et la question de la gratuité », CREDOC, (<https://www.credoc.fr/publications/les-visites-du-patrimoine-culturel-et-la-question-de-la-gratuite-1>), consulté le 07 juin 2020.

⁴¹⁶ Proulx Serge, Goldenberg Anne, « Internet et la culture de la gratuité », *op. cit.*, p. 505

⁴¹⁷ Dagnaud Monique, « Un espace public underground », *Génération Y*, Presses de Sciences Po, 2013, p. 198.

⁴¹⁸ Proulx Serge, Goldenberg Anne, *op. cit.*, p. 503.

⁴¹⁹ *Ibid.*

⁴²⁰ *Ibid.*, p. 505.

⁴²¹ *Ibid.*, p. 503.

⁴²² *Ibid.*, p.515.

⁴²³ *Ibid.*, p. 509.

revendication de relations sociales libres et égalitaires et la reconnaissance d'une possibilité de contribuer d'une manière élargie à ce qui est produit et échangé sur Internet. Certains Youtubeurs, comme Louis Boulet et son équipe de *L'artichaut*, suivaient dès le départ l'objectif de garder leurs contenus gratuits⁴²⁴. Louis Boulet confie qu'ils ont été contactés par des instances officielles, et que finalement certaines de leurs vidéos ont été utilisées pour enrichir des manuels scolaires. Mais l'équipe ne voulait pas que les gens puissent faire de l'argent avec leurs vidéos. Ils acceptaient l'utilisation de leurs contenus, mais sous la condition que les contenus restent gratuits. Cecile André (*Pallas Athéné*) s'est montrée particulièrement favorable à l'idée de Open Access. Selon Cecile, il est scandaleux que les citoyens Français n'aient pas toujours accès à des articles scientifiques en histoire de l'art, alors qu'ils financent par leurs impôts la recherche⁴²⁵.

Cependant, cet esprit de la gratuité se trouve face aux difficultés que traversent les industries de la culture et de la communication⁴²⁶. Ce sont des « utilisateurs-consommateurs » qui obtiennent gratuitement, sous effet de masse et via l'échange entre pairs (*peer to peer*), de biens et services qui devraient être « normalement » payants⁴²⁷. Les analystes évoquent le « diktat du consommateur roi » qui amenait les industries culturelles (et ainsi ces auteurs) à leur perte⁴²⁸.

Par exemple, Sabine Padelou, qui anime la chaîne YouTube *Le Baz'Art ambulante*, a aussi créé son site Web *Au bonheur des arts*, où elle propose des cours payants sur l'histoire de l'art. Selon Sabine, « [...] le contenu peut être gratuit, mais il ne faut pas que tout le Web soit gratuit. [...] Pour moi c'est logique de faire payer sur ma plateforme tout le travail accompli. Par contre, je ne suis pas fondamentalement opposée au contenu gratuit. C'est juste que je ne peux pas composer la même chose, et cette chaîne YouTube [*Le Baz'Art ambulante*] reste pour moi une chose d'amusement »⁴²⁹. Elle continue en disant que « [...] a un moment donné, il faut que Manon Bril ou *Nota Bene* [les vulgarisateurs sur YouTube] mangent, qu'ils vivent avec ce qu'ils font. Le gratuit ? Pourquoi pas. Mais après il y a des gens qui font un travail : c'est du temps, de l'investissement, de l'énergie, c'est du boulot. Et je pense que ces gens-là doivent être rémunérés pour leur travail »⁴³⁰. Marie Pelissier (*Sous La Toile*) a également créé son site

⁴²⁴ Louis Boulet, *op. cit.*, p. 143.

⁴²⁵ Cécile & François André, *op. cit.*, p. 154.

⁴²⁶ Proulx Serge, Goldenberg Anne, *op. cit.*, p. 506.

⁴²⁷ *Ibid.*

⁴²⁸ *Ibid.*

⁴²⁹ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 159.

⁴³⁰ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 163.

Web ou elle offre des services plus professionnels pour ceux qui souhaiteraient commander un documentaire sur-mesure⁴³¹. D'après Charles Combette, « les situations sont diverses : tout dépend si les vidéastes entendent vivre de leur travail de vulgarisation »⁴³². La chaîne YouTube *SOS Art* n'est pas son activité principale. Pourtant, Charles affirme comprendre « que certains vidéastes qui veulent en faire ou en font leur activité principale aient besoin d'un revenu stable »⁴³³.

Nous voyons que les vulgarisateurs de l'histoire de l'art sur YouTube ont la volonté de partager les connaissances et démocratiser l'histoire de l'art en ligne. Cependant, le partage volontaire des connaissances en ligne a ses limites. Lorsque l'activité de vulgarisation commence à prendre tout le temps de l'animateur et devient une activité principale, on parle d'un travail qui remplace un travail de type salarié. Selon les Youtubeurs interrogés, il est légitime d'être payés.

3. Les limites du côté du public

3.1. Montée en puissance de la culture de masse

Grace à Internet les biens culturels et les œuvres capitales, sont désormais *a priori* plus accessible à tout le monde⁴³⁴. Cependant, comment cela se traduit-il dans les réels pratiques des individus⁴³⁵?

Pour répondre à cette question, nous nous basons sur l'approche qui s'interroge sur la diversité des consommations culturelles des individus, qui provient de la lignée des questionnements de Peterson sur l'éclectisme⁴³⁶. Ainsi, même si Internet a bien rendu la culture légitime accessible au plus grand nombre d'individus, il a également diversifié le contenu. A travers le concept d'éclectisme, Peterson (1992) a proposé une formulation de la variété des consommations de l'individu⁴³⁷. Selon le chercheur, au fur et à mesure de la complexification de la société, les goûts des individus sont de plus en plus éclectiques, dans le sens où les

⁴³¹ Lien vers le site : souslatoile.com

⁴³² Charles Combette, *op. cit.*, p. 171.

⁴³³ *Ibid.*

⁴³⁴ Beuscart Jean-Samuel, Dagiral Eric, Parasie Sylvain, *op. cit.*, p.84

⁴³⁵ *Ibid.*

⁴³⁶ *Ibid.*

⁴³⁷ *Ibid.*

individus consomment des biens plus variés (par exemple, des genres musicaux différents)⁴³⁸. **Internet peut être vu comme l'accélérateur d'un mouvement plus profond de la diversification des contenus**⁴³⁹. Dans cet éclectisme on retrouve à la fois des propositions d'une culture savante, mais aussi des éléments de la culture de masse.

La culture de masse, se distingue par les éléments, comme « le fait qu'elle soit majoritairement partagée, suppose une **grande uniformisation du marché** »⁴⁴⁰, « par sa faculté de gommer les différences, de religion, de sexe, de profession, d'origine, voire de couleur, et de faire partager le même type d'émotion [...] identiques à des hommes et à des femmes »⁴⁴¹, et « par son apparition dans les cités les plus industrielles⁴⁴² et son lien fort avec la société de consommation »⁴⁴³.

De nos jours, Internet représente un bon mélange des pratiques de masse et des pratiques dites savantes : il a ouvert accès aux œuvres légitimes et non légitimées et entraînent un éclatement des goûts (Pronovost, 1996). Ainsi, Internet offre à la fois des concerts de musique classique et des films hollywoodiens, exemple qui témoigne que des préférences culturelles différentes peuvent se côtoyer et atteindre des mêmes publics⁴⁴⁴. On s'interroge donc sur l'impact d'Internet sur la variété et l'intensité de pratiques culturelles, celui-ci favorisant l'accès à du contenu très éclectique⁴⁴⁵.

Du côté comportements des individus, les scientifiques parlent de « l'omnivorerisme culturel »⁴⁴⁶. La théorie de Bourdieu (1979), selon laquelle l'univers culturel des Français, ayant un statut élevé, était composé de pratiques culturelles légitimées par les élites, a été mise à l'épreuve par les études de Peterson sur l'omnivorerisme⁴⁴⁷. Celles-ci témoignent que les personnes possédant statut social élevé, ont plutôt tendance à avoir des pratiques culturelles « *omnivores* »⁴⁴⁸. Ces travaux ont été testés à plusieurs fois dans des pays comme Canada,

⁴³⁸ *Ibid.*, p.86

⁴³⁹ *Ibid.*, p.87

⁴⁴⁰ Delporte Christian, Mollier Jean-Yves, Sirinelli Jean-François, Blandin Claire (coordination scientifique) *Dictionnaire de l'histoire culturelle de la France contemporaine, op. cit.*, p.214

⁴⁴¹ *Ibid.*

⁴⁴² *Ibid.*, p.215.

⁴⁴³ Selon la définition de l'Internaute, la culture de masse est attachée à la société actuelle, qui se traduit souvent par une société de consommation, (<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/culture-de-masse/>)

⁴⁴⁴ Lapointe Marie-Claude, Lemieux Jacques, « Internet et les pratiques culturelles au Québec. Effet d'ouverture ou de confinement ? », *Communication*, Vol. 31/2 | 2013, mis en ligne le 24 septembre 2013, (<https://journals.openedition.org/communication/4469#tocto1n1>).

⁴⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁴⁶ Le terme *omnivore* caractérise les personnes qui s'intéressent autant aux pratiques culturelles légitimées qu'à celles non légitimées, (<https://journals.openedition.org/communication/4469#bodyftn5>).

⁴⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁴⁸ *Ibid.*

Angleterre, Pays-Bas, Finlande, France, etc.⁴⁴⁹ et confirment cet effet. Ainsi, il est constaté que plus un individu s'en sert d'Internet à des fins culturelles (et parfois non culturelles), plus ses activités culturelles dans la vie sont diversifiées et intenses⁴⁵⁰. Comme quoi la diversité des usages sur Internet peut être liée à un omnivorisme culturel⁴⁵¹.

Cette diversification des offres culturelles témoigne sans doute une démocratisation du choix sur Internet. En même temps, parmi les scientifiques il y a une **inquiétude concernant une telle « démocratie directe dans le domaine de l'art »**⁴⁵². Dans son article « Internet est grand et la culture petite », Bernard Faivre d'Arcier évoque la révolution de la foule (*crowdsourcing*)⁴⁵³. Celle-ci remplacerait une sélection « opérée » par des intermédiaires patentés⁴⁵⁴. Ainsi, les choix seraient faits par des majorités de circonstance, et/ou approuvés par des minorités agissantes reliées par des affinités du moment⁴⁵⁵. Par la suite, la culture serait libérée de tout caractère officiel⁴⁵⁶, et la qualité d'expression culturelle serait celle validée directement par les consommateurs débarrassés de tout intermédiaire patenté⁴⁵⁷. Enfin, le peuple s'emparerait du pouvoir sur le monde culturel⁴⁵⁸.

De ce fait, **la propagation d'une culture de masse, qui a déjà commencé à partir des années 1960**⁴⁵⁹ et qui se fait renforcer par Internet, pourrait constituer un nouvel obstacle vers **une démocratisation culturelle, c'est-à-dire, une démocratisation de la culture légitime.**

3.2. Les inégalités sociales face aux pratiques culturelles

Aujourd'hui on retrouve la formule « un cours sur l'histoire de l'art est devenu un loisir ouvert à tous »⁴⁶⁰. Il est vrai qu'Internet a rendu l'accès à des œuvres et à des connaissances plus **facilement** : d'abord grâce à la gratuite, mais aussi grâce au travail de vulgarisation. Les formats courts et ludiques, que nous avons évoqués dans la 2ème partie, sont des opportunités simples et moins intimidantes que de « véritables cours » pour s'approprier des savoirs sur l'histoire de l'art. Cependant, s'agit-il d'une véritable ouverture face au grand public ?

⁴⁴⁹ *Ibid.*

⁴⁵⁰ *Ibid.*

⁴⁵¹ *Ibid.*

⁴⁵² Faivre d'Arcier Bernard, « Internet est grand et la culture petite », *op. cit.*, p. 160.

⁴⁵³ *Ibid.*

⁴⁵⁴ *Ibid.*

⁴⁵⁵ *Ibid.*, p. 161.

⁴⁵⁶ *Ibid.*

⁴⁵⁷ *Ibid.*, p. 160.

⁴⁵⁸ *Ibid.*

⁴⁵⁹ Rioux Jean-Pierre, Jean-François Sirinelli, *Le temps des masses. Le vingtième siècle*, Seuil, 2005, p.367

⁴⁶⁰ Bindé Josephine, « Les cours d'histoire de l'art, ce nouveau loisir à la carte », *op. cit.*

Les contraintes du capital culturel de Pierre Bourdieu

Dans ces travaux, Pierre Bourdieu (1970, 1979, 1982, 1985 et 1987) a fait remarquer que l'individu développe ses goûts culturels en fonction des normes familiales que l'école et les médias renforcent⁴⁶¹. Ainsi, la famille reste la source première du développement culturel d'un individu, école et médias restant des sources secondaires. Mais ces trois sources combinées orientent les choix et les goûts culturels, influençant l'intérêt de l'individu pour les questions culturelles. A titre d'exemple, un individu initié très tôt par sa famille et son milieu scolaire au théâtre d'auteur et à la musique classique, sera aussi intéressé par d'autres pratiques culturelles du même genre⁴⁶². Après Bourdieu, Coulangeron a prolongé les études dans les pratiques culturelles, et en conséquence, il est arrivé à des conclusions similaires⁴⁶³ : l'accès à l'œuvre dépend plus des capitaux scolaires des individus que de l'offre disponible⁴⁶⁴. De manière générale, plus un individu est scolarisé, plus il visite de lieux culturels et sort au spectacle, et plus il fait ces activités intensément⁴⁶⁵.

Dès lors, il n'est pas surprenant que les personnes issues des milieux défavorisés (c'est-à-dire des personnes qui ne possèdent pas de capital culturel), ont moins de chances d'être concernées par des thématiques culturelles légitimes. Le statut social et les revenus sont, en effet, des facteurs essentiels.

Par exemple, dans l'étude d'Olivier Donnat sur les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, nous pouvons observer une drastique différence dans les activités culturelles entre les classes sociales plus basses et les classes plus élevées depuis 1973 jusqu'à 2008. A titre d'exemple, nous avons choisi les trois pratiques culturelles différentes : visite au musée, lecture des livres, fréquentation du théâtre. Elles témoignent d'une inégalité sévère entre les groupes sociaux (figures 8,9,10).

Figure 8 : Aperçu des visites de musées ou d'expositions temporaires par les différents groupes sociaux de 1973 à 2008⁴⁶⁶

⁴⁶¹ Lapointe Marie-Claude, Lemieux Jacques, « Internet et les pratiques culturelles au Québec. Effet d'ouverture ou de confinement ? », *op. cit.*

⁴⁶² *Ibid.*

⁴⁶³ *Ibid.*

⁴⁶⁴ *Ibid.*

⁴⁶⁵ *Ibid.*

⁴⁶⁶ Les données tirées du site du gouvernement sur les pratiques culturelles, (<http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/evo-resultat.php>).

ONT VISITE UN MUSEE OU UNE EXPOSITION TEMPORAIRE D'ART AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, 1973-2008

Sur 100 Français de 15 ans et plus	1973	1981	1988	1997	2008
ENSEMBLE	33	36	38	40	37
Hommes	36	36	38	41	38
Femmes	31	35	38	39	36
15-24 ans	43	47	44	46	42
25-39 ans	39	43	42	43	38
40-59 ans	31	33	39	42	39
60 ans et plus	22	24	27	30	32
Agriculteurs	19	24	27	26	31
Patrons industrie, commerce	38	39	41	46	39
Cadres sup. et prof. libérales	67	71	74	73	70
Cadres moyens	58	60	56	57	52
Employés	40	41	40	45	35
Ouvriers qualifiés	37	32	29	30	28
Ouvriers non qualifiés	23	29	30	30	18
Retraités	21	24	29	31	32
Autres	43	33	26	40	27

Figure 9 : Aperçu du nombre de livres lus par les différents groupes sociaux de 1973 à 2008⁴⁶⁷

ONT LU 20 LIVRES OU PLUS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, 1973-2008

Sur 100 Français de 15 ans et plus	1973	1981	1988	1997	2008
ENSEMBLE	28	26	24	20	16
Hommes	31	27	22	17	13
Femmes	26	26	25	22	18
15-24 ans	41	37	25	20	16
25-39 ans	31	30	27	20	14
40-59 ans	22	21	21	20	17
60 ans et plus	20	18	21	18	17
Agriculteurs	14	13	5	14	8
Patrons industrie, commerce	25	21	18	13	16
Cadres sup. et prof. libérales	59	47	43	39	31
Cadres moyens	49	42	33	29	18
Employés	34	28	26	20	13
Ouvriers qualifiés	24	24	20	11	11
Ouvriers non qualifiés	21	24	19	13	8
Retraités	21	19	23	17	17
Autres	48	28	29	23	14

Figure 10 : Aperçu de la fréquentation des théâtres par les différents groupes sociaux de 1973 à 2008⁴⁶⁸

⁴⁶⁷ Ibid.

⁴⁶⁸ Ibid.

SONT ALLES AU THEATRE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, 1973-2008					
Sur 100 Français de 15 ans et plus	1973	1981	1988	1997	2008
ENSEMBLE	12	10	14	16	19
Hommes	12	9	14	16	18
Femmes	12	11	13	16	19
<hr/>					
15-24 ans	17	11	17	24	28
25-39 ans	15	15	15	15	17
40-59 ans	9	8	14	17	18
60 ans et plus	9	6	9	10	16
<hr/>					
Agriculteurs	4	4	5	5	10
Patrons industrie, commerce	16	11	15	11	21
Cadres sup. et prof.libérales	39	29	40	44	44
Cadres moyens	30	21	21	23	27
Employés	11	11	14	14	15
Ouvriers qualifiés	7	7	7	9	11
Ouvriers non qualifiés	5	5	7	10	8
Retraités	9	7	9	10	16
Autres	21	10	11	22	12

Nous voyons que même s'il y a parfois une progression à l'intérieur de chaque catégorie sociale et professionnelle tout au long de la période 1978-2008, les inégalités entre les différentes catégories persistent, et cela concerne les trois pratiques culturelles. En se basant sur ces statistiques et sur la théorie de Bourdieu, nous pouvons conclure que le fait d'appartenir à une certaine catégorie sociale a un caractère définitif dans le développement culturel de l'individu.

Louis Boulet, ancien animateur de la chaîne YouTube *L'artichaut* et professeur en histoire de l'art, travaille pour la mission de lutte contre le décrochage scolaire (*MLDS*) et aide les adolescents, issus de la pauvre banlieue parisienne. Louis a partagé son expérience d'enseignement de l'art à des enfants qui manquent de capital culturel⁴⁶⁹. Il affirme que l'histoire de l'art est une « culture légitime »⁴⁷⁰, que ses codes ne sont pas familiers à des adolescents issus des groupes sociaux les plus pauvres, ce qui complique sa tâche : les thématiques de la culture dominante ne leur semblent pas du tout compréhensibles, de plus ils n'y trouvent pas d'utilité dans leur vie⁴⁷¹. Pour Louis, l'un des arguments importants pour les inciter à s'intéresser à des questions en lien avec la culture est d'expliquer que les codes culturels [d'une culture légitime, comme l'histoire de l'art, par exemple] peuvent donner des outils pour sortir de leur classe sociale⁴⁷². Cependant, cela reste très compliqué à faire. En effet,

⁴⁶⁹ Il s'agit des adolescents qui ont abandonnés leurs études et qui habitent dans la pauvre banlieue parisienne

⁴⁷⁰ Louis Boulet, *op. cit.*, p. 142.

⁴⁷¹ *Ibid.*

⁴⁷² *Ibid.*

parler des problématiques de l'art avec un enfant issu du monde favorisé, où le goût pour l'art et la culture sont cultivés par sa famille et son entourage à l'école, et un adolescent décrocheur qui a du mal à voir la nécessité dans l'apprentissage culturel, ce n'est pas du tout la même chose.

Le goût pour le développement culturel et l'amour pour l'art n'est pas quelque chose d'inné. « Il n'y a qu'une certaine partie de la population qui va au musée dès la maternelle »⁴⁷³, dit Sabine Padelou, « après cela fait partie de la famille [...]. Il y a un vrai problème de la reproduction sociale. S'il y a une personne qui connaît parfaitement bien les œuvres des grands peintres et l'autre du même âge, qui ne sait pas qui c'est, donc le premier fait partie d'élite »⁴⁷⁴. Selon Clémentine Guyon, « le fait de se cultiver est effectivement élitiste car c'est un acte « difficile » qui demande de l'effort (à opposer au divertissement) »⁴⁷⁵.

Nous pouvons conclure que l'intérêt pour des sujets comme l'histoire de l'art est le résultat d'influences complexes, qui ne dépendent pas toujours de la volonté de l'individu, mais de son milieu familial et scolaire. Ainsi, même si grâce à des ressources numériques chacun peut facilement trouver des informations sur l'histoire de l'art, il y a de fortes chances que cette envie se fasse chez un individu ayant déjà été sensibilisé à ces questions. A ce terme, nous pouvons citer Pierre Bourdieu, qui décrit bien ce constat :

« On voit à l'évidence que les gens ne voient que ce qu'ils savent qu'ils peuvent voir. Au fond, dans les enquêtes que nous avons faites, nous avons essayé d'une part de déterminer qui pouvait voir, qui accédait finalement aux œuvres d'art et qui, accédant aux œuvres d'art, savaient les voir. Et on voit que ce sont les mêmes qui savent voir et qui vont voir. Autrement dit pour aller au musée il faut avoir la possibilité de "voir". »⁴⁷⁶

Il ajoute que « une des fonctions du musée, objective, c'est précisément d'être quelque chose où tout le monde peut aller et où seuls quelques-uns vont. Le musée est important pour ceux qui y vont dans la mesure où il leur permet de se distinguer de ceux qui n'y vont pas »⁴⁷⁷. Selon Charles Combette (*SOS Art*), les vidéos sur l'histoire de l'art sur YouTube suivent la même trajectoire que les musées, reprenant la théorie de Bourdieu : « les vidéos culturelles sur internet sont importantes pour ceux qui les regardent dans la mesure où elles leur permettent

⁴⁷³ Sabine Padelou, *op. cit.*, p.161.

⁴⁷⁴ *Ibid.*

⁴⁷⁵ Clémentine Guyon, *op. cit.*, p.150.

⁴⁷⁶ Garbit Philippe, « Pierre Bourdieu : "Le musée est important pour ceux qui y vont dans la mesure où il leur permet de se distinguer de ceux qui n'y vont pas" », *France Culture*, le 8 avril 2018, (<https://www.franceculture.fr/emissions/les-nuits-de-france-culture/musees-daujourd'hui-et-de-demain-pierre-bourdieu-1ere-diffusion-21021972>).

⁴⁷⁷ *Ibid.*

de se distinguer de ceux qui ne les regardent pas. Internet est un espace où se rejouent les logiques déjà installées dans le monde social »⁴⁷⁸.

3.3. L'écart générationnel

La non-familiarité avec les différentes ressources numériques dans les catégories plus âgées constituent une autre contrainte. Nous avons vu qu'en France l'Etat travaille pour renforcer l'accessibilité de la culture au plus grand nombre : les jeunes profitent de l'accès gratuits aux musées, les musées organisent des portes ouvertes, etc. Toutefois, nous avons observé que ce sont principalement les jeunes (18-35 ans) qui s'emparent le plus souvent des formes audiovisuelles numériques et ludiques⁴⁷⁹. Si pour les jeunes l'utilisation du nouveau format ne pose aucun problème, et que ces derniers sont plutôt à l'aise avec des formats numériques ludiques, ce n'est pas toujours le cas pour les utilisateurs plus âgés. Même si la propagation des smartphones, ordinateurs et tablettes, ainsi que la connexion Internet, ont atténué l'écart entre les jeunes et les plus âgés dans l'utilisation des appareils numériques, nous avons pu remarquer certaines différences dans la manière dont les différentes catégories d'âges perçoivent des contenus ludiques en ligne.

Louis Boulet, a fait remarquer que certains spectateurs âgés ont trouvé ses vidéos trop rapides et trop denses⁴⁸⁰. Cela a compliqué leur compréhension des vidéos. Il a également constaté que, généralement, sa chaîne YouTube n'a attiré que les jeunes, et plus particulièrement les étudiants, alors qu'au départ il avait pour objectif d'atteindre un public plus large et de toucher des catégories d'âge plus élevées. Ensuite, en se basant sur certaines informations obtenues par des Youtubeurs (*C'est une autre histoire, Pallas Athéné, L'artichaut, SOS Art, Sous La Toile, Baz'Art ambulante*), nous pouvons conclure que la plupart des spectateurs est composée par des jeunes : principalement les 18-35 ans⁴⁸¹. Selon Katherine Khodorowsky, la nouvelle génération (Y et Z) a une autre approche vers les médias⁴⁸². « L'axe informatif/ludique a éclaté au profit de trois dimensions incontournables : l'immédiateté, la convergence voix/son/image, et l'interactivité »⁴⁸³. De ce fait, nous supposons que ce sont les éléments de la forme (langage, dynamisme, éléments de la culture moderne, etc.) des vidéos qui attirent les jeunes plutôt que les personnes âgées. Ainsi, que même si les formats numériques

⁴⁷⁸ Charles Combette, *op. cit.*, p.170.

⁴⁷⁹ C'est le constat que nous avons pu définir pour les vidéos de vulgarisation sur YouTube.

⁴⁸⁰ Louis Boulet, *op. cit.*, p. 140.

⁴⁸¹ Conclusion tirée de l'ensemble des entretiens.

⁴⁸² Khodorowsky Katherine, « Chapitre 2. Nouvelle génération, nouveaux codes », *op. cit.*, p. 60.

⁴⁸³ *Ibid.*

ludiques, comme les vidéos de vulgarisation, sont accessibles quasi pour toutes les catégories d'âge, il y a des éléments de la forme qui peuvent parfois poser un problème pour les groupes d'âge plus élevés (40-60 et plus).

3.4. Les inégalités numériques

En France la grande majorité de la population est connecté à Internet. Selon Médiamétrie, en France 85,4% des Français de deux ans et plus sont connecté à Internet⁴⁸⁴, ce qui est 0,8% de plus qu'il y a un an⁴⁸⁵. Désormais, 75% des Français détiennent un smartphone,⁴⁸⁶ avec une domination chez les 12-59⁴⁸⁷. 81% des Français un ordinateur et 41% ont une tablette⁴⁸⁸.

D'une manière générale, les inégalités numériques ne semblent pas figurer au cœur de la démocratisation culturelle en ligne. Néanmoins, nous ne pouvons pas les ignorer, car les chiffres témoignent que de vrais écarts dans les usages du numérique.

Ainsi, selon une étude de l'INSEE une part considérable de la population française est exclue ou en difficulté avec les usages du numérique⁴⁸⁹. En France 14% de la population vit l'illectronisme⁴⁹⁰, c'est-à-dire 9 380 000 de personnes⁴⁹¹. Le pays reste est derrière la Belgique (12%), l'Allemagne (10%), le Royaume-Uni (6%), les Pays-Bas (4%).

Le non-usage d'Internet est étroitement lié à la fracture numérique. Même si l'accès à Internet se propage dans le pays, les inégalités sont tangibles chez les personnes les plus âgées, les personnes moins diplômées et les ménages aux revenus modestes⁴⁹². Par conséquent, une personne de plus de 75 ans sur deux n'a pas d'accès à Internet depuis son domicile (53%)⁴⁹³ ; en revanche, seulement 2% des âgées de 15-29 ans ne sont pas équipés⁴⁹⁴. L'absence d'accès à

⁴⁸⁴ Anonyme, « Nombre d'internautes en France », *JDN*, le 4 juin 2020, (<https://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/1071394-nombre-d-internautes-en-france/>), consulté le 7 juin 2020.

⁴⁸⁵ *Ibid.*

⁴⁸⁶ Licata Caruso Damien « 75% des Français ont un smartphone, LA porte d'entrée vers Internet », *Le Parisien*, le 3 décembre 2018, (<http://www.leparisien.fr/high-tech/75-des-francais-ont-un-smartphone-la-porte-d-entree-vers-internet-03-12-2018-7959822.php>).

⁴⁸⁷ *Ibid.*

⁴⁸⁸ Coëffé Thomas « Chiffres Internet – 2018 », *BDM*, le 29 août 2018, (<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/>).

⁴⁸⁹ La rédaction, « Fracture numérique : l'illectronisme touche 17% de la population selon l'INSEE », *Vie Publique*, le 13 novembre 2019, (<https://www.vie-publique.fr/en-bref/271657-fracture-numerique-lillelectronisme-touche-17-de-la-population>), consulté le 1 juin 2020.

⁴⁹⁰ Cela veut dire que les personnes n'ont pas d'accès à Internet ou n'ont pas de compétences numériques.

⁴⁹¹ Selon les dernières statistiques, la France compte 67 millions d'habitants, (https://www.lepoint.fr/societe/population-la-france-compte-67-millions-d-habitants-14-01-2020-2357666_23.php).

⁴⁹² La rédaction, « Fracture numérique : l'illectronisme touche 17% de la population selon l'INSEE », *op. cit.*

⁴⁹³ *Ibid.*

⁴⁹⁴ *Ibid.*

Internet est remarquable parmi les 34% des personnes peu ou pas diplômés (contre 3% des diplômés du supérieur), et les 16% des ménages les plus modestes (contre 4% des ménages les plus aisés)⁴⁹⁵.

Par ailleurs, avoir connexion à Internet ne suffit pas pour maîtriser les fondamentaux du numérique. Selon les statistiques de l'INSEE, 38% des utilisateurs manquent d'une compétence numérique dans au moins un de ces domaines : la recherche d'information, la communication, l'utilisation de logiciels et la résolution de problèmes⁴⁹⁶. 2% ne savent pas utiliser un ordinateur, même s'ils ont l'équipement nécessaire⁴⁹⁷.

Cela étant dit, la question sur la démocratisation de l'histoire de l'art en ligne ne peut pas être résolue, lorsqu'il y a des inégalités frappantes au sein de la société française en matière d'utilisation d'Internet.

4. Les limites de la discipline de l'histoire de l'art

4.1. L'histoire de l'art : une discipline toujours perçue comme élitiste

Bien qu'Internet soit inondé par des ressources gratuites sur l'histoire de l'art et que les différents acteurs comme musées, médias, vulgarisateurs et start-ups soient lancés dans une démocratisation culturelle en ligne, **il y toujours une incertitude concernant l'accessibilité de la discipline au grand public**. Parmi les sept personnes interviewées, au moins cinq ont confirmé que l'histoire de l'art est encore perçue comme un domaine élitiste (*C'est une autre histoire, L'artichaut, Le Baz'Art ambulante, Pallas Athéné, SOS Art*). Certains ont fait remarquer que l'art comporte une dimension de distinction sociale (*SOS Art, L'artichaut*). Par ailleurs, dans notre sondage en ligne, **57 sondés sur 100 pensent que l'histoire de l'art est un domaine élitiste/difficile d'accès en France**⁴⁹⁸.

Selon Louis Boulet, « dans l'art il est compliqué d'être autodidacte, parce que c'est un milieu qui sert vraiment de distinction »⁴⁹⁹. Histoire de l'art est une culture dominante⁵⁰⁰, et **l'art risque toujours d'être un outil de distinction sociale**. Dans les milieux professionnels, il n'est jamais bien vu d'être autodidacte⁵⁰¹ : il est facile pour un expert de distinguer si quelqu'un

⁴⁹⁵ *Ibid.*

⁴⁹⁶ *Ibid.*

⁴⁹⁷ *Ibid.*

⁴⁹⁸ Sondage en ligne, Cf. annexe N°2 p. 126.

⁴⁹⁹ Louis Boulet, *op. cit.* p. 142.

⁵⁰⁰ *Ibid.*

⁵⁰¹ *Ibid.*

a tiré les informations de Wikipédia ou d'une source **faible**, ce qui va toute de suite être dévalorisé. De plus, selon Louis Boulet, dans les milieux académiques et **muséales**, il n'est pas d'usage d'avoir un avis personnel sur des questions en lien avec l'histoire de l'art⁵⁰² : les spécialistes de l'art ou de l'histoire de l'art ont tendance à suivre les points de vue qui leurs ont été transmis par leurs professeurs à l'université⁵⁰³. Cela étant dit, d'une manière générale, l'histoire de l'art reste une discipline traditionnelle et hermétique. Par ailleurs, il peut sembler que le milieu d'experts en histoire de l'art (surtout les conservateurs des musées) soit enfermé dans un univers et, d'une manière générale, ne soit pas sensible à l'importance du problème de la démocratisation culturelle. Selon Sabine Padelou, les conservateurs ne se rendent pas compte du problème : « pour eux [les conservateurs] c'est normal de dire "s'ils veulent devenir intelligents, il ne faut qu'avoir envie", mais ce n'est pas si simple que ça en fait. Il y a des dimensions sociologiques qu'il faut prendre en compte. On ne peut pas dire à quelqu'un "va au musée", ce n'est pas si simple que ça, il y a tout un travail derrière »⁵⁰⁴.

Par ailleurs, l'histoire de l'art a toujours eu une dimension sacralisée. Dès qu'on entre un musée, on nous interdit de parler fort et on nous impose un type de comportement très modeste, comme si on était dans une cathédrale⁵⁰⁵. Cela donne l'impression que l'art est réservé à une élite sociale⁵⁰⁶. Selon Louis Boulet, c'est un phénomène universel : « cette tendance serait commune un peu partout dans tous les pays. Je suis allée en Chine, au Canada, et je vois le même rapport : il y a toujours ce côté sacralisé par rapport à l'art »⁵⁰⁷.

4.2. Un intérêt plus manifeste pour les contenus liés aux sciences dures sur YouTube

Il est difficile de dire quels intérêts occupent le plus de place dans le quotidien des usagers Français, et le définir ne paraît pas possible au sein de notre recherche. Cependant, au cours des entretiens effectués avec les Youtubers, nous avons souvent entendu l'idée que certains sujets sont plus susceptibles d'intéresser les internautes que d'autres. Ainsi, les sujets en lien avec les sciences dures intéresseraient plus du monde que les sujets en lien avec l'histoire de l'art. Selon Manon Bril, « il y a des thématiques qui sont à la mode. Aujourd'hui les sujets sur les trous noirs, l'espace, cela fascine beaucoup plus que les dinosaures... Alors que la

⁵⁰² *Ibid.*

⁵⁰³ *Ibid.*

⁵⁰⁴ Sabine Padelou, *op. cit.*, p. 162.

⁵⁰⁵ *Ibid.*

⁵⁰⁶ *Ibid.*

⁵⁰⁷ Louis Boulet, p. 143.

peinture de la Vierge au XV^{ème} siècle, par exemple, moins »⁵⁰⁸. Louis Boulet a mentionné que, selon ses observations, Internet propose plus d'informations sur les thématiques en lien avec les sciences dures⁵⁰⁹.

En effet, si nous regardons sur les vidéos vulgarisatrices sur YouTube, proposées par Le ministère de la Culture⁵¹⁰ nous verront que la grande part de l'audience française préfère des contenus sur les sciences dures (physique, astrophysique, biologie, etc.). Voici quelques exemples : Dr Nozman (objets et faits surprenants) : 3,62 millions d'abonnés⁵¹¹ ; Experimentboy (Expérience - explosion - fabrication - mécanique – électronique) : 1,12 millions d'abonnés⁵¹²; Science Etonnante (culture scientifique générale) : 893 milles d'abonnés⁵¹³; DirtyBiology : 1,01 millions d'abonnés⁵¹⁴.

En même temps, nous ne voyons pas autant d'abonnés pour les chaînes YouTube sur l'histoire de l'art. La seule chaîne qui, selon notre recherche, a obtenu le maximum d'abonnés dans la catégorie de vulgarisation de l'art ou de l'histoire de l'art appartient à la chaîne *C'est une autre histoire*, dont le nombre d'abonnés s'élève à 400 milles d'abonnés⁵¹⁵. Nous n'observons pas autant de spectateurs sur les chaînes YouTube concernant l'histoire de l'art que sur les chaînes vulgarisant les sciences dures.

Un autre élément intéressant : les chercheurs observent un désintérêt considérable par rapport aux sciences dures dans les milieux scolaires⁵¹⁶. Ainsi, la proportion des étudiants dans les programmes de sciences universitaires n'a cessé de diminuer au cours des dernières

⁵⁰⁸ Manon Bril, p. 146.

⁵⁰⁹ Louis Boulet, p.141.

⁵¹⁰ Il s'agit de la liste des ressources culturelles et scientifiques proposée par le ministère de la Culture en 2018, qui sont considérées d'avoir un usage éducatif et un contenu de qualité, (<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Ressources/Ressources-pedagogiques-et-sensibilisation/350-ressources-culturelles-et-scientifiques-francophones-en-video>).

⁵¹¹ Informations tirées de la chaîne YouTube *Dr Nozman*, (<https://www.youtube.com/user/DrNozman>), consulté le 8 juin 2020.

⁵¹² Informations tirées de la chaîne YouTube *Experimentboy*, (<https://www.youtube.com/user/experimentboyTV>), consulté le 8 juin 2020.

⁵¹³ Informations tirées de la chaîne YouTube *Science Etonnante*, (<https://www.youtube.com/user/ScienceEtonnante>), consulté le 8 juin 2020.

⁵¹⁴ Informations tirées de la chaîne YouTube *DirtyBiology*, (<https://www.youtube.com/user/dirtybiology>), consulté le 8 juin 2020.

⁵¹⁵ Informations tirées de la chaîne YouTube *C'est une autre histoire*, (<https://www.youtube.com/channel/UckjDY4joMPcoRMmd-G1yz1Q>), consulté le 8 juin 2020.

⁵¹⁶ Pronovost Michel, Cormier Caroline, Potvin Patrice, Riopel Martin, « Intérêt et motivation des jeunes pour les sciences », *Conférence présentée lors du colloque « Journée de la recherche sur la motivation au collégial »*, Acfas, Montréal, 10 mai 2017, p. 1, (<https://educ.info/xmlui/bitstream/handle/11515/34831/pronovost-cormier-potvin-riopel-interet-motivation-jeunes-sciences-article-acfas-2017.pdf>).

décennies⁵¹⁷, augmentant ainsi l'écart entre la demande sociale et l'expertise scientifique⁵¹⁸. Sans entrer trop en détail de cette problématique, nous supposons, que ce désintérêt est en partie lié au système éducatif et à la difficulté d'aborder les sciences dures aux yeux des jeunes élèves⁵¹⁹. Dès lors, nous considérons que c'est l'intérêt pour la vulgarisation des sciences dures qui suscite cette popularité pour les sujets scientifiques. En effet, les vidéos vulgarisatrices sur des thématiques en lien avec les sciences exactes, constitueraient une réponse ludique et moins intimidante pour comprendre des sujets complexes.

Une autre explication peut être liée au fait que les arts et l'histoire de l'art particulièrement, ne sont pas perçus comme des domaines avec une application réelle. En effet, lors de notre entretien avec Louis Boulet, l'interviewé a évoqué que les étudiants des quartiers difficiles avec lesquels il travaille, traitaient l'art comme une discipline inutile pour réussir dans la vie⁵²⁰. Cela peut être expliqué par le fait que l'apprentissage de l'histoire de l'art ne donne pas de résultats immédiats et tangibles. De plus, elle est moins applicable dans la vie quotidienne des personnes qui ne possèdent pas de capital culturel, évoqué par Pierre Bourdieu.

Dans son ouvrage « Exercices de culture générale », Catherine Durvye souligne le caractère non utilitaire des œuvres d'art⁵²¹. Selon l'auteur, les objets d'art ne sont pas de première utilité et « leur absence n'entrave pas la vie pratique »⁵²². Elle arrive à la conclusion que « l'art s'oppose ainsi à la technique, elle aussi créatrice, mais pour des besoins usuels »⁵²³. Catherine Durvye va plus loin en expliquant que l'œuvre d'art possède un caractère indéfinissable et inexplicable. Elle fait référence à la République de Platon, en disant que « l'art d'imité est donc bien éloigné du vrai, et, s'il peut tout exécuter, c'est, semble-t-il, qu'il ne touche qu'une petite partie de chaque chose, et cette partie n'est qu'une fantôme »⁵²⁴. Ainsi, inutile dans les faits, l'art semble être inutile dans la connaissance⁵²⁵.

Dans notre sondage en ligne, nous avons vu que certains sondés ont trouvé que c'était inutile de payer pour des contenus en histoire de l'art. Selon les enquêtés (3 personnes), il n'est

⁵¹⁷ *Ibid.*, p. 2.

⁵¹⁸ *Ibid.*

⁵¹⁹ *Ibid.*

⁵²⁰ Louis Boulet, op. cit., p. 142.

⁵²¹ Durvye Catherine, *Exercices de culture générale*, Armand Colin, 2009, 156 p.

⁵²² *Ibid.*

⁵²³ *Ibid.*

⁵²⁴ *Ibid.*

⁵²⁵ *Ibid.*

pas intéressant de payer pour une activité qui n'a pas d'intérêt pratique dans la vie de tous les jours⁵²⁶.

Cela étant dit, le côté pratique d'une matière peut aussi être un facteur dans le choix d'un domaine d'étude.

5. Conclusion de la troisième partie

Pour conclure, les formats numériques gratuits audiovisuels, disponibles en ligne, ont considérablement renforcé l'accès à l'histoire de l'art. La gratuité et l'instantanéité des contenus sur l'histoire de l'art ont élargi l'accès à la culture savante. Cependant, ces formats ont leurs limites, ce qui nous empêche de les qualifier comme étant des moyens universels pour la démocratisation culturelle.

D'abord, les formats numériques sont de moyens efficaces pour développer une culture générale, mais ils ne permettent pas plus que cela. Les contenus vulgarisateurs courent le risque de tomber dans l'amateurisme et le dilettantisme. Certains de ces formats sont trop courts, et les sujets choisis sont limités par le choix des Youtubeurs. En revanche, les formats académiques, disponibles gratuitement en ligne (vidéos des conférences et les sites d'accompagnement pédagogique) contiennent souvent un langage soutenu. Les vidéos des conférences représentent un format très long, ce qui peut décourager les spectateurs néophytes-amateurs.

Ensuite, nous retrouvons les contraintes générées par l'espace et la culture de Web. Face à des algorithmes programmés et le déluge de données sur le Web, l'utilisateur risque de tomber sur des contenus de mauvaise qualité sans le savoir. La consommation accélérée des biens culturels et les habitudes de survol des contenus en ligne conduisent à une compréhension moins profonde des œuvres d'art. La gratuité, répandue sur le Web, fait face à des limites lorsque le travail de vulgarisation devient l'activité principale de l'auteur.

En ce qui concerne le public, les rapports avec la culture savante à travers le numérique sont empêchés par l'invasion de la culture de masse, l'absence du capital culturel, et, en conséquence, la volonté de s'intéresser à des questions en lien avec l'histoire de l'art. Par ailleurs, les générations plus âgées (35 ans et plus) ont parfois du mal à consommer les contenus audiovisuels ludiques, créés par des jeunes, et les inégalités dans les usages du numérique qui

⁵²⁶ Résultats du sondage en ligne, *op. cit.*, p. 136.

persistent encore dans le pays, privent certaines catégories de la population de l'accès en ligne à des contenus sur l'histoire de l'art.

Enfin, l'histoire de l'art continue d'être perçue comme une discipline réservée à une certaine élite. L'apprentissage de cette discipline reste très traditionnel, selon les vulgarisateurs en ligne, et les spécialistes de l'histoire de l'art apprécient peu les nouveaux regards sur la matière. De plus, certains ne se rendent pas compte de l'importance de la question de l'accès au capital culturel, et de ce fait, n'essayent pas d'adapter leurs contenus à un public plus large.

Le manque d'intérêt pour un domaine qui n'est pas assez « pratique » au quotidien aux yeux des individus, représentent une autre limite pour l'apprentissage de l'histoire de l'art.

Conclusion

Il y a plus d'un demi-siècle l'ambition des autorités en matière culturelle était de permettre au plus grand nombre d'accéder aux grandes œuvres de l'art. Cela se réalisait à travers une politique d'aménagement du territoire, de soutien à la création et de la mise en valeur du patrimoine⁵²⁷. En d'autres termes, l'idée était de construire des équipements, et de veiller à la qualité de l'offre tout en favorisant la fréquentation. Mais avec l'arrivée du numérique, la donne a changé.

La diffusion massive des contenus à travers Internet a **renforcé le lien entre la culture et la distraction, entre l'art et le divertissement et de la communication**. Dès son origine, ce « média à tout faire »⁵²⁸ a paru posséder de multiples vertus pour favoriser la démocratisation : plus de liberté pour s'exprimer en matière d'art, plus de contenus gratuits qui ont facilité l'accès à l'ensemble des productions culturelles, plus de contenus et des formats originaux pour enrichir ses expériences culturelles⁵²⁹. Les outils numériques suppriment l'obstacle de l'éloignement géographique et rendent l'accès à la culture directe et souvent gratuit. **On a l'impression qu'Internet permet de réaliser ce qu'André Malraux fixait comme objectif à la politique culturelle**⁵³⁰.

Nous ne pouvons pas contester les facilités qu'offre le numérique en matière de choix, de gratuité, de facilité d'accès aux œuvres et aux contenus. D'abord, nous avons vu que l'accès immédiat et la gratuité des contenus numériques supprime les obstacles en matière d'accès aux œuvres et aux contenus sur l'histoire de l'art. L'offre est *a priori* disponible, il ne reste que la volonté de l'obtenir. De plus, la propagation d'Internet haut débit, rend cet accès presque omniprésent, enlevant les freins de déplacement. L'accès devient possible quasi à tout moment.

Ensuite, grâce à la multitude des formats numériques et des différents genres vidéo, chacun peut trouver le format qui lui convient. Ainsi, la créativité, l'expression et le charisme des Youtubeurs provoque de l'intérêt chez les néophytes-amateurs, poussé souvent à aller plus loin pour découvrir le sujet en profondeur. Pour certains néophytes, il est une vraie révélation que l'histoire de l'art peut être racontée différemment, en s'amusant. Les individus, qui de base

⁵²⁷ Anonyme, « Les nouveaux modes d'accès à la culture », *Ministère de la Culture*, Actualités, (<https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Les-nouveaux-modes-d-acces-a-la-culture>)

⁵²⁸ *Ibid.*

⁵²⁹ *Ibid.*

⁵³⁰ *Ibid.*

n'étaient pas initiés à des questions sur l'art, trouvent souvent que la ludification des contenus leur permet de se rapprocher de l'histoire de l'art.

Par ailleurs, nous avons vu que les « véritables » amateurs, qui créent les contenus vulgarisateurs, sont minoritaires. Souvent, la production des contenus est réalisée des personnes qui possèdent des connaissances spécifiques académiques en histoire de l'art, qui se positionnent comme des experts qui ont envie de partager des connaissances au grand public. En même temps, on trouve des formats numériques gratuits destinés à des professionnels, mais qui sont néanmoins accessibles à des néophytes-amateurs. Les sites d'accompagnement pédagogique ou les vidéos des conférences de musées, proposent des contenus professionnels pour ceux qui s'y connaissent déjà bien en la matière. Tout passionné ou spécialiste peut y trouver la profondeur du sujet et analyse méticuleuse, mais pas de vulgarisation.

Ces contenus en ligne sur l'histoire de l'art ne remplacent certes pas de vrais cours. Ceux-là sont conçus comme des compléments de l'enseignement. Souvent, lorsque l'on parle de formats vidéo ludiques (courts métrages, vidéo vulgarisatrices, MOOC culturels etc.), il s'agit de moyens de coup de pouce pour l'éducation. Le divertissement et la simplification du discours, même sa modernité, peuvent même être vue comme une sorte de médiation culturelle en ligne.

Seraient-ils des outils qui résoudrait la problématique malrucienne ? Il faut rappeler qu'André Malraux a jeté les bases à la politique culturelle contemporaine. Mais l'esprit de sa politique était de transmettre l'art et la culture au grand nombre non par l'explication, mais par l'amour, la passion⁵³¹. Selon le décret du 24 juillet 1959, la démocratisation culturelle avait pour mission de porter à la connaissance d'un public non initié à l'art l'ensemble des chefs d'œuvre capitales. Il s'agissait de le faire par la « révélation » et la contemplation⁵³². Jusqu'à aujourd'hui l'ambition malrucienne de la démocratisation culturelle, conçue comme l'accès du plus grand nombre aux œuvres d'art et à la culture, reste un objectif fondamental de la politique culturelle française⁵³³. Mais les méthodes dans l'esprit d'André Malraux étaient contradictoires pour la démocratisation. Elle relèverait d'une approche purement artistique, dont le public final sont

⁵³¹ Martel Marie-Claire au nom de la section de l'éducation, de la culture et de la communication, « Vers la démocratie culturelle », *Journal Officiel de la République Française*, 23 novembre 2017, p.76

⁵³² *Ibid.*

⁵³³ *Ibid.*, p.75

des professionnels. Malgré les différents efforts d'adaptation et d'élargissement, la démocratisation culturelle endure des critiques de diverses natures⁵³⁴.

Il est difficile de répondre à la question posée dans le paragraphe précédent, car ces nouveaux dispositifs numériques ne garantissent pas pour autant une émancipation de l'ignorance culturelle. D'abord, la numérisation a rendu possible la position hégémonique des moteurs de recherche, qui substituent à la médiation humaine « une médiation sans médiateur »⁵³⁵. Dans un déluge des données, - de bonne et de mauvaise qualité -, les algorithmes programmés peuvent imposer certains choix aux individus. Le Web est certes dominé par de fortes contraintes technologiques et des intérêts économiques. De ce fait, pour un individu s'ouvre un grand défi de ne pas laisser les acteurs d'internet façonner ses goûts culturels⁵³⁶.

Concernant le public, le défi demeure sur le registre de son éducation. Si l'individu n'est *a priori* pas intéressé par un tel ou tel sujet, le fait d'y avoir accès ne suscite pas forcément un intérêt pour le sujet. Pourquoi regarder des vidéos en ligne sur la peinture de Monet si dans la vraie vie la personne ne fréquentera jamais une seule exposition consacrée à ce peintre ? Pourquoi les jeunes des quartiers populaires se lancerait-il dans l'analyse des œuvres du Botticelli si, en pratique, ces connaissances ne servent pas à gagner leur vie ?

Dans la plupart des cas, il semble que la véritable contrainte réside dans le manque d'envie. Donatien Grau parle même de culture de la lassitude, de la fatigue⁵³⁷. Cependant, il nous semble que le frein le plus important réside dans l'idée évoquée par Pierre Bourdieu et connue comme le « capital culturel ». La volonté d'apprendre ou de découvrir les questions en lien avec l'art ne vient pas toute seule : si la personne n'est pas sensibilisée à ces questions par son entourage (famille, école, amis), il y a peu de chances que ces sujets peuvent l'intéresser.

Un autre obstacle est « l'effet de seuil »⁵³⁸. Le sentiment de non-compréhension, de non-appartenance à un milieu qui « sens » et comprends l'art⁵³⁹ est l'une des raisons pourquoi l'histoire de l'art et le monde d'art d'une manière générale, sont conçus comme des domaines élitistes. À cause de ce phénomène, certains individus n'osent pas franchir le seuil d'un établissement culturel en considérant que ce lieu est un univers auquel la personne n'appartient

⁵³⁴ *Ibid.*

⁵³⁵ Anonyme, « Les nouveaux modes d'accès à la culture », *op.cit.*

⁵³⁶ *Ibid.*

⁵³⁷ « La fatigue est physique, elle est ancrée dans le corps, et elle est tout autant morale, religieuse, artistique. C'est une fatigue totale comme elle est totale, et puisque tout est politique, elle devient une partie intégrante de la Cité », Donatien Grau in Préface à Cultivez votre tempête, Olivier Py. Actes Sud-Papiers, 2012.

⁵³⁸ Martel Marie-Claire, *op. cit.*, p.78.

⁵³⁹ On parle très souvent de l'élitisme de l'art contemporain.

pas. En termes simples, cela se traduit en expression récurrente « ce n'est pas pour moi »⁵⁴⁰. Au-delà du niveau d'études, et même dans un contexte de politiques tarifaires favorables pour ceux qui ont des revenus bas, les barrières provenant des codes sociaux joueraient un rôle crucial.

Olivier Donnant, sociologue au ministère de la Culture, anticipe un futur sombre pour la démocratisation culturelle en France. Il a conclu que les milliards investis par l'Etat dans la construction et l'équipement des établissements culturels, n'ont servi finalement qu'à un français sur deux : « aisé, diplômé, Parisien, issu d'un milieu cultivé »⁵⁴¹. Ceux qui « restent à la porte » sont ceux qui détiennent des revenus modestes et considèrent que la culture dominante des « beaux-arts » est déconnectée de leurs vies⁵⁴². Olivier Donnant a montré que, malgré le fait que les cinq derniers ministres de la culture ont fait des efforts pour faire de la diversité des publics leur priorité, dans les faits rien n'a bougé⁵⁴³. Au-delà des inégalités entre les foyers, la difficulté réside au sein du ministère de la culture. En effet, il a pour ambition de soutenir plutôt son offre culturelle (destinée à l'élite française ou touristes étrangers aisés) que de cibler un public avec des revenus modestes. Les lieux culturels, comme les opéras, théâtres, musées, favorise le prestige de la nation et certes développent le tourisme. Sauf que les productions culturelles de ces instances sont loin d'attirer les individus avec un « capital culturel » modeste. Olivier Donnant rajoute que les plus grands consommateurs des offres culturelles sont les baby-boomers : les personnes qui ont de l'argent et du temps pour bénéficier de la culture⁵⁴⁴. Cependant, ce sont les personnes qui ont plus de 60 ans. « Dans dix ou vingt ans, ils ne seront plus là, et nos études montrent qu'ils ne seront pas remplacés »⁵⁴⁵, affirme Olivier Donnat. A la question si le numérique favorisera la démocratisation culturelle, le sociologue donne une réponse négative : « Le numérique, porté par les algorithmes et les réseaux sociaux, ouvre le goût de ceux qui ont une appétence à la culture, mais ferme le goût des autres, qui, par exemple, ne regardent que des films blockbusters »⁵⁴⁶. Il continue en disant

⁵⁴⁰ *Ibid.*

⁵⁴¹ Guérin Michel, « Le sociologue qui casse le moral », *Le Monde*, Culture Digitale, le 27 octobre 2018, (<https://culture-digitale.net/un-peu-culture-digitale/spectacle-et-numerique/numerique-favoriser-democratisation-culturelle/>), consulté le 1 juin 2020.

⁵⁴² *Ibid.*

⁵⁴³ *Ibid.*

⁵⁴⁴ *Ibid.*

⁵⁴⁵ *Ibid.*

⁵⁴⁶ *Ibid.*

que « le numérique produit les mêmes effets que les équipements proposés par l'État : ceux sont les milieux aisés et cultivés qui en profitent »⁵⁴⁷.

La démocratisation culturelle n'est pas vraiment possible sans un travail de sensibilisation, qui doit être réalisé par des établissements scolaires et culturelles. Former le goût pour l'art et la culture en générale est un travail à long terme. Nous ne pouvons pas mettre en œuvre la démocratisation culturelle sans donner les clefs à des individus pour apprécier cette culture. Les formats numériques ludiques jouent en quelque sorte le rôle des médiateurs et s'adaptent à un niveau du public plus large. Ils participent à la sensibilisation, et souvent leurs acteurs ont pour ambition de montrer que l'histoire de l'art est une discipline qui appartient à tout le monde, qu'elle peut être abordée d'une manière plus simple et plus « parlante ». Malgré les pronostics noirs d'Olivier Donnat, nous espérons que ces dispositifs modernes de démocratisation de l'histoire de l'art s'avéreront être efficaces et que les établissements culturels vont continuer à s'emparer des tendances ludiques pour transmettre l'art au plus grand nombre.

Enfin, le Web est un champ de bataille des différents intérêts économiques et politiques, dont l'objectif est d'obtenir l'attention des individus. **Et si les grandes instances culturelles plaçaient la démocratisation culturelle au cœur de leurs stratégie en ligne ?**

⁵⁴⁷ *Ibid.*

Annexes

N° 1 : Ressources numériques francophones sur l’histoire de l’art⁵⁴⁸

Nom de la ressource numérique. Pays, date ⁵⁴⁹ et nb d'abonnés ⁵⁵⁰ , si disponible	Description et objectif	Format et organisation du contenu	Public	Acteur(s)	Auteur(s)
Musées					

⁵⁴⁸ La création du tableau a été inspirée par la liste des 350 chaînes YouTube, diffusée par le ministère de la Culture, (<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Ressources/Ressources-pedagogiques-et-sensibilisation/350-ressources-culturelles-et-scientifiques-francophones-en-video>)

⁵⁴⁹ Nous indiquons la date, disponible sur le site/chaine YouTube. Puisque YouTube associe la date de la création de la chaine avec la date de la création du compte Gmail, nous ne pouvons pas toujours définir la date exacte de la création de la chaine YouTube.

⁵⁵⁰ Les chiffres datent du de fin d'avril 2020.

<p><i>Histoire par l'image</i> Site : https://www.histoire-image.org/fr/propos/projet</p> <p>France, 2016</p>	<p>Service public gratuit qui explore les événements de l'Histoire de France et les évolutions majeures de la période 1643-1945 à travers des objets visuels. L'un des objectifs est d'accompagner les professeurs de l'enseignement secondaire et de permettre à tous les passionnés d'enrichir la connaissance du passé.</p>	<p>Site d'accompagnement pédagogique comprenant des images d'œuvres d'art d'une haute qualité, accompagnées par des documents iconographiques qui s'y rapportent.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : amateurs, experts Projet : études, enseignement, projet professionnel</p>	<p>RMN-GP en partenariat avec des musées nationaux français, services publics du patrimoine, le ministère de la Culture et le ministère de l'Éducation nationale.</p>	<p>Professeurs, chercheurs, docteurs, spécialistes des musées nationaux en histoire/art.</p>
<p><u>Musée d'Orsay Auditorium - Conférences et colloques</u> YouTube : https://www.youtube.com/user/MuseeOrsayOfficiel/playlists</p> <p>France, 2013</p>	<p>Des conférences organisées par le musée d'Orsay. Les sujets portent sur les artistes illustres, mouvements artistiques et d'autres sujets en lien avec l'art.</p>	<p>Vidéos des conférences d'environ 1h, accompagnées par une mise en contexte écrite.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : amateurs, experts Projet : études, enseignement, projet professionnel</p>	<p>Musée d'Orsay</p>	<p>Spécialistes du Musée d'Orsay (historiens, chercheurs, artistes, etc.) ou des spécialistes invités de renom (artistes, historiens, conservateurs des musées, etc.)</p>

<p><u>Musée d'Orsay</u> <u>Orsay en mouvements</u></p> <p><u>YouTube :</u> https://www.youtube.com/playlist?list=PLwUa6C-N-kpbLKkHtm-gXj1k2VW4GT6KT</p> <p>France, 2011</p>	<p>Une série des courts-métrages tournés au musée d'Orsay pour proposer à des visiteurs de tout savoir sur les mouvements artistiques de la période 1848-1914. L'objectif est de faire découvrir les mouvements principaux de la période et de préparer sa visite au musée.</p>	<p>Court-métrages de 5 min en moyenne.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : néophytes Projet : loisirs, études, enseignement</p>	<p>Musée d'Orsay</p>	<p>Spécialistes du Musée (conservateurs, historiens, médiateurs, chercheurs, etc.)</p>
<p><u>Musée d'Orsay</u> <u>Une oeuvre, un regard</u></p> <p><u>YouTube :</u> https://www.youtube.com/playlist?list=PLwUa6C-N-kpYTtd1jMnAPU2M0APdRMsC7</p> <p>France, 2011</p>	<p>Il est proposé de découvrir le regard d'une figure contemporaine (artiste, écrivain, philosophe, musicien, cinéaste, etc.), sur une œuvre de son choix dans les collections des musées d'Orsay et de l'Orangerie. L'objectif est de partager des avis d'experts et de mieux connaître les œuvres du musée.</p>	<p>Court-métrages de 5 min en moyenne.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : amateurs, experts Projet : projet professionnel</p>	<p>Musée d'Orsay</p>	<p>Spécialistes en art invités (artistes, écrivains, philosophes, designers, musiciens, acteurs, metteurs en scène, cinéastes, scientifiques, etc.)</p>

<p>Musée du Louvre <i>Arts & Education : Conférences de l'auditorium.</i></p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/user/louvre/playlists</p> <p>France, 2010-2019</p>	<p>De différents sujets comme Journée de la Recherche, « 24h avec... », des présentations des expositions du musée, « Entretiens du Louvre », des interviews avec des artistes contemporains ou encore « Initiation à l'histoire des arts » proposent toutes les captations de l'auditorium du Louvre en lien avec l'actualité des musées, l'histoire de l'art et de la muséographie. L'objectif est de partager des thématiques d'actualités avec des experts en art/histoire et des visiteurs amateurs.</p>	<p>Vidéos des conférences, entretiens, présentations d'environ 1h, accompagnées par une mise en contexte écrite.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : experts Projet : projet professionnel, études, enseignement</p>	<p>Musée du Louvre</p>	<p>Spécialistes du musée du Louvre (historiens, chercheurs, professeurs, etc.) et spécialistes invités.</p>
<p>Musée du Louvre. <i>Arts & Education : Œuvres à la loupe</i></p> <p>Site : https://www.louvre.fr/oal</p> <p>France</p>	<p>Les Œuvres à la loupe sont conçues dans l'esprit de deux collections : Palettes, bien connue du grand public et l'Œuvre en scène, présentée à l'Auditorium du musée. Dans ces dossiers multimédias interactifs les utilisateurs pourront aller au plus près des détails de l'œuvre grâce à l'outil « Loupe » et approfondir tous les aspects historiques et artistiques grâce aux commentaires et animations.</p>	<p>Dossiers multimédias interactifs qui proposent des images 2D/3D de haute qualité, des vidéos, des illustrations et d'autres éléments graphiques afin d'examiner l'œuvre du musée.</p>	<p>Catégorie d'âge : enfants, adolescents, adultes Degré de connaissance : tous Projet : études, enseignement, loisirs</p>	<p>Musée du Louvre avec le mécénat de l'entreprise Eni.</p>	<p>Spécialistes du Musée du Louvre (médiateurs culturels, conservateurs, historiens, etc.)</p>

<p>La Réunion des musées nationaux - Grand Palais (Rmn-GP)</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/user/Rmngrandpalais/featured</p> <p>France, 2012</p>	<p>Des vidéos partagent des informations sur le musée, les collections et l'histoire de l'art, et ont pour objectif d'attirer le public les visiteurs potentiels.</p>	<p>Vidéos de vulgarisation, court-métrages/entretiens avec des spécialistes des différents domaines d'art, extraits des MOOC culturels réalisés avec la Fondation Orange, vidéo archives de l'histoire du musée</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : tous</p>	<p>La Réunion des musées nationaux</p>	<p>Spécialistes du musée (historiens, conservateurs, médiateurs culturels, etc.)</p>
<p>Musée des Beaux-Arts de Lyon</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/user/StephaneMusee69/playlists</p> <p>France, 2008</p>	<p>La chaîne offre une multitude des vidéos sur les collections du musée, ses peintres et des événements du musée afin de sensibiliser ses visiteurs à des collections du musée.</p>	<p>Court-métrages, vidéos des conférences et bandes d'annonces.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études</p>	<p>Musée des Beaux-Arts de Lyon</p>	<p>Spécialistes du musée (historiens, conservateurs, médiateurs culturels, etc.)</p>
<p>Panorama de l'art</p> <p>Site : https://www.panoramadelart.com/?fbclid=IwAR2vCg26bnfV6v0fG9Id0FMkisUW6edgh7mtc4ysCl2vN4ziHus0AOIhm_4</p> <p>France, 2011</p>	<p>Dotée de mission de favoriser l'accès aux œuvres d'art, le site couvre tout le champ de l'histoire de l'art, de la préhistoire jusqu'à nos jours. L'objectif est d'accompagner les étudiants et les enseignants dans leurs études en art et de permettre à tous curieux de découvrir les différentes thématiques du domaine.</p>	<p>Site d'accompagnement pédagogique qui propose des images d'œuvres d'art de haute qualité, de textes, accompagnés par un glossaire/dossiers téléchargeables/vidéos/podcasts.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : amateurs, experts Projet : enseignement, études</p>	<p>Le ministère de la Culture et de la Communication et la Réunion des musées nationaux-Grand Palais.</p>	<p>Spécialistes en histoire/art, enseignants des universités, chercheurs, etc.</p>

<p>MOOC culturels de la Fondation Orange</p> <p>Site : https://mooc-culturels.fondationorange.com/course/index.php</p> <p>France, 2014</p> <p>140 000 d'inscrits en 2019⁵⁵¹</p>	<p>La plateforme offre à tous la possibilité de bénéficier d'un enseignement à la fois rigoureux et convivial basé sur des contenus de qualité, conçus en partenariat avec des institutions culturelles. Ces MOOC permettent à tous d'accéder facilement à la culture et aux savoirs, rafraîchir ses connaissances ou préparer ses épreuves.</p>	<p>MOOC, composés des vidéos vulgarisatrices (3 min en moyenne), ressources bibliographiques, activités d'apprentissage, un forum de discussions et un dialogue avec des animateurs. À la fin de chaque séquence, un quiz permet aux participants d'auto-évaluer les connaissances acquises. Les MOOC sont accessibles 24h/24 en ligne. Pour suivre les cours et toutes les activités proposées, il faut compter de 2 à 3 heures par séquence.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissances : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études</p>	<p>La Fondation Orange avec La Réunion des musées nationaux-Grand Palais, le musée du Louvre, le Centre des arts d'Enghien-les-Bains, le Centre Pompidou et autres.</p>	<p>Spécialistes des musées nationaux (historiens, conservateurs, médiateurs culturels, etc.)</p>
Vulgarisateurs indépendants					
<p><u>Guide artistique</u></p> <p>Site : https://www.guide-artistique.com/</p> <p>France</p>	<p>Le site propose des textes synthétiques sur des différentes thématiques de l'art. Le but est d'offrir une information complète dans un environnement web structuré, de développer un carrefour de partage de connaissances et de devenir une référence dans les différents domaines de l'art.</p>	<p>Site de vulgarisation qui propose des contenus textuels, des illustrations et les pistes bibliographiques sur le sujet.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : néophytes, Projet : loisirs, études, enseignement</p>	<p>L'équipe de rédaction est constituée des passionnés de différents domaines liés aux arts et au journalisme.</p>	<p>Historiens, galeristes, spécialistes en histoire de l'art et artistes.</p>

⁵⁵¹ Informations tirées du site de la Fondation Orange, (<https://www.fondationorange.com/Notre-historique>).

<p>Aparances</p> <p>Site : https://www.aparances.net/</p> <p>France/Catalogne</p>	<p>Site web qui vise à sensibiliser, informer, promouvoir et diffuser tous les sujets liés à l'histoire de l'art, à ses périodes ou époques artistiques, à l'actualité des expositions et autres manifestations culturelles. L'objectif est de vulgariser l'art à tous les curieux.</p>	<p>Site de vulgarisation qui propose des articles scientifiques sur l'art, accompagnés par des images/illustrations, ressources bibliographiques.</p>	<p>Catégorie d'âge : jeunes, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études</p>	<p>Asociación Artèknia</p>	<p>E. Amenós Berenguer, historienne d'art</p>
<p>Art comptant pour rien YouTube : https://www.youtube.com/channel/UC L1ScW5p_7TF-uWdVo1WjTw</p> <p>France, 2016 42 500 d'abonnés</p>	<p>La chaîne vise à sensibiliser le public à l'art contemporain avec de courtes vidéos qui, souvent couvert d'humour, distillent des informations très sérieuses sur les courants artistiques, les grands thèmes de l'histoire de l'art, les questions fréquentes.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 5-10 min en moyenne, accompagnées par des sources bibliographiques pour aller plus loin.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs</p>	<p>Laure Bernard, Artiste et diplômée du Master Art de l'Image et du Vivant à l'Université Panthéon-Sorbonne à Paris 1 en 2015</p>	<p>Laure Bernard</p>
<p>C'est une autre histoire Rubrique : Tu vois un tableau</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UC KjDY4joMPcoRM md-G1yz1Q</p> <p>France, 2015 400 000 d'abonnés</p>	<p>La chaîne YouTube qui parle de l'art à travers la mythologie grecque autrement, en s'amusant. L'objectif est d'apprendre le public à s'intéresser à des questions en lien avec l'art et la mythologie.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 6 min en moyenne, complétées par des sources bibliographiques pour aller plus loin.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes Projet : loisirs, études</p>	<p>Manon Bril (Champier), doctorante en Histoire contemporaine.</p>	<p>Manon Champier. Certains contenus sont réalisés en partenariat avec d'autres vulgarisateurs sur YouTube/spécialistes</p>

<p>Grand écArt</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UCq9HhrwCKJZcYbLtsk1wErw</p> <p>France, 2017 7 063 d'abonnés</p>	<p>La chaîne qui fait le Grand écArt entre Pop Culture et Histoire de l'Art. Avec l'humour et parallèles entre l'Histoire de l'art et la culture populaire, les vidéos permettent de découvrir des différentes thématiques en lien avec l'art d'une manière ludique.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 7 min en moyenne, complétées par des ressources bibliographiques.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes Projet : loisirs, études</p>	<p>Mathilda Rançon, licence en histoire de l'art ICP et mastère en marché de l'art à EAC Paris</p>	<p>Mathilda Rançon</p>
<p>L'artichaut</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UCs-co4VM68JvRHI7LvSoRbg/featured</p> <p>France, 2015 5 350 d'abonnés</p>	<p>L'artichaut est un collectif de copains qui parle d'art, de toute sorte d'art sous toute sorte de formats. Avec de la peinture, de la littérature, de la photo, du cinéma, des questions bêtes, des quiz, des livres, des visites de musées. L'objectif est de diffuser et de vulgariser l'art sous toutes ses formes.</p>	<p>La chaîne propose des vidéos vulgarisatrices des différents formats : vidéo-quiz, des vlogs, vidéos vulgarisatrices.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études</p>	<p>Collectif des copains passionnés d'art (peinture, cinéma, littérature, photographie etc.).</p>	<p>Louis Boulet, diplômé en histoire de l'art, professeur en histoire de l'art est à la source de la création de la chaîne. Il a collaboré également avec d'autres diplômés dans différents domaines de l'art et la culture (médiation culturelle, photographie, histoire de l'art, etc.)</p>

<p>Le Baz'Art ambulant</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UCQMa1gqqiSAIP_Xwk0hBPsg</p> <p>France, 2018 ~289 abonnés</p>	<p>Une histoire de l'art racontée par un professeur et docteur « sans bibliothèque en arrière-plan et par un peintre académique dissident ». L'objectif est d'éclairer certains sujets en lien avec l'art pour aider les jeunes à passer leurs épreuves en histoire de l'art, ou de montrer que l'histoire de l'art est une discipline accessible à tout le monde.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 10 min en moyenne, complétées par des ressources bibliographiques.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études</p>	<p>Sabine Padelou, professeur et docteur en histoire de l'art.</p>	<p>Sabine Padelou, professeur et docteur en histoire de l'art.</p>
<p>N'ART</p> <p>YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCQq9fMRQhXOyOZeageaj6ag/about</p> <p>France, 2015 34 300 d'abonnés</p>	<p>La chaîne décrypte des concepts, des artistes et des mouvements artistiques et propose des analyses historiques sur l'art. L'objectif est de vulgariser l'art d'une manière ludique et simple.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 3 min en moyenne.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études</p>	<p>Natacha, ancienne étudiante à l'école du Louvre et titulaire de deux masters en art, dont un en art contemporain</p>	<p>Natacha⁵⁵²</p>

⁵⁵² Nous n'avons pas trouvé le nom complet de la vulgarisatrice en ligne.

<p>Pallas Athéné</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UClsjb-32UWE0IsKggOfxnlG</p> <p>France, 2015 6 007 d'abonnés</p>	<p>La chaîne YouTube d'histoire de l'art certifiée par le ministère de la culture, propose de découvrir l'histoire de l'art à travers des symboles, notions et objets d'art.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 5-10 min en moyenne, sont regroupées dans les 2 rubriques, accompagnées par des sources bibliographiques et des références à d'autres chaînes YouTube sur l'art.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : tous Projet : loisirs, études</p>	<p>Cécile André, diplômée en licence d'histoire de l'art, master 1 de muséologie de l'Ecole du Louvre, master en Ingénierie Documentaire de l'Université de Nanterre). François André (licence en lettres modernes), actuellement en 3e année de design de mode. Cécile et François sont sœur et frère.</p>	<p>Cécile & François André, anciens étudiants dans le domaine de l'art/culture</p>
<p>Sos Art</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UCzi49Gp-XX9m5foHOWWGKeA/featured</p> <p>France, 2014 10 200 d'abonnés</p>	<p>La chaîne propose des vidéos de vulgarisation portant sur l'art et sur les théories esthétiques. Elles ont pour but d'interroger des idées reçues et des lieux communs sur ce sujet. L'objectif est d'apporter des éléments de pensée critique au sujet de l'art.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 6 min en moyenne, accompagnées par des sources bibliographiques.</p>	<p>Catégorie d'âge : enfants, adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études, enseignement</p>	<p>Selrahc et Madame B, professeurs d'arts plastiques dans le second degré, en collège</p>	<p>Professeurs d'arts plastiques dans le second degré, en collège</p>
<p>Sous La Toile</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UCAo50V_d5wR3_boc6-rlb4Q/about</p> <p>France, 2016 5 570 d'abonnés</p>	<p>La chaîne propose de découvrir l'art d'une toute autre façon. Un panorama complet de l'Histoire de l'art de la Renaissance à nos jours dévoile des peintres, des époques, des révolutions. De petits reportages permettront de comprendre ce que jusqu'à alors était qu'un questionnement infini.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 10 min en moyenne, accompagnées par des sources bibliographiques.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études, enseignement</p>	<p>Marie Péliissier, Etudiante à l'Ecole du Louvre, Master Muséologie.</p>	<p>Marie Péliissier</p>

<p>Muséonaute !</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/channel/UCZ17ceLrs_ZzLwx8IrEFkw/videos</p> <p>France, 2016 16, 900 abonnés</p>	<p>La chaîne permet de découvrir de différentes thématiques sur l'art (peinture, architecture, sculpture, etc.) afin d'élargir sa culture générale.</p>	<p>Vidéos vulgarisatrices d'une durée de 10 min en moyenne, accompagnées par des sources bibliographiques.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études, enseignement</p>	<p>Chloé Bruneau et Guillaume Fabius, étudiants à l'école du Louvre.</p>	<p>Chloé Bruneau et Guillaume Fabius</p>
Médias					
<p>D'art D'art</p> <p>Site : https://www.france.tv/france-2/d-art-d-art/</p> <p>France, 2020</p>	<p>Une émission de télévision sur France 2 d'une minute consacrée aux arts plastiques. Le but est de faire découvrir/redécouvrir une œuvre ou un artiste en quelques instants.</p>	<p>Les vidéos d'émissions mises en ligne, complétées par des textes de référence.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs</p>	<p>France 2, scénario par Frédéric Taddei et Marie Taddei ; création par Tim Newman et Natalie Boels-Kugel</p>	<p>Journalistes, experts en arts plastiques, écrivains</p>
<p>Les Grands Maîtres de la Peinture - Toute l'Histoire</p> <p>YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=9LMPoElg0zg&list=PL-Va2w1HwuNkJPjqDuE8prVpv28HnbqGC</p>	<p>La série documentaire revient sur le parcours des artistes d'exception, créateurs de courants artistiques modernes qui ont révolutionné l'histoire de l'art. L'objectif est de transmettre des connaissances, de même qu'une culture générale et scientifique, et de contribuer au rayonnement des établissements d'enseignement et d'autres institutions de toutes les régions.</p>	<p>Des émissions documentaires de 50 min en moyenne, complétées par une mise en contexte écrite.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : tous Projet : études, enseignement, loisirs</p>	<p>Chaîne de télévision Toute l'Histoire</p>	<p>Journalistes, spécialistes/historiens d'art en partenariat avec la chaîne Toute l'Histoire</p>

France, sur YouTube depuis 2009					
Grands Formats Culture de TV5MONDE Site : https://culture.tv5monde.com/grands-formats?sort=search_api_relevance&order=desc France	Grands Formats Culture de TV5MONDE et ses partenaires proposent de visionner la vie culturelle francophone. Sur des thèmes comme l'histoire, l'art, le patrimoine, les contes traditionnels, la littérature, ses contenus laisse plonger le spectateur dans un univers grand format pour mieux voir en grand. L'objectif de ses séries est d'ouvrir l'accès à l'art et la culture à tous et de permettre à chacun de découvrir/redécouvrir les sujets pertinents de ce domaine d'une manière ludique.	Webséries qui contiennent des vidéos vulgarisatrices d'une durée de 3-15 min en fonction de la série. Elles sont accompagnées par une mise en contexte écrite, et parfois par des exercices pour apprendre le français.	Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs, études, enseignement	TV5Monde	Spécialistes des musées nationaux (conservateurs, professeurs, etc.) artistes modernes, historiens, journalistes et autres spécialistes du domaine culturel

<p>D. Arasse, Emissions « Histoires De Peintures »</p> <p>Site : https://char.hypotheses.org/audiovisuel/d-arasse-histoires-de-peintures</p> <p>France, 2003 (date de sortie des émissions à la radio).</p>	<p>Une série de 25 émissions diffusées sur France Culture durant l'été 2003 par Daniel Arasse. Chacune d'entre-elles se voulait comme une réponse aux questionnements relatifs à l'œuvre d'art. Dans cette recherche, il convoque des noms d'artistes, analyse des œuvres et ne limite pas son propos à sa période d'étude : six siècles sont décryptés, depuis l'invention de la perspective à la disparition de la figure.</p>	<p>Les vidéos animées d'une durée 20 min en moyenne, illustrées à partir des podcasts, paru sur France culture.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissances : amateurs, experts Projet : études, enseignement, loisirs</p>	<p>Initialement les audios ont été diffusés sur la France Culture, après Le Centre d'Histoire de l'Art de la Renaissance de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne a diffusés les vidéos sur son site.</p>	<p>Daniel Arasse, historien de l'art français spécialiste de l'art italien et de la Renaissance</p>
<p>Arte. Culture et Pop</p> <p>Site : https://www.arte.tv/fr/videos/culture-et-pop/</p> <p>France-Allemagne, 1992. En ligne depuis 2012, chaîne public</p>	<p>La chaîne culturelle européenne créée dans l'objectif de consolider la compréhension et le rapprochement entre les peuples en Europe, propose des émissions consacrées à la culture et l'art.</p>	<p>La chaîne propose tous les genres audiovisuels à caractère culturel : environ 55 % sont des documentaires, 25 % des films de cinéma et de fiction, 15 % des programmes d'information et 5 % de la musique et des spectacles vivants. Les deux tiers des programmes diffusés sur ARTE sont inédits.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissances : tous Projet: loisirs, études, enseignement</p>	<p>Association relative à la télévision européenne (ARTE), chaîne de télévision franco-allemande de service public.</p>	<p>Journalistes d'ARTE et des spécialistes invités (historiens, professeurs, docteurs, chercheurs, etc.)</p>

Organisations privées

<p>Artips</p> <p>App mobile⁵⁵³ : https://apps.apple.com/fr/app/artips-mus%C3%A9s-expos-et-artistes-en-10-secrets/id1022380103</p> <p>Newsletter : https://artips.fr/</p> <p>France, 2013 ~ 100 000 d'abonnés</p>	<p>A travers l'application mobile Artips propose les 10 meilleurs secrets des grands musées, expositions, lieux culturels ou artistes. La newsletter permet aux personnes qui n'ont pas le temps de lire des livres/fréquenter des musées de s'enrichir sur les thématiques en lien avec l'histoire de l'art. L'application permet de s'en servir en tant qu'audioguide pour une visite au musée courte et décalée.</p>	<p>L'application mobile de format de micro-learning, est présentée sous une liste de 10 anecdotes disponibles en version écrite et audio. Le newsletter est envoyé par email avec une anecdote qu'on peut lire en 1 minute.</p>	<p>Catégorie d'âge : tous Degré de connaissance : néophytes, amateurs Projet : loisirs</p>	<p>Jeunes entrepreneurs, Coline Debayle et Jean Perret, diplômés de grandes écoles (Sciences-Po/ HEC/ ENSIMAG) en partenariat avec des différents spécialistes en art/histoire de l'art. Les contenus se font validés par l'expert en histoire de l'art, Gérard Marié</p>	<p>L'équipe des rédacteurs comprend des professeurs et étudiants en histoire de l'art, guides de musées, artistes, amateurs éclairés</p>
--	---	---	--	---	--

⁵⁵³ L'application peut proposer des achats intégrés.

<p>Google Arts & Culture</p> <p>App mobile : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.cultural&hl=fr</p> <p>Site : https://artsandculture.google.com/</p> <p>Etats-Unis, 2011</p>	<p>Plateforme numérique permettant d'accéder aux œuvres artistiques plus facilement. La plateforme poursuit l'objectif global qui est de rendre des matériaux culturels accessible à tous et de les archiver dans l'espace numérique. Un autre objectif est de sensibiliser le public et d'attirer plus de visiteurs aux musées.</p>	<p>Application/site Web interactif qui proposent des œuvres d'art en haute qualité, les visites virtuelles aux musées, une carte des lieux culturels à proximité, un système reconnaissance d'œuvres d'art et d'autres activités/jeux en ligne qui proposent de découvrir l'art d'une façon ludique.</p>	<p>Catégorie d'âge : enfants, adolescents, adultes Degré de connaissance : tous Projet : loisirs</p>	<p>Plus de 1 200 musées du monde, galeries et institutions (dont 20 sont les établissements culturels français), dans 70 pays. En France : collaborateurs des musées nationaux et des institutions culturelles. Les collections du musée d'Orsay, du musée de l'Orangerie, du musée du quai Branly, du musée Condé à Chantilly et du château de Fontainebleau se sont ajoutées à Versailles en 2012.⁵⁵⁴</p>	<p>Spécialistes des musées nationaux (conservateurs, historiens, guides, médiateurs culturels, etc.)</p>
---	--	--	--	--	--

⁵⁵⁴ Informations tirées du Wikipédia, (https://fr.wikipedia.org/wiki/Google_Arts_%26_Culture).

<p>Magnus</p> <p>App mobile : http://www.magnus.net/</p> <p>Allemagne, 2013 ~658 000 d'abonnés</p>	<p>L'application propose la description des œuvres d'art ainsi que ses derniers résultats de vente. De plus, le service « Around Me » propose des renseignements sur les galeries, musées et expositions accessibles autour des utilisateurs, en fonction de votre géolocalisation. L'application a été conçue dans le but de simplifier l'appréhension des œuvres d'art, de prôner les sorties culturelles et de rendre les achats des œuvres d'art plus transparents.</p>	<p>Conçu comme « shazam de l'art », l'application possède un système de reconnaissance visuelle qui permet de scanner des œuvres d'art afin de les identifier et de dévoiler en quelques secondes la description du tableau tableau. L'application contient une géolocalisation pour proposer des activités culturelles à proximité.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : amateurs, experts Projet : commerce, loisirs</p>	<p>Magnus Resch, fondateur allemand.</p>	<p>Les références sont fournies par les galeries, les salles de vente, mais aussi les utilisateurs eux-mêmes.</p>
<p>Minitopo</p> <p>App mobile⁵⁵⁵ : https://www.minitopo.com/</p> <p>France, 2018 + de 100 000 abonnés</p>	<p>L'application propose de découvrir de différents sujets en lien avec l'art et la culture (arts, sciences, gastronomie, voyages, cinéma etc.) en apprenant régulièrement par de petites doses d'information. L'objectif est de simplifier et de moderniser l'accès à la culture.</p>	<p>L'application du type micro-learning propose des contenus sous la forme d'un « chat » entre l'auteur de la thématique et un utilisateur, des tests et des jeux.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance en art : néophytes Projet : loisirs</p>	<p>Clémentine Guyon, entrepreneuse.</p>	<p>Amateurs éclairés en art/culture, collaborateurs des musées, établissements culturels, vulgarisateurs en ligne</p>

⁵⁵⁵ Ibid.

<p>Smartify App mobile : https://smartify.org/ Angleterre, 2017 ~ 100 000 d'abonnés</p>	<p>L'application permet de trouver une œuvre d'art parmi plus de 2 millions objets d'art en quelques clics. Le but est d'aider aux personnes de créer des connections avec l'art et de soutenir les établissements culturels dans l'attraction des visiteurs.</p>	<p>Conçu comme « shazam de l'art », l'application possède un système de reconnaissance visuelle qui permet de scanner des œuvres d'art afin de les identifier et de dévoiler en quelques secondes l'histoire dudit tableau.</p>	<p>Catégorie d'âge : adolescents, adultes Degré de connaissance : tous Projet : loisirs, études</p>	<p>Entrepreneurs technologiques de Londres en partenariat avec des musées/établissements culturels mondiaux</p>	<p>Spécialistes des musées/établissements culturels mondiaux (conservateurs, galeristes, médiateurs culturels, etc.)</p>
--	---	---	---	---	--

Afin de créer une typologie qui pourrait regrouper les formats principaux numériques sur l'histoire de l'art, nous avons étudié des ressources numériques prenant en compte les critères suivants :

1. Type de ressource numérique (ex : site web, plateforme YouTube, application mobile) et son format visuel/audiovisuel (ex : texte, vidéo, webdocumentaire, illustrations, newsletters, etc.) ;
2. Objectif ⁵⁵⁶ (ex : accompagner les enseignants dans leurs cours, enrichir sa culture générale, montrer une autre façon à présenter l'histoire de l'art, etc.) ;
3. Public⁵⁵⁷. Il a été étudié sur les caractéristiques suivantes :
 - a. Catégorie d'âge : enfants (0 – 14 ans), adolescents (15 – 24 ans), adultes (25 – 64 ans), seniors (65+) ;
 - b. Degré de connaissance du sujet. Nous avons pu répertorier 3 groupes approximatifs du niveau :
 - i. *Néophytes* (la personne a du mal à distinguer les mouvements/techniques/époques artistiques, les sujets en lien avec l'art ne lui parlent pas, ses connaissances sont limitées par ce qui a été étudié à l'école) ;

⁵⁵⁶ Seulement si cette information est explicitement indiquée soit elle provient du style/langage utilisé. Dans notre recherche, les ressources numériques visent souvent un public large et ne proposent pas de définition explicite en termes du public cible.

- ii. *Amateurs* (la personne a des connaissances basiques, elle sait distinguer les périodes/mouvements/techniques artistiques et alimente occasionnellement ses connaissances) ;
 - iii. *Experts* (la personne a suivi des études dans un domaine en lien avec l'art et possède une expertise dans un mouvement/une époque/une technique artistique) ;
- c. Projet (ou objectif) - ce qui encouragé l'utilisateur à regarder/lire la ressource numérique. Ainsi, nous avons identifiés 4 types de projet :
- i. Loisirs – pour l'épanouissement personnel ou se divertir (ex : élargir sa culture générale, préparer sa visite au musée, etc.) ;
 - ii. Etudes – préparer ses épreuves/examens ;
 - iii. Enseignement – préparer/compléter ses cours ;
 - iv. Projet professionnel – étudier le sujet afin d'appliquer les connaissances acquises lors de son travail (ex : organiser un événement culturel, écrire un article sur l'art, etc.)
4. Acteurs du monde de l'art et la culture – ministères, musées, médias, organisation privées, vulgarisateurs, - tous qui sont à la base de l'initiation des ressources numériques sur l'histoire de l'art ;
5. Auteurs – professionnels ou amateurs éclairés qui participent à la conception et création de contenus pour les mettre ensuite en ligne⁵⁵⁸ Voici les 3 catégories approximatives :
- a. Professionnels du monde des musées (conservateurs, médiateurs culturels, guides) ;
 - b. Professionnels du monde académique et scolaires (professeurs des universités, professeurs du second degré, titulaires d'un doctorat) ;
 - c. Etudiants et jeunes diplômés d'études en lien avec art/culture/histoire de l'art.

⁵⁵⁸ Souvent les différents types d'auteurs travaillent ensemble sur le même sujet (ex : MOOC culturels de la Fondation Orange, *Artips*, *Minitopo*, RMN-GP, etc.).

N° 2 : Questionnaire : Histoire de l'art en ligne

Dans le cadre de mon mémoire de recherche j'étudie les ressources numériques gratuites en ligne qui permettent de découvrir les sujets de l'histoire de l'art d'une manière ludique. Par ces sujets, j'entends ceux qui visent à interpréter l'œuvre d'art (un objet visuel : tableau, sculpture, photo, etc.) à travers son contexte historique, géographique, la perception psychologique ainsi que les différentes manières d'expressions artistiques. Cette enquête vise à connaître vos préférences en ligne pour découvrir l'histoire de l'art.

*Obligatoire

1) Votre sexe* :

- Homme
- Femme
- Je ne souhaite pas le préciser

2) Votre âge :*

- < 18 ans
- 18-24 ans
- 25-40 ans
- 41-60
- 60 +

3) Votre niveau d'études :*

- CAP, BEP
- Bac
- Bac+2
- Bac+3
- Bac+4/+5
- Bac+8

4) Votre CSP : *

- Etudiant
- Cadre, profession intellectuelle supérieure
- Employé
- Artisan, commerçant, chef d'entreprise
- Profession intermédiaire
- Agriculteur
- Ouvrier

5) Comment qualifiez-vous en tant que connaisseur de l'histoire de l'art/art ?

- Néophyte (vous avez du mal à distinguer les mouvements/techniques/époques artistiques, les sujets en lien avec l'art ne vous parlent pas, vos connaissances sont limitées par ce qui a été étudié à l'école)
- Amateur (vous avez des connaissances basiques et vous savez distinguer des périodes/mouvements/techniques artistiques et vous alimentez vos connaissances occasionnellement)
- Expert (vous avez suivi des études dans un domaine en lien avec l'art et vous avez une expertise dans un mouvement/époque/technique artistique)

6) Considérez-vous que l'histoire de l'art soit un domaine élitiste/difficile d'accès ?

- a. Oui
- b. Non

7) Pourquoi selon vous? _____

8) Imaginez un sujet de l'histoire de l'art que vous souhaiteriez découvrir (un mouvement artistique/une époque/histoire d'une œuvre). Évaluez de 1 à 5 l'attractivité des formats en ligne pour vous introduire au sujet (où 1 - pas du tout attractif, 5 - très attractif) :

- a. Sites d'accompagnement pédagogique qui avec des articles scientifiques synthétiques
- b. Vidéos des conférences (ex: conférences, organisées par des musées nationaux avec l'invitation de spécialistes)
Vidéos de vulgarisation (vidéos ludiques et dynamiques, avec un langage décontracté, de l'humour, et des références à la culture moderne)
- c. Court-métrages des musées/émissions documentaires (vidéos d'un ton conventionnel, réalisées souvent par des journalistes et qui incluent des entretiens avec des spécialistes)
- d. MOOC (vidéos d'apprentissage d'un ton décontracté, langage clair, animations, références à la culture moderne, accompagnées par des activités d'apprentissage)
- e. Applications mobiles de micro-learning (courtes anecdotes avec illustrations et photos, accompagnées par des petits quiz)
- f. Web-documentaires interactifs (œuvres d'art présentées en 3D, accompagnées par des vidéos explicatives, illustrations, photos, animations, textes)

9) Quels éléments vous attirent dans ces formats (ex : courte/longue durée, langage utilisé, humour, références modernes, etc.) ? _____

10) Pensez-vous que la gratuité et l'accès immédiat à l'apprentissage de l'histoire de l'art en ligne stimulent votre intérêt pour ce domaine ? *

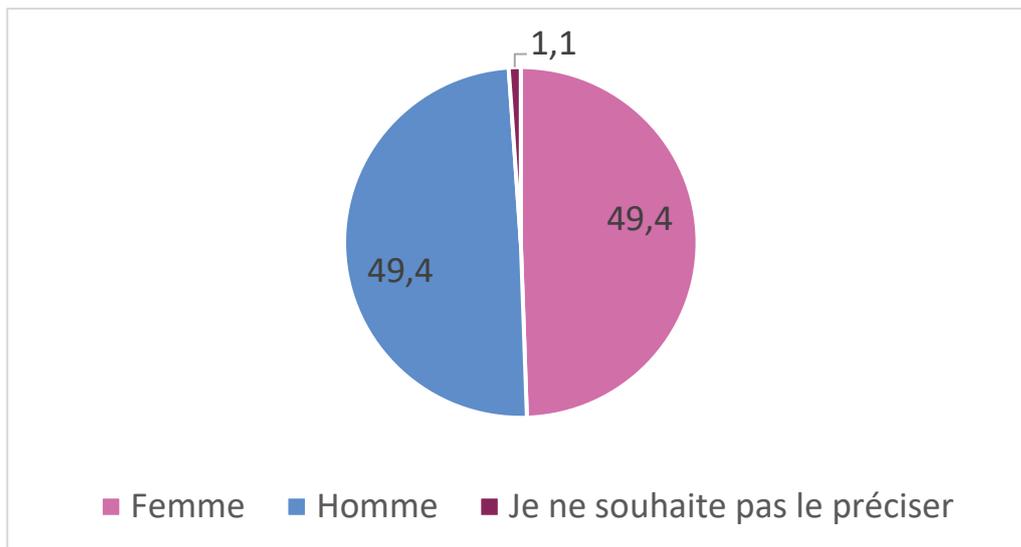
- a. D'accord
- b. Pas d'accord

11) Pourquoi : _____

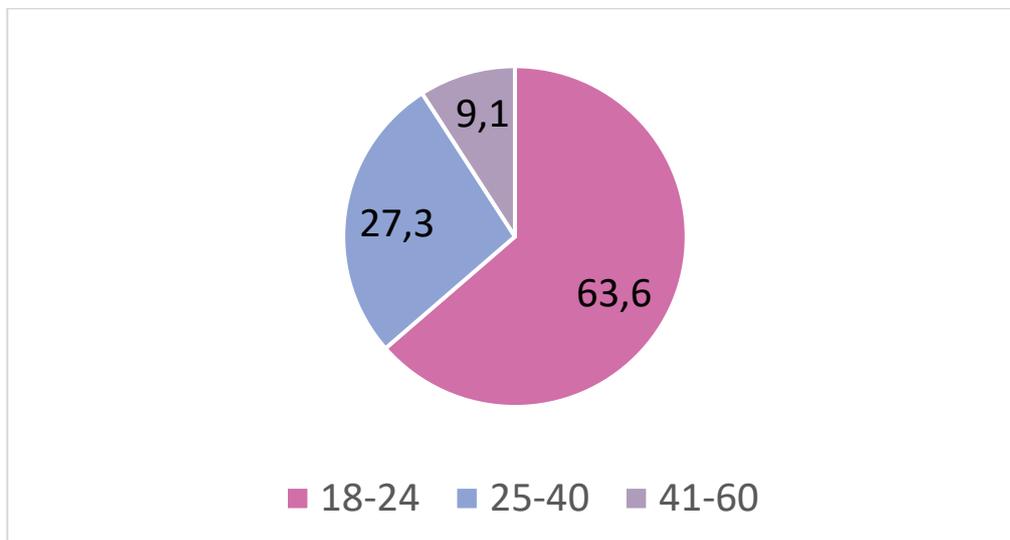
Les résultats du questionnaire

Le questionnaire a été envoyé en ligne à travers les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, etc.) en avril-mai 2020. Nous avons obtenu 100 réponses. Voici le récapitulatif du sondage. Les réponses sont données en %.

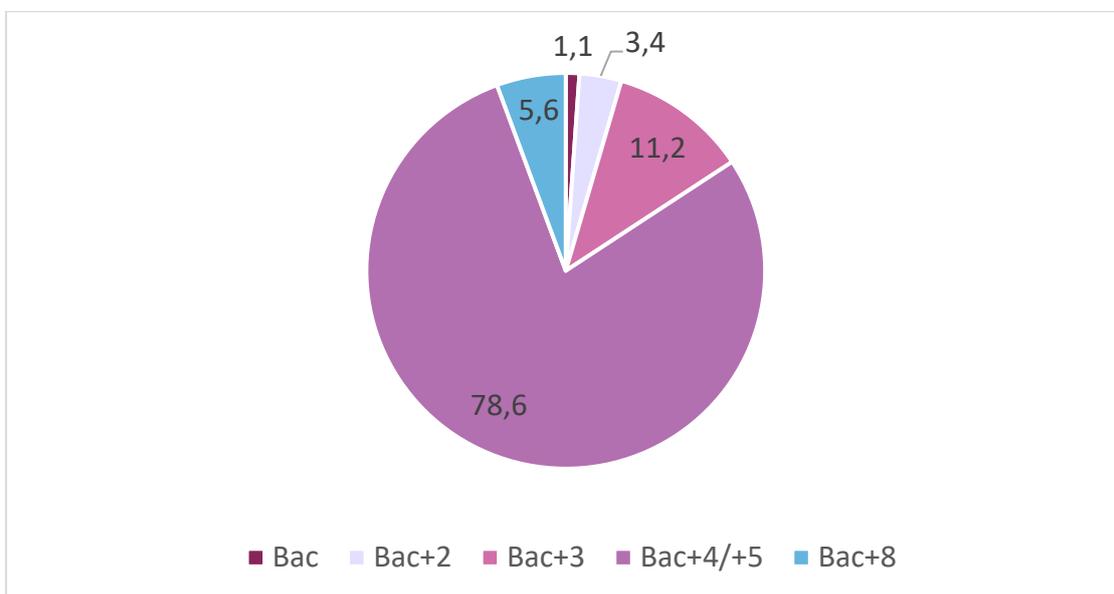
Votre sexe :



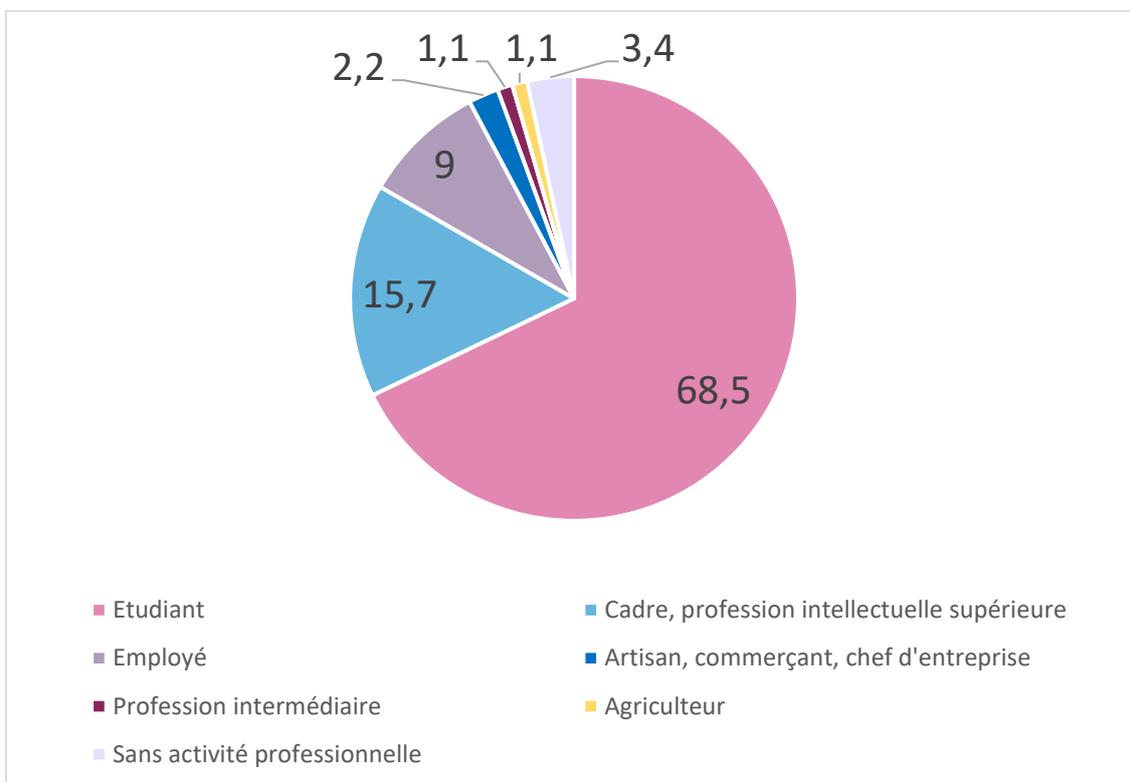
Votre âge :



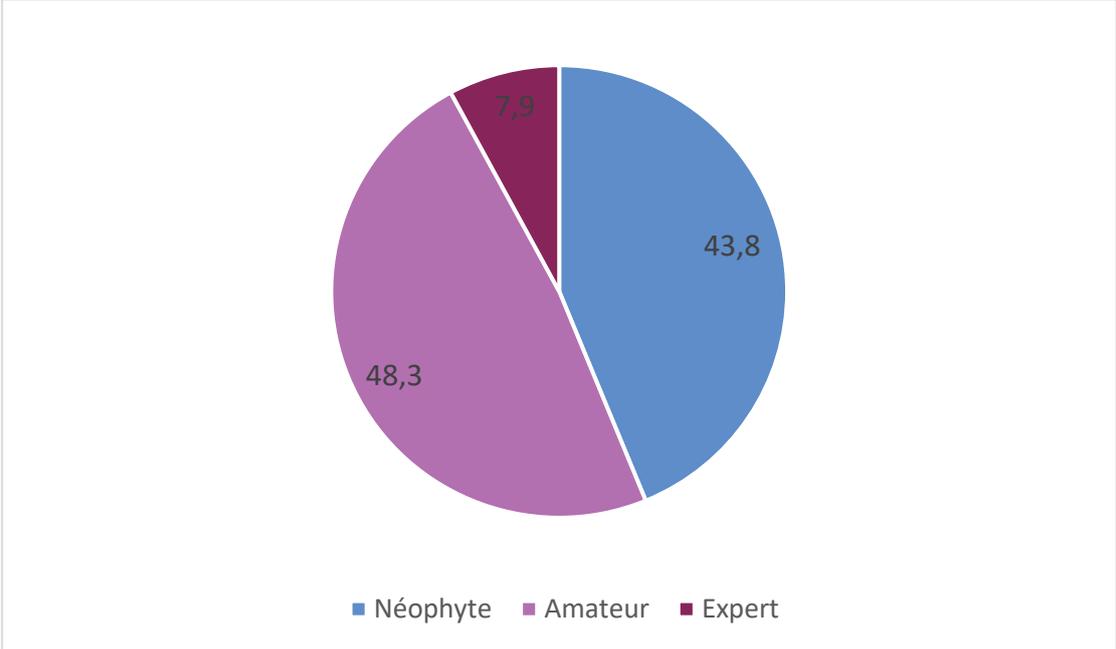
Votre niveau d'études :



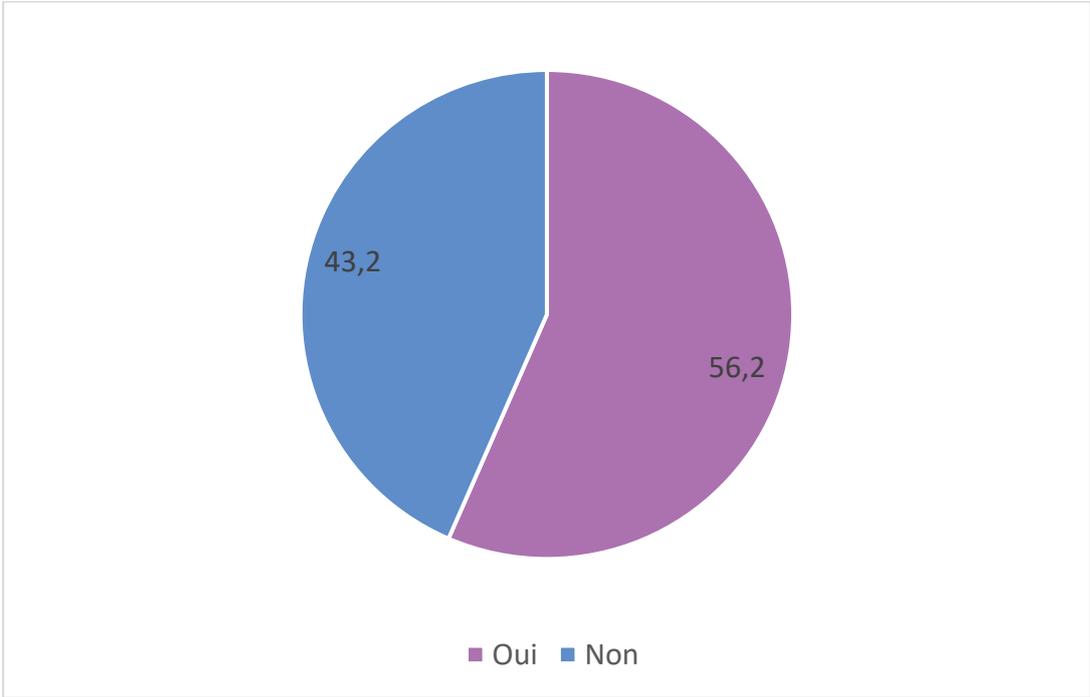
Votre CSP :



Comment vous qualifieriez-vous vis-à-vis de l'art/histoire de l'art ?



Considérez-vous que l'histoire de l'art soit un domaine élitiste/difficile d'accès en France ?



Pourquoi, selon vous ? (réponse « oui »)

Les musées sont à Paris , pas toujours facile d'accès
Beaucoup trop chère
Des connaissances difficile d'accès à un certain niveau social
Bourdieu te répondra mieux que moi, va voir la notion de capital culturel
L'art (peinture, sculpture, etc...) reste quelque chose avant réservé à une élite et pas assez proposé dans des milieux défavorisés
On ne l'étudie qu'un tout petit peu au collège puis selon les écoles que l'ont fait on y a droit ou non (plus accessible dans les grandes écoles / écoles privées que publiques)
Peu démocratisé chez les jeunes
Car c'est l'image qu'à cette matière dans l'imaginaire collectif
Demande une forte culture générale, un certain environnement familial
Pas démocratisé
Les étudiants de ce domaine ont souvent un background technique qui est acquis dans le milieu familiale, souvent aisé
Vu comment quelque chose devant être connu dans la "haute France"
Peu de communication, peu d'utilisation des réseaux sociaux pour en parler, peu de pédagogie pour le rendre accessible etc
Trop guindée. Trop peu mise en avant. Mauvaise réputation
Une bonne école telle que l'école du Louvre est difficile d'accès et de réussite
Parce que tout le monde n'est pas intéressé par l'histoire de l'art, et ça a été un domaine réservé aux personnes ayant un CSP assez élevé
Ex: ce n'était pas disponible dans les établissements de banlieue où je suis allée
Selon moi la classe sociale a une grande influence sur les pratiques culturelles (voir les travaux de Pierre Bourdieu)
Dû la ségrégation sociale existante en France
Question de classe sociale, capital culturel, distinction sociale et théorie de la légitimité de Bourdieu
S'il y a beaucoup de tentatives de rendre l'accès à l'art plus facile, les barrières retombent quand cet art se met en opposition à l'art dit populaire
Il implique une véritable connaissance pointue
Pas accès enseigné au lycée, et études dévalorisées en France
On y est peu confronté
Les affluences pour certains musées et expositions. Le prix des tickets.
Beaucoup trop chère
Tout le monde n'arrive pas à comprendre les définitions et les dates de cette matière particulière.
Manque de promotion de l'accès à la culture
Parce que l'art fait partie de l'histoire française
Centralisée à Paris
Cela n'est pas étudié en classe jusqu'à la terminale
Séréotypes liés à la classe sociale, accès peu banalisé, peu de possibilité d'en apprendre plus à l'école sauf choix d'option et proposé bien trop tard dans le cursus
L'accès à l'art est possible via l'école, les activités, les visites et il dépend aussi souvent de l'éducation. Je pense qu'il est accessible mais pas suffisamment auprès de tous

Peu de gens trouve du temps et les connaissances pour apprécier l'art
Centralisation de la culture à Paris
Jargon des communiqués de presse
Parce que pour aller aux musées il faut du temps et de l'argent. Or quand on travaille 40 heures par semaines on a pas le temps et on a pas forcément l'énergie pour aller sur Paris
On donne peu d'importance au domaine à l'école. L'option art est souvent marginalisée.
Plein de choses sur Internet
Pour s'intéresser à l'art, il faut être entouré par des personnes qui t'inspirent. Internet ne résous pas de problèmes
Cela concerne en majorité les personnes très éduqués. Il faut un certain bagage pour pouvoir le comprendre réellement.
Parce qu'il n'est presque pas enseigné à l'école
Parce que selon que l'on se trouve à Paris ou en province, on ne dispose pas du même accès aux musées et aux conférences.

Pourquoi, selon vous ? (réponse « non »)

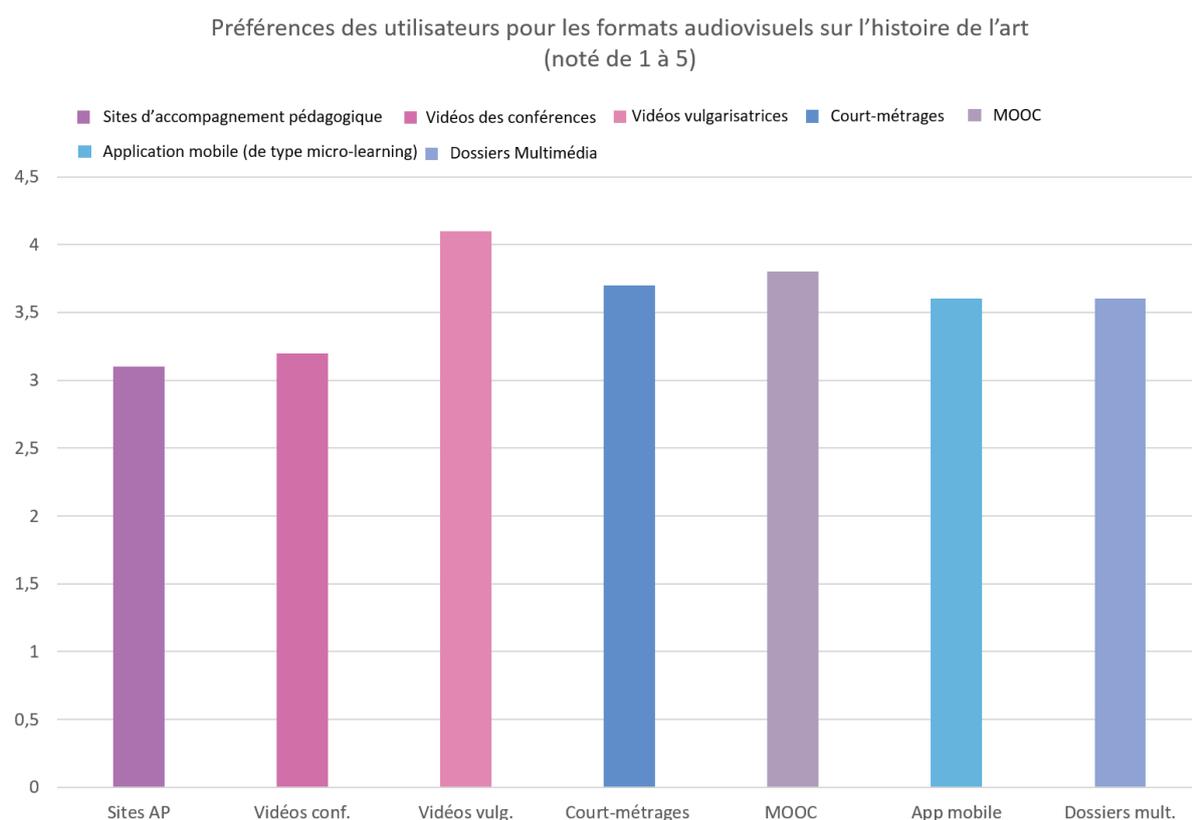
Il existe plusieurs ressources pour s'informer, il suffit de chercher comme pour tout autre domaine. Cependant, il est vrai que les personnes que s'y intéressent appartiennent très souvent à des catégories cultivées considérée comme élitistes.
Il est enseigné dès le brevet des collèges, et énormément d'émission en parle.
J'ai fait une option au lycée d'histoire des arts qui m'aurait été facile de continuer plus tard dans mon cursus d'études. Par ailleurs beaucoup de mes amis sont en Histoire de l'art, je pense que c'est un domaine qui a comme préjugés cette idée de cercle sélectif mais qui est en réalité aussi accessible qu'un autre type de formation.
Accès aux médias, livres, université généralisé
France donne une grande offre culturelle gratuite
Je ne pense pas que ce soit élitiste. Dès le collège, nous sommes sensibilisés à l'histoire de l'art, et dans la plupart des lycées il y a également l'option Histoire de l'art
Si on le souhaite on peut avoir tous les éléments nécessaires nous permettant d'accéder à l'histoire de l'art
Des cours d'histoire des arts sont dispensés au collège et en France nous avons facilement accès aux musées et centres culturels.
Plusieurs événements, cours, programmes et activités gratuites sont proposés par les institutions culturelles pour organiser la meilleure familiarisation.
Internet = chacun a un access à quelque ce soit
Il me semble qu'on peut trouver tout sur internet, sur des sites des musées par exemple, mais je n'ai pas vérifié
Il y a pas mal de ressources gratuites en ligne (pour mon niveau)
Les études en HDA sont très accessibles, pour être conservateur il faut passer un concours (donc donner sa chance à tout le monde). Ce n'est pas un milieu élitiste mais difficile d'accès oui. Les places sont dur à avoir et plutôt rares.
La possibilité pour les moins de 18 ans de visités gratuitement les musées en France.
Non, l'offre culturelle est très large et diversifiée en France, et en majorité gratuite
L'art est à la portée de tous ! Des musées font des entrées gratuites en fonction de l'âge des visiteurs, des jour du mois. Et maintenant avec le web, il est possible d'assouvir sa curiosité et de se cultiver ! A chacun de créer ensuite sa propre culture et ses propres analyses

Nous avons aujourd'hui beaucoup d'outils nous permettant de nous informer, pour tout niveau (vulgarisation ou expertise) voire même avec accompagnement.
On a accès à plein de la culture gratuitement sur Paris
Si ça peut le paraître en raison du nom je ne pense pas. L'accès aux bibliothèques est gratuit pour se cultiver sur l'histoire de l'arts donc nos excuses c'est plus un choix
On l'enseigne à l'Université
Accès facile et gratuit. De nombreuses actions à destination du grand public.
Je ne considère pas l'accès élitiste, mais plutôt le domaine en général, je ne pense pas qu'il est difficile à accéder, mais le profil des gens intéressés par ce domaine parfois est plus élitiste.
Musée gratuit, information gratuite sur internet, Wikipedia ect
L'accès a la culture est facilité (facilité d'entrées aux musees etc...)
Il y a beaucoup de ressources, des expositions à voir, des cours sur l'histoire de l'art
Les musées, livres, reportages sont accessibles à tous

Il existe plusieurs ressources pour s'informer, il suffit de chercher comme pour tout autre domaine. Cependant, il est vrai que les personnes que s'y intéressent appartiennent très souvent à des catégories cultivées considérée comme élitistes.
Il est enseigné dès le brevet des collèges, et énormément d'émission en parle.
J'ai fait une option au lycée d'histoire des arts qui m'aurait été facile de continuer plus tard dans mon cursus d'études. Par ailleurs beaucoup de mes amis sont en Histoire de l'art, je pense que c'est un domaine qui a comme préjugés cette idée de cercle sélectif mais qui est en réalité aussi accessible qu'un autre type de formation.
Accès aux médias, livres, université généralisé
France donne une grande offre culturelle gratuite
Je ne pense pas que ce soit élitiste. Dès le collège, nous sommes sensibilisés à l'histoire de l'art, et dans la plupart des lycées il y a également l'option Histoire de l'art
Si on le souhaite on peut avoir tous les éléments nécessaires nous permettant d'accéder à l'histoire de l'art
Des cours d'histoire des arts sont dispensés au collège et en France nous avons facilement accès aux musées et centres culturels.
Plusieurs événements, cours, programmes et activités gratuites sont proposés par les institutions culturelles pour organiser la meilleure familiarisation.
Internet = chacun a un access à quelque ce soit
Il me semble qu'on peut trouver tout sur internet, sur des sites des musées par exemple, mais je n'ai pas vérifié
Il y a pas mal de ressources gratuites en ligne (pour mon niveau)
Les études en HDA sont très accessibles, pour être conservateur il faut passer un concours (donc donner sa chance à tout le monde). Ce n'est pas un milieu élitiste mais difficile d'accès oui. Les places sont dur à avoir et plutôt rares.
La possibilité pour les moins de 18 ans de visités gratuitement les musées en France.
Non, l'offre culturelle est très large et diversifiée en France, et en majorité gratuite
L'art est à la portée de tous ! Des musées font des entrées gratuites en fonction de l'âge des visiteurs, des jour du mois. Et maintenant avec le web, il est possible d'assouvir sa curiosité et de se cultiver ! A chacun de créer ensuite sa propre culture et ses propres analyses
Nous avons aujourd'hui beaucoup d'outils nous permettant de nous informer, pour tout niveau (vulgarisation ou expertise) voire même avec accompagnement.

On a accès à plein de la culture gratuitement sur Paris
Si ça peut le paraître en raison du nom je ne pense pas. L'accès aux bibliothèques est gratuit pour se cultiver sur l'histoire de l'arts donc nos excuses c'est plus un choix
On l'enseigne à l'Université
Accès facile et gratuit. De nombreuses actions à destination du grand public.
Je ne considère pas l'accès élitiste, mais plutôt le domaine en général, je ne pense pas qu'il est difficile à accéder, mais le profil des gens intéressés par ce domaine parfois est plus élitiste.
Musée gratuit, information gratuite sur internet, Wikipedia ect
L'accès a la culture est facilité (facilité d'entrées aux musees etc...)
Il y a beaucoup de ressources, des expositions à voir, des cours sur l'histoire de l'art
Les musées, livres, reportages sont accessibles à tous
Accessible à tous si on le souhaite. Si la volonté est présente c'est fort accessible et le gouvernement français aide la jeunesse a se familiariser avec la culture donc l'art
C'est une domaine assez accessible, par de nombreux moyens

Imaginez un sujet de l'histoire de l'art que vous souhaiteriez découvrir (un mouvement artistique/une époque/histoire d'une œuvre). Évaluez de 1 à 5 l'attractivité des formats en ligne pour vous introduire au sujet (où 1 - pas du tout attractif, 5 - très attractif) :



Quels éléments vous attirent dans ces formats (ex : courte/longue durée, langage utilisé, humour, références modernes, etc.) ?

Courte durée et bon storytelling
La facilité de compréhension
Courte durée et bon storytelling
Courte durée, interaction, humour, dynamisme, storytelling, etc.
Bon storytelling, courte durée, ludique, adapté et compréhensible pour tous
Longue durée
humour, courte durée, aspect ludique
Courte durée et décontracté
Un format assez court avec de l'humour et de la vulgarisation.
Tous les moyens sont bien dès qu'on arrive à l'afficher le contenu correctement sur un écran de smartphone
Ça doit être compréhensible, intéressant, avec un contexte. Pas trop longue durée, pas trop académique (mais pour moi quand même l'humour etc n'est pas trop important)
Structure, facile et amusant à comprendre. Donnez un sens de lux à vos formations aussi (vouez Mariya Solodar (Мария Солодар) elle a lancé un cours avec un expert sur l'art avec un expert en précisant que c'est la connaissance que peut vous aider parmi l'élite)
Pédagogie, utilisation de vidéos, interactivité
L'interactivité, l'humour, l'accès via différents supports
L'humour est un bon vecteur. Accrocheur
Vulgarisation, format court, des anecdotes, des choses accessibles
Vulgarisation, format web, interactivité, 3D
Apprentissage de l'histoire de l'art de manière ludique (ex : Quiz)
Les illustrations, le ton humoristique et au goût du jour avec des références que tout le monde peut comprendre
Moins conventionnel, plus ludique, court
Je marche plutôt au cas par cas, et ça dépend du moment. Parfois les documentaires et les MOOC m'intéressent plus, parfois les vidéos de vulgarisation
Ce que je préfère c'est le mélange entre un format ludique et original avec un contenu scientifique. Je suis enthousiaste par tout ce qui a été proposé mais le format web-documentaire interactif m'attire le plus ! Parce qu'il présente presque aucune limite aux formats des différents contenus et que c'est différent du reste. Chercher un moyen de réinventer l'apprentissage, je trouve ça intéressant !
Vulgarisation, formats courts (quité a ce que la personne parle vite)
La durée, l'humoriste, utilisation de terme accessible à tous
Multiplicité des contenus
La courte durée et la qualité de l'information transmise. L'interactivité semble également intéressant.
Les références et l'humour

Courte durée, vulgarisation, avec un peu d'humour. J'aime beaucoup la chaîne YouTube "C'est une autre histoire" animée pr Manon Brill
Références de toutes sortes, et courtes durées
Courte durée, références modernes
Courte durée et interaction
Humour décontracté
Court, fun
Courte durée, capacité de synthèse tout en replaçant les mouvements dans leurs contextes historiques respectifs.
Courte durée, clarté aspect ludique qui rend moins sérieuses l'idée qu'on a de ce domaine
Courte, dynamique et clair
Synthétique / pédagogique / storytelling
courte durée et animation
Tout d'abord , la vulgarisation avec un ton décontracté sur des temps courts, puis si la personne est intéressé, il faut pouvoir la laisser aller vers des contenus plus longs et plus pointus.
Le bon niveau des supports
Courte durée, langage simple et décontracté, modernité du format
Je pense que l'humour est un vrai outils pour véhiculer des informations dont la culture.
Courte durée, avec un peut d'humour et avec un langage simple.
Format court. Animation 3D contextualiser l'oeuvre.
Prout
Vidéos courtes, bonnes animations. Fluidité des contenus
courte, humour
La durée des reportages/vidéos et leur pertinence
humour, références modernes, langage clair, animation
Plutôt la durée moyenne, avec un langage contemporain et de l'humour
Courte durée
Court, langage et humour utilisés
court, simplicité, rigoureux
Courte, humour
courtes vidéos, langage décontracté

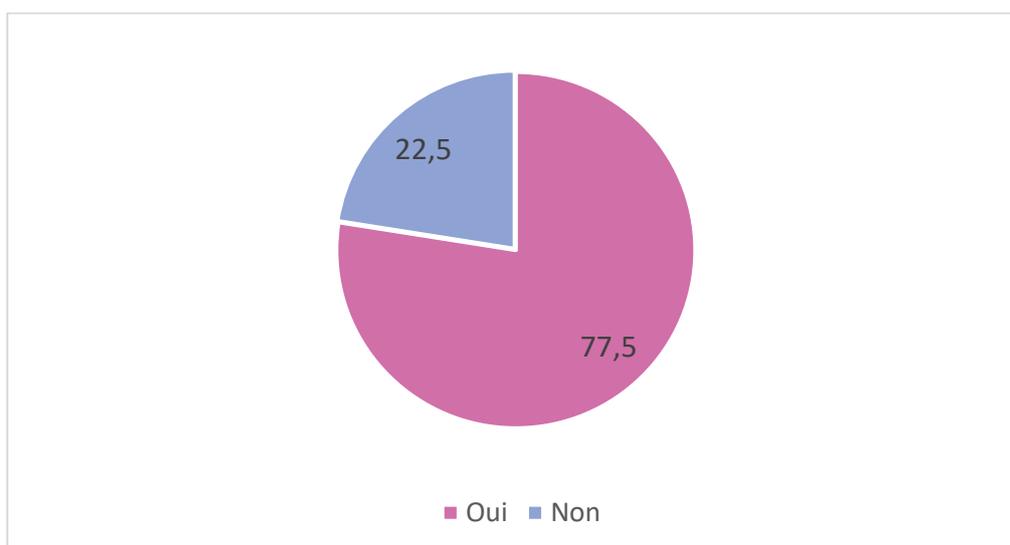
J'aime les Webdocs interactifs où l'on peut voir l'œuvre, grandir l'image pour en observer les détails, découvrir des anecdotes sur l'artistes et sur la création de l'œuvre.
Possibilité de faire sa propre analyse
Simple et ludique
Courte durée pour mieux apprendre, bon story pour mieux retenir, humour pour que cela soit intéressant

A vrai dire, c'est l'idée d'apprendre sans m'ennuyer. Donc je dirais le storytelling, le langage décontracté, le visuelle dynamique, l'humour, le montage attrayant.
Court, clair, ludique
Vulgarisation, format court
Bon storytelling, explication clair
Humour décontracté
Courte durée et rapidité de lecture
Humour
Format court, références modernes et s'il y'a de l'humour tant mieux mais ce n'est pas une obligation
Vidéo courte comme premier vecteur
La vulgarisation grâce à l'humour par exemple
L'accessibilité
Bon storytelling
La durée n'est pas un critère pour moi. J'aime lorsque c'est clair, bien expliqué et détaillé si nécessaire. L'humour et le langage décontracté n'est pas une condition obligatoire selon moi. Les références modernes sont importantes, car l'histoire permet souvent d'expliquer ce qui nous entoure.
Courte durée, humour, vocabulaire simple
Courte durée, humour, langage décontracté, enthousiasme du présentateur
Courte durée et bon storytelling
La facilité de compréhension
Courte durée et bon storytelling
Courte durée, interaction, humour, dynamisme, storytelling, etc.
Bon storytelling, courte durée, ludique, adapté et compréhensible pour tous
Longue durée
humour, courte durée, aspect ludique
Courte durée et décontracté
Un format assez court avec de l'humour et de la vulgarisation.
Tous les moyens sont bien dès qu'on arrive à l'afficher le contenu correctement sur un écran de smartphone
Ça doit être compréhensible, intéressant, avec un contexte. Pas trop longue durée, pas trop académique (mais pour moi quand même l'humour etc n'est pas trop important)
Structure, facile et amusant à comprendre. Donnez un sens de lux à vos formations aussi (vouez Mariya Solodar (Мария Солодар) elle a lancé un cours avec un expert sur l'art avec un expert en précisant que c'est la connaissance que peut vous aider parmi l'élite)
Pédagogie, utilisation de vidéos, interactivité
L'interactivité, l'humour, l'accès via différents supports
L'humour est un bon vecteur. Accrocheur
Vulgarisation, format court, des anecdotes, des choses accessibles
Vulgarisation, format web, interactivité, 3D

Apprentissage de l'histoire de l'art de manière ludique (ex : Quiz)
Les illustrations, le ton humoristique et au goût du jour avec des références que tout le monde peut comprendre
Moins conventionnel, plus ludique, court
Je marche plutôt au cas par cas, et ça dépend du moment. Parfois les documentaires et les MOOC m'intéressent plus, parfois les vidéos de vulgarisation
Ce que je préfère c'est le mélange entre un format ludique et original avec un contenu scientifique. Je suis enthousiaste par tout ce qui a été proposé mais le format web-documentaire interactif m'attire le plus ! Parce qu'il présente presque aucune limite aux formats des différents contenus et que c'est différent du reste. Chercher un moyen de réinventer l'apprentissage, je trouve ça intéressant !
Vulgarisation, formats courts (quitte à ce que la personne parle vite)
La durée, l'humoriste, utilisation de terme accessible à tous
Multiplicité des contenus
La courte durée et la qualité de l'information transmise. L'interactivité semble également intéressant.
Les références et l'humour
Courte durée, vulgarisation, avec un peu d'humour. J'aime beaucoup la chaîne YouTube "C'est une autre histoire" animée pr Manon Brill
Références de toutes sortes, et courtes durées
Courte durée, références modernes
Courte durée et interaction
Humour décontracté
Court, fun
Courte durée, capacité de synthèse tout en replaçant les mouvements dans leurs contextes historiques respectifs.
Courte durée, clarté aspect ludique qui rend moins sérieuses l'idée qu'on a de ce domaine
Courte, dynamique et clair
Synthétique / pédagogique / storytelling
courte durée et animation
Tout d'abord , la vulgarisation avec un ton décontracté sur des temps courts, puis si la personne est intéressé, il faut pouvoir la laisser aller vers des contenus plus longs et plus pointus.
Le bon niveau des supports
Courte durée, langage simple et décontracté, modernité du format
Je pense que l'humour est un vrai outils pour véhiculer des informations dont la culture.
Courte durée, avec un peut d'humour et avec un langage simple.
Format court. Animation 3D contextualiser l'oeuvre.
Prout
Vidéos courtes, bonnes animations. Fluidité des contenus

courte, humour
La durée des reportages/vidéos et leur pertinence
humour, références modernes, langage clair, animation
Plutôt la durée moyenne, avec un langage contemporain et de l'humour
Courte durée
Court, langage et humour utilisés
court, simplicité, rigoureux
Courte, humour
courtes vidéos, langage décontracté
Humour, référence, interactivité ou élément ludique
l'accessibilité
Le format vidéo est plus captivant
La vulgarisation et l'accompagnement par un spécialiste dans l'apprentissage. L'interactivité est aussi attractive.
Courte durée, qualité de contenu, structure
Qualité du contenu
La facilité d'accès aux contenus et la facilité d'utilisation m'attirent le plus.
Ce qui m'attire ce sont les explications claires, qui sont résumés succinctement. J'aime les longs formats lorsque je recherche des informations plus précises.
J'aime ces formats car ils permettent de transmettre un savoir qui autre fois était inaccessible. On peut comprendre, grâce a des experts ce qu'il en est de tel ou tel oeuvre.

Pensez-vous que la gratuité et l'accès immédiat à l'apprentissage de l'histoire de l'art en ligne stimulent votre intérêt pour ce domaine ? *



Pourquoi ? (réponse « oui »)

Parce que l'accès est facilité par les moyens informatiques et le contenu est donc à disposition de tous. Cela permet de chercher rapidement les informations et apprendre plus facilement.
Plus simple d'accéder à certaines œuvres lorsqu'elles sont mises en ligne que lorsqu'elles sont dans des musées, parfois éloigné
Parce que je ne paierais pas pour quelque chose que n'utiliserais pas souvent
Ça enlève le frein mental de l'argent
Car synthétique et audio visuel dans monde où le temps manque
C'est un obstacle en moins à l'accès de l'histoire de l'art
Cela retire la barrière financière. Chacun peut décider à tous moments de s'intéresser à ce domaine.
Oui, si c'était payant, je ne chercherais pas à découvrir, j'aurais justement l'impression que c'est réservé à une partie de la population, ce que je trouverais dommage.
Ce sera vite, facile et gratuite
Les lourdeurs administratives dans l'inscription à certains sites, le fait de devoir communiquer des informations personnelles lors d'inscriptions obligatoires ou le paiement obligatoire pour l'utilisation d'un site constituent des barrières et dissuadent les populations d'utiliser ce genre d'instruments
Pour plus d'ouverture vers de nouveaux domaines
Facilité d'accès !
Car c'est facilement accessible
Ce n'est pas forcément la gratuité et l'accès immédiat, mais la qualité de ressource. Si le format et la présentation captent notre attention, on apprend plus efficacement, peu importe le prix de la ressource
Parfois on voit une annonce et commence à regarder/apprendre qqch (parce que c'est gratuit et l'accès est simple)
Accessibilité
Facilité d'accès
Flemme de payer pour ça
Le coût peut être une barrière à la culture
Ain't nobody got money for that
Il y a une liberté de s'y intéresser
Avoir un accès immédiat permet d'avoir des réponses rapides à nos questions... on peut alors en poser plus ahah Le côté gratuit permet de creuser sans se dire qu'on a dépensé de l'argent inutilement si au final, un livre par exemple, nous apporte pas les réponses qu'on souhaite ou qui ne sont plus d'actualité. De plus, quand on n'a pas beaucoup de moyens, avoir un accès à du contenu scientifique sur internet est vraiment un trésor quand on connaît le prix des productions scientifiques.
Quand c'est gratuit, ça donne envie de découvrir, si le contenu est bien fait
Domaine qui m'intéresse mais auquel j'ai le sentiment de jamais vraiment avoir eu accès
Comme pour beaucoup de domaines, je trouve que l'accès à la connaissance ne devrait pas être payant mais à disposition du plus grand nombre.
C'est la première barrière levée pour l'accès mais il faut encore en avoir la volonté
La facilité d'utilisation et d'accessibilité donne envie de se tourner vers ce genre de contenus. Les réseaux sociaux participent beaucoup à stimuler cet intérêt grâce au format, courte durée, sous titres.

Ce n'est pas forcément un domaine qui nous est familier, et le rendre gratuit faciliterait un accès étendu au grand public
Parceque c'est gratuit
La connaissance pure ne devrait pas être payante
La connaissance ne devrait pas avoir un coût
Qui refuserait d'avoir plus de culture et de connaissances ??
L'accès en ligne permet de "vulgariser" l'accès et casser le stéréotype admettant que l'histoire de l'art est lié à une catégorie sociale. Toutefois, la gratuiteté ne ferait pas tout. Il serait nécessaire de stimuler l'utilisateur par le format (partage sur les réseaux sociaux etc)
L'idée de payer ce service implique plus de réflexions alors que si c'est gratuit et facilement accessible je serai bien plus tenter d'essayer. :)
C'est une belle opportunité pour mon développement personnel.
La gratuité permet d'avoir une grande ouverture sur les différents éléments disponibles
C'est plus facile
parce qu'internet doit être gratuit et l'art n'est pas un produit
Quand c'est payant on est plus réticent
Parce qu'on peut pendant nos heures de pauses se former directement avec notre téléphone
Flemme de payer étant donné la quantité de contenu gratuit disponible
Un choix plus large s'offrirait à nous.
Parce que je peux y avoir accès sans contraintes
Ça permet d'effacer une barrière, et cela ne laisse pas d'excuse pour ne pas s'instruire
La gratuité permet un accès à tous. Je sais ainsi que si je le souhaite je peux apprendre les "dessous" de certaines œuvres sans déboursier 1€.

Pourquoi ? (réponse « non »)

Les musées sont gratuits
Ma motivation à voir de l'art dépend plutôt s'il s'agit d'une proposition créative, par exemple il y a plusieurs ressources gratuites mais je ne suis pas intéressé car elles ne captent pas mon intérêt.
Car ce n'est pas un domaine qui me passionne mais si on l'avait étudié sous forme plus ludique en classe je m'y serais sûrement plus intéressée
Il faut d'abord avoir l'intérêt pour apprendre quelque chose, pas apprendre pour apprendre (реально посмотри, как продает курс по искусству Мария Солодар)
J'ai déjà eu beaucoup de cours d'histoire de l'art
Ce n'est pas qu'une question d'argent
D'autres domaines plus intéressants
Pour apprécier l'art il faut savoir prendre le temps
Le coût et l'accès ne sont pas des critères essentiels, le critère principal est la culture Et l'éducation
C'est un domaine qui ne m'attire pas de base donc ce n'est pas le fait de le rendre gratuit ou disponible via une application qui va m'y intéresser

N° 3 : L'entretien avec Louis Boulet (*L'artichaut*)

Louis Boulet est à la source de la création de la chaîne YouTube *L'artichaut*. Louis est diplômé de master en photographie. Il est aujourd'hui doctorant en histoire de l'art et Philosophie et enseignant dans les matières liées à l'histoire de l'art et l'esthétique dans des différents universités (dont l'UPEM, l'Université Sorbonne-Nouvelle Paris 3) et au sein du lycée d'Alembert, Aubervilliers (Mission de Lutte contre le Décrochage Scolaire).

La chaîne YouTube parle de toute sorte d'art (peinture, littérature, photo, cinéma, etc.), la thématique principale étant l'histoire de la photographie. Elle compte 5 550 abonnés⁵⁶¹, et fait partie de la liste des « 350 ressources culturelles et scientifiques francophones en vidéo », établie par le ministère de la Culture.

Lien vers la chaîne YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UCs-co4VM68JvRHI7LvSoRbg/featured>

Entretien vidéo, réalisé le 21 mars 2020

Pourriez-vous vous présenter, s'il vous plaît ? Qui êtes-vous dans votre équipe ? Quels sont vos parcours académiques/professionnels ?

L : Créer la chaîne était une envie collective. J'étais un peu à la source du projet, mais après on était plusieurs à vouloir travailler autour de cela. En fait, cela variait selon les moments, les vidéos. Ce n'étaient jamais les mêmes personnes qui participaient. Je ne peux pas vous dire combien de personnes et qui en tout. Mais on était 3-4 au cœur du projet. Après on a

invité jusqu'à 8-10 personnes différentes. Pour les profils, moi, j'étais et je suis toujours étudiant en histoire de l'art. Maintenant j'écris une thèse sur l'histoire de l'art, et je donne des cours à l'UPEM en licence. Après, pour les autres, il y en avait ceux qui étaient en méditation culturelle, ceux qui travaillaient dans des institutions culturelles, artistes, etc. Bref, plein de profils différents, mais tous en peu rassemblés autour de la culture.

A l'époque vous vous-positionniez comme des experts de l'art ?

L : On était plusieurs à avoir déjà notre master. Peut-être pas non plus des experts-experts, mais plus que des amateurs.

Qui est-ce qui dans votre équipe était responsable pour la création du contenu ?

L : Ça dépend de chaque vidéo. Selon les types de formats c'était très différent. Ce qui a le mieux marché, c'était la rubrique « Histoire de la photo ». Là on était 2-3 à bosser, et puis souvent je montais tout seul.

Qu'est-ce qui vous a encouragé à créer la chaîne « L'Artichaut » ? Quel était l'objectif principal au départ (partager votre passion, inciter les personnes à s'intéresser à l'art, etc.) ?

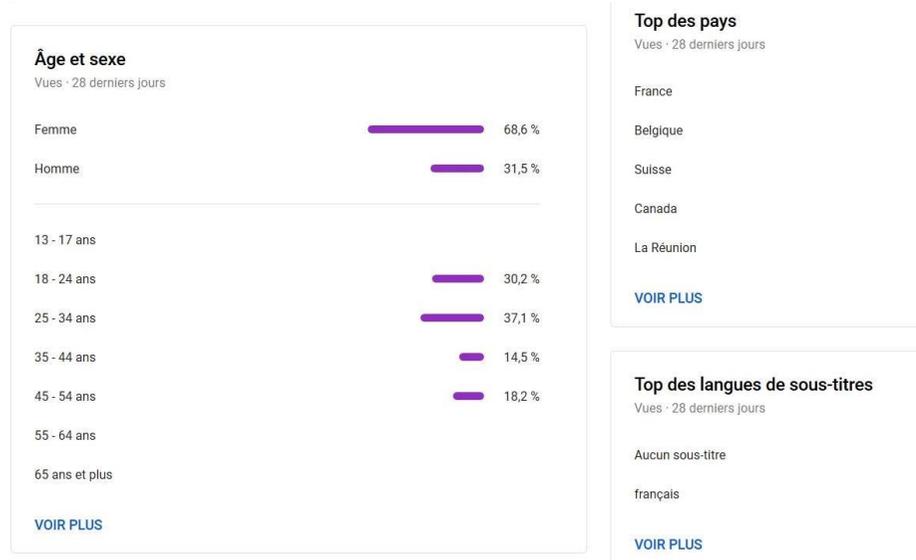
L : Je pense que comme pour la plupart de personnes qui font des vidéos sur YouTube, j'avais envie de commencer par les sujets qui m'intéressaient le plus, qui n'étaient pas trop présentés sur YouTube. C'était au moment où tout le monde a commencé, et je pense pour les mêmes raisons. On s'est dit que les contenus culturels nous manquaient beaucoup sur YouTube. J'avais quelques références anglo-saxonnes : *Smarthistory*, *Crash course*. Après je regardais beaucoup de la vulgarisation scientifique.

A quel type de public adressez-vous (au terme d'âge, degré de connaissance du sujet) ?

⁵⁶¹ Chiffres datent de fin mai 2020.

L : Le public de tous les niveaux. Mais j'ai remarqué que très souvent les contenus touchaient les étudiants. On recevait des retours où ils nous remerciaient d'avoir partagé nos contenus (surtout sur la photo), puisqu'ils les ont aidés dans leurs études. Cela fait plaisir. Mais ce n'était pas vraiment le public que je visais. J'avais l'impression de l'avoir raté, parce que la chaîne retombait dans un cercle des gens qui étudiaient déjà l'histoire de l'art, et cela avait du mal d'aller au-delà.

[Louis a partagé avec nous les statistiques sur son public]



Concernant le niveau, vos vidéos visaient plutôt les néophytes ou les personnes qui s'y connaissent déjà et qui avaient juste envie d'aller plus loin ?

L : L'objectif était de vulgariser au plus grand public possible. Mais après, je n'avais pas l'impression que cela a été vraiment réussi, parce que on a surtout touché les étudiants. Cela nous a été plusieurs fois reproché : qu'on

avait des contenus trop denses, trop rapides. Donc, on a eu quelques adultes ou vieilles personnes décontenancées par la vitesse de vidéo. Cela leur paraissait trop rapide. De plus, on n'a pas voulu jouer la carte de la personne qui très sympa, qui fait des blagues, qui produit quelque chose très agréable à regarder [Louis fait référence au comportement des Youtubers, qui essaient d'attirer beaucoup d'abonnés en jouant le rôle d'un « pote » qui vous parle]. Nous, on était un peu plus sec autour de nos contenus. Donc, je pense qu'on a échoué notre public aussi à cause de cela.

Parlons de façon de créer vos vidéos. Est-ce que vous visiez un style particulier ? Vous ne vouliez pas faire des vidéos animées ?

L : On n'avait pas les capacités techniques de faire de l'animation. On aurait bien aimé. Mais après on ne voulait pas trop s'exposer sur Internet.

Pourquoi avez-vous privilégié le format vidéo ? Avez-vous pensé à des formats alternatifs (blog, podcasts...) ?

L : Moi, personnellement, je regardais beaucoup de vidéos. On a même pensé au blog, on l'a même eu il y a longtemps. Mais il y a eu une envie parmi les vulgarisateurs scientifiques, parfois ils accompagnaient leurs vidéos avec des blagues un peu plus théoriques. Mais finalement on n'a pas été poussé à faire cela. On avait aussi un compte Twitter pour parler des musées qu'on a visités. Donc, si on ne faisait pas de vidéos, on mettait des live tweets en prenant des photos. Donc, c'était un autre format, microblogging, qu'on a mené.

Cela vous prenait beaucoup de temps pour faire une vidéo ?

L : La première année on avait pas mal de temps. Juste le montage, cela pouvait prendre 2-3 jours complètes. Puis cela demandait du matériel, etc. Mais après on a essayé de faire le plus simple possible.

Choisissez-vous les sujets en fonction de vos préférences/connaissances ou peut-être vous faites un sondage parmi vos abonnés/vos amis proches pour connaître ce qui pourrait intéresser le public ?

L : Non, c'étaient les intérêts à nous.

Qu'est-ce qui vous fait dire qu'une vidéo est réussie ? Lesquels étaient les plus réussies, selon vous ?

L : Moi je pense que la plus réussie, c'est l'histoire de la photo. Après ce qui m'a intéressé, c'était la rubrique *Les Cœurs d'Artichaut*. C'est quelque chose qui se regarde. Mais, *Identikit*, est tombé un peu à l'eau. [Il s'agit de la rubrique où les Youtubeurs propose à ses spectateurs de deviner un artiste].

Pourquoi cela n'a pas marché ?

L : Soit les gens devinaient trop vite, soit ils ne savaient pas et ils n'avaient pas envie de trouver. Le côté jeu étaient un peu raté.

Concernant le retour de vos spectateurs, qu'est-ce qu'ils ont apprécié le plus à votre avis ?

L : Je pense ce qui a eu le plus de succès, c'est *l'Histoire de la photo*. C'est là qu'on a eu le plus de retours positifs.

Est-ce que la mise en place de votre chaîne vous paraît répondre à un manque dans la formation ? Pensez-vous que l'école française (nous prenons des écoles ordinaires, sans spécialisation en arts) permet à tous de se rapprocher des matières de l'art / histoire de l'art ?

L : En France, depuis quelques années, il y a des cours sur l'histoire de l'art. Effectivement, il y a eu un manque dans l'apprentissage des arts plastiques, histoire de l'art à l'école. Moi, je pense que c'est intéressant que le plus de gens soient au courant de ces sujets. Je pense qu'on a essayé de compléter la formation. Après l'un des problèmes est l'envie. Je ne pense pas que les gens qui n'aient pas envie vont regarder ces vidéos. Quand on a commencé, on était beaucoup plus autour de la photographie que de l'histoire de l'art, en général. Quand on cherchait des informations sur la photo, il y avait beaucoup de choses très techniques, et rien sur les éléments artistiques. Donc, c'est aussi pour cela qu'on a voulu animer notre chaîne.

On entend souvent parler que l'histoire de l'art c'est un domaine élitiste, réduit à un petit nombre de personnes. A votre avis, Internet et ses ressources gratuites en ligne pourraient y remédier ? Ou cela permettrait à ceux qui s'y intéressent déjà de passer un bon moment ?

L : C'est une question intéressante. Ce qui est ingessant avec Internet c'est qu'il y a beaucoup de choses à disponibilité (vidéos, blogs). Même si c'est une des disciplines qui est le moins traité sur Wikipedia. Il y a très peu d'articles. Dès qu'on n'est pas trop artistes et qu'on ne s'y connaît pas trop, on a du mal à trouver de bons articles. En même temps, j'ai l'impression qu'il y a beaucoup plus de choses sur les sciences, il y a des articles énormes. Après si on est amateur, on peut les trouver. Un des problèmes de la démocratisation, c'est ce que je disais toute à l'heure, c'est qu'on peut proposer des contenus, mais les gens ne vont pas forcément venir et lire s'ils n'ont pas envie. C'est le problème de l'histoire de l'art : il n'y a pas beaucoup de gens en général qui sont intéressés.

Est-ce que, à votre avis, il y a un intérêt accru pour l'histoire de l'art de nos jours ? Pourquoi ?

L : Je n'ai pas de données scientifiques. Mais il y a des chiffres des musées : ils ont toujours plus d'entrées, presque chaque année il battent leur record précédent. Mais en fait, j'ai lu une analyse (qui reste encore à vérifier) qui disait qu'en fait, oui, les musées font plus d'entrées, mais ce sont les mêmes personnes qu'y viennent plus souvent. Donc, c'est un peu trompeur. Ils nous disent « Voilà 15 millions de visiteurs au Louvre, c'est incroyable ! », alors qu'en réalité c'est peut-être 10 millions qui viennent 1 fois et demie en moyenne chacun. Donc, il faut se méfier des chiffres des musées, cela n'est pas toujours vrai. Sur la gratuité des musées il y a eu beaucoup d'études. En effet, elles montrent que la gratuité ne change pas grand-chose, parce que les gens qui viennent sont les gens qui ont suffisamment d'argent pour se payer un billet. Après, pour vous donner un autre exemple, moi je donne des cours de l'histoire de l'art pour les enfants dans les banlieues un peu difficiles : Aubervilliers, Seine-Saint-Denis. Je donne des cours aux jeunes

qui ne l'ont jamais fait, à des décrocheurs scolaires, qui ne sont pas inscrits à l'école. Je travaille autour de la démocratisation de l'art et en qui ce peut être intéressant pour eux d'étudier ces sujets. Et c'est vrai que c'est très dur de les intéresser.

En parlant de ce type de public, pourquoi, il est important de les sensibiliser à l'histoire de l'art ? Qu'est-ce que ce domaine peut leur apprendre ?

L : Avec eux je ne fais pas de l'histoire de l'art pure, je fais un peu de la culture visuelle ou histoire de l'image. C'est marrant, parce que juste avant les grèves et toute cette histoire avec le coronavirus, je voulais les amener aux musées : Louvre, Centre Pompidou, etc. Aujourd'hui il y a beaucoup de problèmes avec les musées, notamment avec les professeurs qui amènent des collégiens des banlieues. Et il y a eu beaucoup de plaintes contre ses élèves : qu'ils faisaient beaucoup de bruits, qu'ils étaient un peu trop agités, etc. Enfin, il y a eu beaucoup de plaintes du côté des professeurs qui ne voulaient pas que les ces élèves viennent dans des musées parisiens. Tout cela pour dire que moi, je ne fais pas d'histoire de l'art, parce qu'il y a le côté de la *culture légitime*. L'histoire de l'art est une culture dominante, et les élèves à qui je parle sont des gens qui n'ont pas ce genre de codes. Donc, c'est très compliqué de leur parler de la culture qui ne leur parle pas. Il y a même une espèce de culpabilité : moi, j'ai envie de les amener dans les musées, de les réunir avec la culture légitime. En même temps, dans le temps que j'ai, on ne fait pas grand-chose. Je sais très bien que je n'aurai pas le temps de leur donner tous les codes. En fait, je me demande si la seule chose que je fais c'est de leur donner la conscience qu'ils n'ont pas ces codes et de les laisser avec ça... Donc, c'est un peu compliqué pour moi ce statut de professeur de l'histoire de l'art dans un milieu des gens qui ne font pas d'histoire de l'art. Donc, j'essaie de travailler avec ce qui peut être utile pour eux : comme des images contemporaines. Par exemple, cette année je leur ai donné 500 images de l'histoire de l'art, et je leur ai donné et je les ai proposés de sélectionner celles qui les intéressent. En fait, j'ai pu voir comment ils s'identifient avec ces images. Mais même avec cela on touche des résistances, parce ils sentent que ce n'est pas une discipline habituelle à l'école, ils ont l'impression que c'est une discipline qui ne sert à rien, etc.

Donc, il faut presque à chaque cours leur expliquer que cela sert à savoir lire les images, comprendre d'où cela vient.

Quels arguments donnez-vous pour dire que c'est important d'analyser les images ?

L : Le premier argument est de donner les codes culturels, d'expliquer que cela leur donne des outils pour sortir de leur classe sociale. Je travaille beaucoup autour de la culture légitime, et cela passe souvent avec la musique un peu. J'organise parfois des séances où je demande de me faire écouter leur musique, et c'est toujours du rap qui n'est vraiment pas bien. Moi j'aime le rap, mais leur rap est vraiment terrible. En retour je leur demande d'imaginer quel type de musique j'écoute. C'est vraiment drôle, parce qu'ils pensent que c'est du jazz, du classique, etc. Moi, j'écoute du rap, mais ce n'est pas le même rap. Donc, cela pour dire qu'on n'a pas les mêmes codes. Il n'y a pas un code qui est meilleur qu'un autre, mais il faut juste savoir s'adapter, selon les contextes. L'autre argument, c'est de leur apprendre à analyser une image et interpréter ce qu'ils voient. C'est quelque chose qui n'est pas acquis chez ses élèves. En effet, ils ne sont pas incapables de les analyser verbalement et d'échanger autour de cela. S'il y a quelqu'un qui n'est pas d'accord avec une idée, ils vont juste s'engueuler entre eux, et ils ne vont pas arriver à se débattre.

Passons à vos abonnés. Quelles sont les règles à respecter pour gagner la confiance des spectateurs (par exemple, donner des sources bibliographiques, répondre régulièrement aux commentaires ...) ?

L : Ça c'est quelque chose qu'on n'a pas beaucoup fait. On n'était pas beaucoup là-dedans avec la communauté, je pense c'est cela qui a fait qu'on a arrêté nos activités sur la chaîne. On voyait que les gens regardaient, mais il n'y avait pas beaucoup de retour humain. Je pense qu'échanger vite est une des choses qui peut aider. Mais je vois aussi, parmi les gens que je suis, le partage des contenus perso. Nous, on n'était pas du tout connecté, on n'avait pas de smartphone, on ne voulait pas rentrer dans ce rapport-là. Mais je pense que regarder quelqu'un qui est cool, à l'aise avec la caméra, cela

crée un lien. Je pense cela fait partie des codes importants. De plus, je pense que citer les sources c'est important.

Serait-il important d'obtenir une forme de « labellisation » de l'état pour gagner la confiance des spectateurs par rapport au travail que vous faites ?

L : Non, je ne pense pas. Mais ce qui est drôle : dès qu'on a un petit succès (nous, nous l'avons eu à un certain moment), on est contacté très vite par des instances officielles. Je sais que nos vidéos font partie des manuels scolaires. Donc, cela posait beaucoup de problèmes pour nous, puisque c'étaient des vidéos gratuites. On ne voulait pas que les gens puissent faire de l'argent avec nos vidéos. On acceptait l'utilisation de nos contenus, mais sous la condition qu'ils le proposaient gratuitement.

Communiquez-vous avec d'autres vulgarisateurs sur YouTube afin de partager des expériences ?

L : Oui, avec *N'art*, *Pallas Athéné*, *Regard*, je pense. On s'est vu même quelques fois pour se connaître. Il y eu même un groupe qui voulait ressembler plein de vidéastes.

Avez-vous travaillé en partenariat avec des musées ?

L : On n'a pas travaillé avec eux, mais on a été invité (Louvre, Quai Branly). On est sur des listes des influenceurs.

Jusqu'à quel point l'auto-formation avec des sources en ligne permettrait-elle de devenir connaisseur d'art ? Croyez-vous que pour apprendre à analyser et à distinguer les œuvres d'art on doit suivre une formation académique ?

L : Dans l'art il est compliqué d'être autodidacte, parce que c'est un milieu qui sert vraiment de distinction. Art risque d'être un outil de distinction sociale et de culture dominante. Ce n'est jamais bien vu d'être autodidacte dans ce milieu. On voit très vite si vous avez tiré votre info de Wikipédia ou de YouTube, et cela va être dévalorisé. Puis, je pense que les gens qui font

cela ne sont pas non plus autorisés à avoir un avis très personnel, ils vont suivre les autres. C'est ce que je vois à la fac, j'essaie de dire aux étudiants qu'ils peuvent avoir leur propre avis, qu'ils ne sont pas là juste pour suivre les professeurs. Donc, dans ce milieu, à mon avis il est difficile d'avoir une légitimité d'autoformation. De plus, je pense que c'est quelque chose qui est assez commun un peu partout dans tous les pays. Je suis allée en Chine, au Canada, et je vois le même rapport : il y a toujours ce côté un peu sacralisé par rapport à l'art.

N° 4 : Entretien avec Manon Bril (*C'est une autre histoire*)

Manon Bril (Champier) est une historienne et vidéaste française. Elle est la créatrice de la chaîne YouTube *C'est une autre histoire*, sur laquelle elle propose des vidéos de vulgarisation sur l'histoire, la mythologie, l'art, l'iconographie et d'autres sujets. Manon est ancienne professeur de l'histoire. En 2018 elle devient docteur en histoire contemporaine, après avoir sa thèse sur l'appropriation de la figure de la déesse Athéna dans l'imagerie officielle du XIX^e siècle. Elle a également participé au concours *Ma thèse en 180 secondes* et a reçu le prix du public de la région Midi-Pyrénées.

Aujourd'hui sa chaîne compte autour de 400 000 abonnés⁵⁶², et son travail est largement reconnu par la communauté scientifique. La chaîne fait partie de la liste des « 350 ressources culturelles et scientifiques francophones en vidéo », établie par le ministère de la Culture.

Lien vers la chaîne YouTube :
<https://www.youtube.com/channel/UCKjDY4joMPcoRMmd-G1yz1Q>

Entretien vidéo, réalisé le 19 février 2020

J'aimerais bien commencer par le contexte dans lequel tu te trouvais quand tu as décidé de lancer ta chaîne YouTube « C'est une autre histoire ». Pourrais-tu expliquer comment est née cette idée et quel était ton métier à l'époque ? Quels étaient les premiers sujets sur lesquels tu t'es focalisée ?

M : J'ai commencé parce que j'ai participé au concours *Ma thèse en 180 secondes*, et j'ai le prix du public au final régional Pyrénées. Après j'ai fait une petite vidéo sur la ville de Toulouse, donc rien à voir avec mes sujets de recherches. Mais elle a un peu buzzé sur les réseaux sociaux, et après avec mon pote on s'est dit qu'on pouvait allier les deux expériences : vidéo et vulgarisation des sujets qui sont les miens, puisque visiblement il y a eu le public pur cela. Donc on s'est lancé dans la chaîne YouTube. C'est moi qui fais les contenus, et c'est mon ami qui filme.

Vous n'étiez que deux au départ dans votre équipe ?

M : Oui, je n'ai pas de matériel pour filmer et je n'ai pas de connaissances en image, donc j'ai demandé mon ami, et cela a bien marché.

Combien de temps il te faut pour créer une vidéo ?

M : Cela dépend de plein de choses, par exemple, si je connais le sujet ou pas. A l'époque, pour la rubrique « Tu vois un tableau » c'était facile à écrire. Il fallait juste relire des versions des mythes. De plus ce n'était pas vraiment de l'histoire de l'art, mais de l'iconographie. Cela me prenait une après-midi maximum, après 2 heures de tournages maximums. Maintenant j'ai un prompteur. Dès le début, dans notre équipe il y a Bart qui filme, notre cameraman, et Samuel s'occupe de la musique. Et sinon c'est moi qui fais les contenus et le montage. Et maintenant j'ai une amie qui fait les dessins animés. Maintenant je fais des vidéos un peu plus sophistiquées, il y a des effets spéciaux, des images ajoutées, et cela peut prendre une semaine.

Quels étaient les premiers sujets de ta chaîne ?

M : Au début c'étaient les sujets en rapport avec ma spécialité : antiquité, mythologie. C'est ça mon domaine de recherche à la base. Maintenant je fais un peu autre chose.

⁵⁶² Chiffres qui datent de fin mai 2020.

Est-ce que la mise en place de ta chaîne et tes vlogs te paraissent répondre à un manque dans l'espace web dans le domaine de l'histoire de l'art ?

M : Une petite précision, vlog c'est un journal intime. C'est un format précis, là je raconte mon quotidien de chercheuse. En fait, vlog c'est un journal où les gens racontent leur quotidien. Mais l'ensemble de ma chaîne ce sont des vidéos YouTube. Je ne regardais pas beaucoup de chose sur YouTube à l'époque. Il y a eu forcément des choses sur le sujet, mais je ne les connaissais pas trop. Donc, je me suis dit, tiens, j'ai envie de parler de ça [de la mythologie sur les tableaux]. Je n'ai pas vraiment réfléchi s'il y avait un besoin ou pas. J'avais juste envie de la faire.

Quand tu as commencé à travailler sur ta chaîne, quels étaient les objectifs de tes vidéos (approfondir la culture générale, accompagner les spectateurs dans leurs études, etc.) ? Pourquoi tu as pensé qu'il était important de vulgariser les sujets sur l'histoire de l'art/mythologie ?

M : Ce n'étaient pas tellement réfléchi, je me suis dit que c'est bien quand il y a quelqu'un qui te raconte un tableau ou l'histoire de la mythologie, cela me fait plaisir. Je n'avais pas pour l'ambition de faire un discours pédagogique. « Tu vois un tableau » était conçu vraiment pour apprendre à lire des tableaux. A l'époque cela me plaisait beaucoup, et j'avais envie de le faire. Donc l'idée était vraiment de susciter les intérêts là où il n'y en avait pas. Il y a pas mal de gens qui m'ont dit « Ah, je n'aimais pas l'histoire, mais grâce à toi, je m'y suis intéressé ». C'est cool. Mais après mes vidéos ne remplacent pas des cours éducatifs.

Est-ce qu'aujourd'hui tu as d'autres objectifs ?

M : C'est toujours la même chose. Ce sont des sujets qui me plaisent. Je n'ai pas d'autres prétention. C'est plus pour s'amuser, se divertir culturellement.

Auquel public t'adressais-tu au départ ? Qu'est-ce que tu sais de tes abonnés ?

M : Je n'ai jamais trop réfléchi à qui je voulais m'adressais. J'ai juste fait comme moi cela m'aurait plu. C'est comme si je parlais à mes amis. Et l'audience principale ce sont les gens de ma tranche d'âge, c'est-à-dire 18-

34. Actuellement il y a peu de très jeunes (moins de 18 ans), ils ne représentent que 5 % de la chaîne. Je n'ai pas de données sur le statut socioprofessionnel de mes abonnés, je pense que ce sont majoritairement des étudiants de l'histoire. YouTube donne juste la localisation du pays, l'âge et sexe. J'ai 66 % d'hommes et 34% de femmes, 80% sont en France, les autres dans d'autres pays francophones.

Qu'est-ce qui est pour toi une vidéo réussie ?

M : Pour voir si cela a bien marché, c'est le pourcentage des gens qui ont vu la suggestion de la petite vidéo, ont cliqué ou non. Certaines vidéos ont un bon nombre de vues, mais cela ne veut pas toujours dire que ça a bien marché, c'est que YouTube l'a plus suggérée. Parfois il y a des vidéos que YouTube a beaucoup suggéré, mais il y a peu de gens qui le regardent. Et à l'inverse. Par exemple, celle qui a eu le plus de succès, elle a été exposée en affichages sur les côtés 3.4 millions de fois, et sur ce chiffre il y a 7,5 % des gens qui ont cliqué (parmi toutes les recommandations), ce qui est plutôt bien. Les statistiques moyennes c'est entre 2- 10%. Mais en gros, c'est vrai que c'est dur de dire qu'elle vidéo a bien marché ou pas, parce qu'il y a beaucoup de paramètres, et ce n'est pas toujours évident d'y répondre. Certaines vidéos n'ont pas de pubs, et donc YouTube ne les met pas en avant.

Ce sont des critères de YouTube. Quels sont tes propres critères de la réussite de tes vidéos ?

M : Oui, tu as des commentaires qui reviennent. Quand les gens sont contents, ils le disent massivement, mais dans l'autre sens aussi. Mais les commentaires pareils, ils ne sont pas toujours très représentatifs. Moi j'essaye tout le temps de tirer du positif de mes vidéos : il y a toujours des gens qui ont aimé mes vidéos et cela me fait plaisir. Mais après c'est trop subjectif, donc, ça dépend des fois. Je n'ai pas vraiment de critères en tête. Cela peut être très variable.

Tu as souvent des retours sur tes vidéos ? Qu'est-ce que disent tes spectateurs ?

M : Je les reçois souvent. Parfois des gens disent que les profs leurs montrent mes vidéos, ou que mes vidéos leurs ont aidé dans leurs études. C'est surtout vrai pour mon vlog sur la thèse.

Est-ce que tu penses qu'il y des sujets qui sont plus attrayants que les autres dans la vulgarisation ?

M : A mon avis, les vidéos sur les sciences dures (astrophysique, biologie, etc.) marchent mieux. L'histoire de l'art est toujours vue comme un domaine élitiste, et cela reste vraiment à côté.

Tu penses vraiment que l'histoire de l'art en France est considérée comme un domaine élitiste aujourd'hui ?

M : Dans certains comportements oui et dans la tête des gens, dans l'opinion publique. Les gens sont un peu frileux vis-à-vis de l'art. Et puis il y a des thématiques qui sont à la mode. Aujourd'hui les sujets sur les trous noirs, l'espace, cela fascine beaucoup plus que les dinosaures... alors que la peinture de la Vierge au XV^{ème} siècle, moins. Par contre, ce que je trouve intéressant, tout ce qui est l'histoire de l'art et l'histoire c'est encore assez dans les formes classiques, dans les formes très vilaines, poussiéreuses... J'en ai un peu marre de ces formes. On a les images qui sont très ennuyantes : un lecteur dans un bureau, entouré par des livres poussières et d'un globe. C'est pour cela que je rajoute ses codes un peu urbains et modernes dans mes vidéos : musique *Hip-Hop*, les blagues parfois un peu grossières, etc. C'est pour rassurer les gens qui sont un peu étrangères à cette culture historique. Les vrais experts savent que je ne dis pas n'importe quoi. Mais en même temps, il y a des passionnés d'histoire, qui ont une représentation très sacrée, très élitiste. Ils estiment que, comme la forme n'est pas très sérieuse à leurs yeux, le fond ne l'est pas non plus. J'avais des commentaires des professionnelles comme « ah, elle le fait l'andouille », « elle fait des

grimaces ». Mais dès qu'ils savaient que j'étais doctorante en histoire, d'un seul coup, ils changeaient d'avis. C'est ça qui est un peu bête.

Quels sont selon toi des codes à respecter pour être un bon vulgarisateur, pour gagner la confiance des spectateurs ?

M : La chose la plus importante est d'être clair. Par exemple, essayer d'éviter des termes difficiles du domaine que les autres ne comprennent pas. Ensuite, il faut faire des choix : bien traiter les contenus. Ensuite, quand ce n'est pas un sujet de ta spécialité, essayer de trouver des avis et demander de relire tes textes d'après les spécialistes. Il y a des stars de vulgarisation, mais qui ne prennent pas ça en compte malheureusement. Après une chose que je trouve c'est très important est la forme : pour que l'expression soit agréable, le son pour capter l'attention. Dans mon cas, c'est de faire les blagues, mais chacun à sa façon à transmettre le message. Mais il faut vraiment réfléchir à la façon : un montage qui est jolie, un bon rythme de la vidéo, etc. Ça c'est ce que certains spécialistes des universités ont du mal à faire. Pour eux la forme est plutôt un accessoire, et pas très importante par rapport au fond du sujet. Mais si tu dis quelque chose qui n'est pas intéressant et dur à suivre, personne ne va t'écouter. La forme est très puissante.

Penses-tu qu'une forme de labellisation de l'état est importante pour gagner de la confiance ?

M : Non, pas du tout. Cela pose des questions politiques un peu compliquées. Tu n'as pas besoin d'avoir un label de l'état pour faire reconnaître la qualité de tes contenus. Les spécialistes oui, mais pas les instances étatiques.

Parlons du format de tes vidéos. Comment peut-on les appeler correctement ? Peut-on parler des reportages ?

M : Reportage c'est un format journalistique. Dans mon cas, on peut parler juste des vidéos ou vidéos de vulgarisation.

Pourquoi as-tu privilégié le format vidéo ? Tu as pensé à d'autres formats (blogs, podcasts, etc.) ?

M : Ecrire et relire, cela m'ennuie. A la base j'ai fait du théâtre, donc je voulais avoir de l'expérience dans l'interprétation. Après pour le public, je pense que les gens regardent plus les vidéos. Et cela m'amuse plus de faire des vidéos qu'écrire.

Est-ce que tu penses qu'il y a des formats sur le Web qui sont plus appréciés par les spectateurs ?

M : Les dessins animés marchent le plus : c'est plus court à regarder, et pour cela ils en regardent plusieurs et jusqu'à la fin. C'est ludique et souvent drôle. Mais cela dit, le public apprécie quand même les vidéos plus longues. J'ai fait une vidéo qui dure une heure et quelques, et en une heure il y a eu 220 000 de vues, ce qui est un bon indicateur.

Est-ce que tu t'es inspirée par d'autres Youtubeurs ou émissions ?

M : A l'époque je regardais peu de choses sur YouTube, mais ce que je connaissais c'étaient *Norman, Le Fossoyeur de Films, Axolot, e-penser*. Ce qui m'as plus inspiré c'est *Axolote*, surtout le ton. Matou, elle avait plein de grimaces, elle était drôle, etc. Bref, tout vient de l'inspiration de la forme.

Penses-tu que l'accès gratuit aux savoirs dans l'histoire de l'art permettrait de toucher un public plus large ? Ou cela permet aux gens qui s'y intéressent déjà de passer un bon moment ?

M : Je pense que cela ouvre un petit peu à un public, mais c'est toujours un public est un peu curieux à la base. Je pense que les gens qui regardent mes vidéos sont des personnes qui s'intéressent déjà en vulgarisation. Si c'est quelqu'un qui n'a pas eu l'accès à l'éducation du tout, je ne suis pas sûre que cela marche. Eventuellement, les dessins animés pourraient les aider à s'intéresser : ils sont courts et rigolos. Cela peut être une porte d'entrée qui marche un peu. Mais encore une fois, c'est juste mon impression, je n'ai pas de données sur ce sujet.

Peut-on remplacer la lecture des textes académiques par des formats des vidéos ludiques ?

M : Non, il ne faut rien remplacer ! Cela doit se compléter.

Peut-on devenir un connaisseur de l'histoire de l'art en s'autoformant grâce aux sources qui nous donne Internet ?

M : S'autoformer en ligne et faire des études spécialisées ce n'est pas le même type des connaissances. Pour devenir spécialiste de quelque chose, il faut faire des études. Cependant, ces vidéos permettent d'avoir une très bonne culture générale. Je pense que tu peux apprendre plein de choses et être érudit, mais pas avoir une méthodologie d'analyse si tu n'as pas un accompagnement.

N° 5 : Entretien avec Clémentine Guyon (*Minitopo*)

Clémentine Guyon est la fondatrice de l'application mobile de micro-learning *Minitopo*. L'application permet d'apprendre de différents sujets en lien avec l'art et la culture à travers un chat imaginé avec les auteurs des contenus, des jeux et d'autres activités. L'idée est d'apprendre régulièrement avec de petites doses d'information sur la culture.

Le site de l'application : <https://www.minitopo.com/>

Correspondance par e-mail, reçu le 10 mai 2020

Présentez, s'il vous plaît, brièvement votre parcours académique et professionnel. Quel est votre rapport à la culture/art ? Pourquoi avez-vous décidé de vous lancer dans un projet culturel ?

C : Après quelques années à travailler dans le monde du conseil financier, je me laisse tenter en 2016 par liberté de création de l'entrepreneuriat. J'ai à cette époque essentiellement des idées d'applications. Je décide donc de m'auto-former au développement web.

Je suis persuadée que la confiance en soi est un prérequis de l'épanouissement personnel. Et à mon sens cette confiance peut se construire par un développement accru de ses connaissances. Souvent, ce qui retient de sortir de sa zone confort est généralement la peur de l'inconnu.

Comment est née l'idée de l'application Minitopo ? Qu'est-ce qui vous a encouragé à la créer ? En quelle année avez-vous lancé l'application ?

C : De l'épanouissement culturel à l'épanouissement personnel il n'y a, à mon sens, qu'un pas. C'est avant tout pour cela que j'ai souhaité créer en

2018 une application qui permette à n'importe qui de se cultiver facilement et ludiquement. L'actuelle version *Minitopo* est le fruit de nombreuses itérations, elle en réalité la 4^e application que j'ai développée sur cette thématique de micro-learning culturel.

Pouvez-vous définir les objectifs principaux de l'application (ex : aider à développer la culture générale/accompagner les étudiants dans leurs études/inciter les personnes à partager leurs connaissances sur la culture, etc.) ?

C : *Minitopo* est une application de micro-learning culturel. Le micro-learning englobe tous ces nouveaux formats éducatifs utilisés en particulier pour l'apprentissage en ligne. La seule « guide line » de ce concept est de proposer des séquences de learning courte (entendre de 30 secondes à 3 minutes) en utilisant des mediums aussi courants que le texte, les images ou encore les sons.

Alors, pourquoi ce format pour la culture ? Nous sommes convaincus de sa pertinence pour plusieurs raisons :

1. La durée : accorder quelques minutes par jour pour booster sa culture est déjà un exploit en soit
2. La transmission : le récit d'une histoire par des passionnés est plus authentique et marque plus fortement les esprits
3. L'assimilation : l'apprentissage progressif et régulier permet une assimilation plus efficace

A quel public vous adressez-vous (en termes d'âge, degré de connaissance du sujet) ? C'est plutôt pour les néophytes ? Partagez-vous des contenus pour les connaisseurs/experts ?

C : Le concept/format même du micro-learning ne permet pas une plongée profonde dans un sujet. L'approche de *Minitopo* est justement d'initier le lecteur à de nouvelles thématiques, lui donner envie d'en découvrir plus, de creuser par la suite par lui-même. *Minitopo* s'adresse à tout le monde, mais la majorité de nos utilisateurs sont des curieux de tout âge qui préfèrent occuper leur temps libre en culture plutôt que devant Netflix.

Combien d'abonnés avez-vous aujourd'hui ? Quel est la tranche d'âge moyenne de vos abonnés ?

C : *Minitopo* a été téléchargé plus de 100.000 fois depuis son lancement. Chaque semaine plus de 20.000 utilisateurs découvrent de nouvelles histoires. Les utilisateurs les plus nombreux ont entre 25 et 30 ans.

Quelles sont les règles à respecter pour gagner la confiance des utilisateurs (ex : donner des sources bibliographiques, répondre régulièrement aux commentaires, etc.) ? Serait-il important d'obtenir une forme de « labellisation » de l'état pour gagner la confiance des usagers ?

C : Les contenus *Minitopo* sont autant à consulter comme un divertissement que comme du contenu culturel. Ainsi, les utilisateurs sont autant attachés à la mise en situation qu'à l'apport culturel. Nous souhaitons mettre en place une labellisation par des experts plus que par le gouvernement. Cependant, nous étudions actuellement avec le Ministère de la culture la mise en place de projet commun.

Le format « chat » de votre application est très novateur. Est-ce que vous vous-êtes inspirée par une autre application/idée qui déjà existante ?

C : *Minitopo* est la première application qui utilise ce format pour diffuser de la culture. Ce format est apparu aux US il y a quelques années avec l'application *Hooked* qui est une application de lecture d'histoires d'horreur.

Pourquoi avez-vous privilégié le format texte ? Envisagez-vous d'ajouter des formats audiovisuels : vidéos, podcasts, etc. ?

C : Le format texte, mélangé à des photos permet une très bonne assimilation par l'utilisateur et peut être utilisé dans tous les contextes : public (transport, dans une fil d'attente, etc.) et privés sans équipement particulier. Nous souhaitons enrichir le format actuel avec des médias comme le son et la vidéo. A terme, les histoires seront éventuellement disponibles en audio.

Aujourd'hui nous voyons qu'il y a de plus en plus de contenus ludiques sur l'art/culture (vidéos de vulgarisation/appli mobiles, etc.). Quelles bonnes pratiques en ligne avez-vous remarquées pour inciter le public à s'intéresser à ces sujets (en termes de forme des contenus, longueur, langage, activités, etc.) ?

C : La culture est souvent perçue comme trop élitiste. Afin de faciliter sa transmission au plus grand nombre, il convient de diminuer les barrières à l'entrée de la connaissance (sans en dénaturer le contenu) et de s'adapter aux nouveaux usages des utilisateurs. Il est impératif donc d'adapter la durée (réduire les formats), le ton (utiliser un vocabulaire accessible) et d'élargir la notion de culture (au-delà de l'art et la littérature)

Quelles activités/thématiques sont les plus populaires dans l'appli ? Pourquoi à votre avis ?

C : Toutes les catégories d'histoires sont très sollicitées. Nous remarquons cependant que les nouveautés sont les plus consommées. C'est normal, comme souvent les utilisateurs sont très friands des suggestions.

Quels sont vos critères pour choisir l'auteur d'une nouvelle rubrique (en termes de thématique, qualité des contenus, etc.) ?

C : Nous n'imposons aucune limite en termes de thématique. Notre vision est que la culture n'a pas de limite, tout est intéressant, tout est cultivant. Néanmoins, chaque rédacteur, avant de débiter une thématique complète réalise un « test » d'écriture. D'une part, pour qu'il vérifie que le format lui convient bien (ce n'est pas si évident d'être synthétique mais notre format l'impose) et que sa plume est bien compatible avec le ton de notre application.

Il y a des thématiques qui sont réservées à vos abonnés et celles qui sont ouvertes à tous. Comment définissez-vous les rubriques payantes et gratuites ?

C : C'est un choix de notre équipe éditoriale. Evidemment, nous réservons nos thématiques favorites à nos abonnés.

Travaillez-vous ou envisagez-vous travailler en partenariat avec des musées/vulgarisateurs sur YouTube ? Si oui, avec lesquels ?

C : Evidemment nous travaillons avec de grandes institutions (comme le grand palais, le musée de la chasse et la nature, etc.) avec qui nous avons déjà réalisés des partenariats et des influenceurs (youtube, insta...)

Est-ce que la mise en place de l'application vous paraît répondre à un manque dans la formation scolaire/contenus sur l'art et la culture sur Internet ?

C : Je trouve que la culture au sens large n'est pas assez présente dans la formation scolaire notamment sur l'art et les disciplines autre que les sciences, l'histoire et la géographie. Nous travaillons avec le ministère de la culture justement pour pallier ce manque.

Pensez-vous qu'il y a des préjugés par rapport aux sujets en lien avec l'art/histoire de l'art, que c'est un domaine élitiste de nos jours ? Pourquoi ?

Cf. 2) et 9). Le fait de se cultiver est effectivement élitiste car c'est un acte « difficile » qui demande de l'effort (à opposer au divertissement). Ce modèle d'apprentissage est la plupart du temps acquis pendant l'enfance, en suivant le modèle des parents ou de l'environnement. Il faut des compléments pour palier à cette inégalité de fait.

Etes-vous d'accord avec l'idée que la gratuité (ou le petit prix) et l'accès rapide à l'apprentissage de l'art via Internet incite plus de personnes à s'intéresser à ce domaine ?

C : Je ne suis pas certaine de cela. Aujourd'hui de nombreux musées sont gratuits, beaucoup de ressources sont disponibles en accès libre. Comme évoqué ci-dessus, je pense que l'assimilation des connaissances demande un effort certain et c'est sur cela qu'il faut travailler : montrer que la culture peut être divertissante et donc plutôt adapter le format que le prix. Par exemple, un musée sans explication est austère, même s'il est gratuit. Il est plus pertinent d'y mettre des audioguides (même payant) avec des contenus accessibles et enrichissants.

Pourquoi est-il important de sensibiliser le public à des sujets en lien avec l'art/culture ?

Cf. 1) et 2) ☺

N° 6 : Entretien avec Cécile & François André (*Pallas Athéné*)

Cécile & François André sont les animateurs de la chaîne YouTube *Pallas Athéné*. Cécile et André ont suivi leurs études dans les domaines en lien avec l'art et la culture et sont inspirés par l'Iconologie et la création vidéo. Ils créent des vidéos de vulgarisation destinées à tout public.

La chaîne est consacrée à l'histoire de l'art et porte particulièrement sur l'Iconologie. Elle compte 6 200 d'abonnés⁵⁶³, et fait partie de la liste des « 350 ressources culturelles et scientifiques francophones en vidéo », établie par le ministère de la Culture.

Lien vers la chaîne YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UCLsjb-32UWEOlsKggOfxnIg/featured>

Correspondance par e-mail, reçu le 19 mars 2020

D'abord, je vous prie de vous présenter. Qui fait partie de votre équipe (noms et prénom) ? Quels sont vos parcours académiques/professionnels ? Quels métiers exercez-vous actuellement ? Est-ce que votre chaîne est une chaîne d'amateurs ou d'experts en Histoire de l'art ?

Nous sommes deux : une sœur et un frère, Cécile & François André.
Cécile : J'ai une licence d'histoire de l'art et master 1 de muséologie de l'École du Louvre ainsi qu'un master en Ingénierie Documentaire de l'Université de Nanterre. Je travaille actuellement comme gestionnaire de l'information à plein temps dans un établissement public qui n'est pas dans le domaine de l'histoire de l'art.

François : J'ai une licence en lettres modernes et je suis actuellement en 3e année de design de mode.

La chaîne n'est pas a priori réservée aux experts en histoire de l'art même s'ils peuvent bien-sûr regarder nos vidéos. Nous partons du principe que notre public n'a pas de connaissances en histoire de l'art et expliquons tout.

Qu'est-ce qui vous a encouragé à créer la chaîne « Pallas Athéné » ? Quel était l'objectif principal au départ (partager votre passion, accompagner les étudiants dans leur parcours académiques, inciter les personnes à s'intéresser à l'art etc.) ?

Cécile : J'ai découvert l'Iconologie de Cesare Ripa lors d'un cours de synthèse d'Iconographie de l'École du Louvre dédié aux allégories. J'ai tout de suite trouvé que c'était un sujet intéressant et j'avais envie de le faire connaître. Quand François m'a proposé l'idée d'une chaîne d'histoire de l'art, j'ai tout de suite pensé à l'Iconologie. Donc je dirais que l'objectif principal était de partager ma passion avec les autres sans suivre un quelconque parcours. Se faire plaisir également et se cultiver car à chaque sujet traité, j'apprends de nouvelles choses.

François : En plus de la satisfaction de développer un projet en commun avec ma sœur, c'était une belle occasion d'exprimer ma créativité et d'en apprendre plus sur les logiciels de montage et d'animation.

A quel type de public vous adressez-vous (en terme d'âge, degré de connaissance du sujet) ? Vos vidéos visent-elles plutôt les néophytes ? Ou les personnes qui s'y connaissent déjà et ont envie d'aller plus loin ?

C & F : Nous ne visons aucun public en particulier. La chaîne est ouverte à tous. D'ailleurs, dans les commentaires que nous laissent nos abonnés, nous avons vraiment tous les types de publics et c'est super !

⁵⁶³ Chiffres datent de fin mai 2020.

Vous êtes-vous inspirés d'une chaîne YouTube qui existait déjà ? Une émission de télé ? Si oui, pouvez-vous citer un exemple ?

C & F : Nous aimons particulièrement les émissions culturelles d'Arte et aussi la série de documentaires d'histoire de l'art *Palette* qui date de quelques années. Sur YouTube, les chaînes de *NaRt* et de *Dirty Biology* nous ont prouvées qu'il était possible de créer du contenu de vulgarisation à la fois intéressant et original sur YouTube. Visuellement, la première inspiration pour *Iconologie* a été les *Monthy Python* et leur chef d'œuvre déjanté : Sacré graal.

Pourquoi avez-vous privilégié le format vidéo ? Pensez-vous à des formats alternatifs (blog, podcasts...) ?

C & F : Pour un sujet d'histoire de l'art, la vidéo paraissait beaucoup plus indiquée que l'audio :D A un moment, nous avons pensé à alimenter un Pinterest avec les œuvres présentées dans nos vidéos mais cela s'est avéré trop chronophage malheureusement. Nous avons aussi un compte Twitter sur lequel nous postons parfois des mèmes basés sur des œuvres d'arts avec le hashtag #DailyPallasMeme. Il est cependant difficile de garder le rythme et de trouver de bonnes œuvres à détourner. Encore une fois, le temps est notre ennemi !

Pourquoi avez-vous préféré des vidéos entièrement animées ? Pensez-vous à recourir au format où vous êtes filmée en face de la caméra ? Pourquoi ?

Cécile : Nous n'avions pas le matériel adéquat pour filmer. Ensuite, ni l'un ni l'autre ne sommes suffisamment à l'aise pour nous filmer. De plus, je trouve que sur YouTube, quand on est une femme, il est assez difficile de s'afficher à l'écran sans qu'on vous juge sur votre physique. Je n'avais pas envie de subir ça.

Comment concevez-vous votre contenu ? Choisissez-vous les sujets en fonction de vos préférences/connaissances ou peut-être faites-vous un

sondage parmi vos abonnés/vos amis proches pour connaître ce qui pourrait intéresser le public ?

C & F : Pour l'écriture, c'est Cécile qui s'en occupe. Cela nous arrive de faire des sondages auprès de nos tisseurs ou sur Twitter mais ce n'est pas systématique. Nous pouvons choisir un sujet parce que nous avons envie de le traiter ou parce qu'il a un rapport avec l'actualité (l'épisode sur l'allégorie de la Fraude en regard avec la campagne SNCF sur la Fraude par exemple). Cependant, il nous est très difficile de coller avec l'actualité car chacun de nos épisodes met énormément de temps à être réalisé.

Combien êtes-vous pour travailler sur le contenu ? Sur le montage ?

C & F : Les rôles sont très séparés. Cécile est à l'écriture et François au montage. Mais cela arrive à Cécile de détourner des images sur Photoshop et à François de trouver des blagues.

Combien de temps cela vous prend-il pour créer une vidéo ?

C & F : C'est extrêmement variable et cela dépend beaucoup du sujet. En ce moment, nous sommes très occupés professionnellement alors nous avons du mal à sortir beaucoup d'épisodes mais je dirais 3-4 mois.

Est-ce que vous connaissez le nombre moyen de visiteurs par vidéo ?

Quels vidéos sont les plus populaires parmi vos utilisateurs ? Pourquoi, à votre avis ?

C & F : La moyenne par vidéo est d'environ 3000 ou 4000 vues. Certains sujets sont plus populaires et les vidéos obtiennent plus de vues grâce au partage. La vidéo la plus populaire est l'épisode d'Iconologie sur les Tempéraments (13000 vues). Je pense que le sujet intéresse particulièrement les gens parce qu'il ne parle pas uniquement d'histoire de l'art mais aussi de médecine antique, d'alchimie, etc. Et à la fin, il y a un test de personnalité !

Qu'est-ce qui vous fait dire qu'une vidéo est réussie ? Qu'une autre ne fonctionne pas ou rate son objet ? En clair quels sont les critères de la réussite, de l'échec ?

C & F : C'est assez difficile à déterminer. Avant de poster chaque vidéo, celle-ci fait l'objet d'un premier visionnage en comité restreint avec nos proches ; celui-ci déterminera ce qui doit être modifié ou non. Nous ne savons pas à l'avance quel contenu va fonctionner ou pas. Tant que nous prenons plaisir à réaliser la vidéo et que nous avons appris des choses, c'est un succès.

Dans la description de votre chaîne YouTube vous avez mis Chaîne de vulgarisation d'histoire de l'art. Pour ce qui est de la terminologie, peut-on appeler vos vidéos des vidéos vulgarisatrices ? Sinon, comment décrivez-vous vos vidéos ?

C & F : D'une certaine manière, il s'agit de vulgarisation car nous essayons d'expliquer chaque notion abordée et de ne pas apparaître pédants. D'un autre côté, nous allons parfois assez loin dans la précision et aimons creuser certains sujets. Ce que nous racontons ne fait pas souvent partie des "basiques" de la culture générale. Ce n'est donc pas forcément dédié à des étudiants qui aimeraient réviser leurs cours d'histoire de l'art.

Est-ce que vous recevez souvent du feedback de la part de vos abonnés ? Qu'est-ce qu'ils apprécient le plus dans votre travail ?

C & F : Nous avons quelques commentaires sur chaque vidéo. Ils sont très positifs dans l'ensemble, ce qui fait chaud au cœur. Parfois, on a quelques questions sur la musique ou le contenu ; les gens sont dans l'ensemble très bienveillants, tant sur le montage que le contenu. En général, ils saluent la quantité de travail fourni pour les épisodes.

On entend souvent parler que c'est un domaine élitiste, réduit à un petit nombre de personnes. Quel est votre avis par rapport à cela ?

Cécile : Je ne pense pas que l'histoire de l'art soit un domaine élitiste car, contrairement à la philosophie ou la littérature, c'est un art très accessible qui peut toucher dès le premier regard. N'importe qui peut être ému par une peinture ou une sculpture. Après, dans mes vidéos, je ne parle pas beaucoup d'esthétique car je considère que c'est un domaine très subjectif et personnel. Je préfère m'intéresser aux symboles et à leur signification. Le but d'Iconologie est de permettre aux gens de décrypter certains tableaux, de leur montrer que les symboles évoluent et peuvent être interprétés différemment en fonction du contexte. Aujourd'hui, nous avons perdu les clefs pour comprendre certains tableaux et a fortiori les allégories. Je m'efforce, autant dans le *Studiolo* que dans *Iconologie*, de clarifier le sens de certains symboles et objets. De plus, nous nous efforçons à chaque épisode de rendre le propos plus léger avec des blagues ou des visuels amusants.

Est-ce que, à votre avis, il y a un intérêt accru pour l'Histoire de l'art de nos jours ? Pourquoi ?

Cécile : Je pense que l'histoire de l'art a toujours intéressé et intéressera toujours les gens, quelle que soit l'époque.

Pourquoi, à votre avis, est-il important de sensibiliser le public à l'Histoire de l'art ? Qu'est-ce que ce domaine peut apprendre au plus grand nombre de spectateurs dans leur vie quotidienne/formation ?

Cécile : C'est un peu pompeux de dire ça mais je pense que l'histoire de l'art peut apporter de la joie dans la vie des gens - de la beauté aussi. Elle n'est pas beaucoup enseignée en collège et au lycée et c'est bien dommage. Pour ma part, je l'ai principalement découverte dans la revue *Le Petit Léonard*, qui était un mélange varié d'humour et de contenu. Ensuite, l'histoire de l'art touche souvent à d'autres sujets : la

littérature, la philosophie, la sémiologie, la publicité, etc. Cela peut donc être instructif pour beaucoup de monde.

Quelles sont les règles à respecter pour gagner la confiance des spectateurs (par exemple, donner des sources bibliographiques, répondre régulièrement aux commentaires ...) ?

C & F : Donner les sources bibliographiques est bien-sûr un gage de qualité. Nous nous attachons aussi à répondre aux commentaires qui nous sont faits. Une réputation se fait petit à petit.

Serait-il important d'obtenir une forme de « labellisation » de l'état pour gagner la confiance des spectateurs ?

C & F : Pourquoi pas ? Nous avons eu le plaisir d'être cités dans une liste de chaînes YouTube recommandées par le Ministère de la Culture.

Communiquez-vous avec d'autres vulgarisateurs sur YouTube afin de partager des expériences ? Avec qui et sur quels sujets ?

C & F : Oui bien-sûr. Nous avons même rencontré les créateurs d'autres chaînes d'Histoire de l'Art : *RegArt*, *NaRt* (avec laquelle nous avons fait une collaboration sur l'exposition Schuiten du musée des Arts et Métiers), *l'Artichaut* et *Muséonaute*. Nous avons aussi des contacts parmi les YouTubeurs "musiques" : *Scherzando*, *Révisons nos classiques*, *MusikAntik*, etc. Nous avons également fait une collaboration dans un épisode (La Fortune), avec *Entre mes couvertures*, une Youtubeuse littérature.

Pensez-vous que l'accès gratuit à l'Histoire de l'art en ligne est une forme de la démocratisation culturelle ? Cela permet-il de toucher un public auparavant exclu de cette culture ? Ou cela permet à ceux qui s'y intéressent déjà de passer un bon moment ?

Cécile : Bien-sûr ! Je suis pour ma part extrêmement favorable au mouvement de l'Open Access qui commence à grandir dans le monde.

Combien de fois ai-je eu des difficultés à accéder à un article scientifique en histoire de l'art ? Des centaines de fois ! Il fallait soit payer, soit aller en bibliothèque soit être étudiant ou enseignant pour le consulter. Contrairement à d'autres domaines, l'histoire de l'art est assez peu en accès ouvert. C'est un scandale que les citoyens, qui financent par leurs impôts la recherche, ne puissent accéder aux résultats de cette recherche qu'ils ont financée eux-mêmes. Tous les articles de recherche financés au moins par moitié par l'Etat devraient être accessibles à tout le monde et donc en Open Access. C'est cela pour moi, la vraie démocratisation de la culture. On peut donc dire que les citoyens sont exclus de la recherche pure en histoire de l'art puisque celle-ci est payante donc "privatisée". Heureusement, il y a des chaînes de télévision comme Arte ou des Youtubeurs qui font un travail formidable de vulgarisation de la culture.

Le fait d'avoir des contenus sur l'art libre d'accès augmenterait la fréquentation des musées ?

Cécile : Certainement. Il ne faut pas qu'il y ait uniquement des contenus sponsorisés - à l'occasion d'une exposition par exemple ; pour ma part, j'ai beaucoup de mal à supporter la foule qui se presse de nos jours à chaque exposition médiatique (Louvre, Grand Palais, Orsay, etc.). Ces expositions sont souvent très belles évidemment mais comment les apprécier à leur juste valeur dans la foule ? Il y a de grosses parties de musées qui ne sont jamais visitées et c'est triste. Les départements "objets d'art" ou peinture du XVIIe et XVIIIe du Louvre sont quasiment toujours déserts alors qu'il y a des pièces magnifiques dedans.

Est-ce que vous travaillez en partenariat avec des musées ? Si oui, avec lesquels ?

C & F : Cela nous est arrivé : nous avons fait une vidéo en partenariat avec le musée des Arts et Métiers et avons été invités aux vernissages ou visites "presse" du musée Cernuschi et du Quai Branly. Cela nous a beaucoup touchés.

Peut-on devenir connaisseur en Histoire de l'art en s'auto-formant grâce aux sources d'Internet ? Ou la formation académique est indispensable dans ce domaine ? Pourquoi ?

Cécile : Je pense qu'il est possible de s'auto-former mais les études en histoire de l'art apportent un "cadre", une vision générale qu'il est difficile d'acquérir tout seul - bien que ce ne soit pas impossible. En général, quand on se forme tout seul, on se spécialise sur les sujets qu'on aime et on néglige certains domaines qui nous intéressent moins mais qui sont néanmoins indispensables. Avant que je commence mes études d'histoire de l'art, j'avais, par exemple, beaucoup de connaissances sur les Préraphaélites que j'aimais beaucoup mais pas du tout sur l'architecture grec, un sujet qui me paraissait aride mais qu'il est toutefois nécessaire de connaître. Une fois que l'on a ce "cadre", il est plus facile d'acquérir et de relier des connaissances entre elles.

Les vulgarisateurs sur YouTube comme vous proposent leurs contenus gratuitement. Peut-on imaginer qu'un jour ces contenus deviennent payants ? Serait-il juste de les rendre payant ? Pourquoi ?

Pour moi, ce serait une hérésie que les contenus deviennent payants sur YouTube. Par contre, la publicité me paraîtrait une solution acceptable, comme sur certaines chaînes de télévision. L'idéal serait de trouver des mécènes qui acceptent de financer les contenus (le graal...). Il faut signaler que l'immense majorité des vulgarisateurs YouTube ne vivent pas de leurs vidéos. Ils sont bénévoles. D'un côté, cela prend beaucoup de leur temps et ils n'en retirent pas de profits financiers mais d'un autre côté, ils ont une liberté totale de contenu et pas de deadlines.

Pensez-vous continuer à mettre des vidéos en ligne dans le futur ?

Cécile : Oui mais à un rythme moins soutenu qu'auparavant car pour ma part, je travaille à plein temps. Nous travaillons actuellement sur un format qui sera davantage destiné aux étudiants en histoire de l'art. Il s'agira de donner des outils pour décrire un tableau de fond en comble.

N° 7 : Entretien avec Sabine Padelou (*Le Baz'Art ambulant*)

Sabine Padelou est professeur (dans des différentes écoles et universités, dont l'UPEM, Institut Catholique de Paris, École des métiers du luxe et de la beauté Élysées Marbeuf – CFEP, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, etc.) et docteur en histoire de l'art. Elle est fondatrice de la plateforme Web qui permet d'apprendre les différentes thématiques en lien avec l'histoire de l'art.

Sabine anime également la chaîne YouTube *Le Baz'Art ambulant*, qui compte 346 abonnés. La chaîne fait partie de la liste des « 350 ressources culturelles et scientifiques francophones en vidéo », établie par le ministère de la Culture.

Lien vers la chaîne YouTube :

https://www.youtube.com/channel/UCQMa1gqqiSAIP_Xwk0hBPSg/playlists

Lien vers le site Web : <https://bonheurdesarts.com/>

Entretien vidéo, réalisé le 7 mai 2020

Pourrais-tu te présenter brièvement : souligner ton parcours académique et professionnel tout en mettant en valeur le rapport l'histoire de l'art. [avant l'entretien, nous nous sommes mis d'accord que nous pouvions tutoyer].

S : Je suis Sabine Padelou, j'ai un doctorat que j'ai eu en 2016 que j'ai fait à Paris Nanterre. En gros, j'ai un profil très académique. Je n'ai pas fait d'études type « master pro », par exemple. J'ai une carrière *full* histoire de l'art université. A l'origine, j'ai commencé à l'École du Louvre. Je n'ai pas

validé toutes mes années là-bas, j'ai validé la première, mais au bout de la deuxième c'était compliqué pour moi. C'était liés aux ressentiments personnels, et de plus, au niveau de l'école je ne me sentais pas bien. J'ai quitté l'école du Louvre pour arriver après à l'université de Nanterre où je suis restée de ma deuxième année de licence jusqu'au doctorat. Donc, j'ai un parcours relativement linéaire. A côté de ça, j'ai toujours beaucoup travaillé, à partir de 18 ans, dans les secteurs qui n'ont rien à voir. Après je devinais de plus en plus spécialisée grâce à mes diplômes. J'ai commencé à entrer dans le monde des musées, faire des stages. Ainsi, petit à petit, j'ai eu des postes de plus en plus importants. Quand j'ai commencé le doctorat, j'ai eu un contrat doctoral. En gros, j'avais un contrat pour faire de la recherche et pour enseigner. Donc, j'ai eu ça pendant 3 ans. Après une fois le contrat fini, j'ai créé une auto-entreprise pour continuer de travailler, parce qu'il y a eu des écoles qui me contactaient pour enseigner chez elles. Mais il fallait un statut particulier d'un auto-entrepreneur pour y enseigner. Au fur et au mesure que mon projet s'est bien développé, et que j'ai fini ma thèse, juste six mois avant la soutenance de ma thèse, j'ai créé une entreprise. J'ai créé avec mon associé une agence Web. Donc, c'est lui l'expert technique, et moi je fais tout ce qui est partie direction artistique. A côté, je continuais des cours. J'ai commencé l'enseignement en 2012, et ça fait huit ans que j'enseigne. Un autre projet, la plateforme *Au bonheur des arts*, est tout nouveau, elle a été lancée le 20 février 2020.

Pourquoi as-tu décidé de créer une chaîne YouTube en 2011 ? Quel est la genèse de ce projet ?

S : Là je trouve que YouTube n'est pas correct. Je ne l'ai pas commencé en 2011, j'ai un compte Gmail que j'ai depuis 2011.

En fait, je m'ennuyais [rigole]. J'avais envie de tester les choses. J'étais toujours proche du numérique, j'étais très active sur les réseaux sociaux, après j'ai créé une agence Web. En gros, je me suis dit que j'aimerais bien me lancer, parce que je voyais des Youtubeurs qui faisaient des choses super intéressantes. J'aimais bien l'aspect extrêmement décomplexé dans leur

manière d'aborder le sujet. Après sur YouTube, l'aspect histoire de l'art (je n'ai pas vu tout le monde), mais je trouve qu'il y a un côté très « art contemporain » ou très « plonger dans les musées ou visites culturelles ». J'ai vu qu'il y avait *Nota Bene* qui faisait des choses très intéressantes, très démocratisées. Je me suis dit que j'aimerais faire ça et voir ce que cela donne, je suis quelqu'un qui aime bien créer des choses, et j'aime aussi le montage de la vidéo.

Donc, pour résumer, au départ c'était plutôt une envie de faire un exercice de création qui t'a motivée ?

S : Oui, après il y a avait aussi une envie de m'adresser à un public plus varié, parce que je voyais aussi des chaînes YouTube en français où les Youtubeurs racontaient n'importe quoi, et cela m'a énervée un petit peu. De plus, j'ai une sœur qui est professeur du français au collège, et elle s'occupe des épreuves sur l'histoire des arts. En discutant avec elle, je me suis dit que j'aimerais bien atteindre un public jeune. Mais à la base c'est l'aspect créatif qui m'a intéressé.

Donc, tu as dit que tu t'adresses à un public très large. Tu n'avais pas d'objectifs précis en termes de catégorie du public ?

S : A la base je faisais les vidéos comme si je faisais mes cours. Quand j'avais fini ma thèse, c'étaient les étudiants qui avaient moins de vingt ans. Je visais en général les personnes qui avaient au moins 15-16 ans et jusqu'à 35-40 ans. Après je fais attention à la manière d'articuler mon texte, parce que on ne peut pas faire une conférence à un public de 20 ans, comme à un public qui a 80 ans. Ce n'est pas le même langage.

[les données partagées par Sabine Padelou]

Âge du spectateur	Vues		Durée de visionnage	
	Femme	Homme	Femme	Homme
Total	80,0 %	20,0 %	81,0 %	18,0 %
13 - 17 ans	—	—	—	—
18 - 24 ans	14,5 %	—	21,8 %	—
25 - 34 ans	38,0 %	20,0 %	36,4 %	18,0 %
35 - 44 ans	27,5 %	—	22,7 %	—
45 - 54 ans	—	—	—	—
55 - 64 ans	—	—	—	—
65 ans et plus	—	—	—	—

C'est un public néophyte ?

S : Oui, plutôt néophyte.

Qu'est-ce qui t'a inspiré : émissions de télévision, autres vulgarisateurs ?

S : Pas du tout la télévision. Et encore, si, j'étais profondément marqué par *C'est pas sorcier*. J'ai grandi avec ça. Après moi ce que je fais cela ne lui ressemble pas du tout. Après c'est plus YouTube qui m'a marqué. Pour moi une vidéo YouTube, tu ne peux pas faire de la vidéo type télévision pour YouTube. Cela ne va pas plaire. C'est une manière particulière. Après dans mes références c'est *Nota Bene*, après j'étais grande fan des Youtubeurs comme Antoine Daniel, Jouer du grenier, des gens qui ont une manière de faire le montage, qui est super intéressante. Il y a aussi Karim Debbache et sa chaîne *Crosses*. C'est quelqu'un que j'apprécie beaucoup. Lui, il est spécialisé dans tout ce qui études du cinéma.

En fait le principe aussi, la scénarisation du propos. Je ne voulais pas juste balancer mes propos. Je voulais qu'il y ait derrière un scénario, pour que les

gens puissent se tenir. En plus cela permet de couper. Parce que balancer une demi-heure d'informations, ce n'est pas agréable du tout. Donc, l'idée était de couper des petits moments humoristiques avec le personnage de « Maurice » [dans ses vidéos Sabine recourt à des mises en scène humoristiques avec Maurice, un artiste type de l'époque du XIXème]. Je ne voulais pas faire ces blagues moi-même, en tant que Sabine Padelou, parce que je suis quand même docteur. Je ne peux pas dire toutes les conneries comme Maurice. J'aurais pu faire ces blagues moi-même, mais je trouve que je ne peux pas. Peut-être plus tard je le ferai, mais je voulais garder ce côté sérieux. Je voulais que toute énergie humoristique se focalise sur Maurice.

Concernant le format, on est bien d'accord qu'on peut appeler tes vidéos les vidéos de vulgarisation ?

S : Oui, cela reste mon objectif. Pour moi l'idée est que l'histoire de l'art ne reste pas quelque chose d'élitiste, de pompeux. En histoire de l'art il y a beaucoup de gens super classe, qui se tiennent bien. Mais je trouve cela dommage qu'on bride cet accès à la connaissance. J'ai vu des gamins qui ne veulent pas aller aux musées, parce que ce n'est pas pour eux, ce n'est pas dans leur culture. Et je trouve cela dommage, parce que les œuvres d'art appartiennent à tout le monde. L'idée c'est aussi de démystifier cette discipline, parce qu'on le mérite. Ce n'est pas parce que on rend quelque chose de populaire que cela devient vulgaire, pas du tout. Mais cela était un peu le sujet de ma thèse, moi j'étais intéressé par la popularisation, par les questions comme, pourquoi les gens aiment l'art...

Si on revient aux formats, nous pouvons observer que de nos jours il y a de plus en plus de contenus ludiques sur l'histoire de l'art, de plus en plus de vidéos de vulgarisation. Mais chacun le fait à sa manière. Ce qui devint très important pour inciter le public à s'intéresser à votre sujet : c'est la forme. Pourriez-vous citer les éléments clé de cette forme qu'il fait absolument inclure pour intéresser le spectateur moderne par la vidéo ?

S : L'humour effectivement. Il y a un besoin de souffler. Il faut casser un peu cette barrière insupportable entre la culture et les gens. Le rire, pourquoi il est intéressant de jouer avec le rire ? Parce que cela fait appel à des émotions. Quand tu ne suscites pas d'émotions, c'est compliqué de se souvenir de toi. Donc, en général on préfère passer par l'humour que par tristesse. Il vaut mieux passer par quelque chose qui est positif. L'exemple de Manon Bril est intéressant, la manière dont elle jouait l'aspect très jeune. Cela me faisait rigoler cet aspect de parler comme le font les ados. Cette manière d'essayer de *chatter* avec un public en le tutoyant. Je pense que c'est une bonne idée, cela crée un lien, comme si on était face à la personne. Ce qui est bien joué aussi dans la vidéo d'une personne qui te tutoie, c'est l'aspect « on est ensemble », il y a une proximité super forte qui est créée. Après le ton... urbain, c'est un choix. Je trouve c'est important d'employer les mots qui ne sont pas super pompeux, que la discipline [histoire de l'art] aime mettre en vain. Donc, il y a un aspect que le discours doit être simple dans les mots. Ce n'est pas parce qu'on utilise un discours simple qu'il y a des choses simplistes. C'est juste qu'il y a une manière de parler qui doit être agréable pour tout le monde. Ensuite, ce qui marche pas mal, sont les anecdotes. Les gens adorent les anecdotes. Après, j'essaye de faire attention. Quand c'est bien manié, c'est très efficace, mais quand c'est tout le temps, ce n'est pas productif du tout. Ensuite, un format qui n'est pas trop long. En général, un temps de concentration conseillé c'est 25-30 minutes. Donc, évidemment un format court ça intéresse de plus en plus de gens, mais cela ne marche pas toujours. Un format qui est beaucoup trop court n'est pas toujours bien. Par exemple, il y a Jamy [*C'est pas sorcier*] qui pendant le confinement fait des vidéos d'une minute. Moi, je trouve que c'est beaucoup trop court. Après peut être que cela fonctionne avec une catégorie d'âge qui est jeune, mais moi cela ne me parle pas du tout.

Peut-être les références modernes aussi ? Dans tes vidéos tu as donné l'exemple l'escalier à l'Opera Garnier et le tapis rouge...

S : Oui, c'est un exemple que j'aime utiliser en cours. Mais encore une fois, il faut que la comparaison soit bien menée. Parce qu'on ne peut pas tout

comparer non plus, sinon on aura une erreur scientifique. C'est super efficace pour les jeunes, c'est très important de donner des repères modernes. Quand on leur parler de quelque chose qu'ils connaissent, et ils sont satisfaits. Cela flatte l'esprit, et ils retiennent mieux.

Pensez-tu qu'aujourd'hui la vidéo est un meilleur moyen d'inciter le public à s'intéresser à l'histoire de l'art ? Y-a-t-il d'autres formats audiovisuels efficaces ? Podcasts, par exemple ?

S : Quand on est dans une discipline où l'image est primordiale, la vidéo est géniale. Ça ne touche pas forcément que le secteur YouTube. Si tu regardes LinkedIn et autres, toutes les boîtes font des messages commerciaux avec les vidéos. Ça marche bien, les gens...je ne sais pas comment dire cela des gamins...ils ont de moins en moins envie de lire, en fait. Il y a des personnes qui ne veulent plus lire de longs articles, de blogs, ils préfèrent une vidéo qui parle d'un article, qui montre des infographiques. Pour l'histoire de l'art, cela me semble encore plus évident.

Podcast est un autre format qui me tient au cœur, parce que j'ai travaillé avec le Musée du Louvre pour faire des audioguides. Et là c'est un format particulier. C'est intéressant, parce que cela permet de créer autre chose. Quand tu crées un podcast, tu dois t'y imaginer ce que la personne va voir. Donc, tu fais très attention à ce que tu écris. C'est autre chose, mais c'est aussi intéressant.

Après la vidéo permet de capter le public avec des petits trucs... Ce que je trouve bien dans la vidéo, ce sont des *cuts* super raides. Ils permettent tout le temps stimuler la vision. En plus, la vidéo te permet de faire des choses, en dehors de ce que tu dis. Il y a une chaîne *Confession d'histoire*. Ce que j'ai beaucoup aimé, ce sont des petites légendes qu'ils ont mises dans leurs vidéos. C'est vraiment génial. Ils ont en profité pour se moquer des personnages. L'idée est, en effet, de faire rire. C'est pour ça que j'aime la vidéo. Elle permet de faire des petits éléments comme ça en plus, qui permettent de faire rire : grâce à des images, des *gifs* incrustés...

Pourquoi as-tu cessé d'animer la chaîne ? Pensez-vous y revenir un jour pour parler de l'histoire de l'art ?

S : Je n'ai pas arrêté la chaîne, c'est un problème technique YouTube [qui montre que la chaîne a été créée en 2011]. Je continue est dans peu longtemps je vais mettre en ligne une nouvelle vidéo !

Tu es la seule à animer la chaîne ou tu as une équipe ?

S : Non, je fais tout toute seule. Il y a des amis qui m'aident à tourner, mais le reste c'est moi qui fais tout. Il y aussi mon mari derrière la caméra. Donc, c'est beaucoup de temps à gagner avec ça.

Donc, tu ne penses pas remplacer la chaîne YouTube par la plateforme « Au Bonheur des Arts » ?

S : En gros, *Au Bonheur des Arts*, ça fait penser à un gros magasin, cela fait référence *Au bonheur des dames* de Zola. Donc, il a cette dimension grand magasin. Et *Baz'Art ambulant*, il y a ce côté décomplexé. Donc, pour moi c'est une sorte de prolongation du site.

Pour moi c'est logique de faire payer sur ma plateforme tout le travail accompli. Par contre, je ne suis pas fondamentalement opposée au contenu gratuit. C'est juste que je ne peux pas composer la même chose, et cette chaîne YouTube reste pour moi une chose d'amusement. C'est normal que tout le monde ne puisse pas s'offrir les services de ma plateforme. Pur autant, je n'aie envie que les gens apprennent l'histoire de l'art avec de mauvaises vidéos (après je sais qu'il y a des bons contenus et efficaces), mais comme j'aime bien créer les vidéos, je continue à faire des contenus gratuits. Après YouTube est un lieu de déconnade et c'est aussi un lieu où on peut apprendre des choses. Tant que cela m'amuse, je continuerai.

Concernant Au Bonheur des Arts. Tu veux en faire un métier principal ?

S : Oui, c'est ça.

Comment est née l'idée de lancer la plateforme Au Bonheur des Arts ? Est-ce que tu t'es inspirée par une application/MOOC particulier ?

S : Je connaissais les MOOC, et je voyais leurs faiblesses. Déjà, cela peut être contradictoire ce que je dis, mais pour moi, le contenu peut être gratuit, mais il ne faut pas que tout le Web soit gratuit. Des gens ne comprennent pas toujours pourquoi je demande une telle somme pour un site web [20 € par mois avec l'abonnement à l'année]. Je pense qu'il doit y avoir des contenus gratuits, comme Wikipédia, c'est un site formidable, mais il ne faut pas que tout le soit.

Quand je voyais des MOOC, le format avait ses qualités, mais il y avait des défauts aussi. Il y a aussi l'aspect temporaire des MOOC. C'était très compliqué pour de suivre ces MOOC. Du coup, je me suis dit qu'il faudrait faire quelque chose de libre en termes d'accessibilité à n'importe quelle heure : si on ne dort pas la nuit, on les regarde, etc. Moi, j'avais pas mal de conférences à Paris auxquelles je ne pouvais pas assister, parce qu'il fallait faire un très long trajet. Après il y a aussi un public, qui est empêché, en fauteuil roulant, et pour qui il est difficile de se déplacer dans le Paris. Donc, le Web permet de faire des choses merveilleuses dans ce contexte. Après l'idée de créer une plateforme, cela m'a pris du temps. Je me suis aussi posée la question du comment on peut sortir de l'histoire de l'art comme du camp super élitiste, comment je pouvais mettre en avant tout ce qu'avais appris. J'ai beaucoup enseigné, mais en même temps les cours en présentiels me fatiguaient. C'est de l'énergie et beaucoup de déplacement. Bref, c'est aussi l'idée de continuer à enseigner, mais autrement, qui m'a poussé à créer la plateforme.

Concernant le public, à qui peut s'adresser cette plateforme (en termes d'âge, niveau de préparation, projet) ? Quels sont ses objectifs finaux (il s'agit de cultiver une culture générale chez les passionnés ou proposer des connaissances solides pour un projet d'études, etc.) ?

S : C'est une question intéressante et compliquée, parce que tu peux prévoir des choses et ne pas se rendre compte qu'il y a un public qui tu n'as pas prévu. Le premier type de public auquel j'ai pensé ce sont les retraités, qui sont passionnés par l'art et qui ont envie de de suivre les cours autrement. Je cible aussi les cadres dans le secteur luxe, c'est un public qui a un très grand besoin dans la culture générale, notamment en art. Se retrouver dans une exposition avec ton boss et se sentir con si tu n'arrives pas à reconnaître l'artiste, cela peut arriver, il y a des situations comme ça. Le problème de ça c'est un plafond vert. Dans les milieux professionnels, des gens qui n'ont pas beaucoup de culture, ne peuvent pas évoluer en fait. Après il y a d'autres facteurs aussi. Mais cela en fait partie. Ne pas savoir qui est Gauguin, ne pas savoir ce qui a peint Manet, cela peut être un problème professionnellement parlant, surtout dans un secteur de luxe. Je vise aussi tout ce qui est secteur créatif, des personnes qui bossent dans les agences de la communication, par exemple. Ensuite, les artistes, qui voudraient augmenter leur niveau général de la culture. Les étudiants aussi, mais j'ai peur qu'ils n'aient pas de moyens. J'aimerais bien atteindre le plus du monde possible. Je cible quelques profils, mais après c'est toujours une surprise qui s'intéresser à la plateforme.

En termes de niveaux de préparation, ce sont qui ? Néophytes, amateurs, experts ?

S : Alors, les experts je n'en pense pas, sinon les experts qui voudraient se remettre à niveau des choses qu'ils ne connaissaient pas. Par exemple, un expert en mobilier 18^{me}, cela se trouve qu'il sera intéressé par la partie *Peinture 19^{me}*. En gros, l'idée est que ce soit vraiment accessible pour quelqu'un qui veut une culture francophone. Pour la forme, j'essaye comme dans mes vidéos YouTube ne pas utiliser les mots trop compliqués. Cependant, mes cours sont très denses. C'est à dire que pour moi c'est un vrai cours. Ce ne sont pas petites anecdotes, ou tout ce qui est à la mode aujourd'hui, comme micro-learning, par exemple. Je ne suis pas super fan de ça. Je n'aime pas tout ce qui trop court. Le micro-learning est une mise en pour moi. Une vidéo qui dure 5 minutes c'est le minimum en général.

Après, il doit être quand même une limite : pas plus de 25 minutes, en général.

Serait-il important d'obtenir une forme de « labellisation » ou approbation de la part des instances académiques pour gagner la confiance des spectateurs dans pour avoir une chaîne YouTube ?

S : Il y a certaines personnes comme *Nota Bene*, qui disent « voilà, je ne suis pas spécialiste en question, donc je fais de la vulgarisation ». Les personnes comme lui, font bien leur boulot, parce qu'ils parlent de leurs sources, et ils mixent ses sources. Ils ne vont pas juste regarder une page Wikipédia, et c'est tout. Donc, il faut faire attention aux sources, regarder des articles scientifiques et les retraduire en langage courant, ce qui n'est pas facile. Après, pour la question de la labellisation, il y a eu une liste des chaînes YouTube proposé par le ministère de la Culture, et j'y fais partie. C'est bien, parce que moi, par exemple, je n'ai pas beaucoup d'abonnés sur YouTube, et cela donne pas mal de crédits. C'est quand même une forme de reconnaissance en termes de pédagogie. Après dans mes vidéos, je donne des sources et des références d'articles pour pousser le spectateur plus loin. Je dis toujours à mes étudiants qu'il faut faire attention aux sources. Dans la vulgarisation, cela se voit, quand il y a trop d'anecdotes, cela tombe trop dans l'amateurisme. Pour moi, on ne peut pas apprendre qu'avec des anecdotes. Ils doivent être très ponctués, très bien maniés.

Est-ce que la mise en place de la plateforme et de la chaîne YouTube te paraît répondre à un manque d'informations sur le Web/dans la formation scolaire concernant l'histoire de l'art ?

S : Oui, carrément. C'est quand même incroyable que l'école nous apprenne à lire et à compter, mais elle ne nous apprend pas à regarder. Quand même l'histoire de l'art est un domaine qui apprend à regarder. Aujourd'hui nous sommes dans un monde qui est bombardés d'images. Et on ne nous apprend pas à lire ça. Et c'est dommage. Une image peut nous dire beaucoup de choses. Tu prends deux photographes, qui ont pris leurs photos différentes

d'un même sujet, et ils peuvent dire deux choses complètement différentes. Apprendre à lire et analyser une image est important. Il y a toujours quelqu'un derrière qui veut nous passer un message. En Italie, par exemple, dès la primaire, les petits font l'histoire de l'art. Nous aussi, savoir analyser une image cela fait partie de notre boulot de citoyens. Donc, oui je pense qu'il y a un grand manque. Après, c'est la culture générale, quand il y a des gosses qui ne savent pas qui est Gauguin ou Picasso, s'ils veulent avoir un des postes à responsabilité ils vont passer par des bêtes. Il y a une culture universelle, et une partie de population n'a pas accès à ça. Encore une fois, pour le musée du Louvre, sa collection appartient à la population aussi, mais les gens y vont avant tout pour dire qu'ils étaient là pour apprécier une œuvre. Pour moi il y a un manque. Après il y a des choses qui se font dans la direction de la démocratisation. Un bon exemple pour moi sont les jeux vidéo. *Assassin's Creed*, par exemple, fait appel à des historiens. Mais ce n'est pas assez. Effectivement c'est pour cela aussi que je la chaîne YouTube.

Penses-tu que l'histoire de l'art est considérée comme un domaine élitiste de nos jours ? Pourquoi ?

S : Le problème principal est que les universités se sont enfermées sans une histoire de tour d'argent. Pas tous heureusement, mais il y a des universités d'un côté et les conservateurs d'un autre. Ce sont les deux mondes différents qui ne peuvent pas se supporter. Il y a un aspect sacro-saint avec l'art. Même quand on est dans un musée on nous dit toujours « tchhhh » comme si l'art était réservé à une élite sociale. On a très vite passé par une période où l'art devait appartenir à tout le monde, mais là, en fait, l'art ne s'adresse qu'aux connaisseurs. Il n'y a qu'une certaine partie de la population qui va au musée dès la maternelle. Après cela fait partie de la famille. Moi, par exemple, la première fois quand j'étais au musée, j'avais 15 ans. Il y a un vrai problème de la reproduction sociale. S'il y a une personne qui connaît parfaitement bien les œuvres des grands peintres et l'autre du même âge, qui ne sait pas qui c'est, donc le premier fait partie d'élite.

Après les universités n'ont pas joué le jeu. Il y a une partie des universités qui viennent de ses milieux là, qui font partie de l'ENS, Paris 4, etc. Vraiment des personnes extrêmement cultivées. Après on a eu l'ajout des personnes qui ne venaient pas de ces milieux d'élites, comme moi, par exemple. Enfin, on a pu intégrer ce milieu. En même temps, tu as en certains qui ont une sorte de mépris par rapport au reste de la population. Il ne faut pas se plaindre qu'il y a ceux qui font n'importe quoi, comme Lorant Deutsch ou Stéphane Bern, parce vous leur laissé cette perspective de le faire.

Il y a une responsabilité des universités et des conservateurs. Les derniers font partie d'une élite sociale. Même si aujourd'hui comme pour les universitaires c'est un peu mélangé, mais quand on atteint un diplôme, on est complètement croupi de certaines réalités. Il faut voir que les universitaires et les conservateurs ne sont pas arrivés à ce niveau-là de la même manière. Et ils [les conservateurs] ne se rendent même pas compte de cela. C'est un tour d'ivoire. Pour eux [les conservateurs] c'est normal de dire « s'ils [les personnes, en général] veulent devenir intelligents, il ne faut qu'avoir envie », mais ce n'est pas si simple que ça en fait. Il a des dimensions sociologiques qu'il faut prendre en compte. On ne peut pas dire à quelqu'un « va au musée », ce n'est pas si simple que ça, il y a tout un travail derrière. Et il y a un aspect politique aussi. On est dans un tour d'ivoire. On reste dans un carcan où on parle tous avec des mots super compliqués, et personne ne se parle.

De plus, les universités essayent de lutter pour leur survie, parce qu'ils vont mal depuis quelques temps. On est dans une compétition en permanence. On a toujours besoin de prouver, qu'on est intelligent.

Y-t-il une sorte de mépris dans le milieu académique par rapport à des personnes qui font de la vulgarisation en histoire de l'art ?

S : Oui, il y a plusieurs sons de cloche par rapport à mon projet. J'avais quelqu'un qui ne comprenait pas [le projet *Au bonheur des arts*], parce que

l'université proposait déjà un enseignement à distance. Donc, en gros on m'a dit que « j'étais en concurrence avec l'université », mais en fait, non. C'est autre chose ce que je fais, je m'adresse à un autre public et ce ne sont pas forcément des étudiants. Donc, il y a une part d'incompréhension, surtout du monde économique : « *qu'est-ce qu'on peut faire nous de nos compétences* ». En même temps, il y avait des personnes qui étaient très intéressées, et qui pensaient que c'était bien de sortir de tout ça [de l'enseignement traditionnel à l'université]. Il y aussi des conservateurs, qui, franchement, je n'ose pas encore approcher. Je suis méfiante, mais peut-être cela se trouve que j'ai tort. Je crains que comme il y a une cette sorte guerre entre conservateurs et universitaires, et comme moi je suis universitaire, cela ne marcherait pas. Quand je travaillais au Louvre [pour la conception des audioguides] déjà en ce moment-là j'ai vu qu'il y a avaient des petites tensions entre les médiateurs culturelles, conservateurs et moi. Moi, quelqu'un qui est issue du monde universitaire, je voyais des choses d'une manière, les conservateurs, eux, d'une autre, et les médiateurs culturels, d'une autre encore. Déjà on a trois langages différents. En plus, les conservateurs, j'ai eu l'impression qu'ils ont peur de quelque chose. Certains, pas tous heureusement, avaient peur de paraître moins intelligents, apparemment. Cette peur elle est amplifiée dès qu'un universitaire leur parle. Donc, si je vais parler de ma plateforme, j'ai peur qu'ils n'aillent pas tout simplement comprendre pour qui est cela.

Pourquoi est-il important de sensibiliser le public à des sujets en lien avec l'histoire de l'art ?

S : Comme j'ai déjà mentionné avant : apprendre à voir et lire des images. C'est primordial. On ne put pas former de futurs citoyens sans les apprendre à regarder les choses. De plus, il y a cette dimension de culture générale. L'art permet aussi de vivre un moment de grâce. C'est pour cela qu'il faut inciter voir des œuvres d'art. Il y a aussi des œuvres qui ne sont pas belles, mais qui posent plein de questions intéressantes. On ne peut pas comprendre ce monde, sans essayer d'analyser ce que l'Homme fabrique. Les œuvres (belles out toutes simples) nous disent beaucoup de choses sur nous-mêmes.

Penses-tu que la gratuité et l'accès rapide à aux connaissances sur l'art via Internet incite plus de personnes à s'intéresser à l'art ? Ou les nouvelles ressources numériques permettent à ceux qui s'y intéressent déjà passer un bon moment ?

S : Sur YouTube, certaines personnes vont s'intéresser parce que leur youtubeur leur a recommandé telle ou telle chaîne. « Tiens j'ai vu cette chaîne, vas-y regardes ». Souvent les youtubeurs connus font des références, et cela permet de découvrir d'autres contenus. Donc, il y a un aspect émotionnel. « Je connais toi, youtubeur, tu es comme un pote, donc je vais voir la chaîne que tu me conseille ». Après le Web, il y un problème qu'on connaît tous quand on essaye de créer quelque chose de nouveaux en ligne, est que tu es un petit truc parmi un nombre incroyable de personnes. Il faut savoir se différencier des autres, et c'est super compliqué. C'est vrai qu'il y a plein de choses gratuites sur le Web, après c'est à toi de comprendre comment trouver des choses qui t'intéressent et qui ne sont pas amateurs. En général, cela va passer par des canaux qui sont soit un réseau d'algorithmes, soit les recommandations des youtubeurs, soit de tes potes. En général, il y a de l'offre, il y a plein de choses, mais je suis inquiète pour les personnes qui font des contenus de bonne qualité et qui sont complètement effacées par des gens qui font n'importe quoi, comme *Lama faché*, par exemple. C'est intéressant de regarder pourquoi cela marche aussi. Mais au bout d'un moment, tu vois qu'ils ne se veulent pas sérieux, qu'ils veulent faire plus de vues, plus de putes-à-cliches, et ils ont millions d'abonnés. Moi, je ne suis pas inquiète pour le contenu gratuit, je ne suis pas contre ça, mais il ne faut pas que tout soit gratuit non plus. A un moment donné, il faut que Manon Bril ou *Nota Bene* mangent, qu'ils vivent avec ce qu'ils font. Le gratuit ? Pourquoi pas. Mais après il y des gens qui font un travail : c'est du temps, de l'investissement, de l'énergie, c'est du boulot. Et je pense que ces gens-là doivent être rémunérés pour leur travail.

N° 8 : Entretien avec Charles Combette (SOS ART)

Charles Combette est l'un des fondateurs de la chaîne YouTube *SOS ART*. La chaîne propose des vidéos de vulgarisation portant sur l'art et les théories esthétiques. Elles ont pour but d'interroger des idées reçues et nos lieux communs sur ce sujet.

La chaîne fait partie de la liste des « 350 ressources culturelles et scientifiques francophones en vidéo », établie par le ministère de la Culture. Elle compte 11 000 abonnés⁵⁶⁴.

Lien vers la chaîne YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UCzi49Gp-XX9m5foHOWWGKeA>

Correspondance par e-mail, reçu le 19 mars 2020.

Pourriez-vous vous présenter ? Vous êtes deux dans votre équipe ? Quels sont vos parcours académiques/professionnels ?

C : Nous sommes tous les deux professeurs d'arts plastiques dans le second degré, en collège, et nous avons tous les deux fait les études qui correspondent.

Combien êtes-vous pour travailler sur le contenu ? Sur le montage ? Combien de temps cela vous prend pour créer une vidéo ?

C : Nous sommes deux à travailler sur la chaîne. Les vidéos « titrées « S.O.S. ART » sont faites à deux en nous partageant les tâches. Nous faisons les autres vidéos seuls.

C'est très variable selon les vidéos et il est très difficile de donner un nombre d'heures précises.

Qu'est-ce qui vous a encouragé à créer la chaîne SOS Art ? Quel était l'objectif principal au départ (partager votre passion, inciter les personnes à s'intéresser à l'art etc.) ?

C : Notre idée était de faire réfléchir aux idées reçues sur l'art, aux lieux communs que nous partageons tous plus ou moins sans les interroger et sans nous rendre compte de leur caractère socialement construit. L'objectif était donc d'apporter des éléments de pensée critique au sujet de l'art et des idées à son sujet.

A quel type de public adressez-vous (au terme d'âge, degré de connaissance du sujet) ? Vos vidéos visent plutôt les néophytes ? Ou les personnes qui s'y connaissent déjà et qui ont envie d'aller plus loin ?

C : Nous n'avons pas vraiment pensé à un public particulièrement précis, mais, étant donné le contenu de nos vidéos, il semble qu'elles s'adressent plutôt à des personnes qui ont déjà quelques connaissances dans le domaine comme des lycéens ou des étudiants. Mais, nous espérons aussi qu'elles sont accessibles aux néophytes.

Choisissez-vous les sujets en fonction de vos préférences/connaissances ou peut-être vous faites un sondage parmi vos abonnés/vos amis proches pour connaître ce qui pourrait intéresser le public ?

C : Nous choisissons nos sujets en fonction de nos connaissances et de ce qui nous semble important d'être traité. Nous n'avons jamais fait de sondage pour savoir ce qui intéresserait le public.

Pourquoi avez-vous privilégié le format vidéo ? Pensez-vous à des formats alternatifs (blog, podcasts...) ?

C : Le format vidéo nous permet de mêler une partie des compétences théoriques et pratiques acquises lors de nos études d'arts plastiques. Étant donné notre cursus, nous avons envie de travailler autant les idées que le visuel, le format vidéo permet de faire les deux et de donner une forme didactique à nos réflexions.

⁵⁶⁴ Chiffres datent de fin mai 2020.

Est-ce que vous vous êtes inspirée par une chaîne YouTube ? Une émission de télé ?

C : Lorsque nous avons eu le projet de notre chaîne, curieusement, nos modèles n'étaient pas vraiment du côté de la vulgarisation sur internet. Il faut dire que celle-ci n'était pas encore aussi développée qu'aujourd'hui, notamment dans le domaine culturel et de l'art (à l'exception de la chaîne de Samai Cédart et peut-être de celle de Dany Caligula). Si des chaînes m'ont inspiré, ce serait donc plutôt du côté du *Joueur du Grenier* ou du *3615 Usul* qu'il faudrait chercher, ces vidéos nous ayant montré qu'il était possible techniquement de produire du contenu de qualité sans avoir besoin de posséder de moyens matériels énormes. Sinon, du côté télévisuel, l'émission *C'est pas sorcier* a bien entendu eu une influence déterminante (fonctionnement en duo, etc.).

Est-ce que vous connaissez un nombre moyen des visiteurs par vidéo ? Quels vidéos sont les plus populaires parmi vos utilisateurs ? Pourquoi, à votre avis ?

C : Au moment où je réponds, YouTube me donne le nombre de 366 907 vues pour 59 vidéos, soit en moyenne 6219 vues par vidéo. Les vidéos les plus populaires sont celles sur la vanité⁵⁶⁵ (41 296 vues), le ready-made⁵⁶⁶ (29 872 vues), le gothique⁵⁶⁷ (21028 vues) et le S.O.S. ART n°1 « L'art, ça n'en sert à rien ! »⁵⁶⁸ (18 618). Nous savons que des professeurs utilisent la vidéo sur la vanité lors de leurs cours, cela explique sans doute son nombre important de vues. En dehors de cela, les vidéos les plus vues sont aussi les plus anciennes (celle sur le ready-made et le S.O.S. ART n°1 sont parmi les toutes premières vidéos de la chaîne). Enfin, ce sont des vidéos autonomes qui peuvent se voir seules ce qui les rend plus faciles à regarder que celles qui font partie d'une série de plusieurs vidéos.

Qu'est-ce qui vous fait dire qu'une vidéo est réussie ? Qu'une autre ne fonctionne pas ou rate son objet ? En clair quels sont les critères de la réussite, de l'échec ?

⁵⁶⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=aHP65n-73IE>

⁵⁶⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=AlOv6MMArAs>

C : Difficile de répondre. A partir du moment où les spectateurs comprennent le propos, on peut considérer la vidéo comme réussie.

Est-ce que vous recevez souvent le feedback de la part de vos abonnés ? Qu'est-ce qu'ils apprécient le plus dans votre travail ?

C : Il y a quelques commentaires. La plupart du temps positifs. Il semble que le fait de faire réfléchir aux idées communes sur l'art soit apprécié par certains spectateurs.

Est-ce que la mise en place de votre chaîne vous paraît répondre à un manque dans la formation ? Pensez-vous que l'école française (nous prenons des écoles ordinaires, sans spécialisation en arts) permet à tous de se rapprocher des matières de l'art / Histoire de l'art ?

C : D'un point de vue scolaire, l'éducation à l'art a principalement lieu au collège, pendant quatre ans, dans les cours d'arts plastiques. C'est à ces moments-là qu'elle touche la quasi-totalité des jeunes générations. Ensuite, elle peut s'arrêter presque totalement ou s'intensifier selon l'orientation, puisque, à partir du lycée, les enseignements artistiques disparaissent pour la plupart des élèves s'ils ne choisissent pas de se spécialiser.

Notre chaîne ne répond pas à un manque d'accès à l'art, mais plutôt à un manque d'accès aux méthodes de pensée critique issues de la sociologie ou de l'histoire par exemple et de leur manque d'application à l'art en dehors du domaine universitaire.

On entend souvent parler que l'Histoire de l'art c'est un domaine élitiste, réduit à un petit nombre de personnes. J'ai vu votre vidéo sur « L'art ne sert à rien » où vous mettez en évidence que l'art amène à la distinction sociale. A votre avis, Internet et ses ressources gratuite en ligne (comme des chaînes vulgarisatrices, sites web, applications mobiles sur l'art) pourraient y remédier ? Ou cela permettrait à ceux qui s'y intéressent déjà de passer un bon moment ?

⁵⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=HBTHHIUivkl>

⁵⁶⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=uBGO7TAYao0>

C : Je ne pense pas qu'internet change énormément de chose en ce qui concerne l'accès à l'art ou à l'histoire de l'art. Celles et ceux qui vont regarder nos vidéos, par exemple, ont de grandes chances d'être déjà intéressés par l'art, d'avoir déjà été initié à celui-ci. Les logiques sociales sur internet sont celles de la société qui l'utilise. Après tout, les musées ont des jours d'ouverture gratuits et pourtant tout le monde n'y va pas. La gratuité des ressources proposées sur internet ne change pas cela (surtout si l'on ajoute à cela les algorithmes qui proposent des vidéos en fonction des préférences du spectateur et qui font que celui-ci sera majoritairement confronté à des choses qu'il connaît et aime déjà). Pierre Bourdieu disait que : « Le musée est important pour ceux qui y vont dans la mesure où il leur permet de se distinguer de ceux qui n'y vont pas⁵⁶⁹ ». On pourrait dire que les vidéos culturelles sur internet sont importantes pour ceux qui les regardent dans la mesure où elles leur permettent de se distinguer de ceux qui ne les regardent pas. Internet est un espace où se rejouent les logiques déjà installées dans le monde social.

Est-ce que, à votre avis, il y a un intérêt accru pour l'Histoire de l'art / théories esthétiques de nos jours ? Pourquoi ?

C : Je n'ai aucune idée là-dessus. Beaucoup de gens se posent des questions, notamment sur l'art contemporain (besoin de comprendre, sentiment que cela n'est pas pour soi, etc.), mais c'était déjà le cas pour l'art moderne (« je ne comprends rien à Jeff Koons » a remplacé « je ne comprends rien à Picasso »). Pour le reste, y a-t-il un intérêt accru pour l'histoire de l'art ou les théories esthétiques ? Je ne sais pas.

Pourquoi, à votre avis, il est important de sensibiliser le public à l'Histoire de l'art ? Qu'est-ce que ce domaine peut apprendre au plus grand nombre de spectateurs dans leur vie quotidienne/formation ?

C : Je ne sais pas s'il est important de sensibiliser le public à l'histoire de l'art et quel un impact sur la vie quotidienne des gens cela pourrait avoir. Peut-être démythifier l'art et Lui retirer l'aura sacrée qu'il a encore trop souvent.

⁵⁶⁹ <https://www.franceculture.fr/emissions/les-nuits-de-france-culture/musees-daujourd'hui-et-de-demain-pierre-bourdieu-1ere-diffusion-21021972>

Quelles sont les règles à respecter pour gagner la confiance des spectateurs (par exemple, donner des sources bibliographiques, répondre régulièrement aux commentaires ...) ?

C : Effectivement, de par notre formation universitaire, il nous semble important de donner de sources bibliographiques. Nous le faisons aussi dans l'espoir que certaines personnes iront plus loin que nos vidéos et iront lire les articles ou les livres que nous citons.

Serait-il important d'obtenir une forme de « labellisation » de l'état pour gagner la confiance des spectateurs par rapport au travail que vous faites ?

C : Je ne pense pas qu'obtenir un label de l'état augmente la confiance à notre égard et je ne pense pas qu'un tel label soit souhaitable, cela ne ferait que donner l'impression qu'il y a des savoirs officiels. Cela ferait le jeu de ceux qui véhiculent des idées complotistes. Le meilleur moyen d'obtenir la confiance du public est de lui faire confiance en lui transmettant les sources pour qu'il puisse vérifier.

Jusqu'à quel point l'auto-formation avec des sources en ligne permettrait-elle de devenir connaisseur d'art ? Croyez-vous que pour apprendre à analyser et à distinguer les œuvres d'art on doit suivre une formation académique ? Pourquoi ?

C : Avec une forte motivation, il semble possible d'acquérir de outils d'analyse d'œuvres par de l'autoformation, même si une formation académique, avec des professeurs formés et maîtrisant leurs disciplines, semble sans doute un moyen plus efficace d'y parvenir.

Les vulgarisateurs sur YouTube comme vous proposent leurs contenus gratuitement. Peut-on imaginer qu'un jour ces contenus deviennent payants ? Serait-il juste de les rendre payant ? Pourquoi ?

C : Les situations sont diverses : tout dépend si les vidéastes entendent vivre de leur travail de vulgarisation. Ce n'est pas notre cas. Notre chaîne n'est pas notre

activité principale, nous ne sommes pas des professionnels de la vulgarisation et nous n'avons pas prévu d'en faire une source de revenus. Nos contenus resteront donc gratuits. Mais, on peut comprendre que certains vidéastes qui veulent en faire ou en font leur activité principale aient besoin d'un revenu stable. Cela dit, je ne suis pas sûr que ce soit en rendant payant leurs vidéos que cela pourra se faire, ça risque plutôt de les priver d'une partie de leurs spectateurs. Les solutions de dons me semblent plus efficaces (tipeee, ce genre de choses).

Pensez-vous continuer à mettre des vidéos en ligne dans le futur ? Travaillez-vous déjà sur leurs contenus ?

C : Oui, je pense continuer, même si la chaîne est un peu en pause en ce moment pour diverses raisons, et j'ai déjà une idée des contenus qui y seront proposés.

N° 9 : Entretien avec Marie Pelissier (*Sous La Toile*)

Marie est actuellement étudiante à l'Ecole du Louvre. Elle est passionnée par l'histoire de l'art et le montage vidéo. Sur sa chaîne YouTube *Sous la Toile*, Marie elle décrypte des tableaux, un artiste, ou un courant.

La chaîne compte 6 780 d'abonnés et fait partie de la liste des « 350 ressources culturelles et scientifiques francophones en vidéo », établie par le ministère de la Culture.

Lien vers la chaîne YouTube :
https://www.youtube.com/channel/UCAo50V_d5wR3_boc6-rlb4Q

Lien vers son site Web : souslatoile.com

Correspondance via e-mail, reçu le 27 mai 2020.

D'abord, je vous prie de vous présenter. Quelles études avez-vous faites avant ? Quel métier exercez-vous en ce moment ? Vous vous positionnez comme des amateurs ou des experts en art/Histoire de l'art ?

M : Je suis Marie de la chaîne YouTube *Sous la toile*, j'ai 23 ans et je suis diplômée de l'Ecole du Louvre. J'ai tout d'abord étudié l'Histoire de l'Art à l'Université d'Auvergne avant d'intégrer l'école. Je suis actuellement en train de terminer mes études et compte me spécialiser dans la gestion des collections (service du patrimoine).

Qu'est-ce qui vous a encouragé à créer la chaîne Sous la Toile ? Quel était l'objectif principal au départ (partager sa passion, accompagner les étudiants dans leur parcours académiques, etc.) ?

M : J'ai tout d'abord créé ma chaîne YouTube par passion du montage vidéo.

J'étais également motivée par l'absence de contenus d'Histoire de l'Art sur YouTube. Il est vrai que nous sommes très peu à aborder cette thématique. Étant moi-même étudiante en Histoire de l'Art, je ne me voyais pas faire autre chose ! Je devais alors réunir ma passion pour l'art et mon grand intérêt pour le montage.

A quel type de public adressez-vous au départ (au terme d'âge, degré de connaissance du sujet) ? Vos vidéos visent plutôt les néophytes ? Ou les personnes qui s'y connaissent déjà ?

M : Tout d'abord, je souhaitais toucher un public de passionnés, (du moins des personnes intéressées ayant accès à un contenu limité sur youtube). Finalement, je souhaitais avant tout toucher des personnes qui voulaient en découvrir plus sur l'Histoire de l'Art tout en se divertissant.

Est-ce que vous vous êtes inspirée par une chaîne YouTube/ style de storytelling qui existait déjà ? Une émission de télé ? Si oui, pouvez-vous citer un exemple ?

M : Pas particulièrement, je me suis lancée sur YouTube sans vraiment être inspirée par une quelconque chaîne. Notamment parce que les chaînes que je visionnais étaient bien différentes du format que je souhaitais mettre en avant (vidéo face cam et non voix-off).

Pourquoi avez-vous privilégié le format vidéo ? Pensez-vous à des formats alternatifs (blog, podcasts...) ?

M : J'ai toujours adoré le format vidéo, autant le montage que le

visionnage. C'était donc assez évident pour moi de me lancer dans la vidéo. Au départ, je ne me voyais pas créer un blog. Les vidéos étaient un passe temps, une occupation afin de divertir les gens et je préférais animer mes propos plutôt que de les retranscrire sur un blog. Cependant, j'ai désormais pour objectif de professionnaliser mon travail. En effet, quelques institutions m'ont contactée dans le cadre de la réalisation de documentaires (mairie ou musée). J'ai ainsi décidé de créer un site internet souslatoile.com, me permettant de réunir mes documentaires, mes podcasts et mes anecdotes. Je diversifie ainsi mon contenu et propose un service plus professionnel pour les personnes qui souhaiteraient commander un documentaire sur-mesure.

Pourquoi avez-vous préféré des vidéos entièrement animées ? Pensez-vous à recourir au format où vous êtes filmée en face de la caméra ? Pourquoi ?

M : Être exposée sur internet n'est pas vraiment un problème pour moi, mais dès le départ je ne voyais pas l'intérêt de montrer mon visage tout en parlant d'œuvres d'art, selon moi ça n'a pas de sens. Construire un propos en Histoire de l'Art n'est pas facile, il faut réussir à capter l'attention du spectateur. Faire des vidéos face cam tout en analysant des tableaux ça ne fonctionne pas chez moi (d'autres le font très bien). J'avais envie de proposer un format différent, rapide, dynamique et surtout en voix-off. J'accorde beaucoup d'importance à l'ambiance sonore, alors créer des épisodes avec ce format est une belle occasion de parfaire ma diction et mes capacités en montage. La face caméra est selon moi envisageable dans le cadre d'un tournage dans un musée par exemple.

Comment concevez-vous votre contenu ? Choisissez-vous les sujets en fonction de vos préférences/connaissances ou peut-être vous faites un sondage parmi vos abonnés pour connaître leurs intérêts ?

M : Faire des vidéos, c'est avant tout se faire plaisir. Je ne me suis jamais imposée des thèmes ou vidéos, sous prétexte que ça pourrait plaire davantage aux abonnés (qui je dois le reconnaître sont souvent difficiles à satisfaire). Bien évidemment je fais tout de même attention à leurs attentes et propose parfois des sondages pour qu'ils puissent choisir la thématique du prochain épisode. Cependant, je dois dire que je réalise des vidéos en fonction de mes sujets préférés. La plupart de mes épisodes traitent de sujets sur l'ancien régime, les peintres de la renaissance ou encore les peintures classiques. Ces thématiques sont en lien avec ma spécialité à l'école et font finalement partie de mes sujets favoris.

Est-ce que vous travaillez seule sur le contenu ? Et sur le montage ?

M : Oui je travaille seule. De l'écriture au montage des vidéos, je tiens vraiment à garder la main sur mes créations. Tout d'abord parce que j'adore ça, mais aussi parce que la taille de ma chaîne ne nécessite pas un travail de groupe. D'ailleurs le montage est ma partie préférée, alors le déléguer à quelqu'un serait difficile.

Combien de temps cela vous prend pour créer une vidéo ?

M : Il me faut une semaine pour créer un épisode.
Le temps des recherches et de l'écriture étant le plus long.

Est-ce que vous connaissez un nombre moyen des visiteurs par vidéo ? Quels vidéos sont les plus populaires parmi vos utilisateurs ? Pourquoi, à votre avis ?

M : Oui, entre 700 et 2000 vues pour chaque sortie de nouvelle vidéo. Le chiffre augmente avec le temps. Ma vidéo la plus populaire est celle sur « les trois grands maîtres de la Renaissance » (Léonard de Vinci, Raphaël et Michel-Ange), l'épisode vient d'atteindre plus de 28 000 vues. Une popularité qui provient probablement du sujet car les gens aiment

particulièrement les artistes de la Renaissance.

Qu'est-ce qui vous fait dire qu'une vidéo est réussie ? Qu'une autre ne fonctionne pas ou rate son objet ? En clair quels sont les critères de la réussite, de l'échec ?

M : Il n'y a pas vraiment de réels critères de réussite. Disons que la réussite d'une vidéo repose sur des facteurs assez variables. La période de publication ou la thématique abordée sont très importantes. Par exemple, l'été est une période assez creuse, même si le sujet est intéressant, les personnes ne seront pas forcément connectées et votre vidéo mettra du temps avant de décoller (dans le cas de ma petite chaîne). Il n'y a pas de vidéo ratée, mais seulement des vidéos qui peuvent être améliorées. C'est pour cela que j'attends avec impatience les retours de mes abonnés, car ils sont généralement assez transparents. Parfois le montage est trop rapide, parfois le sujet trop complexe, il n'y a pas de loi. L'important c'est d'être content de sa propre vidéo, avant de plaire aux abonnés il faut aimer son travail, c'est très important (d'ailleurs les abonnés ressentent souvent votre motivation au travers des vidéos).

On utilise souvent le terme « vulgarisation ». Peut-on dire que vos vidéos sont des vidéos vulgarisatrices ? Comment décrivez-vous vos vidéos ?

M : Mes vidéos sont courtes et visent à partager mes connaissances sur un sujet particulier. Je pense que je peux tout à fait définir mes vidéos de « vulgarisatrices ». Le but étant de parler d'un sujet en essayant de le rendre accessible au plus grand nombre.

Est-ce que vous recevez souvent le feedback de la part de vos abonnés ? Qu'est-ce qu'ils apprécient le plus ?

M : Je suis contente d'avoir des retours assez réguliers sur la chaîne. Pour le moment je dois dire que mes abonnés sont particulièrement bienveillants

et très constructifs. Jamais une critique sans explications et toujours beaucoup de sympathie. Ils apprécient énormément les vidéos sur les chefs-d'œuvre ou encore des artistes très connus. Finalement il n'y a pas de secret, plus c'est connu plus les gens regardent.

Est-ce que la mise en place de votre chaîne vous paraît répondre à un manque dans la formation ? Pensez-vous que l'Histoire de l'art est accessible à tous à partir de l'école ?

M : Non, ma chaîne est une chaîne de divertissement. Elle n'a pas pour but de remplacer une quelconque formation. Selon moi, l'Histoire de l'Art est accessible à n'importe quel âge et je pense justement qu'il est important de l'enseigner assez tôt, sensibiliser les enfants à l'art c'est important.

On entend souvent parler que l'Histoire de l'art c'est un domaine élitiste, réduit à un petit nombre de personnes. A votre avis, Internet et ses ressources gratuite en ligne (comme des chaînes vulgarisatrices, sites web, applications mobiles sur l'art) pourraient y remédier ? Ou cela permettrait à ceux qui s'y intéressent déjà de passer un bon moment ?

M : Tout à fait, je pense qu'internet permet surtout une démocratisation du sujet. Les différents supports qui s'offrent à nous (blog, YouTube, etc.) nous permettent d'aborder le sujet plus facilement et surtout de partager cette passion avec une vraie communauté. La vulgarisation en Histoire et en Histoire de l'Art permet véritablement une démocratisation du sujet. Je pense qu'il est désormais plus « facile » de s'intéresser à la chose.

Est-ce que, à votre avis, il y a un intérêt accru pour l'Histoire de l'art de nos jours ? Pourquoi ?

M : En effet, je pense que de plus en plus de personnes s'y intéressent (et c'est une très bonne chose). Je dirais qu'internet fait beaucoup bouger les

choses. Si l'intérêt se développe, c'est avant tout parce qu'il y a matière à s'y intéresser. Si demain vous décidez d'en apprendre davantage sur la Joconde de Léonard de Vinci ou sur une œuvre de Picasso, vous êtes pratiquement certain de trouver une réponse dans la minute qui suit. Cet intérêt s'est probablement développé pour donner suite à la diffusion du savoir sur internet et aux plateformes proposant un contenu de qualité.

Pourquoi, à votre avis, il est important de sensibiliser le public à l'Histoire de l'art ? Qu'est-ce que ce domaine peut apprendre au plus grand nombre de spectateurs dans leur vie quotidienne/formation ?

M : L'Histoire de l'Art permet une véritable ouverture sur le monde. Ce n'est pas simplement l'étude de « vieux tableaux », c'est avant tout une étude approfondie des mœurs. D'une œuvre découle tout un ensemble de connaissances. Tout d'abord l'analyse esthétique de celle-ci, puis historiographique. Parler d'une peinture sans évoquer l'époque dans laquelle elle fut peinte est impossible. Et c'est finalement ce qui est passionnant, l'ouverture sur l'Histoire d'une manière plus générale.

Quelles sont les règles à respecter pour gagner la confiance des spectateurs (par exemple, donner des sources bibliographiques, répondre régulièrement aux commentaires ...) ?

M : En effet, c'est un critère très important. Réaliser une vidéo et la publier sur YouTube c'est bien mais ça ne suffit pas. Ces étapes-là représentent finalement 70 % du travail. Le reste étant de fidéliser la communauté et de mettre en place une réelle interaction. Pour cela, la partie commentaires est essentielle. Il faut bien évidemment répondre au maximum de commentaires, liker les messages des abonnés. Il faut leur montrer que leur avis compte (et c'est en effet très important d'avoir des retours).

Serait-il important d'obtenir une forme de « labellisation » de l'état pour gagner la confiance des spectateurs ?

M : Une labellisation pourrait être envisagée, mais elle serait selon moi

d'avantage destinée à des professionnels qu'à des personnes recherchant un contenu divertissant sur YouTube.

Communiquez-vous avec d'autres vulgarisateurs sur YouTube afin de partager des expériences ? Avec qui et sur quels sujets ?

M : J'ai en effet eu la chance d'échanger avec Manon Bril ou encore Musé nauté. Nos expériences sur YouTube sont très différentes et c'est toujours très enrichissant d'échanger sur des sujets qui nous passionnent. Nos conversations étaient davantage tournées sur la gestion des vidéos, montage, partenariat, rémunération ou encore écriture.

À votre avis, le fait d'avoir des contenus sur l'art libre d'accès augmenterait la fréquentation des musées ?

Oui probablement, le public pourrait être motivé à découvrir les peintures/sculptures dans les musées. Nos vidéos seraient finalement un support pour accompagner les visites (un bonus pour en savoir davantage).

Est-ce que vous travaillez en partenariat avec des musées ? Si oui, avec lesquels ?

M : Je suis actuellement en train de collaborer avec le Musée des beaux-arts du Faouet, proche de Lorient. J'ai également obtenu une autorisation de tournage au Château de Fontainebleau pour une vidéo qui devrait arriver à la rentrée.

Jusqu'à quel point l'auto-formation avec des sources en ligne permettrait-elle de devenir connaisseur d'art ? Croyez-vous que pour apprendre à analyser et à distinguer les œuvres d'art on doit suivre une formation académique ? Pourquoi ?

M : Totalemment, je suis d'ailleurs assez stricte sur le sujet. Pour moi toute spécialisation s'effectue pour donner suite à une bonne formation. Bien

évidemment l'Histoire de l'Art peut être étudiée en auto-formation, de très bons ouvrages et sites internet existent pour cela. Cependant, diverses méthodes ne pourront être acquises qu'après formation. Une analyse d'oeuvre est quelque chose d'assez précis, cela demande une méthode spécifique, tant dans la rédaction que dans l'analyse visuelle de la toile. Selon moi, l'auto-formation a ses limites.

Les vulgarisateurs sur YouTube comme vous proposent leurs contenus gratuitement. Peut-on imaginer qu'un jour ces contenus deviennent payants ? Serait-il juste de les rendre payant ? Pourquoi ?

M : Tout à fait, je ne suis d'ailleurs pas contre cette idée. En effet la force de youtube est de mettre en avant un contenu entièrement gratuit et divertissant. Cependant il faut imaginer que derrière ces chaînes (même des petites chaînes comme la mienne), se cache énormément de travail. Le travail de recherche est colossal, sans parler de l'écriture et du montage. On passe beaucoup d'heures à produire un contenu qui finalement ne nous rapportera rien (sauf monétisation YouTube activée, qui soit dit en passant, reste minime à mon échelle). Même si YouTube doit être gratuit (c'est très important), je ne suis pas contre trouver des alternatives payantes sur des blogs ou autres plateformes. Disons qu'il faut trouver le juste milieu et proposer plusieurs sortes de contenus.

Bibliographie

Histoire culturelle Française

- Delporte Christian, Mollier Jean-Yves, Sirinelli Jean-François, Blandin Claire (coordination scientifique), *Dictionnaire de l'histoire culturelle de la France contemporaine*, Paris, Presses universitaires de France, 2010, 900 p.
- Goetschel Pascale, Loyer Emmanuelle, *Histoire culturelle de la France, de la Belle Époque à nos jours*, Malakoff, Armand Colin, 5e éd., 2018, 288 p.
- Maurice Crubellier, *Histoire culturelle de la France, XIXe-XXe siècle*, Malakoff, Armand Colin, 1974, 484 p.

Réflexions sur l'art et la culture

- André Malraux, « Discours prononcé à l'occasion de l'inauguration de la Maison de la culture d'Amiens le 19 mars 1966 prononcé », *Assemblée Nationale*, Histoire et patrimoine, (http://www.assemblee-nationale.fr/histoire/andre-malraux/discours_politique_culture/maison_culture_amiens.asp).
- Robelin Jean, « KANT, Immanuel. 1724-1804 », *Les théoriciens de l'art*, Presses Universitaires de France, 2017, p. 370-375.
- Conférence « Que nous enseigne l'art ? » sur *France Culture*, 2017, (<https://www.franceculture.fr/conferences/college-des-bernardins/que-nous-enseigne-art>).
- Tavoillot Pierre-Henri, « Qu'est-ce que la culture générale ? », *Le Débat*, 2007/3 (n° 145), p. 15-23.
- Durvy Catherine, *Exercices de culture générale*, Armand Colin, 2009, 160 p.

Amateurs et Internet

- Flichy Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 2010, 97 p.
- Leadbeater Charles, Miller Paul, *The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts are changing our Economy and Society*, Londres, Demos, 2004.

Sociologie culturelle

- Coulangeon Philippe, « Sociologie des pratiques culturelles », Paris, *La Découverte*, 2010, 128 p.
- Donnat Olivier, « Les pratiques culturelles à l'ère numérique », *L'Observatoire*, 2010/2 (N° 37), p. 18-24.
- La rédaction du site Vie Publique, « Usages culturels sur internet : une consommation en hausse pendant le confinement », *Vie publique*, le 29 avril 2020, (<https://www.vie-publique.fr/en-bref/274199-forte-progression-de-linternet-culturel-en-temps-de-confinement>), consulté le 1 juin 2020.
- Ministère de la Culture et de la Communication, *Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2019*, Ministère de la Culture - DEPS, « Chiffres clés statistiques de la culture », 2019, 304 p.
- Site du gouvernement sur les pratiques culturelles des Français, les enquêtes sont réalisées en 1973, 1981, 1988, 1997, 2008, (<http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/evo-resultat.php>).
- Garbit Philippe, « Pierre Bourdieu : "Le musée est important pour ceux qui y vont dans la mesure où il leur permet de se distinguer de ceux qui n'y vont pas" », *France Culture*, le 8 avril 2018, (<https://www.franceculture.fr/emissions/les-nuits-de-france-culture/musees-daujourd'hui-et-de-demain-pierre-bourdieu-1ere-diffusion-21021972>).
- Guerrin Michel, « Le sociologue qui casse le moral », *Le Monde*, Culture Digitale, le 27 octobre 2018, (<https://culture-digitale.net/un-peu-culture-digitale/spectacle-et-numerique/numerique-favoriser-democratisation-culturelle/>), consulté le 1 juin 2020.

Culture et numérique

- Serrell Mathilde, « L' "accès" à la culture n'est pas une métaphore », *France Culture*, 29 avril 2019, (<https://www.franceculture.fr/emissions/le-billet-culturel/le-billet-culturel-du-lundi-29-avril-2019>).

- Cardon Dominique, *Culture numérique*, Paris, Les Presses de Sciences Po, 2019, 430 p.
- Faivre d'Arcier Bernard, « Internet est grand et la culture petite », *Nectart*, 2016/1 (N° 2), p. 160-161.
- Proulx Serge, Goldenberg Anne, « Internet et la culture de la gratuité », *Revue du MAUSS*, vol. 35, no. 1, 2010, p. 503-517.
- Lapointe Marie-Claude, Lemieux Jacques, « Internet et les pratiques culturelles au Québec. Effet d'ouverture ou de confinement ? », *Communication*, Vol. 31/2, 2013, mis en ligne le 24 septembre 2013, (<https://journals.openedition.org/communication/4469#tocto1n1>).
- Pronovost Michel, Cormier Caroline, Potvin Patrice, Riopel Martin, « Intérêt et motivation des jeunes pour les sciences », *Conférence présentée lors du colloque « Journée de la recherche sur la motivation au collégial »*, Acfas, Montréal, 10 mai 2017, 23 p., (<https://educ.info/xmlui/bitstream/handle/11515/34831/pronovost-cormier-potvin-riopel-interet-motivation-jeunes-sciences-article-acfas-2017.pdf>).

Culture de masse

- Rioux Jean-Pierre, Jean-François Sirinelli, *Le temps des masses. Le vingtième siècle*, Seuil, 2005, 528 p.

Offre culturelle en France

- Anonyme, « La France possède une offre culturelle exceptionnelle », *Le Point*, le 7 juillet 2017, (<https://partenaires.lepoint.fr/cultivez-votre-ete/emmanuelle-lallement/>), consulté le 1 mars 2020.
- Anonyme, « Opération "Nation apprenante" », *Ministère de l'Éducation et de la Jeunesse*, le 20 mars 2020, (<https://www.education.gouv.fr/operation-nation-apprenante-303174>), consulté le 1 juin 2020.
- Anonyme, « Les Journées du patrimoine ont attiré plus de 12 millions de visiteurs », *Ouest-France*, le 22 septembre 2019, (<https://www.ouest-france.fr/culture/patrimoine/les-journees-du-patrimoine-ont-attire-plus-de-12-millions-de-visiteurs-6531426>), consulté le 1 mars 2020.

- Moraes Ricardo, « Tourisme : la France demeure le pays le plus visité au monde », *Air Journal*, le 19 mai 2019, (<https://www.air-journal.fr/2019-05-19-tourisme-la-france-demeure-le-pays-le-plus-visite-au-monde-5212494.html>), consulté le 1 mars 2020.
- Hervy Angeline, « 2019 : nouveau record de fréquentation au château de Fontainebleau », Château du Fontainebleau, Communiqué du 2 janvier 2020 (<https://www.chateaufontainebleau.fr/wp-content/uploads/2020/01/fontainebleau.rec.faire-savoir.com-cp-frequentation-2019.pdf>).

Médias français

- Hamery Roxane, « La rencontre des arts et de la télévision française. Réunion naturelle ou antagonisme culturel ? », *Politiques de la Culture*, Open Edition, le 12 février 2019, (https://chmcc.hypothese_s.org/8375#_ftnref3).
- Hamery Roxane, *La télévision et les arts : Soixante années de production*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2014., p. 7-17.
- Michel Souchon, « Lettre ouverte à Messieurs les directeurs de la télévision », *Études*, 1975/1 (Tome 342), p. 15-46.
- Site de TelesatMédias : l'actualité technologique des médias, (<https://telesatmedias.com/histoire-de-la-radio-television-en-france/>).
- Etienne Thierry-Aymé, « Les nouveaux usages des médias passés au crible », *Les Echos*, le 5 septembre 2019, (<https://www.lesechos.fr/thema/articles/les-nouveaux-usages-des-medias-passes-au-crible-1129140>).
- De Cuetos Philippe, « Quand la technologie change l'écoute de la radio », *La revue des médias*, l'Institut National de l'audiovisuel, le 15 mars 2016, (<https://larevuedesmedias.ina.fr/quand-la-technologie-change-lecoute-de-la-radio>).
- R. Bigot, S. Hoibian, J. Müller, « Les visites du patrimoine culturel et la question de la gratuité », *CREDOC*, (<https://www.credoc.fr/publications/les-visites-du-patrimoine-culturel-et-la-question-de-la-gratuite-1>), consulté le 07 juin 2020.
- Ernotte Cunci, Delphine, « France télévision, créateur de liens et de valeurs », *France Télévisions*, Paris, septembre 2019, (<https://www.francetelevisions.fr/groupe/qui-sommes-nous/missions-131?fbclid=IwAR3Cnj4nOL3OS9Q5Y7g4314Pq6AKK-YwsK3bPEqR48wq2jr-2xTURFNEc-c>), consulté le 6 juin 2020.

Musées en France

- Poulot Dominique, « Une histoire des musées en France : XVIIIe-XXe siècle », *La Découverte*, Paris, 2005, 198 p.
- Eidelman Jacqueline, Céroux Benoît, « La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs », *Cultures Etudes*, 2009/2 (n°2), p. 1-23.
- Vaissière Elia, « La gratuité des musées : une politique en débat », *France Culture*, le 12 septembre 2013, (<https://www.franceculture.fr/economie/la-gratuite-des-musees-une-politique-en-debat>).
- Eidelman Jacqueline, « Rapport de la mission Musées du XXIe siècle », *Ministère de la Culture et de la Communication*, Rapports, Paris, 2017, (<https://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-de-la-mission-Musees-du-XXIe-siecle2>), consulté le 1 mai 2020.
- Lavaud Bertrand, « Musées virtuels : ne laissons pas les Gafa piller Paris », *LesEchos*, le 12 septembre 2019, (<https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/musees-virtuels-ne-laissons-pas-les-gafa-piller-paris-1131021>).
- Clemenceau Georges, « Musées du soir », Le grand Plan, Bibliothèques-Charpentier, Paris, 1896, p.396-404, (<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k637345/f487.image?fbclid=IwAR2ZLNGzne2ONmGsUa7QFSLBk7xMDsRHtrsPLwz4mJOutXkr2YY7sLVbDh4>).

Sur la discipline de l'histoire de l'art

- Recht Roland, *À quoi sert l'histoire de l'art ?*, Textuel, Paris, 2006, 110 p.
- Glorieux Guillaume, *L'histoire de l'art. Objet, sources et méthodes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1re édition, 2015, 232 p.
- Bonfait Olivier, Rimaud Yohan, « Livre blanc sur l'enseignement de l'histoire des arts. Dans les écoles, collèges et lycées. Une formation humaniste et sensible à réinventer », *APAHAU*, Paris, mai 2012, 43 p.
- Site web du Festival de l'histoire de l'art, (<http://festivaldelhistoiredelart.com/festival/>).

Apprentissage de l'histoire de l'art

- Bindé Josephine, « Les cours d'histoire de l'art, ce nouveau loisir à la carte », *BeauxArts Magazine*, le 8 novembre 2017, (<https://www.beauxarts.com/lifestyle/les-cours-dhistoire-de-lart-ce-nouveau-loisir-a-la-carte/>).
- Baÿt-Darcourt Célyne, « La force de 'D'art, d'Art', c'est qu'on raconte une petite histoire pour donner envie aux gens de s'intéresser à l'art », *France Info*, le 30 septembre 2017, (https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/info-medias/info-medias-tim-newman-la-force-de-dart-dart-cest-quon-raconte-une-petite-histoire-pour-donner-envie-aux-gens-de-sinteresser-a-lart_2342413.html).

Ludification

- Stuart Halifax, « DMsAG une classification d'éléments ludiques pour la ludification adaptative », *HAL Archives Ouvertes*, Besançon, France, 2018, (<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01769538>).
- Raessens Joost, *The Ludification of Culture*. In: Mathias Fuchs, Sonia Fizek, Paolo Ruffino u.a. (Hg.): *Rethinking Gamification*. Lüneburg: meson press 2014, S. 91–114.
- Bertholet Guilhem, Lang Thomas et Muletier Clément, *La gamification : ou l'art d'utiliser les mécaniques du jeu dans votre business*, Paris, Éditions Eyrolles, 2014, 280 p.
- Himmighofen Jan, *Playing game with consumer*, Thèse de Bachelor, Hamburg (Allemagne), Stenden University, 2012, p.25-28, (<http://fr.slideshare.net/janhimmighofen/playinggameswithconsumersbyjanhimmighofen>), consulté le 28 avril 2020.
- Site web du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, (<https://www.cnrtl.fr/definition/ludique>).

Jeunes et numérique

- Khodorowsky Katherine, « Chapitre 3. Marketing à destination des jeunes : comment les séduire ? », *Marketing et communication Jeunes*, Dunod, 2015, pp. 83-149.
- Vettraino Jean, « Bruno Patino, La civilisation du poisson rouge. Petit traité sur le marché de l'attention », *Revue Projet*, 2019/5 (N° 372), p. 95-96.

- Piquet Samuel, « "La civilisation du poisson rouge" ou l'utopie brisée d'un mordu du web », *Marianne*, le 12 août 2019, (<https://www.marianne.net/debattons/idees/la-civilisation-du-poisson-rouge-ou-l-utopie-brisee-d-un-mordu-du-web>).
- Bischoff Samuel, « Le speed watching : analyse de la consommation à grande vitesse », *France Info*, le 22 mars 2017, (<https://www.meta-media.fr/2017/03/22/le-speed-watching-analyse-de-la-consommation-a-grande-vitesse.html>), consulté le 1 juin 2020/
- Dagnaud Monique, « Un espace public underground », *Génération Y*, Presses de Sciences Po, 2013, p. 198.

Education de l'art et de l'histoire de l'art en France

- Ruppin Virginie, « Les arts plastiques en France. Une discipline scolaire en mutation », *Spirale - Revue de recherches en éducation*, 2016/2 (N° 58), p. 159-173.

Politiques culturelles publiques en France

- Girard Augustin, « Les Politiques Culturelles d'André Malraux à Jack Lang : Ruptures et Continuités », Paris, *Hermès, La Revue*, 1996/2 (n°20), p.27-41.
- Moulinier Pierre, *Les politiques publiques de la culture en France. Presses Universitaires de France*, « Que sais-je ? », 2010, 128 p.
- Fondu Quentin, Vermerie Margaux, « Les politiques culturelles : évolution et enjeux actuels », *Informations sociales*, 2015/4 (n° 190), p. 57-63.
- Anonyme, « Franck Riester : "Les ambitions de la politique culturelle" », *Ministère de la Culture*, Actualités, le 24 juillet 2019, (<https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Franck-Riester-Les-ambitions-de-la-politique-culturelle>).
- Serrell Mathilde, « Le Pass Culture, autopsie d'une fausse bonne idée », *France Culture*, le 07 novembre 2019, (<https://www.franceculture.fr/emissions/la-theorie/la-transition-culturelle-du-jeudi-07-novembre-2019>).
- Gournay Karen, « Quelle est la place de la culture dans l'activité des Comités d'entreprise », *Force Ouvrière*, le 30 août 2017, (<https://www.force-ouvriere.fr/-l-enquete-des-ce-?lang=fr>).
- Site web du service public français, (https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F20348?fbclid=IwAR1CTqx8DtsGo7TdD9x3BcqPB11o298L_q3A5IRIRv6vI-2qkioSQWuJCYE).

Démocratisation culturelle

- Krebs Anne, Robatel Nathalie, (dir.), « Démocratisation culturelle : l'intervention publique en débat », *Problèmes politiques et sociaux*, n° 947, avril 2008, 128 p.
- Dubois Vincent, « Les prémices de la "démocratisation culturelle". Les intellectuels, l'art et le peuple au tournant du siècle », *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 1993, p. 36-56.
- Moulinier Pierre, « La démocratisation culturelle dans tous ses états », *Ministère de la Culture et de la Communication*, Histoire des politiques de "démocratisation culturelle", Paris, 28 avril 2011 - révisé juillet 2012, 26 p.
- Des Esseintes Aymeric, « Numérique et démocratisation de la culture », *Enjeux numériques*, N°6 juin 2019, Annales des Mines, 116 p.
- Hugounenq Sarah, « Le rapport du Grand Débat de la Culture remis à Franck Riester », *Beaux-Arts Magazine*, 23 avril 2019, (<https://www.beauxarts.com/grand-format/le-rapport-du-grand-debat-de-la-culture-remis-a-franck-riester/>).
- Anonyme, « Au grand débat sur la culture, l'élitisme dénoncé », *Le Point*, AFP, le 5 mars 2019, (https://www.lepoint.fr/societe/au-grand-debat-sur-la-culture-l-elitisme-denonce-05-03-2019-2298410_23.php).
- Anonyme, « Les nouveaux modes d'accès à la culture », *Ministère de la Culture*, Actualités, (<https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Les-nouveaux-modes-d-acces-a-la-culture>)
- Martel Marie-Claire au nom de la section de l'éducation, de la culture et de la communication, « Vers la démocratie culturelle », *Journal Officiel de la République Française*, 23 novembre 2017, 172 p.

Nouveaux formats en ligne

- Chambru Mikaël, « YouTubeurs et institutions : de nouveaux formats pour la médiation scientifique », *The Conversation*, 2 janvier 2019, (<https://theconversation.com/youtubeurs-et-institutions-de-nouveaux-formats-pour-la-mediation-scientifique-107587>), consulté le 1 mai 2020.
- Anonyme, « Pour permettre à tous d'accéder à la culture, 4 MOOC sont de nouveau ouverts grâce à la Fondation Orange et ses partenaires culturels », *Club Innovation & Culture France*, le 29 novembre 2017, (<http://www.club-innovation-culture.fr/4-mooc-ouverts-fondation-orange/>), consulté le 1 mai 2020.

Pratiques vidéos sur Internet

- Osmanian Molinero Laure, « Vidéo sur internet : mieux comprendre les pratiques », *Médiamétrie*, 14 novembre 2019, (<https://www.mediametrie.fr/fr/video-sur-internet-mieux-comprendre-les-pratiques>).
- Asselin Christophe, « Pourquoi la vidéo est devenue le canal incontournable pour vos stratégies marketing ? », *Digimind*, le 30 octobre 2018, (<https://blog.digimind.com/fr/insight-driven-marketing/pourquoi-la-video-est-devenue-le-canal-incontournable-pour-vos-strategies-marketing>), consulté le 1 mai 2020.
- Anonyme, « Vidéo : Les 5 chiffres YouTube à connaître », *TopoVidéo*, le 22 mai 2019, (<https://www.topovideo.com/youtube-en-5-chiffres>), consulté le 1 mai 2020.
- Bouillet Stéphane, « Les chiffres clés de la plateforme YouTube (MAJ en 2020) », *Influence4You*, le 3 janvier 2020, (<https://blogfr.influence4you.com/les-chiffres-cles-de-la-celebre-plateforme-youtube-maj-en-2020/>), consulté le 1 mai 2020.
- Rajwat Paresh, « Quoi de neuf sur Facebook Watch ? », *Facebook*, le 18 juin 2019, (<https://about.fb.com/fr/news/2019/06/quoi-de-neuf-sur-facebook-watch/>).
- Pellet Julie, « Instagram et La Vidéo : Quelle Évolution Des Usages ? », *Stratégies*, no. 1948, Apr. 2018, p. 27., (EBSCOhostsearch.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsu&AN=129283776 &site=ehost-live).
- Asselin Christophe, « Pourquoi la vidéo est devenue le canal incontournable pour vos stratégies marketing ? », *Digimind*, le 30 octobre 2018, (<https://blog.digimind.com/fr/insight-driven-marketing/pourquoi-la-video-est-devenue-le-canal-incontournable-pour-vos-strategies-marketing>), consulté le 1 mai 2020.
- Cousseau Cédric, « L'essor du support vidéo sur Internet », *Institut National de l'audiovisuel*, le 9 octobre 2010, (<https://larevuedesmedias.ina.fr/lessor-du-support-video-sur-internet>).

La vidéo et l'apprentissage

- Fleming, N.D, *I'm different; not dumb. Modes of presentation (VARK) in the tertiary classroom*, in Zelmer,A., (ed.) *Research and Development in Higher Education*,

Proceedings of the 1995 Annual Conference of the Higher Education and Research Development Society of Australasia (HERDSA), HERDSA, Volume 18, p. 308 – 313.

- Patrick Alison, *The Dyspraxic Learner: Strategies for Success*, Jessica Kingsley Publishers, London, 2015, p.112
- Site web de Carnegie Mellon University, (<https://www.cmu.edu/homepage/health/2013/fall/absorbing-information.shtml>).

Start-ups dans l'art et la culture

- Perroud Marion, « Artips, la start-up qui révèle les secrets des oeuvres d'art », *Challenges*, le 28 décembre 2016, (https://www.challenges.fr/start-up/artips-la-start-up-qui-revele-les-secrets-des-oeuvres-d-art_444893).
- Rossignol Lorraine, « Artips, une histoire de l'art prête à consommer sur Internet », *Télérama*, le 10 janvier 2017, (<https://www.telerama.fr/medias/artips-une-histoire-de-l-art-prete-a-consommer-sur-internet,152586.php>).

Statistiques sur les pratiques en ligne

- Le site web Statista, (<https://fr.statista.com/themes/2771/l-utilisation-d-internet-en-france/>).
- Patard Alexandra, « Les 10 chiffres d'Internet en France en 2019 », *Médiamétrie*, 21 février 2020, (<https://www.blogdumoderateur.com/10-chiffres-internet-france-2019/>).
- Gleizes François, Grobon Sébastien, Legleye Stéphane, « Des appareils électroniques aux services en ligne : une diffusion massive des nouvelles technologies en 30 ans », *Institut national de la statistique et des études économiques*, Statistiques et études, le 18 novembre 2019, (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/4193175>)
- Anonyme, « Usages Mobiles. Les Français et le smartphone en 2016 : une relation fusionnelle », *Deloitte*, (<https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/usages-mobiles-2016.html>).
- Forsans Emmanuel, « 58,2 % des Français utilisent sa tablette plusieurs fois par jour », *Agence Française pour le Jeu Vidéo*, 27 mars 2013, (https://www.afjv.com/news/2331_etude-usages-tablettes-france.htm).
- Anonyme, « Les écrans et devices numériques sont aujourd'hui omniprésents dans les foyers Français et ont contribué à la transformation des pratiques médias et loisirs

numériques », *Médiamétrie*, (<https://www.mediametrie.fr/fr/transformation-des-usages-medias>).

- Anonyme, « Nombre d'internautes en France », *JDN*, le 4 juin 2020, (<https://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/1071394-nombre-d-internautes-en-france/>), consulté le 7 juin 2020.
- Licata Caruso Damien « 75% des Français ont un smartphone, LA porte d'entrée vers Internet », *Le Parisien*, le 3 décembre 2018, (<http://www.leparisien.fr/high-tech/75-des-francais-ont-un-smartphone-la-porte-d-entree-vers-internet-03-12-2018-7959822.php>).
- Coëffé Thomas « Chiffres Internet – 2018 », *BDM*, le 29 août 2018, (<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/>).

Fracture sociale dans le numérique

- La rédaction, « Fracture numérique : l'illectronisme touche 17% de la population selon l'INSEE », *Vie Publique*, le 13 novembre 2019, (<https://www.vie-publique.fr/en-bref/271657-fracture-numerique-l'illectronisme-touche-17-de-la-population>), consulté le 1 juin 2020.

Webographie

Ressources numériques des musées français

- Chaîne YouTube du Grand Palais, (<https://www.youtube.com/user/Rmngrandpalais/videos>).
- Chaîne YouTube du Musée du Louvre (<https://www.youtube.com/user/louvre>).
- Site web du Musée du Louvre, (<https://www.louvre.fr/>).
- Chaîne YouTube du Musée d'Orsay (<https://www.youtube.com/user/MuseeOrsayOfficiel>).
- Chaîne YouTube du Musée des Beaux-Arts de Lyon (<https://www.youtube.com/user/StephaneMusee69/playlists>).
- Site web du Centre Pompidou, (<http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-Duchamp/ENS-duchamp.htm>).

- Catalogue des MOOC culturels de la Fondation Orange (<https://mooc-culturels.fondationorange.com/course/index.php>).

Vidéos de vulgarisation scientifique sur YouTube

- Bril Manon, Grasset Léo, « Existe-t-il une beauté absolue ? », *DirtyBiology*, YouTube, (<https://www.youtube.com/watch?v=puPFb3nuooo>).
- Manon Bril, Michel Christophe, « Les Grecs ont-ils cru en leurs mythes ? », *ARTE*, YouTube, (<https://www.youtube.com/watch?v=0GfFYX7UZOo>).
- *Art comptant pour rien*, (https://www.youtube.com/channel/UCL1ScW5p_7TF-uWdVo1WjTw).
- *C'est une autre histoire*, (<https://www.youtube.com/channel/UCKjDY4joMPcoRMmd-G1yz1Q>).
- *Grand écArt*, (<https://www.youtube.com/channel/UCq9HhrwCKJZcYbLtsk1wErw>).
- *L'artichaut*, (<https://www.youtube.com/channel/UCs-co4VM68JvRHI7LvSoRbg/featured>).
- *Le Baz'Art ambulant*, (https://www.youtube.com/channel/UCQMa1gqqiSAIP_Xwk0hBPSg).
- *N'ART*, (<https://www.youtube.com/channel/UCQq9fMRQhXOyOZeageaj6ag/about>).
- *Pallas Athéné*, (<https://www.youtube.com/channel/UCLsjb-32UWEOLsKggOfxnIg>).
- *SOS Art*, (<https://www.youtube.com/channel/UCzi49Gp-XX9m5foHOWWGKeA/featured>).
- *Sous la toile*, (https://www.youtube.com/channel/UCAo50V_d5wR3_boc6-rIb4Q/about).
- *Muséonaute*, (https://www.youtube.com/channel/UCZ17ceLrs_ZzLwx8IrEFkw/videos).
- *Dr Nozman*, (<https://www.youtube.com/user/DrNozman>).
- *Experimentboy*, (<https://www.youtube.com/user/experimentboyTV>).
- *DirtyBiology*, (<https://www.youtube.com/user/dirtybiology>).

Vidéos des médias sur YouTube

- Izoret Thibault, Putallaz Marie Amélie, « Les secrets des ALGORITHMES de YouTube », *Figaro Live*, YouTube, (<https://www.youtube.com/watch?v=E63Ke6Kr0Mg>).
- Site de la radio RTL, (<https://www.youtube.com/watch?v=ab5VYYMu4KM>).

Emissions de télévision sur l'histoire de l'art et la culture, disponibles en ligne

- *D'Art D'art*, (<https://www.france.tv/france-2/d-art-d-art/>)
- *Les Grands Maîtres de la Peinture*, Toute l'Histoire, (<https://www.youtube.com/watch?v=9LMPoElg0zg&list=PL-Va2w1HwuNkJpjqDuE8prVpv28HnbqGC>)
- Grands Formats Culture de TV5MONDE, (https://culture.tv5monde.com/grands-formats?sort=search_api_relevance&order=desc)
- D. Arasse, Emissions « Histoires De Peintures », (<https://char.hypotheses.org/audiovisuel/d-arasse-histoires-de-peintures>)
- ARTE, Culture et Pop, (<https://www.arte.tv/fr/videos/culture-et-pop/>)

Applications mobiles sur l'histoire de l'art

- *Artips*, (<https://apps.apple.com/fr/app/artips-mus%C3%A9es-expos-et-artistes-en-10-secrets/id1022380103>)
- *Google Arts & Culture*, (<https://artsandculture.google.com/>)
- *Magnus*, (<http://www.magnus.net/>)
- *Minitopo*, (<https://www.minitopo.com/>)
- *Smartify*, (<https://smartify.org>).

Web-documentaires

- Urbah Isabelle, « Google Arts & Culture (1) », *Documentation et Humanités numériques : outils & méthodologie*, Outils & Ressources en Ligne, Réflexions, le 8 mars 2018, (<https://docunum.wordpress.com/2018/03/08/google-arts-culture-1/>).
- Blog « Artips : entre art et numérique », réalisé par les étudiantes en histoire de l'art à Paris I Panthéon-Sorbonne avec l'équipe *d'Artips*, (<https://leprojetartips.wordpress.com/2014/12/28/coline-d-et-marie-c/>).

Résumé

Internet brise les fractures socioculturelles. L'histoire de l'art, un domaine d'étude historiquement perçu comme élitiste en France, est néanmoins de plus en plus accessible au plus grand nombre. Grâce à des ressources gratuites sur Internet, chacun peut trouver son format approprié et se rapprocher de l'histoire de l'art sans prérequis. Sommes-nous face à une solution inédite de la démocratisation de l'histoire de l'art ?

Mots-clés : histoire de l'art, vulgarisation, ludique, Internet, gratuité, démocratisation culturelle, YouTube, musées, France, accessibilité, vidéo.

Abstract

Internet bridges socio-cultural gaps. The history of art, traditionally seen as an elitist field of studies in France, is now more and more available for a wider audience. Free Internet resources and a variety of formats can help everyone learn more about the history of art, without any specific preparation. Are we facing a brand-new solution for history of art democratization?

Key words: history of art, vulgarization, gamification, Internet, free, cultural democratization, YouTube, museums, France, open access, video.