

# La médiathèque et la musique

## Une étude de sociologie appliquée

« **L**e statut de public s'acquiert par franchissement d'un seuil et s'actualise par l'enquête »<sup>1</sup>.

Passer la barrière, c'est donc être mis à niveau. Mais en deçà de cette limite, le public n'est-il pas en fait « aussi hétéroclite que les goûts qu'il affiche »<sup>2</sup> ? Nous avons entrepris de questionner cette homogénéité et cette diversité, concernant notamment le lien entre savoir-faire musicaux et usages de la discothèque publique de prêt. Notre dispositif d'observation était focalisé sur un seul lieu, dans la mesure où le propos n'était pas de mesurer des effets de localisation (Givors par rapport à Grenoble, etc.<sup>3</sup>), mais d'étudier des relations. Cela permettait en outre de disposer d'un échantillon statistiquement plus consistant que dans une enquête nucléaire.

### François Berthier

Université Pierre-Mendès-France  
de Grenoble  
francois.berthier@upmf-grenoble.fr

L'enquête s'est déroulée à la médiathèque de Grand'Place à Grenoble, dans la troisième semaine d'octobre 2001, avec le concours des étudiants de l'IUP (Institut universitaire professionnalisé) Médiat Rhône-Alpes. Des créneaux horaires ont été échantillonnés pour chacune des cinq après-midi d'ouverture. Le questionnaire était auto-administré. L'enquête était annoncée par voie d'affiche<sup>4</sup> tout au long du parcours de l'utilisateur, depuis l'entrée de la médiathèque jusqu'à la banque de prêt de la discothèque, située à l'étage. Deux enquêteurs, postés sur le parvis de la discothèque (équipé de plusieurs tables, chaises et fauteuils) remettaient le questionnaire aux arrivants qui disposaient donc, après leurs emprunts à la discothèque, d'un espace commode pour répondre à l'enquête. Un fichier de 316 questionnaires utilisables a ainsi été constitué. La représentativité de l'échantillon n'est pas totalement assurée : les usagers actifs, plus nombreux à fréquenter la médiathèque le

samedi, sont globalement sous-représentés. Mais l'observation des tendances fortes et l'étude des relations entre variables sont néanmoins possibles.

### Une communauté à distance

On ne doit évidemment pas perdre de vue qu'on a affaire à une population ciblée, appartenant à la frange des 30 % de Français qui fréquentent les médiathèques.

La moitié des usagers de la discothèque de Grand'Place vient au moins une fois chaque semaine, ce qui constitue un assez fort niveau de fréquentation<sup>5</sup>.

Quel que soit leur niveau d'assiduité, les usagers se partagent entre

1. Joëlle Le Marec, « Le public, définitions et représentations », *BBF*, 2001, t. 46, n° 2, p. 51.

2. Susanne Peters, Odile Riondet, *et al.*, « Les publics des bibliothèques musicales », *ibid.*, p. 25.

3. C'est l'objectif poursuivi par l'enquête de satisfaction de Susanne Peters et Odile Riondet citée en référence, menée en 1999 sur neuf sites dans sept villes différentes.

4. L'appel à collaboration aux « chers lecteurs » de la discothèque était signé par l'équipe des discothécaires. Par contre, le questionnaire était très clairement identifié comme recherche universitaire.

5. Un usager sur trois fréquente une bibliothèque ou une médiathèque chaque semaine dans l'enquête d'Olivier Donnat. Cf. *Les Pratiques culturelles des Français*, Paris, La Documentation française, 1998, p. 244.

*Maître de conférences de sociologie à l'université Pierre-Mendès-France de Grenoble, François Berthier a dirigé le Département de sociologie de l'UPMF, ainsi que le Laboratoire de sociologie opérationnelle à l'université de Savoie. Docteur en sociologie, il est le coauteur de : Le sondage d'opinion (ESF, Librairies techniques, 1978) et Mythe et révolutions (PUG, 1990) et a écrit de nombreux articles dans des revues de sociologie.*

« lecteurs » et « non-lecteurs ». Les premiers (un bon tiers) passent à la bibliothèque du rez-de-chaussée chaque fois qu'ils viennent, et parfois davantage qu'à la discothèque du premier étage ; les seconds, majoritaires, se rendent moins ou pas du tout à la bibliothèque. Si les « lecteurs » sont plus nombreux que les autres à ne pas savoir jouer d'un instrument, à posséder peu de disques, à manifester des goûts classiques, des préoccupations de culture générale et une orientation plus dilettante, les « non-lecteurs » regroupent davantage de musiciens et d'amateurs de rock.

Les usagers interrogés sont près de six sur dix à savoir jouer, « *ne serait-ce qu'un peu* », d'un instrument de musique<sup>6</sup>. Les quatre cinquièmes d'entre eux en jouent encore actuellement. On peut rapprocher ce niveau de savoir-faire et de pratique de celui de l'ensemble de la population française : 25 % de musiciens, dont la moitié a abandonné la pratique de l'instrument qu'ils avaient appris à jouer.

Évidemment, les documents empruntés diffèrent significativement selon le niveau d'activité musicale, évalué suivant trois niveaux d'implication : pratique collective d'un instrument, pratique solitaire ou pratique ancienne abandonnée<sup>7</sup>, aucun apprentissage. Plus le niveau d'implication augmente, plus l'on emprunte

6. Pour assurer la comparabilité des données, nous avons repris l'intitulé exact d'une question de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français.

7. La pratique solitaire requiert moins d'implication sociale que la pratique collective ; elle est plus souvent occasionnelle et va rarement au-delà des quelques morceaux sauvés du temps de l'apprentissage musical.

**Tableau 1. Type d'emprunt à la médiathèque selon l'activité musicale**

	Pratique collective %	Solitaire ou abandon %	Non musicien %	Total %
Des disques	38	52	59	49
Des cassettes vidéo	7	8	13	9
Des cédéroms	4	9	11	7
Des livres sur la musique	17	14	11	14
Des partitions	24	13	6	15
Des méthodes d'instruments	10	4	-	5
Total	100	100	100	100
Effectifs *	250	161	218	629

\* Plusieurs réponses possibles.

**Tableau 2. Fréquentation de la discothèque selon le nombre de disques possédés**

	Moins de 70 %	70 à 180 %	Plus de 180 %	Total %
Au moins une fois par semaine	38	50	58	48
Une ou deux fois par mois	32	34	37	34
Plus rarement	30	17	5	18
Total	100	100	100	100
Effectifs	100	109	86	295

d'ouvrages sur la musique et de documents « techniques » (partitions et méthodes d'instrument), comme il apparaît dans le tableau 1.

Qu'ils soient musiciens ou non, les usagers interrogés possèdent en moyenne 178 CD (de 0 à 2 300 disques)<sup>8</sup>. Qu'en est-il de leur fréquentation de la discothèque ? On pourrait penser que les collectionneurs les mieux pourvus s'intéresseraient moins que les autres aux ressources offertes par le prêt ; n'ont-ils pas des centaines, voire des milliers d'heures d'écoute possible à domicile ? C'est le contraire qui est vrai : plus la taille de leur discothèque personnelle est grande, plus la fréquentation des usagers est forte (cf. tableau 2).

Ce phénomène cumulatif (avec un seuil marqué à 70 disques) traduit l'importance accordée au centre d'intérêt musical, et, partant, le niveau

d'implication des enquêtés, ce que confirme l'observation du profil des deux groupes extrêmes : « moins de 70 CD » opposé à « plus de 180 CD ». Les premiers sont plus souvent éloignés de la discothèque qu'ils fréquentent peu, ainsi d'ailleurs que les concerts et les musées. Au moment du choix, ils tendent à prendre ce qu'ils trouvent dans les bacs. Il s'agit d'un groupe plus féminin, jeune et étudiant. Les grands collectionneurs constituent symétriquement un groupe plutôt plus masculin et vieux, se montrent davantage attirés par le classique, soucieux d'améliorer leur culture générale (parfois par nécessité professionnelle) et, de manière tout à fait révélatrice, décident plus souvent que tous les autres d'acheter les disques précédemment empruntés.

Une liaison significative existe d'autre part entre niveau d'activité musicale et nombre de disques possédés (cf. tableau 3).

L'effet prescripteur de l'emprunt peut être mesuré également par rapport à la population globale : deux tiers des répondants à notre enquête

8. Bien entendu, dans notre population ciblée, cette auto-évaluation impromptue est très approximative (puisqu'ils n'ont pas la possibilité de compter leurs disques !), avec un repère symbolique à « 100 CD ». On peut néanmoins identifier des groupes de niveau.

Tableau 3. Nombre de disques selon l'activité musicale

	Pratique collective %	Solitaire ou abandon %	Non musicien %	Total %
Moins de 70	24	37	37	33
De 70 à moins de 180	34	33	43	38
180 et plus	42	30	20	29
Total	100	100	100	100
Effectifs	88	79	126	293

Tableau 4. Assistance à un concert selon l'activité musicale

	Pratique collective %	Solitaire ou abandon %	Non musicien %	Total %
Oui	83	69	58	69
Non	17	31	42	31
Total	100	100	100	100
Effectifs	92	81	129	302

disent posséder plus de 100 disques, ce qui représente deux fois le score national pour « Paris intra-muros », « cadres supérieurs » ou « études supérieures » dans l'enquête sur la France entière<sup>9</sup>.

Quatre répondants sur dix ont un graveur de CD. Soulignons que cette caractéristique n'est pas liée au nombre de disques possédés, alors que, on l'a vu, l'emprunt et l'achat le sont de façon tout à fait significative.

Les trois quarts des répondants ont un micro-ordinateur (« tous usages » il est vrai) à domicile. Mais on trouve la même proportion par exemple pour l'adresse électronique, à domicile *ou* sur le lieu de travail, avec une accentuation significative chez les jeunes et les étudiants ayant déjà de 200 à 350 disques : il pourrait s'agir d'une clientèle potentielle intéressante pour une généralisation de l'informatisation du prêt (par bornes ou autres).

Cette compétence est à rapprocher des habitudes d'aide au choix<sup>10</sup> : six usagers sur dix utilisent le catalogue informatisé sur place, deux sur dix la consultation à distance sur Internet – avec une accentuation chez

les techniciens et les amateurs de musiques nouvelles. Bien entendu, les deux comportements d'aide au choix peuvent coexister chez un même emprunteur.

En matière de choix sur place, les réponses modales consistent, là encore de manière non exclusive, à prendre ce que l'on trouve dans les bacs, et/ou à venir chercher quelque chose de précis (2 usagers sur 3 chaque fois). Mais le présentoir des nouveautés, qui met ostensiblement en scène le rôle de prescripteur du personnel, attire un tiers des comportements observés<sup>11</sup>.

Comment s'appropriet-on le disque, une fois revenu chez soi ? Presque tout le temps, on l'écouterait plusieurs fois ; dans deux cas sur trois, on l'enregistrera ou on le gravera.

Sur un autre plan, on relève sans surprise un fort niveau d'intérêt pour

10. Le non-recours à l'aide au choix ne signifie pas pour autant une meilleure connaissance ; c'est même semble-t-il le contraire : il y a ainsi une forte corrélation avec l'incapacité avouée à citer un musicien « préféré en ce moment quel que soit le genre de musique », et davantage de réponses exprimées en termes de disco, dance, funk, musique du monde.

11. Susanne Peters, *et al.*, *op. cit.* : c'est l'effet le plus visible, quoique indirect, d'une « activité de conseils, d'information voire de prescription du personnel ».

la musique vivante : deux enquêtés sur trois ont assisté à au moins un concert *payant* (démarche sociologiquement très impliquante) au cours des douze derniers mois. Cette pratique est significativement liée chez les usagers de la discothèque de prêt au nombre de disques possédés et au niveau d'activité musicale (*cf.* tableau 4).

Par contre, l'assistance aux concerts n'est pas liée chez les emprunteurs de la discothèque à des critères sociaux : on voit se dessiner là une communauté à distance relativement homogène. La même constatation avait pu être faite sur un autre terrain étudié naguère par Nicole Berthier : celui des mélomanes de France-Musique. Les comportements et les représentations des mélomanes n'apparaissent pas qualitativement différents selon le niveau social ; simplement, et ceci se retrouve tout à fait à la discothèque, les mélomanes étaient moins nombreux dans les catégories populaires que dans les catégories « intellectuelles supérieures »<sup>12</sup>.

De la même façon, un comportement aussi « classant » que la visite au musée de peinture concerne encore la majorité des répondants. Certes, on peut repérer chez les usagers de la discothèque qui fréquentent les musées un effet de l'âge et de la préférence musicale : les visiteurs apparaissent à la fois plus âgés et davantage intéressés que les autres par la musique classique et les concerts. Par contre, là non plus, on ne retrouve pas d'effet du diplôme ou de la catégorie socioprofessionnelle.

On peut généraliser ces observations concernant des variables d'identification généralement très discriminantes dans les enquêtes culturelles et pratiquement sans effet ici. Soulignons une fois encore que les utilisateurs appartenant aux classes « défavorisées » ont le même type

12. Nicole Berthier, *Mélomanes et culture musicale, étude d'un statut socio-culturel*, Thèse de doctorat de sociologie, université de Grenoble 2, 1975, p. 88 et 254-255.

9. *Pratiques culturelles des Français, op. cit.*, p. 103.

Tableau 5. Classification des amateurs de musique

	Motivations	Attentes
Méthodiques	Profession ou études	Améliorer méthodiquement votre connaissance de la musique
Aventuriers	Culture générale Découverte	Explorer des territoires inconnus
Hédonistes	Plaisir musical	Varié les plaisirs Vous procurer des sensations
Opportunistes	Divertissement C'est bon marché	Profiter de ce qui est disponible

d'usage de la discothèque que les autres utilisateurs ; simplement, ils sont proportionnellement moins représentés. C'est pourquoi par exemple la présence de 50 % de surdiplômés ne crée pas de clivage significatif au niveau des comportements ou des représentations<sup>13</sup>.

On constate par contre un très fort dimorphisme sexuel<sup>14</sup>. Il y a un tiers seulement de femmes dans les usagers de la discothèque, et elles sont de surcroît beaucoup moins assidues que les hommes : ce qui n'est pas du tout le cas, tant s'en faut, à la bibliothèque. Il doit en outre y avoir un effet aggravant de « réponse légitime », concernant un centre d'intérêt repéré par les utilisatrices comme plutôt de valence masculine, donc davantage d'évitement. Pour preuve, des remarques orales (à l'adresse des discothécaires ou des enquêteurs) telles que les suivantes : « *Mon époux, c'est son truc ; moi d'habitude, je vais à la biblio avec les enfants, et lui monte aux disques* » ; « *Je suis venue avec la carte de mon mari, qu'est-ce qu'il prend, d'habitude ?* » ; « *Je vais remplir votre questionnaire, ça vous fera toujours au moins une femme* » ; « *C'est mon mari qui va répondre, il saura mieux* ».

13. Les analyses de Pierre Bourdieu sur l'éthos de classe (cf. notamment *La Distinction*, Paris, Éditions de Minuit, 1979) doivent donc être nuancées à propos des comportements culturels : si les clivages jouent à plein pour le recrutement, la distinction s'efface notablement dans les usages des membres.

14. Susanne Peters, *et al.*, *op. cit.* Le profil d'usager masculin, jeune et diplômé est une constante dans les enquêtes publiées en France et à l'étranger.

Les traits distinctifs abondent entre les utilisateurs des deux sexes, à commencer par le nombre de disques possédés, plus modeste chez les enquêtées. Mais il est question aussi de préférences et de styles. Ainsi, les choix féminins font davantage place à la chanson, aux musiques du monde et musiques de films, et singulièrement au répertoire classique. L'apprentissage obligé de la musique (avec un professeur particulier ou à l'école et/ou au conservatoire) répond à cette palette de goûts « raisonnables ». Les choix masculins, plus libres, font plus de place au rock (voire au reggae) et à l'auto-apprentissage, débouchant sur une pratique actuelle beaucoup plus nette. Le souci de culture générale est plus affirmé. Conséquence : l'emprunt plus important de méthodes d'instruments (apprentissage) et de livres sur la musique (culture).

La moyenne d'âge observée des utilisateurs est de 32 ans (de 13 à 83 ans), 17 % seulement ont plus de 45 ans. L'effet de l'âge accentue les choix « conservateurs » (opérette), l'absence d'informatisation, et surtout la faible assiduité. À cet égard, les plus âgés constituent le seul groupe à faible fréquentation et pourtant à discothèque personnelle importante (au rebours du lien constaté *supra*, pour l'ensemble des enquêtés, entre nombre de disques et assiduité). On retrouve d'ailleurs chez les seniors, comme chez les femmes, un sentiment diffus d'exclusion. Il est parfois lié, dans le discours des personnes interrogées du troisième âge, à l'archi-

tection intérieure de la médiathèque : environnement perçu comme trop *high tech*, mais aussi matériellement séparé, dénivélé (la discothèque se trouve à l'étage) par un grand escalier type « échelle de meunier ».

### De quelques figures : désinvoltes ou appliqués ?

Pour mesurer les expectations des usagers, deux indicateurs de disposition ont été utilisés : attentes (« vous venez chercher surtout... ») et motivations principales pour emprunter des disques. On observe dans chaque distribution l'entrecroisement des caractéristiques, car les enquêtés tendent à donner plusieurs réponses simultanées. Mais, en croisant les deux variables, on va pouvoir évaluer la proximité sémantique des choix, donc effectuer des regroupements « typologiques » pertinents. À cet égard, il est intéressant de rapprocher l'inventaire des réponses à notre enquête de la classification des amateurs de musique proposée par Antoine Hennion, qui comprend « deux couples d'oppositions croissables »<sup>15</sup> : Aventuriers/Opportunistes et Méthodiques/Émotifs – catégories non complètement exclusives. Ce modèle fonctionne bien avec nos données quantitatives. Nous remplaçons toutefois le pôle « Émotifs-sensibles » par « Hédonistes » (cf. tableau 5).

Pratiquants et non-pratiquants de la musique viennent-ils chercher la même chose ? Plonger au fond de l'inconnu ou se laisser porter par la vague ? On observe une corrélation significative entre attentes et niveau d'activité musicale. Le souci de perfectionner son savoir musical augmente avec l'implication du répondant, du non-musicien au membre

15. Antoine Hennion, *Figures de l'Amateur, Forme, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, La Documentation française, 2000, p. 124. L'esquisse de typologie proposée par l'auteur est obtenue à partir d'entretiens qualitatifs d'amateurs de musique classique de la région parisienne.

Tableau 6. Figures de l'attente selon l'activité musicale

	Pratique collective %	Solitaire ou abandon %	Non musicien %	Total %
Méthodiques	25	13	10	16
Aventuriers	25	27	25	26
Hédonistes	30	33	37	34
Opportunistes	20	27	28	25
Total	100	100	100	100
Effectifs *	169	143	207	519

\* Plusieurs réponses possibles.

d'une formation instrumentale ou vocale. Et si la volonté de découverte est communément partagée, la quête du plaisir est plus affirmée chez les non-musiciens, le choix impulsif moins marqué chez les musiciens les plus actifs (cf tableau 6).

On peut enfin se demander à quelle figure d'usager correspond le mieux la résolution d'acquérir, parfois, le disque emprunté. La décision d'achat décroît des Méthodiques jusqu'aux Opportunistes (de 15 à 4 %), ce qui est bien dans la logique « application *versus* désinvolture ».

### Approche synthétique : « faire son marché » à la discothèque...

Une analyse factorielle a été réalisée à partir de la variable « Activité musicale » et de sept autres questions de l'enquête qui avaient trait à l'usage de la discothèque de Grand'Place : fréquentation au cours des douze derniers mois, genre de musique emprunté le plus souvent, type de documents empruntés, motivations, attentes, stratégies de choix sur place et, enfin, mode d'appropriation des disques une fois de retour à la maison.

La projection des *items* (réponses possibles) sur le plan défini par les deux premiers axes fait apparaître des localisations intéressantes (cf schéma).

De gauche à droite, on va progressivement du passe-temps à l'effort : c'est tout d'abord une zone empreinte

de légèreté et de désinvolture, centrée sur le divertissement, la variété dans les plaisirs, le choix de ce qui se présente, les occasions offertes. Activité peu coûteuse, intellectuellement et financièrement : c'est ici qu'on met davantage en avant la modicité du prix de l'abonnement. On traverse ensuite, s'approchant du centre de la carte, des régions marquées par l'hédonisme, où se rencontrent plaisir musical, curiosité et sensations, avec un glissement progressif vers davantage d'exigence culturelle, de références maîtrisées (on vient chercher « quelque chose de précis ») et de risques assumés à travers le souci d'explorer des territoires musicaux inconnus. Apparaissent enfin, au terme de cette traversée, l'expression d'une volonté d'améliorer systématiquement sa connaissance de la musique, ainsi que le poids de contraintes documentaires liées aux cursus et aux professions en relation avec la musique.

L'appropriation des disques empruntés, dont on a déjà souligné la forte tendance centrale aux écoutes répétées et au gravage (ou enregistrement sur cassette), correspond bien aux changements du paysage, tout au long de ce parcours. S'y opposent des conduites plutôt détachées ou plutôt impliquantes. D'un côté, on écoute, mais pas plus d'une fois, on prête le disque à des amis - « *Ne le garde pas trop longtemps, il faut que je le rende* » - , on oublie parfois de l'écouter. À l'autre extrémité, on pourra décider d'acheter le disque ; on pos-

sède en tout cas les réflexes d'une démarche orientée vers la connaissance : on demande conseil au personnel, on vient avec un guide.

L'activité musicale proprement dite (de « Musi - » à « Musi + ») est étroitement corrélée avec le parcours qu'on vient d'esquisser : une légère rotation suffit à confondre les deux trajectoires. C'est d'ailleurs cette variable qui fournit la plus forte contribution.

On a introduit en variable « supplémentaire » (c'est-à-dire n'intervenant pas dans la constitution de l'analyse) le nombre de disques possédés (de moins de 70 à plus de 180 CD), bien corrélé avec l'activité musicale et les styles de comportements, attentes et motivations.

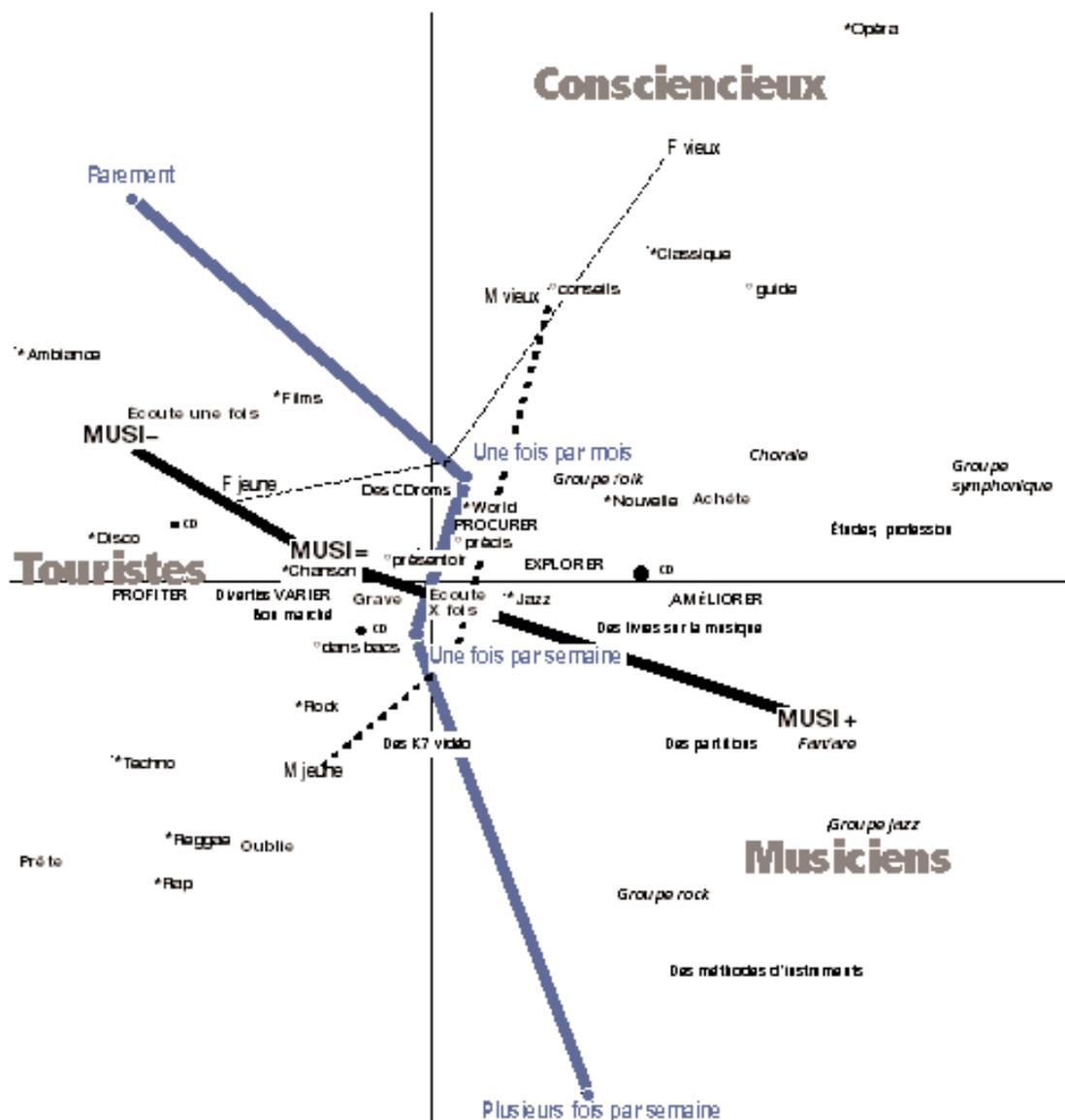
Le groupe musical fréquenté, s'il y a lieu, par les enquêtés est une autre variable supplémentaire de l'analyse. Bien évidemment, le « nuage de points » correspondant aux organisations où l'on pratique la musique ou le chant collectif gravite autour du pôle des musiciens actifs, avec une gradation des groupes informels ou occasionnels vers les groupes plus cristallisés et/ou à plus forte technicité.

Le choix des documents empruntés dépend très fortement de l'activité musicale et du niveau d'exigence culturelle : livres sur la musique (plus proches des démarches de conseil et guidance), partitions musicales et méthodes d'instruments sont très fortement décalés sur la droite du plan.

Perpendiculairement à cet axe « culture et activité musicale », depuis les préoccupations plus libres et secondaires jusqu'aux activités plus « sérieuses » et exclusives, une autre dimension correspond à la fréquence de visite à la discothèque : de « rarement » en haut, jusqu'à « plusieurs fois par semaine » en bas.

Les deux dimensions organisent l'espace d'attributs des statuts et des pratiques : hommes et femmes, jeunes et vieux, lecteurs et non-lecteurs, etc. Pour les choix préférentiels, on voit que techno, reggae et rap se situent à

Schéma. Analyse factorielle de l'activité musicale



la rencontre du divertissement et de la fréquentation assidue, attentes et comportement en complète opposition à celle des amateurs de classique et surtout d'opéra, à la fois plus exigeants et beaucoup moins assidus. On notera aussi le décalage symptomatique sur le graphique, avec un pivot sur « une fois par mois » et « une fois par semaine », des courbes établies pour les deux sexes, selon trois classes d'âge.

Une typologie a été construite à partir de cette analyse. Les enquêtés se répartissent, sur fond de passion commune, en trois types d'effectifs comparables et d'assiduité décroissante :

- *les Musiciens* (30 %), centrés sur la pratique musicale actuelle et collective ;
- *les Touristes* (40 %), opportunistes, versatiles et plutôt plus jeunes que les autres usagers ;

- *les Conscientieux* (30 %), désireux de bien faire, un peu plus vieux et féminins.

Pour évoquer de manière (pensons-nous) suggestive la tonalité des trois types (et donc l'attitude générale des membres), nous proposons la métaphore des « courses à la discothèque », tour à tour « visite au magasin spécialisé » (où l'on recherche des appuis techniques à la pratique de son art), « lèche-vitrines » (sur fond de

curiosité et espoir de sensations nouvelles) ou « vente sur catalogue(s) » (colorée d'esprit de système). Cette formule-mère<sup>16</sup> rend compte *in fine* du niveau d'implication des types : « Touristes » et « Consciencieux », à des degrés divers, mettent davantage à distance l'objet musical - activité favorite et/ou élément de culture plus que choix de vie.

### Conclusion

On s'arrêtera sur trois aspects de l'institution soumise à l'enquête : le recrutement et le style de la clientèle, l'interaction personnel-usager, le prêt lui-même.

1. À la discothèque, on a identifié trois manières d'être au sein d'une même communauté à distance globalement homogène d'usagers. Ce ne sont pas les déterminants sociaux qui sont discriminants *parmi* cette clientèle ciblée, mais, en grande partie, le savoir-faire acquis par l'apprentissage d'un instrument de musique, surtout lorsqu'il est encore utilisé dans la pratique collective : ce sont les musiciens actifs, public d'ailleurs majori-

taire, qui se montrent les plus exigeants dans leurs attentes et leurs choix. L'âge et le sexe jouent également un rôle dans la détermination des types.

Au regard de l'enquête,  
le prêt en discothèque  
n'est probablement pas  
le « parent pauvre »  
de la consommation  
culturelle,  
mais plus sûrement  
un catalyseur important  
« d'acquisitions pour  
toujours », de rêves  
et d'explorations  
imaginaires

Par contre, les variables d'identification jouent à plein sur le *recrutement* des usagers. Au-delà de la commune pratique, on constate la présence de très peu d'enquêtés peu diplômés et issus de milieux modestes. Les femmes et les visiteurs âgés sont également en minorité.

2. D'un point de vue plus prospectif, il apparaît qu'une évolution du dispositif de prêt (notamment si l'on souhaitait élargir la clientèle de la discothèque), devrait sans doute faire droit à la fois :

- à la compétence informatique tout à fait remarquable d'une bonne partie des utilisateurs plutôt jeunes pour développer les procédures de recherche et d'enregistrement automatisées (voire délocalisées) ;
- et aux habitudes de choix des moins jeunes davantage orientées vers la recherche d'une relation « authentique », non médiatisée (accueil-conseil).

3. L'importance du gravage, qui pérennise « gratuitement » (et comme par magie) l'emprunt éphémère, est réelle mais ne doit pas être surestimée. Car ce recours participe largement de la logique du prêt : usage bon marché à tous égards d'objets culturels, qui restent parfois quelque peu « inappropriés » mais sont bien plus souvent des éléments d'un processus cumulatif d'écoute (par la pratique vivante, au disque, à la radio, en concert).

Au regard de l'enquête, le prêt en discothèque n'est probablement pas le « parent pauvre » de la consommation culturelle, mais plus sûrement un catalyseur important « d'acquisitions pour toujours », de rêves et d'explorations imaginaires.

Décembre 2001

16. Paul Lazarsfeld, « La notion de formule-mère », *Le Vocabulaire des sciences sociales*, Paris, Mouton, 1965, p. 255. « ...Concept descriptif qui permet d'embrasser et de résumer en une seule formule une somme importante d'observations particulières ».