

Conférence annuelle ICOM CECA Louvain, Belgique 12/16 octobre 2020

Co-création au sein et au dehors du musée
Partenaires: ICOM BELGIQUE, FARO, KU LEUVEN, M
LEUVEN, MOOSS

1) Thème de la conférence

CO-CREATION AU SEIN ET AU DEHORS DU MUSEE



La conférence CECA 2020 se concentrera sur un certain nombre de questions étroitement liées à la co-création dans les musées.

Un nombre croissant de musées misent désormais sur un cadre de réflexion et d'action participatif. Prenant une mission inclusive comme point de départ, ils embrassent le dialogue, la coopération et la co-création avec des communautés et individus divers, jeunes et moins jeunes. Ce nouveau ton semble irréversible. Collaborer et dialoguer avec le public est une force de motivation pour de nombreuses organisations et on y travaille ardemment,

non seulement au sein mais aussi en dehors du musée. Plus qu'une tendance, il s'agit bel et bien d'une nouvelle vision du musée et de sa mission. Comme la co-création touche plusieurs domaines d'activité d'un musée, la responsabilité n'en incombe pas seulement aux départements de l'éducation ou de communication vers le public, mais à l'ensemble de l'organisation. Un commissariat d'expositions éducatif et centré sur le public (educuration comme le résume si bien le terme anglais) constitue un bel exemple de cette évolution sa réussite étant conditionnée par une active participation des publics mais aussi par une co-création harmonieuse entre les différents services du musée.

Les questions pertinentes pourraient inclure :

- L'influence de la co-création et de la pédagogie sur les présentations des musées : quels sont les défis que nous envisageons ?

* Dans les projets participatifs, le musée et les communautés associées parcourent un processus souvent long et intense. Il y a généralement aussi une volonté de "présenter" ce cheminement et c'est là que les musées retombent fréquemment dans les modes de présentation dont ils sont experts, les expositions. Mais est-ce là la meilleure manière de capter et de restituer un processus co-créatif ? Y a-t-il d'autres moyens et, si oui, lesquels ?

** Entrer activement en dialogue avec le public est un moyen efficace de permettre à de nombreuses voix de se faire entendre. Quelles perspectives et interprétations sont possibles en partant des objets de musée ? Comment faire justice à une multiplicité de perspectives dans une présentation ? Et comment encourager les visiteurs à faire entendre leur voix ?

*** Les présentations des musées sont généralement basées sur une idée très claire, et développées à partir d'une base de connaissances existante : les responsables de l'exposition décident en amont autour de quelle information et de quel message l'exposition s'articulera. La pratique co-créative les contraint à abandonner cette méthode de travail. Ce n'est qu'au cours du processus que la forme et le contenu prennent corps. Qui plus est, la réussite du projet dépend non seulement des collaborateurs du musée, mais aussi de tous ceux qui y participent. Comment les musées gèrent-ils cela et quels sont les rapports entre les différents participants ?

- La co-création au sein du musée : comment la collaboration avec le public affecte-t-elle l'organisation elle-même ?

* La collaboration avec le public exige certaines compétences de la part des collaborateurs du musée qui prennent part au projet. Desquelles s'agit-il ? Peut-on s'attendre à ce que tout le monde possède ces compétences ? Est-il nécessaire de faire appel à une expertise externe ? Et si oui, comment assurer l'ancrage structurel ?

** Si la co-création est bel et bien intégrée au sein du musée, cela pourrait-il modifier sa structure et son fonctionnement ? Les musées sont-ils prêts à changer la culture et la structure de leur organisation ? Quelle forme ce changement prendrait-il ? Qu'est-ce qui est souhaitable et indispensable ?

*** Les projets de co-création sont souvent des initiatives temporaires. Comment intégrer durablement la coproduction et les pratiques - ou plutôt leurs effets - dans la structure du musée ?

- Quels peuvent être les effets de la co-création muséale sur les communautés/la société ?

| * Comment et par qui sont formulés les objectifs des projets de co-

créatifs ? A quoi donne-t-on la priorité ? Qu'espère-t-on atteindre tant au niveau du musée qu'au niveau des personnes/communautés concernées ? Comment trouver un équilibre entre toutes les parties ?

** Comment peut-on mesurer les effets de la co-création ? Comment les communiquer, et à qui ? Dans quel délai faut-il espérer voir des effets ?

*** Les musées obtiennent-ils l'impact social qu'ils souhaitent générer à travers des projets co-créatifs ? Quel retour sociétal peut-on constater ? La co-création est-elle toujours la meilleure solution ? Existe-t-il des situations dans lesquelles les musées feraient mieux de ne pas impliquer le public à ce point ? Ou, par exemple, seulement de manière ponctuelle, en tant que consultant ? En bref, quelles sont les conditions préalables qui rendent la co-création réellement souhaitable et nécessaire ?

- Un dialogue actif avec le public refaçonne-t-il le "travail pédagogique et éducatif" des musées ?

* Les services d'éducation et de communication vers le public utilisent une série d'outils de médiation. Ce sont souvent des méthodologies qui soutiennent l'apprentissage traditionnel. Quels outils et méthodologies peuvent soutenir les processus de co-création ?

** La co-création est étroitement liée à la théorie constructiviste de l'éducation. Tournons-nous le dos à l'apprentissage traditionnel une fois pour toutes ? Quelles évolutions pouvons nous observer [ou pas] dans la pratique ?

*** Le personnel des départements de l'éducation et de la communication se montre, spontanément impliqué dans le travail de co-création. Mais comment peuvent-ils mettre la co-création en pratique au sein de l'organisation afin que la responsabilité et l'appropriation soient plus largement portées ? Ou comment peuvent-ils impliquer des collègues d'autres départements et de la direction ?

**** À quel point le travail "co-créatif" est-il "co-créatif" ? S'il semble qu'en associant davantage le visiteur ou le public, quelque chose de créatif voie automatiquement le jour, le contraire est aussi souvent le cas. Le public ne se montre pas toujours créatif, mais recentre souvent naturellement les idées créatives vers le courant dominant. En conclusion, ne devons-nous pas plutôt parler de travail "co-créant" au lieu de travail "co-créatif" ?

2) Modalités de participation en tant qu'intervenant

Les participants sont invités à partager, des exemples, des idées, des bonnes pratiques et des recherches autour du thème "CO-CREATION AU SEIN ET EN-DEHORS DU MUSÉE".

Il est possible de proposer une intervention au cours de la conférence et ceci

sous diverses formes :

- **Présentation thématique**

*Temps : 15 minutes

Présentation rigoureuse et critique d'un sujet en relation avec l'un des sous-thèmes de la conférence.

- **Présentation de recherche**

* Temps : 20 minutes

La présentation doit inclure la question ou le problème soumis à la recherche, la méthode ou les outils utilisés, les résultats obtenus ainsi que leur interprétation.

La présentation doit se limiter à la seule quantité de données susceptibles d'être traitées pendant le temps alloué. Trop de données présentées sans explication sont en général mal perçues par l'auditoire.

- **Marché aux idées**

* Temps : 7 minutes

La présentation doit décrire une idée ou un projet précis, novateur par son propos et ses résultats, réalisé au musée du présentateur. L'idée ou le projet doit pouvoir être transposable dans un autre musée. Il ne peut ici s'agir de la présentation de son musée ou de ses activités.

- **Poster**

Poster sous forme d'affiche ou de panneau

Temps illimité

Un poster présente un texte et quelques illustrations (photographies, diagrammes, tableaux, graphiques, etc.) en relation avec le thème du panneau.

Le texte doit être clair et concis et comporter des titres pertinents. Les informations suivantes doivent figurer sur le panneau :

Nom de l'auteur, institution et adresse de courriel

Identification et importance du sujet traité

Originalité du projet

Résultats ou produit final

Conséquences et suivi.

Dimensions : en règle générale 1m de haut x 60 cm de large. Prévoir éventuellement des copies moins coûteuses à distribuer.

Le présentateur devra se trouver près de son panneau pendant le temps alloué à la session des posters afin de répondre aux éventuelles questions des participants et d'échanger ses informations.

● Groupes d'intérêts spéciaux

Quatre thèmes seront abordés dans le cadre des GIS :

1. Patrimoine (immatériel) et tourisme. Coordinateur: Frederike van Ouwerkerk (ouwerkerk.f[at]nhtv.nl ou Ouwerkerk.F[at]buas.nl).
2. Développement professionnel des éducateurs des musées. Coordinateur : Wencke Maderbacher (wencke.maderbacher[at]yahoo.de).
3. Évaluation des programmes d'éducation. Coordination: Anne Jonchery (anne.jonchery[at]culture.gouv.fr), Raffaella Russo Ricci (raffaella.ricci[at]mahj.org), Marie pierre Bera Delaporte (marie-pierre.delaporte[at]mahj.org).
4. Nouvelles technologies appliquées aux musées, Coordinateur: Areti Damala, (areti.damala[at]gmail.com).

* Une manière nouvelle d'apporter une contribution à la conférence consiste à se mettre en contact avec les responsables des Groupes d'intérêts spéciaux et à leur proposer une contribution sur la thématique qu'ils animent.

Cette contribution au cours de la conférence devra respecter la dynamique interactive souhaitée dans ces groupes de discussion.

Les interventions au cours des GIS respecteront les règles suivantes :

Envoi avant le 15 Avril 2020, du nom de l'intervenant, du nom de son institution et d'une thématique d'intervention. Les interventions orales devront être de courte durée (5 mn maximum) et comporter des pistes de réflexion favorisant la discussion au sein du groupe.

Compte tenu du nombre habituel très important de propositions de présentation, les contributions portant sur le thème de la co-création seront privilégiées par les organisateurs, à l'exception des présentations de recherche qui pourront porter sur des recherches en cours, hors thématique.

L'ensemble des contributions seront annoncées dans le programme de la conférence.

L'appel à communications se termine le 15 Avril 2020.

Les propositions de communication devront être envoyées à : [à confirmer]

3) Un atelier de formation à la recherche appliquée "Améliorer l'efficacité d'un programme éducatif ou culturel" est également proposé au cours de la conférence

But : Perfectionner des professionnels du milieu muséal déjà initiés à la démarche de recherche, mais qui souhaitent en approfondir certains aspects

Participants : Personnes qui ont déjà participé au Prix Bonnes Pratiques ou au Prix Colette Dufresne-Tassé pour la recherche ou toute personne ayant déjà une petite expérience de recherche appliquée dans son institution

Déroulement au cours de la conférence annuelle :

L'atelier sera proposé, au cours d'une matinée de quatre heures, par trois formateurs, en anglais, français et espagnol, à un nombre limité de participants

Ceux-ci apporteront lors de l'atelier un projet de recherche qu'ils ont initié et qui peut être le même que celui qui a été présenté pour l'un ou l'autre des deux prix précités.

Candidatures : Les candidatures doivent être envoyées à l'adresse : PrixCDT@gmail.com avant le 15 Avril 2020

