

Enjoyment

Plaisir(s) de visite

Placer(es) de la visita

Edited by | Edité par | Editado por
Stéphanie Wintzerith

Enjoyment

Plaisir(s) de visite

Placer(es) de la visita

Edited by | Edité par | Editado por
Stéphanie Wintzerith

A publication of:

Une publication de :

Una publicación de:

M CECA

CECA – Committee for Education and Cultural Action is a committee of the International Council of Museums (ICOM) network.

Description de la collection

Cette collection rassemble les résultats de la recherche et de l'expérience professionnelle des membres du CECA, le Comité pour l'éducation et l'action culturelle, un comité international du Conseil International des Musées (ICOM).

Conseil scientifique de la publication

Asmah Alias – National Heritage Board, Singapour
Marie-Françoise Delval – France
Colette Dufresne-Tassé – Université de Montréal, Canada
Anne-Marie Emond – Université de Montréal, Canada
Marina Gross-Hoy – Université du Québec à Montréal, Canada
Rosa María Hervás Avilés – Universidad de Murcia, Spain
Margarita Laraignée – Centro Cultural Alfonsina Storni, Buenos Aires, Argentine
Silvana M. Lovay – Universidad de Buenos Aires, Argentine
Wencke Maderbacher – Moesgaard Museum, Danemark
Angela Manders – ArteKino, Pays-Bas
Marie-Clarté O'Neill – Institut national du patrimoine and Ecole du Louvre, France
Sylvie Savare – France
Nicole Gesché Koning – Belgique

Editrice

Stéphanie Wintzerith

Critères d'évaluation

Tous les textes publiés dans cette collection sont soumis à une évaluation anonyme par des pairs selon les critères suivants : originalité et pertinence du texte proposé ; cohérence théorique avec les domaines thématiques de la collection ; méthodologie et pertinence des outils de recherche ; exactitude linguistique et impact des analyses.

Toute forme de reproduction, même partielle, et par quelque procédé que ce soit, à des fins d'usage interne ou externe est strictement interdite et uniquement permise après autorisation écrite d'ICOM CECA.

Couverture, design et mise en page : Stéphanie Wintzerith.

Copyright © ICOM (CECA) 2025
ISSN 0253-9004

Nota bene

Les opinions et analyses exprimées dans cette publication sont celles de leurs auteurs. Elles ne correspondent pas nécessairement à l'opinion de l'ICOM, du CECA du comité de lecture d'*ICOM Education* ou des membres du comité.

Pour des raisons de simplicité linguistiques et de clarté de lecture, et conformément à l'usage courant, le masculin générique est employé dans l'ensemble des articles. Quelle que soit la langue d'origine de chaque article, ce masculin générique désigne toutes les personnes sans aucune distinction de genre.

Remerciements

Mes remerciements chaleureux vont à Nicole Gesché-Koning pour son aide logistique, en particulier dans le domaine des traductions et relectures.

Un grand merci également à tous les auteurs des articles pour leur bonne volonté et leur patience dans le long processus de publication, et surtout pour les articles merveilleux qu'ils m'ont proposés.

Merci aussi aux membres du comité du CECA pour avoir, malgré tout, maintenu l'objectif de publier *ICOM Education* 31.

Sommaire

Introduction

Plaisir de visite, plaisirs de visite	11
<i>Stéphanie Wintzerith</i>	

Considérations empiriques

Pour le plaisir – sinon, pourquoi viendraient-ils ?	19
<i>Stéphanie Wintzerith</i>	

Le bonheur est au musée

La notion de plaisir au Musée national de Beyrouth	37
<i>Anne-Marie Maïla-Afeiche</i>	
Plaisirs partagés – L'expérience d'un catalogue collaboratif dans un musée d'art bruxellois, le Art et marges musée	47
<i>Alix Hubermont</i>	

Des musées pleins d'humour

Dans la joie et la bonne humeur	65
<i>Susanna Lahtinen et Bengt Selin</i>	
Le musée décomplexé	75
<i>Ludovic Maggioni</i>	

Plaisirs numériques

Comment les musées scientifiques peuvent attirer plus de visiteurs à l'ère de l'Internet	83
<i>Ying Chen et Xian Song</i>	
Améliorer le plaisir dans les musées grâce à la médiation numérique	95
<i>Silke Krohn</i>	

Le musée bienfaisant

Des musées plus proches des personnes âgées	111
<i>Lila Heinola</i>	

Une étude de cas : L'Atelier – Nouvelle Galerie Graz	123
<i>Monika Holzer-Kernbichler</i>	

Quand le plaisir de visite n'est pas le propos

Il y a peut-être de la satisfaction à éclairer et démystifier l'histoire ? L'exposition commémorative de Wewelsburg <i>Idéologie et terreur des SS</i>	129
<i>Markus Moors</i>	

Acteurs professionnels au musée

Variables influençant le plaisir d'une visite dans un musée	141
<i>Graciela Beauregard Solís</i>	

Plaisir au Musée Royal des Beaux-Arts d'Anvers – Une joyeuse réunion d'ICOM CECA Belgique (2 mars 2023)	151
<i>Nicole Gesché-Koning</i>	

Collections de souvenirs

Emotion de muséologue	159
L'échappée enchantée	160
Architecture et harmonie	162
Mémoire	164
La poésie du silence	166
L'art à la maison	168

Prix de la Recherche

Etude de la relation entre deux institutions culturelles et leur environnement social dans le quartier de Carmen à Murcie	173
<i>Carlos Javier Egio Rubio et Victoria Osete Villalba</i>	

In memoriam

Cornelia Brüninghaus-Knupel	201
<i>Nicole Gesché-Koning</i>	

Auteurs	205
---------	-----

Introduction

Introduction

Introducción

Plaisir de visite, plaisirs de visite

Stéphanie Wintzerith

Contexte

Les personnes se rendant au musée, nos visiteurs, se comptent par millions à l'échelle d'un pays. Les musées comptabilisent leurs visiteurs, et les chiffres sont éloquentes : on enregistre des centaines de milliers (voire plus) de visiteurs chaque année dans les grands musées ou ceux de taille moyenne, des dizaines de milliers dans d'autres plus modestes. Ou plus exactement : des millions de visites, et non de visiteurs, comme on le dit communément. La nuance est importante, car elle tient compte à la fois de ceux qui découvrent un musée ou une exposition pour la première fois, et de ceux qui y reviennent.

Or s'ils reviennent, on peut supposer qu'ils ont apprécié leur première visite et/ou une visite précédente. Si les visiteurs assidus et autres « muséophiles » se rendent régulièrement dans les expositions, c'est bien parce qu'ils y trouvent un certain plaisir, voire un plaisir certain. Les visiteurs occasionnels ne s'y rendraient pas non plus s'ils s'attendaient à passer un mauvais moment. Quant aux publics dits captifs, il n'y a aucune raison qu'ils ne puissent pas, eux aussi, apprécier leur expérience de visite une fois sur place.

Il est certes vrai que tous les visiteurs ne sont pas nécessairement enthousiasmés, ni même satisfaits de leur visite. Il se peut que certains soient déçus, malgré tous les efforts des musées. On peut dire alors que le musée n'a pas su répondre à leurs attentes – si contradictoires soient-elles parfois. Pourtant ce ne sont pas ces visiteurs-là qui retiennent en priorité notre attention pour ce numéro d'*ICOM Education*, mais bien cette fois-ci les publics qui ont plaisir à visiter une salle d'exposition.

Portons donc un regard positif sur le musée et cherchons à comprendre ce qui fait que les publics aiment tant à y venir. Explorons les arcanes de l'expérience de visite pour découvrir ce qui la rend plaisante, interrogeons les publics pour saisir ce qui fait la joie d'une visite d'exposition.

Enjoyment – Plaisir(s) de visite

La notion de plaisir apparaissait si centrale qu'elle a été intégrée dans la définition du musée de 2007. On y trouvait en effet le terme « *enjoyment*, » que l'on a traduit en français par « délectation », en espagnol par « *deleite* », comme troisième terme pour désigner la finalité du musée, les deux premiers étant l'étude et l'éducation. Le dernier

mot de la définition de 2007 reste cependant le mal-aimé – peut-être aussi du fait de ses traductions insatisfaisantes, voire désuètes. Il a plus souvent fait l'objet de railleries que d'études sérieuses. Faire avancer la connaissance (l'étude), la transmettre (l'éducation), voilà des finalités nobles. Mais la « délectation » ? Après moult discussions, le terme « *enjoyment* » a pourtant bien retrouvé une place dans la nouvelle définition du musée adoptée en 2022 pour caractériser les expériences qu'offrent les musées, cette fois traduit par « divertissement » en français et « *disfrute* » en espagnol. Preuve en est qu'il fait partie intégrante de ce qui caractérise, distingue et constitue – de ce qui définit, donc – le musée.

En effet, c'est là un des moteurs principaux de la visite, et par conséquent un facteur important qui justifie l'existence des musées : on y va aussi pour se faire plaisir. N'oublions jamais que le musée est une offre parmi de nombreuses autres, offres parmi lesquelles nous faisons un choix pour occuper notre temps libre. La visite d'une exposition est – dans la très grande majorité des cas – une activité volontaire sans nécessité intrinsèque impérieuse, mais choisie précisément dans la perspective réjouissante d'une activité de loisir. Ceci implique, d'une manière ou d'une autre, que l'on espère apprécier cette visite. A charge pour le musée de le rendre possible.

Il est donc grand temps de réhabiliter la notion de plaisir au musée. Comme souvent, le terme anglais choisi ici n'a pas d'équivalent francophone qui couvre l'ensemble de ses acceptions. Le verbe « *to enjoy* » signifie avoir plaisir, apprécier, s'amuser, ressentir de la joie. Le terme « *enjoyment* » est à la fois le résultat (le plaisir ressenti) et la cause, la satisfaction du moment, fut-il éphémère. C'est tantôt une émotion, tantôt la manifestation de la satisfaction ; c'est tantôt un sentiment positif, tantôt la réaction à une attente qui se trouve remplie ou dépassée. Le plaisir, la « délectation », le divertissement, l'amusement, la joie ressentie, le bonheur dans une exposition, c'est tout cela que nous incluons dans notre terme de « plaisir(s) de visite ».

C'est le plaisir, tout d'abord, qui se dégage d'une visite au musée. Le plaisir, au singulier, comme une impression agréable, englobante et peut-être indéfinie pour qui l'éprouve : on ne cherche pas nécessairement à en identifier les raisons profondes, on se contente de l'éprouver et de l'apprécier. Ce peut être également la légèreté d'un moment de détente, une gaité bienfaisante, ou encore une satisfaction profonde. Ce sont les plaisirs, aussi, car ils peuvent être pluriels, associés à des objets ou des œuvres, des connaissances, des conversations, des souvenirs, des découvertes et tant d'autres choses... Le pluriel est également le reflet des différentes acceptions du terme *enjoyment* afin de garder toute la richesse du débat et d'ouvrir de nouvelles perspectives.

Que l'on se place dans le monde d'avant, d'avant la pandémie et d'avant les musées désertés par leurs visiteurs car fermés au public pendant d'interminables mois, que l'on se place pendant cette période difficile, ou que l'on se place dans le monde d'après la pandémie – un temps espéré différent du monde d'avant – la notion de plaisir de visite prend une place prépondérante. La fermeture des musées dans quasiment tous les pays a montré à quel point nos publics nous ont manqué, mais aussi à quel point ils sont attachés à leurs musées et étaient impatients d'y retourner. C'est un signe qui ne trompe pas : ils voulaient retrouver au plus vite le plaisir, les plaisirs d'une visite au musée.

Une mosaïque de plaisirs de visite

C'est précisément cette notion de « plaisir(s) de visite », à la fois singulière et plurielle, que nous nous proposons d'explorer dans ce numéro d'*ICOM Education*. Pour cela, nous souhaitons rassembler des articles qui éclairent les différents aspects du terme « *enjoyment* » au musée et qui, ensemble, brossent un tableau de ce qui fait de la visite un moment privilégié pour les publics nombreux et diversifiés.

On mènera d'abord une réflexion plus en profondeur sur les notions d'« *enjoyment* » et de plaisir(s) de visite – que les puristes de la langue française nous pardonnent si l'on retrouve dans l'un ou l'autre article le terme anglais, si difficile à traduire dans toutes ces acceptions. Dans une approche empirique, on tentera de repérer les formes que peut prendre le plaisir de visite. Comment les reconnaître, comment les « mesurer » ?

C'est tout d'abord le Musée national de Beyrouth qui ouvre grand ses portes, un musée où la beauté du lieu n'éclipse en rien celle des œuvres exposées et favorise la contemplation. C'est ensuite le Art et marges musée qui se dévoile, montrant à quel point le plaisir des visiteurs est intrinsèquement lié à la fois à l'art brut, son sujet de prédilection, et à celui de toute l'équipe du musée. La visite ne se conçoit que comme un partage, un échange permanent entre l'équipe, les œuvres et les publics, jusqu'à y produire ensemble des œuvres d'art et vivre des expériences inoubliables.

Ce sont les équipes du musée, précisément, qui marquent de leur empreinte le style des expositions, de la médiation (des médiations ?) et autres offres destinées à leurs (nouveaux) publics. Quitte à prendre des risques importants – ou comment faire entrer l'humour au musée. Les musées de la ville de Turku en Finlande ont tenté l'aventure avec un succès qui ne se dément pas. Leur recette : des contenus d'une rigueur scientifique irréprochable présentés avec une large dose d'humour, des équipes qui s'amusent au moins autant à mettre en œuvre leurs idées farfelues que les publics s'amusent à les recevoir et/ou à y participer. Le Muséum d'histoire naturelle de Neuchâtel a lui aussi porté un regard décalé, enjoué, voire hilarant, sur des thèmes d'expositions fort sérieux au demeurant, et ce avec la complicité active d'artistes, de chansons, de références à la culture populaire, de jeux de mots et autres calembours. Une réussite éclatante.

Loin du cliché passéiste d'un musée poussiéreux et ennuyeux, les expositions d'aujourd'hui ont depuis longtemps intégré les nouvelles technologies. Les musées proposent des réponses aux demandes de visiteurs devenus friands d'offres numériques, versés dans la manipulation de leurs smartphones et avides d'informations. Les plaisirs numériques ont aujourd'hui une place prépondérante dans certaines expositions, comme le montre le Musée de l'astronomie de Shanghai. Ils sont indispensables pour éveiller l'intérêt des publics, offrir des expériences de visite de plus en plus sophistiquées, de plus en plus participative. Dans de nombreux musées, le numérique permet aussi une médiation personnalisée, incarnée et parfois immersive : la réalité virtuelle ou augmentée ouvre d'innombrables possibilités de médiation, ce qui est fort apprécié des visiteurs et par conséquent est un facteur essentiel du plaisir de visite. Plusieurs exemples concrets, développés à partir de projets innovants pour intégrer le numérique à la médiation, nous sont présentés dans un même article.

Les nouvelles technologies sont une aide précieuse, y compris pour le musée hors les murs. A Tampere, en Finlande, les musées de la ville vont à la rencontre des citoyens plus âgés, y compris de ceux qui ne peuvent se déplacer au musée. Ils viennent leur

apporter de menus objets, raviver la mémoire, activer les sens, entretenir les gestes, rappeler les souvenirs et créer des occasions d'échange et de discussions. Ils viennent, en somme, offrir un peu de qualité de vie à leurs seniors.

A Graz, en Autriche, c'est le pouvoir réparateur des musées et de l'art qui se met à la disposition des personnes souffrant de difficultés mentales. Le plaisir de contempler ou créer des œuvres d'art, le plaisir de s'immerger dans une exposition, le plaisir de retrouver des objets familiers dans les collections des musées, tout cela participe au bien-être des publics.

Il y a pourtant des circonstances où le plaisir n'est absolument pas de mise. Certains thèmes, certains récits, certains lieux rappellent toute la cruauté dont font ou ont pu faire preuve les êtres humains à différentes périodes de notre histoire. Les thèmes difficiles ne manquent pas, et ils ont leur place au musée : il est ô combien important de ne pas les passer sous silence, ne serait-ce que pour que, surtout, cela ne se reproduise plus jamais. Faut-il pour autant délibérément traumatiser les visiteurs qui s'aventureraient dans ces expositions-là ? Ou au contraire minimiser l'ampleur de la catastrophe et l'évoquer sur un ton plaisant, voire badin ? En aucun cas. Comment, alors, éviter tout aspect de plaisir, sans faire fuir les visiteurs ? Car sans visiteurs, point d'impact sur la mémoire collective possible. L'exemple du musée mémorial de Wewelsburg est un modèle de respect envers les victimes de la barbarie nazie. Il a admirablement su éviter les pièges inhérents à une exposition qui doit à la fois rendre compte des souffrances des victimes et montrer le système qui les a produites, et ce dans un haut-lieu dudit système, qu'il refuse pourtant de voir devenir un lieu de pèlerinage pour néonazis de tous poils.

Mais revenons au(x) plaisir(s) des visites de musées. Nous avons abordé la perspective des publics, venus en nombre passer un bon moment dans les expositions, ainsi que celle des équipes du musée qui organisent les expositions, développent des programmes de médiation et prennent, eux aussi, plaisir à travailler au contact et au bénéfice de leurs publics. Tentons maintenant la perspective suivante : que se passe-t-il quand des professionnels de musées se font visiteurs et deviennent publics d'expositions qu'ils n'ont pas conçues ? Ils portent tout d'abord un regard individuel sur le musée, comme tout un chacun, apprécie (ou non) certains aspects, admirent, critiquent, apprennent, se forment des souvenirs plus ou moins précis. Mais ils ne peuvent se défaire de leur vécu professionnel et de leur expertise, qui influencent leur perception des expositions. Un récit individuel et personnel résume fort bien ces deux aspects, d'une part la personne qui, seule ou avec son fils, visite un musée, et d'autre part l'enseignante qui, dans une province mexicaine, emmène ses étudiants au musée et met à profit ces visites à des fins d'éducation. Notons enfin que les professionnels des musées se retrouvent souvent entre collègues pour des conférences, rencontres et autres colloques, comme ce fut le cas pour la rencontre annuelle d'ICOM CECA Belgique : au plaisir d'échanger s'ajoute le plaisir de découvrir l'institution hôte, y compris dans ses coulisses parfois.

Il est vrai que tout professionnels de musée que nous sommes, nous aimons aussi à les visiter. J'ai pris la liberté de demander à certains collègues de bien vouloir partager leurs plus beaux souvenirs, des moments de plaisir lié aux musées, des instants gravés dans leur mémoire et qui nous rappellent à quel point nous aimons nos métiers. C'est un véritable festival de bons moments, un feu d'artifice d'instant de bonheur et de gaieté,

de succès et de réussites qui, j'espère, sera tout aussi plaisant à lire qu'à ressortir des mémoires.

Pour clore ce volume d'*ICOM Education*, enfin, donnons une place de choix à l'article qui a remporté le Prix Colette Dufresne-Tassé de la Recherche 2021, dont le thème était libre. De ce fait, le propos de cet article ne porte pas sur le thème du plaisir de visite : il explore les liens et interactions entre deux institutions culturelles – un centre culturel et un musée – et la population du quartier populaire de Murcie dans lequel elles sont situées.

Comme le veut la tradition du CECA, les articles présentés dans ce numéro d'*ICOM Education* nous ont été soumis dans une des trois langues de travail de l'ICOM, le français, l'anglais ou l'espagnol. Grâce aux outils numériques, chaque article a été traduit dans les deux autres langues, ce qui permet de présenter cet ouvrage en trois versions monolingues. Une relecture attentive de chaque traduction est certes nécessaire pour corriger les petits défauts de l'intelligence artificielle, mais il nous a semblé important de pouvoir offrir à tous le plaisir de lire l'ensemble des articles dans sa langue de prédilection – quitte à se reporter au texte original pour les locuteurs chevronnés. Place maintenant au bonheur de la lecture pour explorer les différentes dimensions du plaisir offert par nos musées et expositions, ressenti par nos visiteurs, développé par nos collègues ou ancré dans nos mémoires. Place au(x) plaisir(s) d'une visite au musée.

Empirical considerations

Considérations empiriques

Consideraciones empíricas

Pour le plaisir – sinon, pourquoi viendraient-ils ?

Stéphanie Wintzerith

Pour qui aime les musées – et ils sont nombreux –, se rendre au musée pour y visiter une exposition ou profiter d'autres offres culturelles est probablement une des plus belles façons d'occuper son temps libre. C'est une activité de loisir au sens noble du terme, (en principe) librement choisie et qui promet satisfaction. Peut-on en effet imaginer des visiteurs qui viendraient volontairement, alors qu'ils s'attendent au mieux à une visite ennuyeuse, au pire à passer un très mauvais moment ? Ou des publics qui reviennent, encore et toujours, alors qu'ils n'ont en rien apprécié leurs visites précédentes ? Evidemment non – ou alors dans de très exceptionnels cas particuliers. Si les visiteurs viennent au musée, c'est bien parce qu'ils voudraient y passer un bon moment, parce qu'ils espèrent y trouver quelque satisfaction, quelque aspect réjouissant – objets extraordinaires, contenus enthousiasmants, scénographies captivantes, beauté des lieux et/ou des œuvres, que sais-je encore – en somme parce qu'ils espèrent profiter des plaisirs qu'offre une visite de musée. Il est fort probable que ce ne soit pas l'unique motivation de leur visite, mais c'est certainement une des plus importantes. C'est aussi une attente fondamentale des publics des expositions.

Arrêtons-nous, le temps d'un article, sur la notion de plaisir(s) de visite. C'est le terme anglais « *enjoyment* » qui, appliqué à la visite de musées et expositions, sert de base à la réflexion. Il englobe de nombreux aspects qui nécessitent plusieurs traductions pour en saisir la richesse et les nuances. Il sera d'ailleurs régulièrement employé en anglais dans le texte lorsque la globalité des nuances est importante. Dans un premier temps, il est bon de se pencher sur le(s) sens du mot et sur son importance dans la définition des musées adoptée par l'ICOM. Nous tenterons ensuite de cerner ce qu'est un plaisir de visite, quelle est sa nature, quelle forme il peut prendre. En ouvrant la caisse à outils des études de publics, nous aurons ensuite un aperçu des indicateurs et des méthodes qui permettent de recueillir le témoignage des visiteurs sur le plaisir ressenti lors de leur visite. Nous évoquerons enfin certains aspects de ce qui rend la visite d'une exposition aussi plaisante et tenterons de comprendre quels facteurs favorisent, ou au contraire inhibent le degré d'*enjoyment*.

Le sens des mots

Un élément de définition

La définition du musée formulée par l'ICOM en 2007 établissait que le musée remplissait plusieurs fonctions « *à des fins d'étude, d'éducation et de délectation* » (ICOM 2007). Le

terme « *enjoyment* », traduit en français par « délectation » et en espagnol par « *deleite* » était le dernier mot de la définition – certainement pas le terme central ou le plus important, mais néanmoins bien présent.

Dix ans plus tard, l'ICOM s'engageait dans une réflexion sur ce qu'est (devrait être) un musée et sa définition. Le terme « *enjoyment* » disparut de la première proposition de nouvelle définition – notons au passage qu'un autre terme cher au CECA avait subi le même sort : « éducation » –, proposition qui fut néanmoins rejetée en 2019. S'en suivit un processus de réflexion approfondie et de consultation des membres de l'ICOM qui aboutit à une seconde proposition, adoptée en 2022 et par conséquent devenue la définition en vigueur du musée :

Un musée est une institution permanente, à but non lucratif et au service de la société, qui se consacre à la recherche, la collecte, la conservation, l'interprétation et l'exposition du patrimoine matériel et immatériel. Ouvert au public, accessible et inclusif, il encourage la diversité et la durabilité. Les musées opèrent et communiquent de manière éthique et professionnelle, avec la participation de diverses communautés. Ils offrent à leurs publics des expériences variées d'éducation, de divertissement, de réflexion et de partage de connaissances. (ICOM, 2022)

On y retrouve le terme « *enjoyment* », cette fois traduit par « divertissement » en français et son corollaire espagnol « *disfrute* ».

Revenons un instant sur le résultat de l'une des consultations menées au cours du processus d'élaboration de la nouvelle définition, processus comprenant quatorze étapes et quatre consultations. ICOM Define, le groupe de travail en charge de la rédaction, a rassemblé (consultation 2) toute une série de mots, concepts et notions qui, selon les membres de l'ICOM, devraient figurer dans la nouvelle proposition. S'en est suivie la consultation 3 auprès des différents comités de l'ICOM. Elle avait pour but d'établir un classement de ces mots et concepts et ainsi d'identifier les termes à retenir. La réponse d'ICOM Allemagne à la consultation 3 est le résultat d'une enquête par questionnaire menée directement auprès de ses propres membres (Wintzerith, 2021). Parmi les questions posées, celle qui nous intéresse particulièrement ici est la suivante : de quelle nature est l'expérience que les visiteurs font dans un musée ? Une liste de termes étaient proposée, à charge pour le répondant d'en sélectionner les cinq qui lui paraissait les plus appropriés.

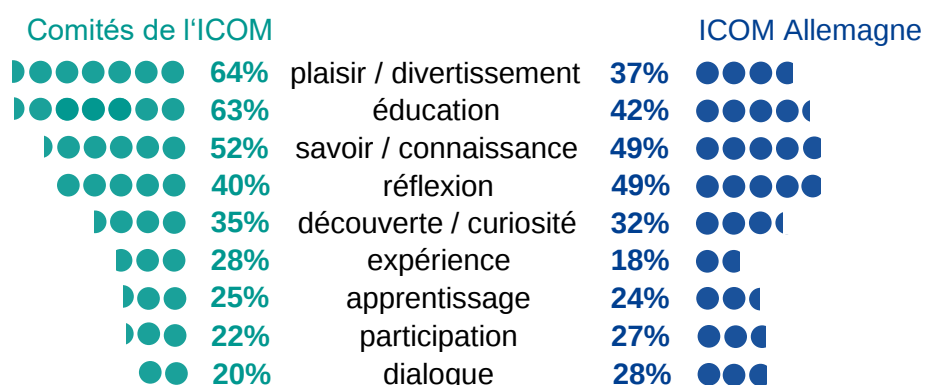


Illustration 1 – Dimension « Expérience » : ce que les gens expérimentent dans un musée.

Possibilité de choisir jusqu'à cinq réponses, extrait des résultats

à gauche : résultats de la consultation 3, comités de l'ICOM, n=88 répondants.

à droite : résultats de l'enquête auprès des membres d'ICOM Allemagne, n=319 répondants.

Sources : ICOM Define 2021 p. 32-34 et Wintzerith, 2021 p. 25-26. Graphique : Stéphanie Wintzerith

Les termes « *enjoyment / entertainment* », donc plaisir et divertissement, arrivent en cinquième place du classement allemand avec 37% des répondants qui les ont choisis (graphique 1). Ils faisaient par conséquent partie des cinq termes transmis à ICOM Define par ICOM Allemagne – ainsi que par de nombreux autres comités. De fait, la notion de plaisir « *enjoyment / entertainment* » arrive en tête des termes à retenir pour caractériser l'expérience muséale (ICOM Define, 2021), puisque 64% des comités l'ont sélectionnée comme importante – suivi de très près par la notion d'éducation (« *education* ») avec 63%, mais distançant l'acquisition des savoirs / connaissances (« *knowledge* », 52%), la réflexion (40%) et la découverte / curiosité (35%). Le plaisir d'une visite, « *enjoyment* », est par conséquent un élément indispensable à inclure dans la définition du musée, tant à l'échelle d'ICOM Allemagne que de l'ensemble des comités, et donc aussi de l'ICOM, et plus généralement pour le monde des musées.

C'est ainsi que le terme « *enjoyment* » a fait son retour dans la définition du musée. Encore fallait-il trouver des termes équivalents dans les deux autres langues de travail de l'ICOM, tâche ardue s'il en est. On l'a dit, le choix a porté sur le terme français « divertissement », qui, s'il ne couvre pas l'ensemble des acceptions du terme anglais, évoque bien intrinsèquement les notions de plaisir – voire de joie –, de loisir, de distraction du quotidien, bref un bon moment passé dans un cadre plaisant.

Plaisir de visite, *enjoyment*, de quoi parle-t-on ?

S'il est assez important pour figurer dans la définition du musée, comment faut-il comprendre le terme « *enjoyment* », bien sûr en relation avec la visite du musée, donc étroitement lié aux publics ? Car c'est bien eux, avant tout, qui sont concernés.

« *Enjoyment is the feeling of pleasure and satisfaction that you have when you do or experience something that you like* », nous dit le dictionnaire anglophone Collins : *enjoyment* est le sentiment de plaisir et de satisfaction éprouvé en faisant quelque chose que l'on aime ou en vivant une expérience plaisante. Quant au plaisir, le dictionnaire francophone Larousse le définit ainsi : « 1. *Etat de contentement que crée chez quelqu'un la satisfaction d'une tendance, d'un besoin, d'un désir ; bien-être. [...]* 2. *Ce qui plaît, ce qui procure à quelqu'un ce sentiment de contentement [...]* ». Le *Diccionario de lengua española*, lui, définit le terme « *placer* » comme suit : « 1. *Goce o disfrute físico o espiritual producido por la realización o la percepción de algo que gusta o se considera bueno. [...]* 2. *Diversión, entretenimiento. [...]* », un plaisir physique ou mental procuré par la réalisation ou la perception de quelque chose qui plaît ou qui est considéré comme bon. On y retrouve aussi les acceptions de divertissement et d'amusement.

Eprouver du plaisir, apprécier quelque chose, s'amuser, se divertir, ressentir de la joie, tout cela est compris dans le verbe « *to enjoy* ». Le nom commun « *enjoyment* » désigne à la fois le résultat, c'est-à-dire le plaisir ressenti ou le sentiment de joie, et la cause, c'est-à-dire ce qui fait ressentir la satisfaction du moment,

si fugitif soit-il. Il peut être une émotion en elle-même ou la façon dont la satisfaction se manifeste. Il peut être un sentiment positif et agréable aussi bien que la réaction ressentie lorsqu'une attente positive, un espoir sont atteints, voire dépassés.

Emotion positive et agréable, le plaisir – *enjoyment* – est étroitement lié avec les notions de ravissement, d'amusement, de joie, de divertissement, de bonheur et de bien-

Enjoyment et plaisir : à la fois la manifestation – l'émotion ressentie – et sa cause – ce qui provoque l'émotion.

être, entre autres. Lors d'une visite de musée, ce plaisir peut prendre des formes diverses. Sans avoir la prétention d'en établir une liste exhaustive, il est cependant intéressant d'en nommer ici les principales manifestations. Il convient également de noter que les plaisirs de visite ne sont ni exclusifs – on peut fort bien éprouver successivement ou même conjointement plusieurs plaisirs au cours d'une visite de musée – ni strictement distincts les uns des autres, les interdépendances entre deux formes de plaisir étant légion.



Illustration 2 – Inattendu : les guêpes ont élu domicile sur un siège design et y ont construit leur nid. Naturkundemuseum Bayern, exposition *Nature designs*, Munich, Allemagne.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

Le plaisir de visite peut être lié à ce que le visiteur va trouver dans le musée lui-même et l'expérience qu'il y fera :

- le beau : le plaisir esthétique ressenti en contemplant la beauté d'une œuvre ou d'un objet, admirer une/des couleurs, rechercher et découvrir le beau dans l'exposition ;
- la familiarité : le plaisir de découvrir quelque chose de familier, une esquisse qui rappelle un souvenir, un portrait qui ressemble à un être cher, un objet d'autrefois que possédait nos grands-parents, un paysage évoquant la campagne de nos vacances d'antan ;
- l'inattendu : le plaisir de se laisser surprendre, de découvrir quelque chose que l'on n'attendait pas, la découverte d'artistes ou d'œuvres que l'on ne connaissait pas encore, la surprise d'un trait d'humour dans l'exposition ;
- l'intéressant : la satisfaction de se plonger dans un thème qui intéresse, de retrouver les artistes ou les œuvres que l'on souhaitait voir, d'aborder des thèmes passionnants, de trouver précisément ce pour quoi on est venu, de trouver des réponses à ses questions ou d'être entraîné vers de nouveaux horizons qui piquent la curiosité ;
- les œuvres ou objets favoris : retourner plusieurs fois dans la même salle juste pour le plaisir de revoir son œuvre préférée, aller dans tel musée ou telle exposition pour y voir (ou revoir) un objet bien précis, le plaisir renouvelé à chaque visite ;
- savoirs : le plaisir de développer ses connaissances, de satisfaire sa curiosité, d'assouvir sa soif d'apprendre, d'élargir son horizon, d'affermir son savoir, de découvrir de nouvelles choses ou de nouveaux thèmes, des aspects jusqu'à lors ignorés ;
- le cadre plaisant : le plaisir de se mouvoir dans un espace qui plait, quand l'infrastructure correspond aux besoins – un siège idéalement placé pour s'installer et mieux contempler une œuvre, un niveau sonore maîtrisé, un parcours adapté à la

mobilité réduite – et quand les lieux sont aussi beaux que les expositions ou les œuvres exposées, prouesses architecturales et/ou scénographies particulièrement réussies ;

■ ...



Illustration 3 – Partage : trois générations se penchent sur une station.
Le Vaisseau, Strasbourg, France.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

D'autres sources de plaisir correspondent aux attentes que les visiteurs ont avant même de franchir le seuil de l'exposition :

- le partage : d'aucuns viennent au musée accompagnés – en couple, en famille, avec des amis ou en (petits) groupes – et espèrent avant tout passer un bon moment avec leurs proches, ce qui implique un partage, des conversations et des échanges, le plaisir des rencontres et du temps passé en commun, le plaisir d'un moment de convivialité dans un cadre adéquat ;
- le calme : d'autres viennent seuls au musée et comptent bien profiter du plaisir de visiter à leur rythme et selon leurs propres préférences, de s'offrir une pause, un moment pour soi, hors des tribulations quotidiennes et des nécessités productivistes, un moment pour reprendre son souffle et recharger en quelque sorte les batteries ;
- la transmission : le plaisir d'emmener son enfant dans un musée que l'on avait déjà visité, enfant, avec ses propres (grands-)parents, la fierté de montrer son musée favori à des proches en visite pour le weekend, le plaisir de faire plaisir à d'autres personnes en leur faisant découvrir une exposition particulièrement réussie ;
- l'intérêt particulier pour un contenu : le choix du musée, d'une exposition se fait souvent en fonction des intérêts des visiteurs potentiels, le plaisir de parler (d'entendre parler) des choses qu'on aime, le plaisir d'un expert ou amateur éclairé de voir un musée consacré à son sujet de prédilection, le plaisir de voir s'établir un lien entre le regardant et l'objet observé, un objet qui s'imprimera dans sa mémoire ;
- l'attraction touristique : le plaisir de pouvoir dire « j'y étais », l'importance d'avoir visité un musée de grande renommée, le plaisir d'y voir des œuvres connues et de pouvoir en parler ensuite, le plaisir d'en garder une trace par d'innombrables photos prises à l'intérieur ;
- le faire-valoir : le plaisir de se mettre en scène soi-même, en selfie, en commentant et partageant ses impressions, en communiquant sur ses réseaux sociaux, le plaisir égocentrique de profiter d'une « coulisse » pour se mettre en valeur soi-même.

Si les deux derniers points cités ci-dessus ne sont pas nécessairement du goût de tous les musées, il n'en demeure pas moins qu'ils correspondent à une réalité qui prend de plus en plus d'ampleur et que l'on ne peut ignorer. Cette nouvelle forme de plaisir de visite en appellera d'autres, la notion de plaisir n'étant ni figée ni exclusive : elle évolue, de même que la société dans laquelle s'insère le musée évolue en permanence.



Illustration 4 – De l'importance des photos dans les musées.
Musée Mamottan Monet, Paris, France.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

La perspective des publics

Imaginons : un musée s'intéresse de près à ce qui caractérise le plaisir de la visite (*enjoyment*) dans ses expositions et aux différents facteurs qui pourraient avoir une influence sur le plaisir de visite. Il passe commande d'une étude de publics. Comment va procéder le chercheur en charge de l'étude ?

Comme souvent, le temps manque pour la recherche fondamentale, on devra donc se contenter d'une revue de littérature rapide et probablement assez superficielle. Cependant, les résultats sont maigres (*ICOM Education 31* n'était pas encore publié à ce moment-là) et ne suffisent pas encore à construire le propos sur une base théorique solide. De fait, une approche plus empirique s'impose. Le premier réflexe est de rechercher les études de publics qui auraient pu aborder le sujet et voir s'il serait possible de s'en inspirer. Là encore, les exemples sont rares – pas nécessairement parce que personne jusque-là ne se serait penché sur la question, mais plutôt parce que les rapports des études de publics, enquêtes, observations etc. sont malheureusement rarement publiés.

Le second réflexe est de bien définir les objectifs de l'étude de publics et d'identifier les indicateurs qui permettent de cerner au mieux la notion à étudier. Ce sont ces indicateurs qui détermineront – en fonction aussi des moyens disponibles et des objectifs de l'étude – la méthode à mettre en œuvre.

Les indicateurs du plaisir de visite

La notion de plaisir(s) de visite est large, on l'a vu, les formes qu'elle peut prendre sont multiples. Pour comprendre le phénomène de plaisir de visite, le chercheur se doit d'identifier les indicateurs lui permettant d'une part de caractériser le plaisir de visite, et d'autre part, si possible, de le mesurer. On reviendra sur ce dernier point.

Dans le musée, dans l'exposition même, il y a des signes extérieurs de plaisir qui ne trompent pas. Plaçons-nous dans un coin de l'exposition et observons ce qui s'y passe. On y voit, entre autres, ...

- ... des visiteurs au visage souriant ;
- ... des visiteurs qui regardent, écoutent, lisent, observent attentivement les vidéos, audios, textes, objets/œuvres exposés ;
- ... des visiteurs qui suivent avec un intérêt certain les explications des médiateurs ;
- ... des visiteurs qui manipulent les objets *hands-on*, utilisent les dispositifs interactifs ou les bornes numériques, ou font usage des QR-codes, liens et informations supplémentaires offerts, bref, des visiteurs actifs et engagés ;
- ... des visiteurs qui conversent entre eux, échangent, se montrent mutuellement leurs découvertes et partagent leur plaisir avec les personnes les accompagnant. Il est vrai que le simple fait d'entretenir la conversation n'est pas suffisant – les conversations permettent aussi d'exprimer son mécontentement, naturellement. On parle là des échanges que l'on peut qualifier de positifs et qu'un observateur attentif pourrait, de visu ou en entendant des bribes des propos échangés, classer comme expression de satisfaction.

L'attitude et le comportement des publics dans l'exposition sont cependant sujets à interprétation. Dans la boîte à outils du chercheur, un protocole d'observation bien construit reprenant les indicateurs listés ci-dessus peut permettre d'établir un premier constat, même partiel, qu'il pourrait affiner avec des entretiens avec un nombre restreint de visiteurs observés. Une approche qualitative semble alors plus adéquate, car il serait difficile de « quantifier » avec précision le degré de satisfaction au vu de l'expression d'un visage par exemple.



Illustration 5 – Profiter des bornes numériques et se plonger avec application dans les contenus et explications.
Musée des Augustins, Fribourg en Brisgau, Allemagne.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

D'autres éléments sont des indicateurs plus propices aux approches quantitatives. On évoque ici en particulier – car il y en a d'autres, naturellement – quatre indicateurs révélateurs d'une visite réussie, qui a donc procuré au moins une forme de plaisir de visite :

- l'expression spontanée de la satisfaction au cours de / suite à la visite, que ce soit par une inscription dans les registres dédiés aux visiteurs (livres d'or, physiques ou en

ligne, cartes ou fiches de commentaires, par exemple), par un échange verbal direct avec le personnel du musée, ou par des propos élogieux sur les réseaux sociaux (avis et évaluations, posts sur leurs réseaux, etc.) ;

- la propension à revenir visiter le musée, dans la mesure où seuls les visiteurs qui ont apprécié leur visite seraient prêts à revenir ultérieurement ;
- la propension à recommander la visite à son entourage, dans la mesure où les visiteurs sont plus enclins à recommander ce qu'ils ont apprécié eux-mêmes ;
- le degré élevé de satisfaction.

Le premier point se prête à une analyse des contenus des livres d'or, cartes/fiches de commentaires, posts etc. selon les dispositifs existants au musée. Il suppose que le musée ait une forme de recueil qui fait remonter ce type d'information de manière structurée et centralisée (par exemple : les agents du musée prennent systématiquement note du contenu des commentaires qui leur sont faits, les livres d'or sont conservés au musée, les fiches de commentaires sont traitées à intervalles réguliers, les contenus en lignes sont relevés régulièrement, la veille sur les réseaux sociaux est structurée, ou autre, en fonction du musée). Ces informations sont certes déjà présentes mais pas toujours exploitées – et si elles le sont, c'est généralement dans un autre but. Analyser ces contenus au prisme des plaisirs de visite peut être très instructif pour le musée. Il faut cependant tenir compte des biais introduits dans l'échantillon : les personnes postant des commentaires sur leurs réseaux sociaux ne sont pas représentatives de l'ensemble des visiteurs, pas plus d'ailleurs que celles qui laissent une trace de leur passage dans un livre d'or par exemple. Il faut donc se garder de généraliser, même si les résultats de l'analyse de contenu restent valides pour une partie des visiteurs.



Illustration 6 – Le cadre : quand le lieu même de l'exposition est aussi beau que les objets magnifiquement mis en valeur.

Musée de Cluny, exposition *Naissance de la sculpture gothique*, Paris, France.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

Les trois derniers points de l'énumération ci-dessus, et en particulier le degré de satisfaction, font souvent l'objet d'une (ou plusieurs) questions dans les enquêtes et études de publics réalisées à la sortie des expositions. Les méthodes quantitatives – la plus courante étant le questionnaire – permettent une approche plus ou moins différenciée pour mesurer la satisfaction par exemple. Reposant sur un nombre important de répondants, ces méthodes offrent une vue d'ensemble de la satisfaction générale des publics, gommant les différences individuelles et faisant ressortir ce qui, à l'échelle des publics,

influence en positif comme en négatif l'impression de réussite et la satisfaction avec l'exposition – et donc aussi le plaisir de visite ressenti par les visiteurs.

Mesurer la satisfaction

Si *enjoyment* et autres plaisirs de visite ne sont pas assimilables à la seule satisfaction de visite, cette dernière est néanmoins l'indicateur le plus efficace, car assez proche par nature. Comment notre chercheur va-t-il s'y prendre pour mesurer et analyser la satisfaction ? S'il a opté pour l'enquête par questionnaire, plusieurs questions lui seront consacrées. Il commencera par demander au répondant d'évaluer sa satisfaction générale, par exemple sur une échelle allant de très peu satisfait à extrêmement satisfait. Les analyses statistiques, en particulier par tris croisés pour les grands échantillons, permettront d'identifier les (sous-)groupes des publics les plus satisfaits et ceux qui le sont moins.

Le degré de satisfaction générale reste pourtant un indicateur assez vague car sans information aucune sur ce qui provoque ou restreint ladite satisfaction. Notre chercheur va donc ajouter une question ouverte (qualitative) demandant au répondant d'expliquer son évaluation de satisfaction. Les réponses des visiteurs portent souvent d'une part sur ce qui les enthousiasme, d'autre part éventuellement sur ce qui provoque leur insatisfaction – toutes choses importantes pour comprendre le plaisir d'une visite. Dans son arsenal de questions utiles, notre chercheur peut aussi inclure deux questions complémentaires, ouvertes elles aussi, l'une portant sur ce qui a particulièrement plu au répondant, l'autre portant au contraire sur ce qu'il n'a pas aimé. L'analyse qualitative (ou même quantitative après codage pour de grands échantillons) et les catégories de réponses offrent des informations très utiles aux concepteurs des expositions pour renforcer les aspects favorisant le plaisir de visite et pour corriger, si possible, ceux qui ont tendance à provoquer le mécontentement.



Illustration 7-8 – La fierté de découvrir le patrimoine ancestral.

A gauche : Musée National de Shanghai, Chine.

A droite : Musée Historique National, Rio de Janeiro, Brésil.

Photographies : Stéphanie Wintzerith

Après la satisfaction générale et les réponses spontanées aux questions ouvertes, notre chercheur peut encore approfondir le sujet et affiner l'analyse. Sa méthode de prédilection est, une fois encore, quantitative : en priant le répondant d'évaluer certains aspects précis, là aussi à l'aide d'une échelle allant en substance de très mauvais à

excellent ou de pas du tout à énormément. Cette fois, ce seront une poignée d'aspects choisis à l'avance par le chercheur et le musée – et non pas formulés par le répondant – qui seront examinés de près. Il convient bien sûr d'y inclure des aspects reflétant certaines des formes de plaisir de visite, par exemple si les visiteurs ont apprécié la scénographie ou se sont amusés dans l'exposition. On pourra ainsi vérifier si les éléments prévus par les concepteurs de l'exposition correspondent bien à ce qui réjouit les visiteurs – ou non. Une analyse par tris croisés permettra, là encore, de différencier les résultats en fonction de différents critères, et de savoir par exemple, si les plus jeunes ont plus apprécié la scénographie que les visiteurs plus âgés, si les visiteurs accompagnés se sont amusés plus souvent que ceux venus seuls, si les primo-visiteurs réagissent différemment des visiteurs connaissant déjà le musée etc. Une analyse par tri croisé permettrait aussi d'identifier les aspects évoqués qui ont une influence sur la satisfaction générale.

Toujours dans l'hypothèse d'une enquête par questionnaire, enfin, notre chercheur peut également formuler toute question ciblée, directement consacrée à un des éléments constitutifs du plaisir de visite dans ce musée. La liste est longue, les possibilités diverses et les informations recueillies apporteront des éléments de réponse à une interrogation précise du musée.



Illustration 9 – Un cadre d'exception :
quand le bâtiment lui-même devient le plus grand objet de l'exposition.
Vitra Design Museum, Weil am Rhein, Allemagne.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

Un corpus d'enquêtes

Les enquêtes et évaluations et autres évaluations sont de plus en plus courantes dans les musées et expositions. C'est aussi devenu un métier, mon métier. Au cours de ma pratique professionnelle, j'ai constitué un corpus de rapports d'évaluation, d'études de publics et autres recherches. L'occasion se présentait donc de passer en revue tous ces rapports pour voir comment la notion *d'enjoyment* était prise en compte.

En vingt-cinq ans de recherches et d'études de publics, aucune n'a porté explicitement sur le thème du plaisir de visite, ni même posé directement la question. La notion de plaisir, pourtant, se retrouve dans chacune des enquêtes réalisées. Elle y est souvent entre les lignes, au détour des réponses des visiteurs. Elle y est sur le devant de la scène pour toutes les questions liées à la satisfaction et aux expériences de visite, on s'y attendait. Elle se fait un peu plus discrète quand on évoque les motivations et attentes des publics,

implicite quand on s'intéresse à la fréquence de visite ou à la propension à recommander l'exposition à ses proches. Elle est facteur explicatif, résultat d'interprétation ou élément constitutif de la réponse. Elle ne disparaît jamais bien longtemps des analyses.

Il serait fastidieux de reprendre ici les résultats de chaque enquête – ils correspondent à chaque fois à un cas particulier qui n'est pas généralisable. Il y a cependant quelques grandes lignes qui reviennent régulièrement. Si les pourcentages exacts peuvent varier, si les formulations peuvent différer d'un questionnaire à l'autre, d'un (type de) musée à l'autre, on remarque pourtant certaines similitudes dans de nombreux rapports d'enquêtes.

Indicateur : satisfaction

La satisfaction, tout d'abord. On constate très souvent que le niveau de satisfaction générale des visiteurs avec l'exposition est élevé, il est rare qu'elle soit de niveau moyen – peut-être aussi parce que les musées qui sont à l'écoute leurs publics, et l'enquête/l'étude de public en est une des manifestations, sont plus à même de remplir des attentes des visiteurs. La satisfaction portant sur des aspects plus spécifiques, en revanche, est parfois plus contrastée.



Illustration 10 – Le beau : quand la scénographie rivalise de beauté avec les objets extraordinaires des collections.

Senckenberg Naturmuseum, Francfort, Allemagne.

Photographie : Stéphanie Wintzerith

Parmi les éléments qui plaisent le plus et qui ont donc un impact sur la satisfaction générale, on retrouve les grands classiques comme les œuvres et objets phares de la collection – tels que les dinosaures d'un musée d'histoire naturelle, les œuvres de peintres célèbres, les sculptures les plus connues ou des collections d'antiquités égyptiennes par exemple – aussi bien que les œuvres et objets moins éminents qui ont néanmoins marqué l'un ou l'autre visiteur individuellement. Tout aussi classique, on constate un engouement croissant pour les dispositifs interactifs et, dans une moindre mesure, pour les dispositifs numériques. Lorsque l'exposition permet d'activer plusieurs sens, la vue, l'ouïe, le toucher parfois, grâce aux dispositifs audio, vidéos, interactifs et autre, le plaisir de la découverte des œuvres s'en trouve renforcé. Pour tous les visiteurs, enfin, qui ne maîtrisent pas bien

la langue locale, la présence de traductions peut être un révélateur et une source de plaisir importante.

Ce qui, en revanche, pose souvent problème, c'est le manque ou la rareté des sièges pour se reposer un instant au cours de la visite – là encore, un grand classique des réponses de questionnaires. Autre cause de déception plus ou moins relative selon les expositions, les visiteurs en veulent souvent plus : plus d'interactivité, plus d'œuvres, plus d'objets insolites, plus de vidéos, ou (plus rarement) plus d'informations, plus, en somme, de ce qu'ils aiment et de ce qui constitue une part de leur plaisir de visite.

Un autre aspect récurrent dans les critiques qui peuvent être source de déplaisir concerne l'infrastructure et les bâtiments. Nombreux sont les visiteurs qui réclament un parcours mieux structuré, plus visible/facile à suivre, une meilleure signalétique et autres éléments permettant de se repérer. Nombreux aussi sont ceux qui constatent un manque dans l'infrastructure, notamment pour les toilettes (pas assez nombreuses, trop loin, peu accessibles ou qui devraient être rénovées...), la garde-robe (taille/nombre des casiers, accessibilité, emplacements pour parapluie ou pour poussettes...) le manque d'ascenseur, une température trop basse ou trop élevée, l'éclairage insuffisant, le niveau sonore trop élevé, ou qui auraient aimé disposer d'un café dans les musées où il n'y en a pas. Mentionnons ici aussi les habituelles discussions quant à la lisibilité (taille de caractères, contrastes et autre) et le positionnement (hauteur idéale, éclairage, et autre) des textes et cartels.

Ces éléments dépendent naturellement de chaque musée, mais ils ont tous en commun d'affecter le confort et le bien-être des visiteurs. Ils font partie des facteurs qui peuvent gâcher le plaisir d'une visite, car on n'apprécie pleinement la visite que quand les conditions de confort sont remplies.

Indicateur : motivation de visite et attentes

Outre l'analyse de la satisfaction, une autre approche peut apporter des clés de compréhension du plaisir de visite : bien connaître les motivations de visite et les attentes des publics, afin d'y répondre au mieux.

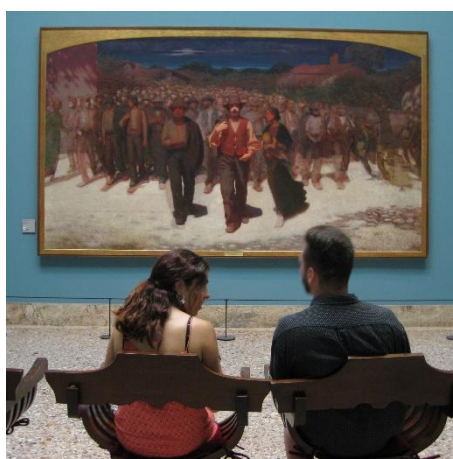


Illustration 11 – Un moment passé ensemble. Peut-être parlent-ils de l'œuvre qu'ils voient devant eux ?
Pinacothèque de Brera, Milan, Italie.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

Une sortie au musée est bien souvent une activité conviviale. La proportion de visiteurs venus en couple, en famille, avec des amis ou même en groupe organisé dépasse (largement) celle des visiteurs venus seuls – sauf peut-être dans certaines expositions d'art. L'aspect de sociabilité est un des moteurs essentiels de la visite.

En effet, passer un bon moment avec ses proches est pour beaucoup la motivation principale de la visite, suivie de près par le fait de vouloir faire découvrir le musée aux enfants ou à ses proches. Viennent ensuite les motivations liées au contenu du musée (affinité particulière avec le thème de l'exposition, sensibilisation des enfants à ce thème, recommandations...), la réputation du musée (un incontournable touristique, un musée de notoriété locale que tous les habitants des alentours se doivent de visiter au moins une fois, etc.), ou les motivations plus exogènes (professionnels, études, recherche, impératif d'une sortie scolaire ou groupe organisé par exemple).

Aux motivations de chacun sont associées un certain nombre d'attentes. A charge pour le musée de développer des offres adaptées qui vont satisfaire, voire ravir les visiteurs. Pour un musée d'histoire naturelle, par exemple, il est judicieux d'aménager un espace un peu à l'écart de l'exposition où les visiteurs, et en particulier les familles, peuvent librement s'installer pour faire une pause et consommer un repas tiré du sac. Autre exemple : les dispositifs interactifs, bornes audio ou vidéo etc. que l'on peut manipuler/utiliser à deux ou à trois (voire plus) favorisent les échanges et renforcent le plaisir d'effectuer une visite en commun, alors que les dispositifs avec une seule borne d'écoute par exemple ont l'effet inverse et contribuent à morceler les expériences de visite. Si le principe est simple – chaque attente devrait trouver une ou plusieurs réponses adéquates au musée – son application est bien plus complexe, dans la mesure où les attentes des uns sont parfois en contradiction avec celles des autres. Il est évident qu'on ne pourra satisfaire tout le monde, mais le musée a tout à gagner de s'intéresser de près aux motivations et aux attentes de ses publics.



Illustration 12 – Contemplation : le plaisir de la rêverie devant une œuvre de Monet.
Musée Marmottan Monet, Paris, France.
Photographie : Stéphanie Wintzerith

Prenons encore un exemple concret, qui n'est pas généralisable à tout type de musées : les visiteurs d'un musée d'art ont été interrogés sur leurs attentes à propos d'une exposition d'art. Les répondants sont particulièrement friands de découverte : plus de 90% estiment important ou très important d'avoir de nouvelles impressions, plus de 80% espèrent avoir matière à réfléchir et à se poser des questions, plus de 80% estiment aussi (très) important

de développer leurs connaissances et leur compréhension de l'art – trois attentes intrinsèquement liées à l'art et au contenu de l'exposition auxquelles le musée peut répondre par sa programmation, la médiation et les informations données, entre autres. De plus, 80% sont très sensibles à la beauté des œuvres d'art, et la même proportion estime important/très important de pouvoir se plonger avec tous les sens dans la contemplation des œuvres d'art.

Les aspects plus relationnels ont une importance moindre dans ce contexte-là : s'ils sont près de 50% espérer passer un bon moment avec leurs proches, ils sont plus de 60% à espérer pouvoir profiter de l'exposition en toute quiétude et au calme. Il convient donc pour ledit musée de veiller à établir une atmosphère calme et sereine, aussi propice à la contemplation individuelle qu'aux déambulations à deux ou trois. Inonder cette exposition d'événements et autres *happenings* serait pourtant l'offre de trop : ils sont moins de 40% à trouver (très) important de venir se divertir dans l'exposition, ce n'est pas là l'aspect principal – ce qui n'exclut pas, évidemment, des activités diverses autour de l'exposition pour satisfaire une portion tout de même non négligeable des visiteurs. De même, de voir des œuvres connues ou y trouver quelque chose de familier importe bien moins aux visiteurs de ce musée (respectivement moins de 30% et moins de 20%), ce n'est donc pas l'argument principal à mettre en avant pour la communication autour de l'exposition, par exemple.

Les attentes exprimées par les visiteurs de ce musée sont d'une nature assez introvertie. Le plaisir de leur visite sera probablement de même nature si le musée parvient à créer les conditions propices.

Conclusion

On a souvent opposé le divertissement et l'apprentissage, le sérieux du musée et la légèreté du spectacle (sous-entendu : du divertissement). *Enjoyment*, terme aux multiples facettes, a parfois été confondu avec « *entertainment* » (divertissement, là encore), une idée qui semblait indigne du musée et le terme fut pendant longtemps banni du vocabulaire muséal. Un musée peut-il véritablement remplir son rôle, assumer ses missions – nobles, faut-il le rappeler – faire de la recherche, gérer des collections, transmettre le savoir en organisant expositions et publications, et en même temps divertir ? Sacrilège, disait-on. Offrir des expériences plaisantes à ses publics, alors ? C'était déjà plus acceptable. Fort heureusement, les choses ont changé, le plaisir de visite a fait son entrée au musée et le divertissement dans sa définition.

Car la réalité est bien celle des visiteurs, qui ont littéralement voix au chapitre : c'est pour eux que sont montées les expositions, pour eux aussi que sont développés les programmes de médiation, les dispositifs interactifs, les éléments innovants, en somme, tout ce qui fait qu'une exposition est bien plus qu'un simple amoncellement d'objets disparates. Le retour d'information des visiteurs est éloquent : ils ont plaisir à visiter une exposition. Ils y trouvent de nombreuses sources de plaisir, de la beauté d'une œuvre à la surprise d'un objet inattendu, de l'intérêt porté à un thème aux échanges avec leurs proches, parmi tant d'autres.

Les médiateurs le savent depuis longtemps : on apprend aussi, voire mieux, en s'amusant. Les équipes des musées le savent : seuls les visiteurs satisfaits reviendront. Les conservateurs sont de plus en plus attentifs aux attentes des publics. Les publics le

ressentent : si les concepteurs de l'exposition ont eu plaisir à la développer, si les médiateurs ont eu plaisir à imaginer de nouveaux concepts, les visiteurs le sentiront aussi et auront d'autant plus plaisir à en profiter. Inversement, quoi de plus plaisant pour les équipes du musée que de voir des visiteurs heureux, appréciant le moment passé dans l'exposition et les contenus qu'ils y trouvent ? Il est temps, maintenant, d'intégrer pleinement dans nos concepts, idées et activités la notion de plaisir(s) de visite.

Références

La synthèse des indicateurs repose sur un corpus de rapports d'enquêtes et études de publics conduites par Stéphanie Wintzerith, pour certaines en collaboration avec d'autres chercheurs, mais qui n'ont pas été publiés. Ils ne sont donc pas accessibles, d'autant moins que les contrats passés avec les musées commanditaires des études contiennent habituellement une clause de confidentialité. C'est la raison pour laquelle aucun exemple précis n'a été cité ni aucun musée n'a été nommé directement.

ICOM (2022). Définition du musée, disponible sur le site web de l'ICOM

<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>

<https://icom.museum/fr/ressources/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>

<https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

ICOM Define (2021). *Le Musée : deuxième rapport sur les avis des membres e l'ICOM pour une nouvelle définition du musée – Analyse et rapport indépendants élaborés pour le comité ICOM Define*, 9 novembre 2021. Disponible en ligne

<https://icom.museum/wp-content/uploads/2021/12/FRENCH-1.pdf>

Wintzerith, S. (2021). *Begriffe für die ICOM-Museumsdefinition – Ergebnisse der Online-Mitgliederbefragung von ICOM Deutschland, August-September 2021, Konsultation 3*. Rapport de l'enquête auprès des membres d'ICOM Allemagne, rendu public sur le site Internet d'ICOM Allemagne en 2021, retiré depuis.

Happiness is in museums

Le bonheur est au musée

El placer está en el museo

La notion de plaisir au Musée national de Beyrouth

Anne-Marie Maïla-Afeiche

*Le plaisir est un chant de liberté, mais il n'est pas la liberté,
Il est l'épanouissement de vos désirs, mais non le fruit,
C'est une vallée appelant une hauteur, mais ni un abîme ni un sommet,
C'est le prisonnier prenant son envol, mais non l'espace qui l'entoure,
Oui en vérité, le plaisir est un chant de liberté.*

Gibran Khalil Gibran
Le Prophète (1923)

(Traduction Jean-Christophe Benoist)

Le Liban traverse aujourd'hui une crise sociale, économique, politique et financière inégalée dans l'histoire du pays. Malgré les circonstances incertaines, il est impératif de continuer de préserver notre patrimoine culturel. C'est en observant le public qui se presse aux portes de nos musées, que nous réalisons le véritable engouement pour nos institutions muséales, nationales soient-elles ou privées, et ce, en dépit des difficiles conjonctures actuelles. A titre d'exemple, la dernière session des *Nuits des Musées* organisée en avril 2019 qui avait rassemblé dix-sept musées de différentes régions du Liban, a connu un succès fulgurant avec près de 14 000 entrées répertoriées uniquement au Musée national de Beyrouth durant cette nocturne. Depuis cette date, aucune manifestation de cette envergure n'a pu être envisagée. Il est vrai que l'afflux des visiteurs dans les musées varie au Liban selon les circonstances et les événements. L'objectif de cet essai est de présenter les raisons qui, à notre sens, favorisent l'enthousiasme ou la satisfaction du visiteur dans un musée, et plus particulièrement au Musée national de Beyrouth.

Les musées sont des lieux de culture, de collection et de conservation, des écrans d'art et de savoir également. Il s'agit aussi d'un espace de changement, un exercice de liberté, où l'on a envie d'apprendre certes mais aussi de se divertir, une zone de loisirs liée par conséquent à une certaine liberté. En tant qu'institution, le musée crée de la certitude dans sa narration. Mais ceci n'empêche nullement que le récit présenté s'effectue sous le pouvoir de la séduction, de l'incitation à la découverte et à la beauté avec des expériences sensorielles et émotives.

La récente définition du musée telle qu'adoptée lors de l'assemblée générale de l'ICOM à Prague en août 2022 stipule que les musées « *offrent à leurs publics des expériences variées d'éducation, de divertissement, de réflexion et de partage de connaissances* » (ICOM, 2022). Alors, afin de rendre hommage à l'une de ses fonctions,

celle du divertissement, du plaisir, il serait bon d'explorer les causes d'émotions positives qui nous submergent au cours de la visite au musée.

Le lieu, la scénographie

En pénétrant au Musée national de Beyrouth, c'est une atmosphère captivante, chaude et accueillante qui vous submerge. Dans ce bâtiment de couleur ocre construit dans les années 1930, le style Art déco s'allie à la pierre jaune utilisée et confère à l'ensemble du musée un aspect à la fois intimiste et majestueux.

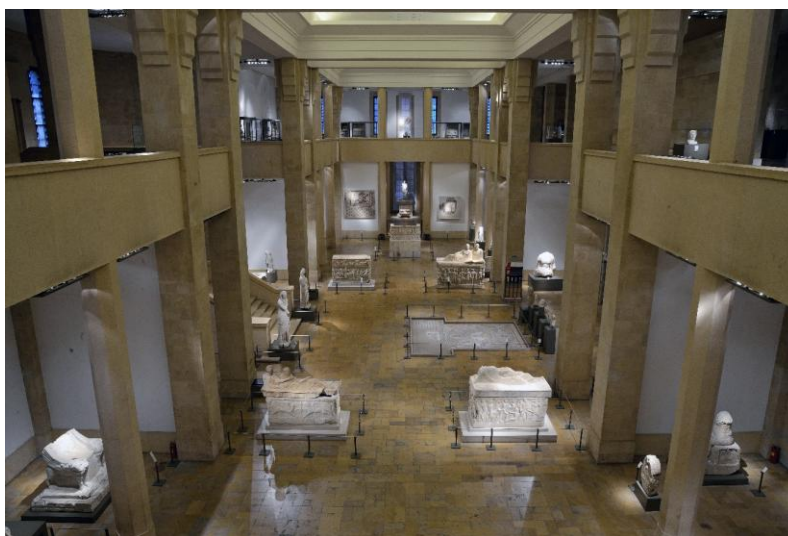


Illustration 1 – Intérieur du Musée

Photographie : Tony Farraj, © Ministère de la Culture-Musée national de Beyrouth

L'ambiance envoûtante de ce musée où l'on passe de la lumière du jour au rez-de-chaussée à la pénombre du sous-sol, diffuse instantanément un sentiment de bien-être. C'est là vraisemblablement la première impression de plaisir que le visiteur y rencontre (Ill. 1). Le plaisir associé à une ambiance de quiétude qui frappe d'emblée le visiteur qui est prêt à vivre une expérience de découverte, d'autant plus agréable qu'elle se déroule dans un environnement serein. Cette situation immersive dans laquelle il se plonge est visiblement générée par le cadre général. L'aménagement des salles du Musée national donnent à chaque œuvre la latitude d'être vue, admirée, approchée. De même, l'aménagement des œuvres au sein des vitrines permet leur mise en valeur sans encombrement et avec suffisamment de recul, afin de pouvoir apprécier la beauté de chacune d'entre elles. Lieu d'agrément, le musée peut être appréhendé de la manière qui conviendra à chacun, la durée d'un parcours dans le temps. C'est la particularité du musée que de pouvoir jouir de différentes expériences, dont celle de pouvoir se détacher quelque peu du monde extérieur l'espace d'un moment et de s'imprégner des beaux objets qui nous entourent.

La collection archéologique nationale se déploie sur trois étages. Exclusivement découverts sur le sol libanais, les objets témoignent, chacun à leur manière, de l'histoire ancienne et récente du Liban. Le rez-de-chaussée comprend les pièces de grande dimension de la collection lapidaire, sarcophages historiés, sculptures monumentales,

autels et mosaïques. Dans la mezzanine déambulatoire du premier étage, soixante-dix vitrines comprennent la collection de pièces de plus petite dimension, selon une scénographie respectant à la fois chronologie et thématique. Les œuvres les plus anciennes datent effectivement de la Préhistoire libanaise, tandis que la vitrine clôturant ce circuit témoigne, par ces objets détruits, des années de conflits au Liban (1975-1990). Outillage lithique, statuettes en bronze doré, récipients en céramique ou en verre, parure et bijoux de toutes époques, autant de chefs-d'œuvre exposés depuis 1999, date du réaménagement du Musée national. Enfin le sous-sol, inauguré en 2016, illustre le thème de l'art funéraire au fil des siècles (Ill. 2).



Illustration 2 – Vue globale du sous-sol du Musée
Photographie : Tony Farraj, © Ministère de la Culture-Musée national de Beyrouth

En présentant cette nouvelle aile, je me suis souvent surprise à parler de l'art funéraire comme de l'art de la vie. C'est effectivement le mobilier funéraire découvert dans des tombes qui reste la manifestation souvent la mieux préservée témoignant de la vie quotidienne. Des armes en métal, des peignes en ivoire, des cuillères en bois, des fioles et unguentarium en verre racontent finalement l'ordinaire d'une personne qui demeura avant nous sur cette terre.

Riches en enseignement ces objets offrent une variété de formes et de décors, développés au cours des siècles, selon des goûts divers et des influences stylistiques variées. Les objets s'expriment. Tel collier d'or et d'améthyste parle du raffinement d'une dame de Baalbek du II^e siècle ap. J.-C. ; telle autre amulette de Byblos porte en elle tous les espoirs de protection et de bonne chance. Les témoignages de foi en une vie future se manifestent dans les scarabées et autres symboles prophylactiques en faïence, en pierre ou en verre, déposés là en signe de piété. Caché dans les sarcophages, le pouvoir de ces images n'en est que plus important. Enfin, la croix tracée à l'entrée des tombes et les versets coraniques gravés sur la pierre des stèles, révèlent à leur tour les croyances de gens comme vous et moi, privilégiés d'avoir vécu sur notre terre et bienheureux de s'y être endormi. (Maïla-Afeiche, 2016, p. 7)

Le contenu, les œuvres exposées

La deuxième source de plaisir viendrait par conséquent de la qualité des pièces exposées. Il est vrai que les formes de beauté varient et répondent à des critères d'appréciation propres à chacun d'entre nous, mais ce sont les collections qui attirent les visiteurs. Dans notre cas précis, il s'agit de pièces archéologiques uniques qui captivent le public. A titre d'exemple, le Musée national de Beyrouth expose trente et un sarcophages anthropoïdes, la plus large collection de ce type que possède un musée de nos jours (Ill. 3). Il s'agit de sarcophages taillés selon les contours du corps humain dans un marbre blanc importé de l'île de Paros (Cyclades) et fabriqués dans les ateliers de Sidon, entre les VI^e et IV^e siècles av. J.-C. Les couvercles des sarcophages offrent chacun un portait sculpté, féminin ou masculin, différents les uns des autres. Les visages conservent dans certains cas des traces de peinture. Cette exceptionnelle collection a été de plus magistralement mise en valeur par un judicieux jeu d'angles de miroirs par l'architecte-muséographe Antonio Giammarusti.



Illustration 3 – Les sarcophages anthropoïdes, Saida, V^e siècle av. J.-C.
Photographie : Tony Farraj, © Ministère de la Culture-Musée national de Beyrouth

L'esthétique nous parle et nous procure un plaisir non négligeable. Lorsqu'une œuvre nous plaît, elle répond à nos critères propres de beauté et d'appréciation, et « *la beauté des choses existe dans l'esprit de celui qui les contemple* » ainsi que signalé par David Hume (1711-1776). Le premier plaisir est donc sensoriel, le plaisir des yeux. Certains visiteurs seront sensibles à la finesse d'une sculpture romaine, par exemple à la statue de la déesse de la santé et de l'hygiène, Hygéia, œuvre sculpturale en marbre découverte à Byblos et datée du II^e siècle apr. J.-C. (Ill. 4).



Illustration 4 – Statue d’Hygéia, Byblos, II^e siècle apr. J.-C.
Photographie : Tony Farraj, © Ministère de la Culture-Musée national de Beyrouth

D’autres seront subjugués par la beauté des fresques recouvrant les quatre murs d’une tombe romaine mise au jour à Tyr et illustrant des scènes de la mythologie grecque (Ill. 5). La statuette d’un orant offrant un présent au dieu, ou un vase phénicien en verre, autant d’objets qui racontent chacun une histoire.



Illustration 5 – Tombe de Tyr, II^e siècle apr. J.-C.
Photographie : Tony Farraj, © Ministère de la Culture-Musée national de Beyrouth

Le plaisir des yeux n’est malheureusement pas donné à tous. Un programme intitulé *Doors Please Touch* a été initié par l’association Red Oak dès 2018 avec pour objectif de permettre aux personnes malvoyantes et non-voyantes de profiter du parcours. Une invitation à toucher les œuvres sculptées avec les mains a ainsi été offerte aux personnes qui ne pouvaient jouir du sens de la vue. Le plaisir tactile s’est substitué au plaisir visuel.

Cette initiative répond aux desseins du Musée national d'être ouvert à tous, fort d'expériences inclusives qui acceptent et soutiennent la diversité, sources de joie non seulement pour les personnes en déficience visuelle mais également pour les organisateurs. La découverte de la douceur du marbre, de la finesse d'une sculpture ou d'un bas-relief, est accompagnée des commentaires du guide qui explique simultanément les œuvres, leurs particularités et leur importance.



Illustration 6 – Sarcophage du roi Ahiiram, Byblos, X^e siècle av. J.-C.
Photographie : Tony Farraj, © Ministère de la Culture-Musée national de Beyrouth

Un autre objet exceptionnel à plus d'un titre est le sarcophage du roi Ahiiram, roi de Byblos qui vécut au X^e siècle av. J.-C. (Ill. 6). La face antérieure de ce monument en calcaire présente une scène de banquet funéraire où apparaît le roi Ahiiram assis sur un trône flanqué de sphinx ailés, les pieds posés sur un marchepied. Il est vêtu d'une longue robe, tient une coupe de la main droite et une fleur de lotus fanée de la main gauche. Face à lui, et devant une table chargée de nourriture, s'avance une procession de sept personnages. Certains portent des offrandes, tandis que d'autres ont les bras levés en signe de vénération. Recouvert de reliefs sculptés en léger relief sur ses quatre faces, le sarcophage porte surtout une inscription phénicienne gravée sur sa cuve latérale droite et sur le long côté de son couvercle. L'importance du nouvel alphabet consonantique et non pictographique qui se développe alors et dont le sarcophage d'Ahiiram est le plus ancien témoin, réside dans la facilité de son usage et du nombre limité de signes qu'il comprend. Fort probablement véhiculé par les navigateurs phéniciens, cet alphabet est adopté par les Grecs vers 800 av. J.-C. Ces derniers modifient le sens de l'écriture, de droite à gauche, en rajoutant les voyelles absentes de l'alphabet initial. C'est donc cet alphabet qui donnera naissance aux alphabets modernes.

La trame narrative, découvrir son histoire

L'exemple du sarcophage d'Ahiram lié à l'histoire de la naissance de l'alphabet transforme ce chef-d'œuvre en objet de lecture. Et c'est là le troisième facteur de plaisir ressenti, lorsque la beauté de l'œuvre est jumelée avec le message qu'elle transmet. Au-delà de la charge émotionnelle, ce sont les informations qui sont transmises oralement, textuellement ou visuellement. Il y a effectivement toujours une histoire qui s'écrit dans un musée, celle du bâtiment, d'une collection, d'une passion ou d'individus. Tout mérite d'être traduit, commenté, expliqué. De plus, chaque objet exposé se prête à différentes lectures et par conséquent chacune d'entre elles procure un plaisir différent aux visiteurs.

Dans le cas de notre Musée national, les objets archéologiques exposés stimulent essentiellement la lecture et la compréhension des civilisations qu'a connues le Liban. Ce sont en effet ces témoins du passé qui évoquent valeurs et coutumes de l'antiquité. La double-optique d'histoire et de géographie contribue dans ce sens à la découverte de l'histoire nationale et des différentes régions du pays. La vocation première du Musée national, construit entre 1930 et 1937, est d'ailleurs mentionnée dès 1920 et reflète le sentiment qui prévalait alors, de mettre en exergue l'identité nationale. Premier directeur du musée et éminent archéologue, Maurice Chéhab est en charge d'aménager le musée et ses collections, dont il est, dans la plupart des cas, le découvreur. Reconnaître son histoire et la transmettre devient alors une source de fierté et de plaisirs partagés. En racontant le passé du pays, la collection nationale témoigne d'expressions artistiques diverses, assure l'apprentissage de l'éducation et garantit en quelque sorte la transmission du patrimoine.

Connaitre et transmettre son histoire est source de fierté et de plaisirs partagés.

Fidèle à sa mission de partager les connaissances, le Musée national expose des témoins historiques et archéologiques exclusivement découverts sur le territoire libanais. Il raconte les différentes périodes qui jalonnent notre passé. À titre d'exemple, une série de textiles datant du XIII^e siècle a été mise au jour fortuitement en 1988 par un groupe de spéléologues dans une région montagneuse du Liban. La grotte d'Assi el-Hadath (Vallée de la Qadisha) conservait par ailleurs plusieurs corps qui avaient été naturellement momifiés à cause des conditions environnementales. Des objets de la vie quotidienne, des manuscrits, du matériel céramique et même des restes de denrées alimentaires (noix, pelures d'oignon, feuilles de laurier et grappes de raisins) avaient aussi été bien conservés. De plus, une collection de textiles comprenant des robes, des tuniques, des châles et des lindeuls faisait partie de cette exceptionnelle découverte témoignant de la mode vestimentaire de la population rurale du Mont-Liban à l'époque médiévale (III. 7).



Illustration 7 – Robes d’Asso el-Hadath, Vallée de la Qadisha, XIII^e siècle ap. J.-C.
Photographie : Tony Farraj, © Ministère de la Culture-Musée national de Beyrouth

Outre les momies dont certaines ont été exposées au sous-sol du Musée, c’est surtout le récit de ces habitants qui, aux alentours de 1283, ont trouvé refuge dans une grotte à 1 300 mètres d’altitude, emportant avec eux leurs effets personnels, qui a été mis en valeur. Les émotions sont multiples face aux artefacts exposés, face à l’histoire racontée. Mais la satisfaction réside aussi dans le fait d’avoir pu préserver ces textiles après les avoir notamment confiés à la Fondation Abegg (Riggisberg, Suisse), qui, avec beaucoup de générosité et le professionnalisme qui la caractérise, a pu restaurer l’ensemble des textiles entre 2017 et 2023. Ce sont là des sentiments de reconnaissance qui se mêlent au plaisir d’avoir réussi à conserver, dans les meilleures conditions, un patrimoine unique.

La reconstruction, message de résilience et de pérennité

Le dernier point qui concerne le plaisir dans notre institution muséale, trouve écho dans un travail de longue haleine que l’on pourrait qualifier d’herculéen, et qui s’est imposé dans une dynamique de reconstruction à partir des années 1990 après près de 15 ans de destruction, entre 1975 et 1991.

Durant ces années de conflit, le bâtiment du Musée, à la lisière de la ligne de démarcation qui divisait alors Beyrouth Est et Beyrouth Ouest, est endommagé. Les objets de la collection qui y étaient exposés ou mis en réserves ont été sauvegardés par Maurice Chéhab et sa femme Olga. Les petits objets facilement transportables ont été préalablement entreposés dans les pièces du sous-sol dont les issues avaient par ailleurs été scellées. Les objets de grandes dimensions qui ne pouvaient être déplacés ont été quant à eux protégés par des caissons de ciment. Ces deux opérations qui consistaient à cloisonner les réserves d’une part ou les objets par des murs de béton d’autre part, ont sauvé les trésors nationaux de la barbarie.

Notre propos n'est pas là de revenir sur les initiatives qui ont contribué à la préservation de la collection nationale, ni d'en énumérer les étapes qui ont permis de la recouvrir et de l'exposer à nouveau. Il est de faire ressurgir l'importance qu'a été l'étape de la reconstruction, de la restauration des œuvres et de la rénovation du bâtiment malgré

Reconstruire : rétablir la beauté du lieu. Exposer à nouveau les collections : rendre aux œuvres toute leur beauté et leurs significations.

l'ampleur de la destruction. Le documentaire, de quatorze minutes, présenté à l'issue de la visite du Musée exprime parfaitement l'expérience positive qui a été celle d'une petite équipe. Le film du cinéaste Bahige Hojeij met en scène les dégâts, montre le démantèlement des chappes de béton, révèle en images l'émotion de la redécouverte de la collection restée des années durant enfouie, et finalement témoigne du ravissement à exposer

à nouveau la collection.

Deux étages du Musée national ont été inaugurés en 1999 grâce à la levée de fonds et à l'implication de la Fondation Nationale du Patrimoine, une ONG dont la mission était de remettre sur pied notre patrimoine alors particulièrement touché. Le sous-sol du Musée n'a été remis en état que bien des années plus tard, en 2016, lorsqu'une aide du gouvernement italien a permis la réalisation d'une nouvelle scénographie. Transformer des défis en expériences positives et en exposer les résultats, se révèle alors être une nécessité absolue.

L'exemple de la mosaïque du Bon Pasteur illustre bien ce propos. Il était important effectivement de montrer comment une mosaïque byzantine du V^e siècle, exposée au rez-de-chaussée du Musée, avait subi des dégâts à cause d'un trou béant effectué dans sa partie inférieure gauche par un franc-tireur. Dissimulé derrière les murs du musée et spécifiquement celui sur lequel la mosaïque du Bon Pasteur était placée, il visait les passants qui tentaient alors de traverser cette zone connue pour être par conséquent particulièrement dangereuse. Aujourd'hui, cette mosaïque dont le trou a été colmaté mais qui reste apparent, raconte cette résilience constructive. Le visiteur informé se sent saisi et le sentiment de contentement l'emporte sur la désolation de l'œuvre spoliée.

La restitution au Liban de cinq œuvres qui avaient volées en 1981 a suscité une sensation similaire, teintée de fierté, lors du rapatriement d'œuvres illicitement exportées. Des sculptures en marbre représentant une tête de taureau et quatre statues de jeunes hommes, datées entre les VI^e et IV^e siècles av. J.-C., ont été effectivement rendues au Liban en 2017 suite à la légitime revendication de l'État libanais des biens culturels volés (Maïla-Afeiche, 2018).

Conclusion

Somme toute, plusieurs facteurs contribuent à nous procurer du plaisir lors de la visite au Musée national : d'abord la beauté des chef-d'œuvres qui s'offrent à nous et qui favorisent le sentiment de bien-être qui nous envahit, lorsque la scénographie se trouve de plus en adéquation avec le sujet présenté et que le visiteur s'imprègne de la narration.

Les satisfactions liées à l'apprentissage des connaissances et à l'éducation sont multiples. « *Le musée parle, le musée éduque, le musée promeut* » (Nachtergael, 2023, p. 15) ; car s'il est vrai que le musée reste un lieu de diffusion de la culture, on ne peut

le réduire à un rôle unique. C'est un espace où différentes expériences sensorielles, affectives, émotionnelles vont être engagées.

La volonté de perdurer malgré les entraves et les circonstances est également source de plaisir, comme nous l'avons vu plus haut : la satisfaction d'avoir reconstruit après la destruction, d'avoir valorisé la collection archéologique et d'avoir atteint des objectifs afin d'offrir aux visiteurs de vivre un moment privilégié au Musée. La préservation du patrimoine coûte que coûte conforte et donne un sens au projet muséal.

Et finalement pour reprendre le mot de Jean de la Bruyère, « *le plaisir le plus délicat est de faire celui d'autrui* » (*Les Caractères*, 1696). N'est-ce pas là l'une des vocations de nos musées ?

Références

- Gibran G. K. (1923). *Le Prophète*. Traduction Jean-Christophe Benoist. Chapitre 24, Le Plaisir.
- ICOM (2022). Définition du musée. Disponible en ligne sur <https://icom.museum/fr/ressources/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>
- Maïla-Afeiche, A.-M. (2018). La restitution au Liban de cinq sculptures d'Echmoun. *Bulletin d'Archéologie et d'Architecture Libanaises BAAL*, Vol 18, p. 5-18.
- Maïla-Afeiche, A.-M. (2016). *Le sous-sol du Musée national de Beyrouth*, Brochure publiée en octobre 2016.
- Nachtergaele, M. (2023). *Quelles histoires s'écrivent dans les musées ? Récits, contre-récits et fabrique des imaginaires*. Les Essais visuels. Paris : MkF éditions.

Plaisirs partagés L'expérience d'un catalogue collaboratif dans un musée d'art bruxellois, le Art et marges musée

Alix Hubermont

Introduction

Est-ce que chaque visiteur·euse du Art et marges musée éprouve du plaisir lorsqu'il·elle parcourt nos expositions ? Nul besoin de mener de longues recherches, les nombreux retours des visiteur·euse·s attestent que la notion de plaisir est un élément qui permet au Art et marges musée de se démarquer. Le constat est là, le Art et marges musée est un lieu de plaisirs partagés. Partagés par les personnes qui le visitent, les artistes et l'équipe du musée, comme une série d'allers et retours de joies transmises.

Il y a, en premier lieu, le plaisir communiqué par les œuvres de la collection. Celle-ci est constituée d'œuvres relevant de l'art brut ou *outsider*, un art qui exprime bien souvent la vitalité, l'inventivité et le plaisir du créateur. Le·la regardeur·euse est contaminé·e par le jeu, la liberté, le plaisir et la joie de créer qu'il·elle y décèle.

Il y a, en second lieu, la mise en exposition. Les expositions du musée sont construites autour de coups de cœur, avec une volonté de surprendre à chaque fois le visiteur·euse en usant de dispositifs étonnants qui donnent une large place à l'expérience multisensorielle. Au Art et marges musée, une exposition (le choix du thème, des œuvres, du parcours) s'élabore de façon collégiale en équipe, notre enjeu principal étant, via l'exposition, de transmettre au public tout le plaisir que l'on a ressenti à la penser, à l'élaborer et à la concrétiser.

Et enfin, le plaisir partagé au moment de la transmission, de la médiation. Une médiation dont le cœur battant est la rencontre. Nous allons nous attarder dans cet article sur une expérience particulière de médiation, celle de la création collective d'un catalogue avec les enfants du quartier des Marolles, dans lequel s'inscrit le musée.

Le Art et marges musée, un musée pas comme les autres

Situé au cœur de Bruxelles, le Art et marges musée, musée d'art brut – contemporain – *outsider art*, questionne l'art et ses frontières. Sa collection s'est constituée dès le milieu des années 1980 auprès d'artistes autodidactes, d'ateliers artistiques pour personnes porteuses d'un handicap mental ou d'ateliers en milieu psychiatrique.

Elle se compose aujourd'hui de plus de 4 000 œuvres internationales produites en dehors des sentiers fréquentés de l'art. Ses expositions temporaires, au rythme de deux à trois par an, mêlent artistes de part et d'autre de la marge et questionnent l'art et sa définition.

Le projet du musée, d'un Centre de recherche et de diffusion à la reconnaissance muséale

Dès le départ, il a été question de passion et de plaisir. Frappée par la qualité et la singularité des œuvres produites dans le cadre d'ateliers artistiques par des artistes en situation de handicap mental – à distinguer des ateliers occupationnels ou thérapeutiques, mais encadrés par des artistes pour un accompagnement dans leur cheminement créatif –, Françoise Henrion fonde un centre de recherche et de diffusion en 1984 baptisé *Art en marge*. La marge entendue ici comme « *un lieu de réactions, d'annotations, de révoltes et d'enthousiasmes* » (F. Henrion, citée par Veress, 2020, p. 6). Elle y voit des échos à l'art brut défini par Jean Dubuffet bien que ses adeptes de l'époque n'y prêtèrent que peu d'attention. Ce domaine restait à défricher et n'était pas encore reconnu comme source potentielle de créativité artistique.

Qu'à cela ne tienne, Françoise Henrion, face à la quantité et à la qualité des découvertes, s'employa à les valoriser. « *C'est bien le mérite d'Art en marge que de s'être aventuré dans ce champ de création sans balises théoriques, en conjuguant le flair, la générosité et la passion pour découvrir des œuvres d'une diversité et d'une richesse stupéfiantes.* » (Thévoz, 2003, p. 47)

Dès 1986, *Art en marge* dispose d'un lieu d'exposition et fonctionne comme une galerie à but non lucratif. Au fil des expositions, la collection se développe et prend de l'ampleur en puisant plus largement dans les expressions artistiques consciemment ou inconsciemment marginalisées du circuit artistique traditionnel. « *La création artistique, si elle est partout, mérite que l'on s'y attarde là où on ne la pense pas, là où on la pense absente.* » (Leonardis, 2020, p. 9)

L'importance des acquisitions successives justifie la reconnaissance muséale du projet. *Art en marge* devient le « Art et marges musée » en décembre 2009. Ce changement de nom marque la volonté d'ouverture du lieu : exposer des œuvres marginalisées du milieu de l'art, qui découlent souvent de la marginalité de leur créateur·rice·s, mais avec une volonté d'inclusion et de dialogue avec des artistes dits « *insiders* ».

Le musée ne définit pas la marge mais la questionne et ce faisant, questionne la définition même de l'art.

Un musée, lieu d'échanges, de questionnement, de rencontres et de partage.

On ne cessera de le répéter, le Art et marges musée est un lieu de questionnement, d'échange, de rencontre et de partage. Musée d'art brut, *outsider* et contemporain à la fois, Art et marges a su faire la synthèse de ces différentes visions pour proposer sa propre grille de lecture. Art brut et contemporain s'y côtoient, se nourrissent l'un de l'autre, dans un aller-retour indispensable. Pas de dissolution de l'art brut dans l'art contemporain, pas de séparation non plus, mais un dialogue qui fait de ce musée un laboratoire expérimental où se mêlent recherche, présentation, conservation et défense des œuvres.

Aujourd'hui, le Art et marges musée est toujours fidèle à ses origines, en restant un espace à échelle humaine, favorisant le dialogue et les échanges plutôt que les grands débats, invitant chacun à l'expression de ses émotions. C'est un musée « à visage humain » qui vise à soutenir, mettre en lumière et partager les œuvres de femmes et d'hommes artistes en marge. Un musée qui souhaite partager l'enthousiasme, le plaisir de la découverte qui a été le moteur du choix d'un artiste et de ses œuvres.

Un musée intime et cultivant une atmosphère familiale

Le Art et marges musée bénéficie de la réputation d'être un espace « où l'on se sent bien », un bien-être de toute évidence lié à l'échelle modeste du lieu. Ses dimensions conduisent à une plus grande intimité avec les œuvres et leur délectation.

Si sa taille restreinte participe d'une certaine confidentialité du Art et marges musée, elle fait aussi sa force. Il ne s'agit pas d'un lieu impressionnant, le public est mis à l'aise, le contact avec le personnel du musée se crée très facilement, et le dialogue a toute sa place.

L'atmosphère familiale du musée découle également des liens pluriels noués au fil du temps. Ainsi, il y a une « famille art et marges », composée de fidèles, de collaborateur·rice·s, ancien·nes et nouve·aux·lles, mais aussi d'artistes.

L'art brut / l'art *outsider*, source inépuisable de plaisir

Si on s'entend sur le fait qu'être face à la vitalité, l'inventivité et la liberté est une source de plaisir, alors on peut considérer que les œuvres d'art brut et d'art *outsider* sont une source inépuisable de plaisir et de joie. En effet, cette création polymorphe est mue par une pulsion essentielle, vitale. Il s'agit d'inventer un autre, un ailleurs, guidé par une envie incontrôlable de liberté. La vitalité, la jubilation à créer et à s'affranchir des normes, des conventions, sans regard à côté ou en arrière, débordent de ces œuvres singulières.



Illustration 1 – Plaisir de la découverte
Copyright : Annabel Sougné

Les œuvres qui sont exposées sont aussi bien nées de partages en atelier que de l'intimité la plus totale. Souvent elles entretiennent un lien très proche avec la vie du créateur ou de la créatrice, souvent elles se produisent de façon spontanée, sans intellectualisation et souvent elles parlent de façon directe aux spectateur·rice·s. Jamais elles ne se soumettent à des règles, même quand elles tentent de s'y conformer. Le Art et marges musée est un espace où la création est une pépite trouvée au cœur de la confidentialité de son lieu d'émergence, un espace où la création est plus que jamais associée à l'idée de liberté.

Des images sans discours qui « exigent une disponibilité du regard » (Preszow, 1985, p. 5) mais laissent à l'émotion la possibilité de surgir. Les œuvres éveillent nos émotions, nous sollicitent parfois frontalement, parfois nous déstabilisent et presque toujours nous

bousculent. Cette mise en mouvement est source de plaisir, parce qu'elle opère en nous, elle nous transforme.

Créations des expositions

Le musée n'a pas la place pour proposer à ses publics un espace d'exposition permanent, mais notre collection est présentée conjointement aux expositions temporaires et se fond dans la partie temporaire.

Les expositions se succèdent au rythme de trois par an, veillant à chaque fois à provoquer la surprise.



Illustration 2 – Josselin Pietri, vernissage de l'exposition
Guy Brunet, réalisateur – Josselin Pietri, karatéka. (2018).
Copyright : Annabel Sougné

Des expositions collégiales

Il y a d'abord le plaisir d'être libre de penser l'exposition, sa thématique, son propos. L'équipe du musée fonctionne par affinité et choisit le sujet d'exposition qui lui plaît.

Les thèmes de l'exposition à venir sont discutés et débattus ensemble, et cette réflexion par consensus permet à tous·tes d'y trouver un plaisir. D'une part, parce que le sujet primaire d'une exposition peut parler directement à un·e des membres de l'équipe, mais également parce qu'un thème proposé par un·e autre se voit adapté et remanié collégialement plus ou moins fortement. La prise de décision est collective au sein de l'équipe du musée et toujours avec une bienveillance sincère. Cet aspect donne à chaque membre de l'équipe la possibilité de faire corps avec le sujet de l'exposition, que celui-ci soit sa proposition ou non. Le plaisir est d'autant plus fort lorsqu'il s'agit d'un sujet méconnu parce qu'il y a alors une dimension de découverte qui est intellectuellement très stimulante. On parle dans ce cas du plaisir de s'emparer de tel ou tel sujet.

Vient ensuite le plaisir de l'élaboration, l'édification de l'exposition autour du sujet choisi. Et là, à nouveau, le travail suit une dynamique de consensus et d'intelligence collective (l'équipe se dirige vers le même endroit mais chacun via son propre schéma de pensées), le sujet est modelé au fur et à mesure pour que finalement, l'exposition, soit le reflet des goûts de chacun.

La sélection s'opère avant tout sur base de coups de cœur. En exposant des œuvres dont la découverte a été source de plaisir, l'équipe espère pouvoir en partager l'émotion.

La variété des œuvres exposées laisse espérer que chaque individu passant la porte du musée pourra y trouver son bonheur.

Cette approche collégiale est fondamentale dans la façon de travailler, cette méthode de travail est tangible dans chacune des expositions. Il est courant d'entendre des visiteur·euse·s exprimer le fait que ce plaisir à monter des expositions est perceptible. Pour l'équipe du musée, cet aspect est primordial : réussir via l'exposition à transmettre au public tout le plaisir que l'on a ressenti à la penser, l'élaborer et la concrétiser. C'est là que la magie opère.

Les expositions au Art et marges musée, une expérience sensible

Pour favoriser le plaisir, le musée considère qu'il est essentiel d'offrir davantage qu'une simple présentation d'œuvres. Pour chaque exposition, il s'agit de réinventer une fois de plus la scénographie, son parcours et son identité. Tenter à chaque fois de surprendre le public.

L'accent est aussi mis sur la réalisation d'installations originales, qui permettent à tout un chacun de plonger dans un univers particulier, de ne plus être le spectateur ou la spectatrice extérieure, mais d'être invité à faire partie de la création.

Cette attention donnée à l'aspect immersif et participatif est une caractéristique des expositions du Art et marges musée. En effet, nous souhaitons que le·la visiteur·euse fasse de sa visite une expérience multisensorielle, en invitant d'autres sens comme celui du toucher ou de l'ouïe, pour que le plaisir qu'il ou elle en retire soit plus complet.

Immersif, participatif, créatif et multisensoriel sont les clés du plaisir de visite.

Le musée devient alors un espace de repli, un refuge, un endroit hors normes où l'on est invité à prendre un temps différent.

Enfin, nous veillons constamment à éveiller la créativité de notre public, à l'amener à « faire ». A l'issue du parcours, nous proposons un espace créatif qui peut prendre diverses formes : création de grigri, construction d'un nid géant ou encore participation à une tapisserie collective.

En effet, la jubilation du geste créatif, qui transpire des œuvres, contamine le·la visiteur·euse, qui éprouve souvent à son tour une urgence à faire, à créer. Le fait d'assouvir ce désir est sans aucun doute source de plaisir.

Plaisir de visite pour les visiteurs et les visiteuses libres

Le musée n'a pas mis en place d'enquête de satisfaction d'envergure et le plaisir des visiteur·euse·s libres ne peut-être quantifié précisément. Cependant il nous apparaît, suivant les différents échanges qui ont lieu à l'issue de la visite dans l'accueil, que la visite des expositions est source de plaisir.

Nous constatons que le plaisir le plus souvent évoqué est celui de la découverte, de la surprise face à l'inattendu. Et c'est là que réside la force de l'art brut et l'art *outsider*, de la création hors-normes.

Puis, au-delà des plaisirs évoqués ci-dessus, « on se sent bien » au musée, comme dans un espace juste à côté du cours normal du monde.



Illustration 3 – Plaisir de la découverte
Copyright : Annabel Sougné

Médiation et plaisir – partir des émotions pour aller à la rencontre

L'accompagnement des publics est une mission centrale du Art et marges musée.

Au cœur de notre travail de médiation : le public et sa singularité.

Chaque groupe présentant des spécificités et des attentes propres, le·la médiateur·rice doit faire preuve de qualités d'écoute et d'empathie pour favoriser la rencontre et le plaisir des personnes accompagnées.

Pour ceci, il·elle s'appuie sur des scénarios pensés en amont mais toujours adaptables à chaque situation, faisant de chaque visite une expérience différente. La prise en compte de la singularité de chaque individu est au cœur du processus. Ce qui instaure un climat de confiance particulièrement propice à l'échange et rend chacun·e pleinement disponible.

La visite se vit alors comme une rencontre. Avec le·la médiateur·rice, avec les artistes – à travers leurs œuvres, avec les membres du groupe – donnant soudain accès à des facettes que les autres ne leur connaissaient pas, mais aussi avec nos propres émotions et ressentis.

Au cours de la visite, il s'agit de donner à chaque participant·e des outils qui l'aideront à mieux voir, à se sentir touché·e, concerné·e par les œuvres pour ainsi se les approprier. Le·la médiateur·rice se positionnant entre l'œuvre et le public, se fait néanmoins suffisamment discret·e pour que la rencontre soit personnelle et singulière.

Visite guidée interactive

« Un enfant pourrait faire ça ! » / « Ça, au moins, c'est bien dessiné » / « On sent tellement de détresse émaner de chacune des œuvres ! » / « Il a quel handicap, lui ? »

Qu'ils découlent sur une résistance, une empathie extrême ou encore une certaine recherche de sensationnalisme face aux œuvres, les préjugés sont bien tenaces quand il s'agit d'aborder l'art brut ou *outsider*.

Aidant le·la visiteur·euse à se débarrasser de ses constructions mentales, besoins de classifications et stéréotypes, le·la médiateur·rice permet la relation entre la sensibilité de l'artiste et celui ou celle qui regarde. Laissant tomber ses barrières, ce·tte dernier·e devient alors réceptif·ve à la joie et à la vitalité qui émanent des œuvres.

L'art brut est un art sans discours.

Entendons par là que rarement l'artiste ne se prononce sur les intentions qui ont guidé sa création, ou ne développe un commentaire sur celle-ci. Cette caractéristique nous offre l'opportunité de faire pleinement confiance à notre ressenti. Or, on observe fréquemment que ce n'est pas évident, tant nous sommes habitués à ce que les œuvres s'accompagnent d'un discours, ou que les œuvres nous soient expliquées. Souvent, les visiteur·euses·s réclament à comprendre les œuvres.

Il s'agit alors d'un autre préjugé à faire tomber. Non, le discours n'est pas nécessaire pour prendre plaisir face à une œuvre.

Le discours n'est pas indispensable pour prendre plaisir face à une œuvre.

A quoi sert, dès lors, le·la médiateur·rice ? A faire lien, à accompagner le regard, à donner confiance en son propre ressenti. Bien sûr, cela s'accompagnera souvent de quelques informations sur le contexte de la création, mais toujours en partant de l'œuvre d'abord.

Tout autant que le sensationnalisme lié à l'histoire personnelle de certains des créateurs n'a jamais été prépondérant dans la décision de les intégrer dans notre collection, ce n'est jamais un diagnostic médical ou la narration d'épisodes de vie compliqués qui primeront dans nos visites guidées.

Que ces œuvres se passent de commentaires, c'est précisément ce que nous voulons faire comprendre à notre public. Dès lors, notre discours aide à voir, questionnant le groupe sur les caractéristiques techniques de l'œuvre pour que rapidement cela débouche sur ce qu'elle nous évoque et nous fait ressentir.

Se connecter à ses propres émotions n'est pas chose aisée. Apprendre à se laisser toucher, émouvoir par une œuvre, pouvoir l'exprimer, implique d'être attentif à soi et aux autres, à faire preuve d'empathie, c'est mettre sa sensibilité à disposition de celle d'une autre personne.

Nous gageons que les visites au Art et marges musée aident à trouver ce chemin.

Car nous voyons la visite comme un moment susceptible de laisser une trace auprès des visiteur·euse·s. On a échangé, on a ri, on a même peut-être pleuré, et on s'est exprimé sans crainte. On se rend compte que l'on est capable de penser, de se questionner, d'être interpellé, de changer d'avis. Qu'une œuvre dessinée, peinte, sculptée, assemblée, est capable de nous émouvoir, de nous étonner. Ainsi, les graines plantées lors de la visite peuvent selon nous se prolonger bien au-delà, particulièrement pour nos publics habitués. Nous avons au fil des ans noués des partenariats avec plusieurs écoles et associations du quartier. Il y a, parmi nos voisins, des enfants qui auront suivi une dizaine de visites au Art et marges musée entre leurs trois et leurs douze ans. Nous sommes convaincus que celles-ci auront participé à la façon qu'ils ont d'aborder le monde. En revenant, en fin de visite, sur ce qui nous a procuré le plus de plaisir lors du parcours, un enfant de onze ans a répondu : « Ce que j'ai aimé, c'est pendant l'atelier, quand tu as dit qu'en art, on ne fait pas d'erreur ». Joie dans notre cœur de médiateur·rice... La création comme espace de liberté... Une liberté qui, visiblement, a été identifiée comme une source de joie également par ce jeune visiteur.

Un atelier

« En art, on ne fait pas d'erreur »... En effet, pas de gomme dans le matériel pédagogique que nous mettons à disposition lors des ateliers qui clôturent nos visites ! On invite les participants à se servir de leurs « erreurs », que nous valoriserons toujours comme des trouvailles, ou la possibilité d'emprunter un chemin auquel on ne s'attendait pas.

Mais la plupart du temps, nos supports s'aventurent loin du traditionnel dessin. L'expérimentation est au centre. Manipuler des matériaux inhabituels ou se saisir de techniques connues pour faire quelque chose d'inédit : le·la participant·e s'engage dans une exploration de ses potentiels créatifs, sans se brider.

Ce qui pourrait être vécu comme une épreuve par celles et ceux qui disent ne pas savoir dessiner ou ne pas être créatifs devient rapidement un moment ludique et joyeux, décomplexé par la spontanéité des œuvres observées dans le musée, et associé au plaisir de toucher, expérimenter, découvrir et se laisser surprendre par ses propres capacités.

Un plaisir qui perdure parfois via un objet que l'on rapporte chez soi, ou par le souvenir d'avoir déposé sa contribution à une œuvre collective qui restera quelques semaines encore visible pour d'autres visiteur·euse·s.

Témoignage d'une visite guidée

Elle [la guide] a été incroyable, parce que ses explications étaient très simples, très fluides, captivantes. Elle venait vraiment chercher les résidents et leur posait des questions. Elle s'accrochait vraiment à la réponse de chaque participant, et adaptait son discours à chaque participant. Elle a fait une présentation globale, mais adaptée en fonction des personnes présentes. Et je trouvais ça incroyable parce que du coup, ils ont été complètement captivés. On a fait deux heures de visite dans le musée, et ils ont posé plein de questions. Et puis c'était très drôle, parce que la manière dont a été pensé Art et marges, c'est très axé sur la rencontre. Et donc le fait d'avoir été d'abord dans ce petit sas avec eux à l'entrée, c'était très chaleureux, réconfortant. Il y a eu un temps d'accueil, où on a expliqué ce qu'on allait faire, ce qu'on allait voir. C'est important d'avoir cet espace avant la visite. Et puis dans l'exposition, la rencontre s'est faite à chaque œuvre, à chaque étage et à chaque endroit du musée. C'est drôle car c'est un petit musée, dans l'absolu, et pourtant, on a quand même passé deux heures à vraiment exploiter chaque recoin du musée et à être vraiment dans des ambiances différentes dans chacun des recoins. Je pense que c'est pour ça qu'ils ont aussi beaucoup aimé. Ensuite, nous avons été faire l'atelier : on a fait des couronnes de Noël. Ces couronnes étaient une réponse à certaines œuvres dans l'exposition. À l'atelier, j'ai trouvé ça très intéressant que ça puisse permettre aux participants de partir avec un souvenir et donc de faire exister la visite en-dehors, en-dehors du temps qui nous était accordé.

Témoignage de Eva Mendoza, psychologue. Elle a visité le musée en février 2021 avec le Foyer Aurore à Schaerbeek (ASBL Anais), centre d'hébergement pour personnes présentant un handicap mental et des difficultés psychiques. (Detroy, 2021, p. 47-48)

Une expérience particulière : la création d'un catalogue collaboratif par les enfants du quartier

L'histoire de l'art brut est l'histoire du regard porté sur lui. C'est le regard qui fait les œuvres.

Nourrir la collection du musée, c'est aussi alimenter, archiver, consigner les regards, les commentaires et les rencontres qui adviennent lors des visites au musée. Tout ce qui est déposé lors de la confrontation entre les œuvres et celles et ceux qui les regardent, sans autre expertise que celle de leur propre perception, de leurs souvenirs et de leur trajectoire singulière.

La connaissance d'une œuvre grandit avec les échanges qui ont lieu autour et devant elle. Chaque visite guidée s'enrichit des précédentes, est nourrie des commentaires et des impressions reçues. Ainsi, la possibilité de produire un discours qui mène vers l'œuvre, vers une réception riche, sensible et émancipatrice, est accrue, alimentée par la multiplication des regards portés sur elle.

Ce constat a été le moteur d'un projet inédit, la création collective d'un catalogue collaboratif avec les voisins du musée.

Intitulé *Nos regards*, ce catalogue est le premier d'une longue série, dans une tentative de réunir des commentaires en marge mais d'importance pour l'histoire des œuvres et l'histoire du regard porté sur elles. *Nos regards* est l'archive des regards qui surgissent depuis les marges.



Illustrations 3-4 – Ateliers créatifs dans le cadre du projet de catalogue collaboratif (2021).
Copyright : Alix Hubermont

Présentation et description

Ce projet éditorial et curatorial a été entamé à la mi-décembre 2020 et s'est achevé le 22 septembre 2021.

Il s'agissait de penser un objet éditorial en collaboration avec les voisin·es et d'expérimenter pour l'équipe du musée une manière dont les habitant·es pourraient être associé·es à tout un pan de nos activités dont ils·elles sont d'habitude exclu·es. En effet, généralement les partenariats sont envisagés en donnant aux participant·e·s la place du·de la visiteur·euse (bien que l'accent soit toujours mis sur l'interaction, il s'agit d'une attitude relativement passive) et moins la place de celui d'acteur (discours, création de contenus).

Ce projet s'appuyait sur le savoir-faire et l'expertise du musée en termes d'accompagnement des publics, de curation et d'expression artistique pour fournir les

outils et l'espace de l'élaboration d'un discours sur l'art. Nous avons mis l'accent sur l'aspect collaboratif, participatif et sur la co-construction.

Associer les habitants du quartier : un projet éditorial créatif, participatif, collaboratif et de co-construction.

Les habitant·e·s ont été encouragé·es à exprimer la manière dont l'œuvre résonne et s'ouvre en elles et en eux.

Par le biais de commentaires écrits, racontés, sculptés ou dessinés, ils·elles ont pu faire le constat que chaque individu est capable de recevoir, d'être surpris, interpellé

par une œuvre d'art et de construire un discours audible et intéressant pour tous et toutes.

Une exposition pour les 10 ans du musée

Ce projet de catalogue collaboratif prenait place à une période importante pour le musée, celui de l'exposition anniversaire de ses 10 ans d'existence en tant qu'institution muséale.

Cette exposition, intitulée *Embrassez-vous !*, posait un nouveau regard sur sa collection. Le musée avait invité pour l'occasion une dizaine d'artistes, amis et complices du musée, à choisir une œuvre – ou un artiste de la collection – et de proposer une création en dialogue. De ces rencontres sont nés des installations, des performances et des créations sonores, littéraires et culinaires, comme autant de commentaires originaux qui ont offert un éclairage nouveau sur certains artistes de notre collection.

La mission confiée aux habitant·es s'inscrivait donc parfaitement dans la continuité de celle confiée aux artistes complices : se laisser toucher par une ou des œuvres pour faire surgir un point de vue, un commentaire en écho.

Le quartier des Marolles

Les Marolles sont un quartier bruxellois, qui s'étend du Palais de Justice à l'église de la Chapelle au pied de la Place du Grand Sablon. Lieu fréquenté par les touristes, occupé par les antiquaires et habité par une population peu favorisée et multiculturelle, il possède d'innombrables facettes.

Installé depuis 2001 à la rue Haute, au cœur du quartier, le musée n'a eu de cesse d'entretenir des liens avec ses habitants et y déploie une politique de rencontre et de relais. Par le biais de partenariats avec les écoles primaires du quartier, les associations socioculturelles et les institutions culturelles (musée, salles de spectacle, centre culturel, etc.).

Suite à la crise sanitaire, les liens entre le Art et marges musée et ses voisin·e·s sont été un peu relâchés. Ce projet de catalogue collaboratif devait recréer du lien avec eux·elles, renforcer et maintenir nos collaborations. Pour continuer à faire en sorte que les voisins et voisines du musée se familiarisent avec le lieu, qu'ils·elles se l'approprient et s'y identifient.

Le Art et marges musée s'emploie à être un lieu de convergence, un nœud de réseau entre les différents partenaires du territoire, pour que les rencontres puissent se vivre.

La crise sanitaire

La crise sanitaire du Covid-19 a quelque peu chamboulé les plans initiaux. Si au départ, le souhait avait été de créer des rencontres intergénérationnelles, le projet a dû être réalisé presque exclusivement avec un public d'enfants et de jeunes adolescent·es.

Les participant·e·s étaient tou·te·s issu·es de deux associations socioculturelles du quartier, situées à quelques centaines de mètres du musée, dans la même rue.

En tout, nous avons obtenu la participation unique ou multiple de 25 personnes, parmi lesquelles un noyau dur de 12 jeunes filles, ambassadrices du catalogue. Mais les groupes ne pouvant pas se mélanger et donc se rencontrer physiquement, la rencontre a eu lieu via les productions artistiques.

Malgré ces contraintes, le projet a pu être mené à son terme. Et on peut considérer qu'en cette époque troublée, l'espace-temps du projet a été une parenthèse joyeuse de partage et de rencontre.

Déroulement

Le projet a été introduit aux participant·e·s sous la forme d'une visite guidée suivie d'un atelier.

A cinq reprises, les différents groupes sont venus participer à des ateliers artistiques, créatifs et expérimentaux à l'intérieur des salles d'exposition. Ces ateliers artistiques étaient axés sur l'expérimentation créative et artistique, une approche qui engage et rassure les participant·e·s. En effet, l'expérimentation s'apparente au jeu, et sans le savoir, un apprentissage s'effectue.

Cette phase d'expérimentation était l'occasion de partir de ce qui est créé parfois sans préméditation, pour élaborer un projet artistique et définir des intentions et peut-être un commentaire, un discours.

Les résultats des ateliers, créations plastiques et commentaires ont été soigneusement collectés au fur et à mesure pour servir de matière à l'édition. La collecte a alors été analysée et organisée lors de trois ateliers éditoriaux. Le musée s'est adjoint les services d'une animatrice extérieure pour formaliser et accompagner ces ateliers.



Illustration 5 – Premier atelier d'édition dans le cadre du projet de catalogue collaboratif (2021).
Copyright : Alix Hubermont

Le premier atelier a réuni les participantes les plus régulières qui, au fil du projet, s'étaient bien appropriées leurs missions. Après avoir tracé les différentes étapes du projet et circonscrit la notion de catalogue, elles se sont attelées à la création d'un catalogue.

L'ensemble de la récolte avait été disposé sur la table, sous forme de phrases (issues des commentaires enregistrés pendant les visites et les ateliers), de photographies des

œuvres réalisées (par elles ou par d'autres participant·es), et des œuvres de la collection du musée présentes dans l'exposition.

Chacune d'entre elle, seule ou en binôme, a réalisé une ou deux pages d'un catalogue. Ensemble, elles ont pris plaisir à associer les images et les textes, tout en y ajoutant des commentaires personnels. Ensuite, elles ont construit le chemin de fer en compilant les différentes contributions de leurs camarades et leur catalogue a été imprimé.

Le second atelier rassemblait l'équipe du musée. A la récolte s'ajoutait le catalogue imaginé par les participantes du premier atelier. Chaque membre de l'équipe était invité à faire une ébauche de catalogue avec une attention sur la forme de l'édition (cartes, dépliant, livre, etc.).

Ce moment a été très apprécié, car il a plongé l'équipe dans la question du discours et du regard sur les œuvres, mais aussi parce qu'il a été l'occasion de se réjouir des propositions des participant·e·s au projet.

Plaisirs partagés : plaisirs des participants, plaisir de l'équipe du musée, plaisir des porteurs du projet.

Et le troisième et dernier atelier réunissait les porteurs du projet, il a été celui de la compilation de toutes les interventions pour concevoir un chemin de fer final. Ce dernier a été soumis à la graphiste, qui à son tour a proposé des adaptations formelles.

Enfin, lorsque les catalogues ont été imprimés, nous les avons distribués lors d'une petite fête dans le musée, avant de le mettre en vente dans notre « bookshop ».

Les rencontres

Nous avons observé que les enfants se sont investis rapidement de cette mission de commentateur·rice·s et ils·elles se sont familiarisé·es facilement avec l'exposition. Leurs regards se sont affinés, leur confiance aussi et leur parole s'est libérée au fil des rencontres.

Lors des visites et ateliers au musée, les enfants étaient invités à choisir une ou plusieurs œuvres dans l'exposition. Soit en étant guidé par des émotions précises : la joie, le dégoût, la peur, la surprise, etc, soit par une émotion personnelle – il s'agissait d'élire une œuvre qui ne les laissait pas indifférent·e.

Après ce choix, venait le temps de l'explicitier aux autres, pour ensuite créer. En partant de l'œuvre, un détail formel, le sujet ou l'émotion ou tout autre chose, l'enfant produit un commentaire – poème, danse, dessin, collage, peinture, sculpture, etc. A l'issue de la création, il est invité à commenter ce qu'il vient d'inventer.

Résultats et constats

L'ensemble a été réuni sous la forme de seize cartes, qui peuvent être manipulées dans le sens que l'on souhaite. On y retrouve des commentaires écrits et dessinés, sans légende, créant une confusion entre les œuvres de l'exposition et celles réalisés par les participant·es.

Sur l'une d'elles, on trouve un ensemble de réponse à la question de l'intention de l'artiste ; une liste de « parce que ».

[...]

Parce qu'il voulait s'amuser ; Parce qu'il voulait passer le temps (Collectif d'auteurs, 2021, carte 5)

Sur une autre, des commentaires et des observations concernent des œuvres en particulier.

Lui, il était toujours tout seul. On ne voit jamais dans les dessins qu'il est avec un partenaire. Ici oui, mais il est là comme s'il ne voulait pas l'approcher. (Collectif d'auteurs, 2021, carte 7)

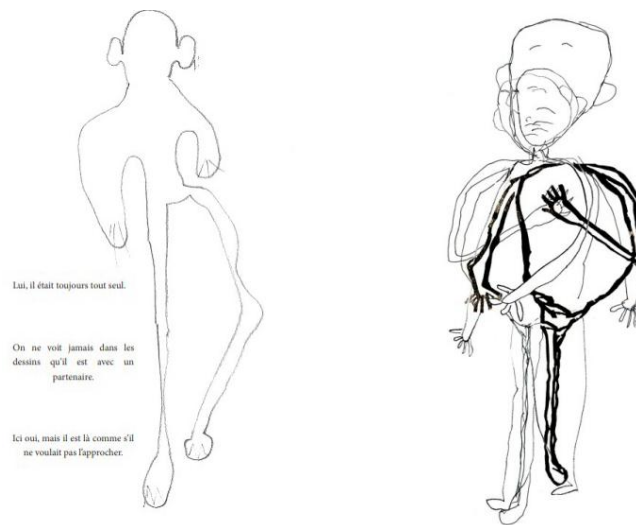


Illustration 6 – Collectif d'auteurs, (2021), *Nos Regards*, n°1.
Bruxelles : Art et marges musée. Cartes 5 et 6.
Copyright : Marcelline Chauveau

Sur d'autres il est question d'émotions, comme la peur : *Lui il me fait trop peur, tout me fait peur, les pieds, tout ! Ça fait un peu flipper, parce qu'elle a des têtes aux genoux et qu'elle a une drôle de tête. (Collectif d'auteurs, 2021, 1^{ère} carte à déplier)*

Ou la colère : *Elle est fâchée, elle est en colère, elle le fait fort, elle déchire même la feuille,*

Ou encore des émotions mélangées : *Elle exprime beaucoup les émotions, fortes et douces, la colère. (Collectif d'auteurs, 2021, carte 8-11)*

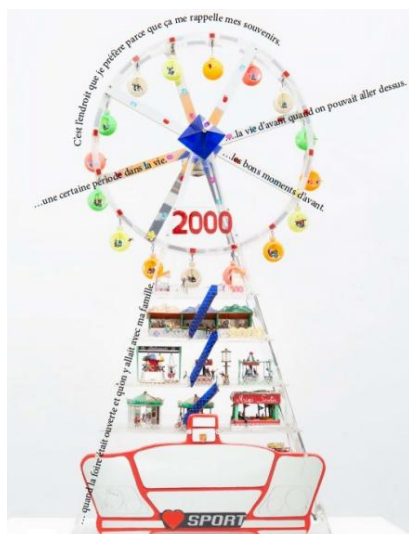
On trouve aussi une carte qui retrace la question du « faire », des commentaires présentés graphiquement sous la forme d'un parcours :

J'en ai fait mes propres formes à moi. Voilà je me suis laissée aller. Ici on s'est dessiné comme on se voyait. Je me suis sentie honnête.

Comme il me restait de la terre, j'ai fait une petite pantoufle. (Collectif d'auteurs, 2021, 2^e carte à déplier)

Et une autre les souvenirs : *C'est l'endroit que je préfère parce que ça me rappelle mes souvenirs. (Collectif d'auteurs, 2021, carte 14)*

Et enfin une conclusion : *Le début c'est comme une robe avec des bretelles. La fin c'est comme des cuisses de poulet. C'est beau mais je n'aimerais pas vivre à l'intérieur. (Collectif d'auteurs, 2021, carte 16)*



Illustrations 7-8 – Collectif d'auteurs. (2021) *Nos Regards*, n°1.
Bruxelles : Art et marges musée. Cartes 14 et deuxième carte à déplier.
Copyright : Marcelline Chauveau

Pendant tout le déroulement du projet, le plaisir était palpable. On peut parler de plaisirs au pluriel : le plaisir dans la manipulation des matières (peintures, terre glaise, rubans adhésifs) ; le plaisir du corps, à chacun ses postures pour créer, au sol, dans un coin, assis, couché ou debout ; mais aussi le plaisir de danser devant les œuvres, de s'exprimer, de travailler ensemble. Et enfin, le plaisir qui naît de la fierté d'avoir accompli quelque chose.

Conclusion

Nous avons tenté d'évoquer à travers cet article le plaisir de visite au Art et marges musée. En retraçant les différentes caractéristiques propres au musée, nous avons fait émerger les plaisirs partagés. Car il est toujours question de partage. Le plaisir ne naît pas sans ce quelque chose qui est échangé.

Les plaisirs se situent à tous les niveaux : depuis l'origine du musée, dans sa collection d'artistes hors-normes, dans la méthode de travail collégial de son équipe, dans ses expositions multisensorielles construites autour de coups de cœur, et jusque dans ses missions de médiation.

Le récit de l'aventure du catalogue collaboratif *Nos Regards* vient illustrer concrètement le plaisir de visite au Art et marges musée.

Références

- Collectif d'auteurs. (2020). *Art et marges musée*. Bruxelles : cfc édition.
- Collectif d'auteurs. (2021). *Nos Regards*, n°1. Bruxelles : Art et marges musée.
- Fol, C. (2015). *De l'art des fous à l'art sans marges*. Milan-Bruxelles : Skira-Art et marges musée.
- Kokot, S. (2017). *Entretien* réalisé par Justine Müllers dans le cadre d'une recherche de Master en médiation culturelle et relation des publics (ULG).

- Kokot, S. (2020). Regards sur la collection. In Collectif d'auteurs, *Art et marges musée* (p. 18-29). Bruxelles : cfc édition.
- Leonardis, Th. (2020). Transformation d'un paysage. In Collectif d'auteurs, *Art et marges musée* (p. 8-9). Bruxelles : cfc édition.
- Mendoza, E. (2021). Entretien dans le cadre du projet « À l'aveuglette », workshop du master multi et pratiques de l'exposition pour le Art et marges musée. In Detroy, C. *Practice Accessibility*. Mémoire en vue de l'obtention du Master en arts plastiques, visuels et de l'espace à finalité spécialisée.
- Preszow, G. (1985). Entretien. In *Bulletin Art en marge* n°1 (p. 3). Bruxelles : Art en marge.
- Thévoz, M. (2003). Introduction. In Collectif d'auteurs, *Art en marge, Collection* (p. 47). Bruxelles : Art en marge.
- Veress, T. (2020). Introduction. In Collectif d'auteurs, *Art et marges musée* (p. 6-7). Bruxelles : cfc édition.

Practicing humour

Des musées pleins d'humour

Museos llenos de humor

Dans la joie et la bonne humeur

Susanna Lahtinen et Bengt Selin

Dans cet article, nous présentons quelques exemples où nous avons utilisé avec succès des éléments joyeux et attrayants dans notre façon de nous adresser à nos publics. Cet article aborde les interactions avec les publics des musées dans une perspective ludo-éducative.

Le ludo-éducatif, couramment aussi appelé « *edutainment* » (contraction des termes anglais « *educate* », éduquer, et « *entertain* », divertir), est avant tout un divertissement conçu pour être éducatif. Le plus souvent, il s'agit d'un contenu destiné à l'enseignement qui a une valeur accessoire de divertissement. *L'edutainment* vise à favoriser un apprentissage divertissant par le biais de l'interaction et de la communication. En d'autres termes, le ludo-éducatif permet aux apprenants de s'amuser tout en créant et en expérimentant.

Château de Turku

Les musées de la ville de Turku, Turku City Museums, rassemblent six musées différents et de vastes collections pour former ensemble l'un des plus grands musées de Finlande. C'est là que nous – les auteurs de cet article – travaillons au département de l'engagement du public. Notre lieu de travail principal, le château de Turku, est un château médiéval. C'est probablement l'un des sites les plus importants du patrimoine historique finlandais. Pour beaucoup, le château n'est qu'un ancien symbole de pouvoir dépourvu de toute valeur « douce ». Les Finlandais ont tendance à le voir comme une forteresse et ont des idées préconçues sur le château, à la fois sur le bâtiment lui-même et en tant que musée. Il est perçu comme fiable, digne de confiance, prestigieux et sérieux. Il a été un lieu de pouvoir et de politique, car le château couvre plus de 700 ans d'histoire. De même, les musées en tant que tels sont généralement considérés comme des lieux sérieux, solides ; ils sont fiables et jouissent de la confiance du grand public.

Il y a quelques années, nous avons commencé à nous demander ce que les musées pourraient réaliser s'ils ajoutaient une cuillerée de sucre dans la conception des contenus. Nous sommes également persuadés qu'il faut rendre nos offres et notre programme aussi intéressants que possible, afin que nos visiteurs reviennent régulièrement et que nous puissions attirer de nouveaux publics. Pour cela, il ne suffit pas d'être connu. Lorsque vous élaborez des contenus, il est essentiel de planifier des contenus auxquels vous croyez. De plus, créer des contenus amusants ne fonctionne qu'à la condition expresse que vous, vous vous amusiez en les créant. On ne peut pas forcer le plaisir. Il doit venir naturellement, et alors seulement l'étincelle joyeuse atteindra également les publics.

Touche pas à ça !

Il est rare que les bonnes idées se présentent lors de réunions où l'on essaie à tout prix d'être drôle ou de trouver des idées loufoques. Elles viennent plutôt de manière impromptue, pendant la pause déjeuner ou en discutant entre collègues dans les couloirs du lieu de travail. On ne peut forcer la main aux bonnes idées. C'est ce que montre notre premier exemple fort joyeux.

Au château de Turku, le personnel porte parfois des costumes « d'époque ». Ces vêtements « historiques » ont été confectionnés à l'occasion de certains événements et représentent différentes périodes de l'histoire du château. Lorsque de nouvelles tenues du début de la Renaissance ont été confectionnées, nous avons plaisanté sur le fait qu'elle ressemblait à la tenue du rappeur MC Hammer du début des années 1990, avec un pantalon ample et une veste aux épaules larges. MC Hammer est surtout connu pour son tube de 1990, *U Can't Touch This* (Touche pas à ça). Le clip de la chanson de MC Hammer est emblématique avec ses mouvements de danse. Pour qui a grandi dans les années 90, cette vidéo diffusée en boucle sur MTV et d'autres chaînes de l'époque reste gravée dans les mémoires. Nous avons alors réalisé que la phrase « *Ne pas toucher* » est souvent entendue ou lue dans les musées – pour le plus grand ennui des visiteurs. Alors pourquoi ne pas en faire quelque chose d'amusant ?



Illustration 1 – Vidéo *U Can't Touch This* – Turku Castle Summer Edition 2018
Photographie : Musées de la ville de Turku

Nous avons eu l'idée d'essayer de faire notre propre version de la vidéo. Dans notre version, les costumes de la fin du Moyen Âge et de la Renaissance, qui ressemblent à certains égards aux vêtements de la vidéo de MC Hammer, ont joué un rôle important. Avant le tournage, nous avons demandé à Teosto, une organisation qui gère les droits d'auteurs et promeut la création musicale en Finlande, l'autorisation d'utiliser la chanson. Une fois l'autorisation obtenue, nous avons organisé une journée de tournage au château. Tout le monde dansait, presque sans chorégraphie planifiée. C'était l'une des journées de travail les plus drôles et amusantes pour tous nos collègues, et cela se voit.

C'est donc là une leçon précieuse à retenir : si vous vous amusez en créant des contenus muséographiques, les publics le ressentiront. On ne peut pas forcer la main au plaisir.

Après la diffusion de notre vidéo, de nombreux spectateurs ont fait remarquer que les tenues étaient fondamentalement les mêmes – ils avaient donc compris ce que nous voulions dire. Il se peut aussi, du moins nous l'espérons, que ceux qui ont vu ce clip ont ressenti une plus grande proximité avec l'histoire. Peut-être ont-ils compris que le château, avec sa longue et prestigieuse histoire, peut aussi être un endroit amusant ? Les musées et leur personnel ont aussi le pouvoir de divertir, et pas seulement de transmettre des savoirs. Vous avez le droit de danser, de plaisanter et de rire dans et avec les musées.

Nous avons réalisé que nous avions tenté notre chance (et pris un risque) en produisant ce clip vidéo, car nous ne pouvions pas savoir comment le public réagirait ou quel serait le résultat du clip. Cela aurait pu se terminer par une humiliation totale et un embarras public. En demandant à la direction l'autorisation de réaliser ce clip, nous avons assuré nos arrières. Au moins ne serions-nous pas seuls à affronter les volées de bois vert si d'aventure la réception de notre initiative avait été négative. Fort heureusement, les commentaires étaient pour la plupart positifs, car nous étions nous-mêmes les pires critiques.

Nous tenons à souligner que *U Can't Touch This, Turku Castle Summer Edition 2018* a été réalisé avec l'ensemble de nos collègues et qu'il s'agit d'un travail d'équipe. Nous avons invité de nombreux collègues de différents départements du musée à se joindre à nous pour réaliser la vidéo. Ce fut une leçon précieuse pour nous de réaliser que beaucoup de collègues étaient heureux de participer, même si personne ne savait vraiment (y compris nous) ce que nous faisions. Des membres du personnel de différents départements de l'organisation, des services administratifs, des guides, des conservateurs, des travailleurs à temps partiel, des commissaires d'exposition et même le directeur du musée se sont joints à nous. Tous ont estimé qu'il était important qu'ils puissent participer et qu'il ne s'agissait pas d'une activité réservée au service des publics. Quant à nos collègues à temps partiels, ils étaient très fiers d'être inclus dans ce projet et d'être ainsi accueillis au sein de la communauté de travail. Nous avons réalisé qu'en faisant participer autant de collègues que possible à différents projets, nous pouvons contribuer à améliorer l'atmosphère de travail et faire en sorte que tout le monde se sente intégré.

Comme la vidéo n'a reçu pratiquement que des réactions positives (bien sûr, certains l'ont trouvée idiote ou stupide, voire inappropriée), elle nous a donné le courage de suivre nos idées folles et d'ajouter un peu de bonne humeur et d'amusement à la conception des contenus. Après la diffusion de la vidéo, même les membres de notre personnel qui étaient initialement sceptiques ont semblé l'apprécier, ainsi que l'idée qui la sous-tendait. La vidéo a également été nominée pour le prix de la communication des musées décerné par l'Association des musées finlandais.

Gardez les idées loufoques et ajoutez-leur une pointe de bonne humeur dans la conception des contenus.

Avec un (ou plusieurs) clin(s) d'œil

« Toujours avec un petit clin d'œil ». Nous abordons notre travail sans trop nous prendre au sérieux. Nous voulons montrer qu'il est possible faire connaître de nombreux phénomènes, événements et personnes du passé d'une manière légère, voire avec un

peu d'humour. Dans certains cas, cette approche n'est pas appropriée, bien sûr, certaines circonstances doivent être traitées avec plus de gravité. Cela nous amène à l'une de nos lignes directrices : il faut avoir une connaissance approfondie des contenus.

Les musées sont des autorités reconnues et sont considérés comme des experts dans le domaine qu'ils représentent. Pour le fond : toutes les informations que nous transmettons doivent donc être basées sur des faits, et tous les faits doivent être vérifiés. Pour la forme : cependant, ces faits peuvent être intégrés dans des offres qui proposent une expérience de visite inspirante. Pour nous, tous les contenus développés dans le cadre de nos activités, c'est-à-dire proposées par le service des publics, font partie intégrante de l'offre de médiation et de conception d'expositions. Ces contenus sont parfois développés avec un clin d'œil. Et bien sûr, une présentation plus légère n'est pas nécessairement drôle, loufoque ou stupide, elle repose parfois tout simplement sur une approche plus populaire du sujet.

Les émotions, partie intégrante de l'expérience muséale

Ces dernières années, le rôle des émotions dans l'expérience de visite a fait l'objet de nombreuses discussions dans le domaine des musées. Les expositions sont conçues de manière à provoquer des émotions, à donner aux visiteurs le sentiment qu'ils peuvent s'identifier à la vie des gens du passé, comprendre leur chagrin, leur fierté, leur passion, etc. A nos yeux, le rôle des émotions est tout aussi important pour tous les autres contenus et offres proposées par le musée, en plus de ses expositions.

Nous ressentons souvent des émotions telles que la tristesse, l'abandon, l'oppression ou la colère. Nous considérons que le bonheur est une émotion tout aussi puissante.

Des émotions comme la joie, l'enthousiasme, l'admiration favorisent l'apprentissage.

Des émotions telles que l'enthousiasme, l'admiration et la joie sont également des éléments clés de l'apprentissage. L'humour joue un rôle important dans la réflexion, la communication et les interactions sociales. Des études ont également montré que l'humour atténue le stress psychologique et protégeait la santé mentale. D'autres ont montré que les émotions positives telles que la joie, le plaisir et le désir stimulent l'apprentissage, même si la signification de la joie dans l'apprentissage n'est pas encore totalement connue.

Des histoires dans une scène de rue

Dans la série de vidéos *Histoire sur la carte de Turku*, nous avons voulu mettre en lumière l'histoire qui se cache derrière les noms des rues et des parcs de notre ville. On pense si peu aux personnages historiques qui ont prêté leur nom à de nombreux parcs, rues, chemins, etc. L'objectif de la série de vidéos était donc de communiquer sur l'histoire d'une manière populaire. Nous souhaitons également que les habitants d'aujourd'hui réalisent qu'à travers les âges, les gens sont fondamentalement restés les mêmes : ils ont toujours connu des joies et des peines, peu importe qu'ils aient été nobles ou des personnes comme les autres, ces personnages ont marqué l'histoire.

Comme chaque histoire est différente, la vidéo qui la présente l'est aussi. Certaines invoquent le levier ludique, d'autres font jouer les émotions. Nous avons raconté des

histoires tragiques, des luttes de pouvoir, des histoires d'amour et tant d'autres choses en rapport avec les personnes dont les lieux portent le nom.



Illustration 2 – *L'histoire sur la carte de Turku*
Photographie : Musées de la ville de Turku

Notre objectif était de filmer chaque lieu de manière à en transmettre l'esprit. Nous n'avons pas cherché à embellir l'endroit – l'architecture en béton pouvait et devait être visible, et la caméra pouvait s'attarder sur les détails les plus grossiers. Nous voulions que chaque vidéo contienne une petite histoire qui reflète la personne en question ou qui soit liée au lieu d'une manière ou d'une autre. Il était amusant de quitter le musée et de se rendre dans différents quartiers de la ville. En même temps, nous avons rendu notre travail visible aux habitants de ces quartiers. Les tournages vidéo ont suscité beaucoup d'intérêt. Nous en avons profité pour évoquer l'histoire avec les passants et pour leur recommander de se plonger dans les contenus virtuels du musée accessibles en ligne. Les histoires développent les connaissances de l'histoire locale et, nous l'espérons, renforcent l'identité locale des habitants de Turku ; chaque promeneur peut sentir qu'il fait partie du continuum entre le passé et le présent de Turku.

« *Curating edutainment* » – un équilibre entre les faits avérés et le divertissement

Un exemple que nous voulons aborder dans cet article est la bataille de guides entre deux bâtiments historiques et symboles de la ville aussi connus l'un que l'autre, le château et la cathédrale de Turku. Avec le personnel de la cathédrale, nous avons eu l'idée de bousculer les choses et de réaliser une vidéo qui serait à la fois amusante et éducative. L'idée était d'organiser une compétition entre nos lieux, pour essayer de convaincre l'autre et le spectateur que notre lieu est le plus important pour l'histoire de notre ville. La cathédrale et le château sont tous deux considérés comme des symboles de pouvoir, l'église représentant le pouvoir religieux et le château le pouvoir séculier tout au long de l'histoire. Nous savions donc que nous prendrions un risque en créant quelque chose de pétillant. Le personnel de la cathédrale a été encore plus prudent que nous. Il semblerait qu'un musée peut être plus audacieux que l'église.

Dans cette *Bataille des guides*, il s'agissait de faits, mais la manière dont ils étaient racontés était différente. Ce n'était pas une visite guidée traditionnelle, mais bien une bataille entre les deux guides. Il a fallu un effort considérable pour vérifier différents faits, écrire un scénario et agencer ces faits de manière à obtenir un résultat à la fois cohérent et drôle. Une courte vidéo amusante peut nécessiter des jours et des jours de travail et de recherche pour vérifier les faits dans diverses sources. C'est une chose que beaucoup de nos collègues ne comprennent pas. Dans les musées, le terme de « *curator* » (conservateur) est associé aux expositions, le conservateur ayant entre autres pour fonction de faire des recherches approfondies, de sélectionner les thèmes et les objets/œuvres à exposer, de choisir la manière de les présenter, de rédiger les cartels et contenus. A notre niveau, c'est aussi ce que nous faisons pour proposer des offres de médiations et autres contenus pour nos publics.

Trouver le bon équilibre entre le fait avéré et une présentation divertissante, entre préserver le capital confiance et être drôle, c'est tout un art.

L'équilibre est délicat entre les faits avérés et le divertissement : il faut faire en sorte que les contenus présentés méritent la confiance que le public leur porte, tout en restant amusant. Nous ne ferions pas n'importe quoi juste dans le but d'amuser la galerie ou de rassembler plus d'adeptes sur les réseaux sociaux. Nous ne perdons jamais de vue que notre objectif principal est d'éduquer et de représenter les valeurs de nos musées municipaux.

Eikka, employé de musée

C'est sur les réseaux sociaux que nous avons lancé et réalisé le projet Eikka, employé de musée. Eikka est un petit pantin/robot en bois dont on peut suivre les aventures sur Instagram. Le centre des musées municipaux de Turku est une grande organisation. Nous ne connaissons pas tout le monde, nous ne savons pas toujours exactement ce que font nos collègues. Nous avons eu l'idée de ce petit robot qui part à la rencontre de chacun pour découvrir petit à petit les tâches et fonctions du travail au musée. Nous l'envoyons de service en service, d'une personne à l'autre. Chaque collègue qui le reçoit par la poste prend quelques photos et parle de son travail, puis nous le postons sur Instagram.

En bon employé de musée, Eikka vous emmène dans les coulisses. Eikka a un message et un rôle importants, qu'il transmet d'une manière légère et parfois humoristique. C'est un robot, pour qu'il puisse s'émerveiller et voir qu'il y a de vraies personnes qui font ce travail. Il s'est vite rendu compte qu'un robot ne pourrait pas faire le travail muséal. Avec le temps, nous avons même remarqué que ce petit robot en bois a développé une sorte de personnalité propre. Grâce à lui, nous pouvons même dire des choses que nous ne pourrions pas dire autrement. Notre principal objectif avec Eikka était d'apprendre à nous connaître les uns les autres au sein de l'organisation. Grâce à lui, nous avons renforcé le bien-être sur notre lieu de travail et développé le sentiment que nous avons tous quelque chose en commun. Le robot ne connaît aucune hiérarchie ; pour lui, toutes les tâches effectuées dans le musée sont aussi importantes les unes que les autres et nous sommes tous des employés de musée. Au sein de l'équipe chargée du service des publics, nous avons l'habitude de l'autodérision et nous avons tous un côté ludique. Nous

avons remarqué que ce petit jouet en bois a fait naître le même esprit ludique et le même plaisir dans d'autres départements également.



Illustration 3 – Notre collègue Eikka, l'employé du musée
Photographie : Musées de la ville de Turku

Mélanger le passé et le présent

Edutainment, le ludo-éducatif, est aussi l'approche centrale de deux de nos événements organisés dans le château. L'idée était d'apporter une touche historique aux fêtes contemporaines, mêlant ainsi passé et présent. *Baroque Disco – Party like it's 1648* (Disco baroque – faire la fête comme en l'an 1648) était une soirée destinée aux adultes et avant tout une soirée pour danser. Pour l'occasion, nous avons transformé les salles de la Renaissance du musée/château en discothèque avec des boules à facettes et des lumières de fête, avec des DJ qui ont mélangé des tubes de club avec de la musique baroque. Nous avons cherché à faire passer le bon message marketing, afin que le public comprenne qu'il ne s'agissait pas d'un bal masqué, mais bien d'une soirée où l'on pouvait s'habiller de toutes les façons possibles. Et les gens se sont habillés à leur guise, portant des reproductions exactes de tenue historiques, des tenues totalement fantaisistes ou les vêtements modernes des habitués des clubs et autres boîtes de nuit, tous les styles étaient présents dans un joyeux mélange.

Notre but était de faire comprendre aux publics que les gens, jadis comme aujourd'hui, aimaient s'amuser, faire la fête et se divertir. L'idée de la soirée est née en pensant aux personnages historiques qui ont vécu dans le château il y a des siècles : à quoi ressembleraient leurs fêtes aujourd'hui ? Quelle musique le duc écouterait-il ? Serait-il porté sur le bling-bling et la frime ? La musique ancienne a été contemporaine à un moment donné, alors pourquoi ne pas mélanger ce qui est contemporain pour nous avec la mode et la musique qui étaient contemporaines pour les personnages historiques du château ? Nous avons reçu d'excellents retours, un participant a même déclaré que l'événement était la meilleure chose qui se soit produite à Turku au cours des 500 dernières années ! Nous avons touché un large éventail de visiteurs, ceux qui s'intéressaient à l'histoire et ceux qui venaient uniquement pour la fête et la possibilité de danser et de boire dans le

château. Nous avons probablement aussi réussi à attirer des participants qui, autrement, ne se rendent pas à nos expositions ou à nos événements.



Illustration 4 – *Club Rococo - Faire la fête comme en l'an 1771*
Photographie : Musées de la ville de Turku

Un événement similaire, le *Club Rococo – Party like it's 1771* (Club rococo – faire la fête comme en l'an 1771), a été organisé autour du thème du rococo. Nous avons diffusé des informations sur les réseaux sociaux à propos de la mode du XVIII^e siècle en soulignant les similitudes avec la mode des années 1980 : épaulettes larges, gros bijoux, velours, etc. Au cours de cette soirée, nous avons également organisé un défilé de mode. Tout en faisant la fête, les participants ont reçu une bonne dose d'éducation, peut-être même sans s'en rendre compte. Le *Club Rococo* a été organisé pendant la pandémie de Covid-19, un moment où les restrictions étaient moins rigoureuses. Pour le public, c'était un grand soulagement de pouvoir à nouveau sortir et voir d'autres personnes. Pour nous, cependant, il était éprouvant d'organiser une soirée alors que nous ne savions pas comment la situation de la pandémie allait évoluer, si de nouvelles restrictions allaient être imposées ou même si nous allions devoir tout annuler.

Une leçon précieuse que nous avons tirée de ces deux événements est que, même si nous avons créé l'événement, c'est le public qui en a fait un succès. Le plaisir était palpable, les gens s'amusaient vraiment.

En conclusion

Nous avons appris que les musées doivent parfois faire un acte de foi et avoir le courage de se lancer, d'essayer. Et être prêts à se ridiculiser.

L'une des leçons que nous en retenons est la suivante : plus vous faites ces choses décalées et mettez vos idées loufoques à exécution, plus cela devient facile. Vous aurez de plus en plus confiance en vos intuitions et en vos idées, y compris celles qui semblent assez dingues. Au fur et à mesure, de plus en plus de vos collègues vous soutiendront, car ils auront d'autant plus confiance en vos visions que les précédentes idées folles ont été des réussites. Vous devez cependant croire fermement en votre idée, et pour éveiller le plaisir des publics, vous devez prendre plaisir à produire votre offre. Si vous vous amusez en produisant des contenus amusants, le public le sentira tout de suite.

Les réactions des publics ont été positives. Par ailleurs, des collègues de nombreux musées finlandais nous ont dit que nous étions audacieux dans le bon sens du terme et qu'ils admiraient notre travail.

Nous avons appris que de nombreuses écoles utilisent notre matériel pour leur enseignement. La vidéo *U Can't Touch This* montre que les musées sont des endroits amusants, où l'on peut se moquer de soi-même, mais qu'il y a tout de même des règles à respecter dans les expositions. La *Bataille des guides* entre le château et la cathédrale de Turku a également été utilisée par les écoles pour des cours d'histoire, de même que la série de vidéos *Histoire sur la carte de Turku*. Cela pourrait aider les écoliers à mieux comprendre l'histoire et à apprendre que l'histoire peut être intéressante lorsqu'elle est racontée de manière convaincante.

Avec les événements *Baroque Disco - Party like it's 1648* et *Club Rococo - Party like it's 1771*, nous avons appris que le public apprécie les occasions de s'amuser dans les musées et d'avoir la possibilité de jouer, de se déguiser et de danser jusqu'au bout de la nuit.

Eikka, notre employé de musée, a montré à l'ensemble de notre organisation l'importance du bien-être sur le lieu de travail. À sa modeste manière, Eikka rassemble l'ensemble du personnel autour d'un même projet. Pour le public sur Instagram, il informe sur les différents rôles et le travail effectué au musée, mais pour le personnel, il est un projet amusant et un bon collègue.

Les contenus réalisés avec un peu d'humour peuvent toucher de nouveaux publics, même ceux qui ne viendraient pas normalement, et en particulier ceux dont les idées préconçues caractérisent les musées d'endroits ennuyeux, poussiéreux et étouffants. En abordant les contenus sous un angle différent, nous pouvons secouer un peu les idées reçues et attirer des visiteurs potentiels en leur promettant des offres attrayantes et des visites plaisantes et joyeuses.

Ce texte est une traduction de l'original en anglais intitulé *Curating joy*, publié dans *ICOM Education 31*, version anglaise. Traduction avec l'aide de DeepL, relecture Stéphanie Wintzerith.

Références

Liens des vidéos et projets présentés dans cet article :

U Can't Touch This - Turku Castle Summer Edition 2018

https://www.youtube.com/watch?v=P7-qL_QmI0E&list=PLjv1L3MBgATBdT9MhUBKmIlgRuMVOI5VbU&index=27

L'histoire sur la carte de Turku

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLjv1L3MBgATCHNG8t42gy6Q59lfeHgDY8>

La Bataille des guides : Turku Cathedral vs. Turku Castle

<https://www.youtube.com/watch?v=Rt9hclLgABM>

Eikka, l'employé de musée

<https://www.instagram.com/museoduunari/>

Le musée décomplexé

Ludovic Maggioni

Bien trop souvent, les mots « musée » et « science » entrent en résonance avec « sérieux », et en cascade « sérieux » avec « pas drôle ». Malgré la diversité des approches communicationnelles dans les musées de science, l'humour reste marginal voir impossible pour les équipes de production d'exposition. En 2018, dans la *Lettre de l'OCIM* traitant de l'humour dans l'exposition, Christophe Dufour (2018) conclut son article en citant Serge Bouchard, anthropologue écrivain et animateur de radio québécois :

L'humour est une forme supérieure d'intelligence, elle nargue la raison, c'est l'arme fatale contre les abus de clarté, de positivisme, d'empirisme, de causalité, de réalisme, de lumière et de rationalité (...) L'absence d'humour est un symptôme de certitude, de dogmatisme, d'intolérance, de mauvaise humeur, de production bilieuse provoquant la paralysie de l'esprit humain, ce qui conduit à la nécrose des canaux empathiques. (Bouchard, 2012, cité dans Dufour & Aebischer, 2018, p. 19)

En partant d'exemples mis en place dans les expositions et la programmation scientifique et culturelles du Muséum d'histoire naturelle de Neuchâtel (Suisse), nous tenterons de répondre aux questions suivantes : peut-on faire preuve d'humour dans un musée ? L'humour est-il un levier de plaisir pour les publics ? Quels sont ses vertus et quelles sont ses conséquences sur le quotidien du musée, des publics ?

Changement climatique et Reine des Neiges

Quand il s'agit de parler de l'impact des humains sur la planète et du changement climatique, l'éco-anxiété, voire une forme de dépression guette les publics à la sortie de l'exposition. De nombreuses productions sur cette thématique ont vu le jour ces dernières années, peu sont réjouissantes dans le titre ou dans les propos. Une multitude de données s'affiche et laisse entrevoir des futurs noirs. Dans ce contexte, comment faire en sorte que les publics puissent, d'une part, accéder à des informations scientifiques, et d'autre part avoir une forme de plaisir à les recevoir ? Enfin, est-il possible de sourire de cette situation préoccupante ?

La solution explorée dans l'exposition *Pôle, feu la glace*, ouverte au public de septembre 2018 à août 2019 à Neuchâtel, présentait d'une part des faits scientifiques alarmants, et proposait d'autre part de convoquer trois grands témoins pour en parler. Ici, les invités n'étaient ni glaciologues, ni politiciens, ni militants, mais bien la célèbre Reine des Neiges, le Père Noël et Jon Snow (personnage emblématique de la série *Game of Thrones*). Dans une scénographie réinterprétant la ruine, ils communiquaient avec les caractéristiques

de leurs personnages des regards sur ces douloureuses et complexes questions. La Reine des Neiges devait ainsi signer les accord d'Arendelle tout en rêvant secrètement de toujours pouvoir construire un palais de glace. Le Père Noël était vêtu de vert et en mal de durabilité pour produire toujours de plus en plus de jouets. John Snow quant à lui était un fan de géo-ingénierie. Bref, des témoins bien singuliers qui permettent, par le biais de la fiction, de mettre de la distance avec le sujet et de souligner les paradoxes sociaux dans lesquels notre société est plongée.



Illustration 1 – Exposition *Pôle, feu la glace* : Mise en scène du témoignage de la Reine des Neiges.

Copyright : MHNN

Loin de la moralité, ce dispositif décomplexé les publics, les éloigne d'une forme de perfection et se joue de leur humanité. Au final, nous sommes toutes et tous des humains face aux mêmes paradoxes. Une fois que nous les avons identifiés, que nous les avons désacralisés, nous pouvons agir en connaissance de cause. Dans ce cas, l'humour permet de lever des tensions et en aucun cas ne discrédite les sciences.

Les personnes âgées, des dinosaures ?

Une énième exposition sur les dinosaures dans un musée d'histoire naturelle, un succès à coup sûr. Alors comment explorer de nouveaux horizons ? De quelle manière surprendre les publics, créer du lien entre les sciences et la société avec cette thématique ? Dans l'exposition *Platéosaure, ceci est un dinosaure*, présentée de novembre 2023 à août 2024, l'idée a été de tout simplement partir de la définition du mot dinosaure, en s'intéressant au sens propre comme aux sens figurés.

Dinosaure :

1. Nom masculin [paléontologie] : Membre d'un super-ordre d'archosaures qui a connu son apogée durant le mésozoïque (ou ère secondaire) dont les représentants actuels sont les oiseaux.
2. Nom masculin [sens figuré] : Personne en place depuis très longtemps.
3. Nom masculin [sens figuré] : Individu ou entreprise autrefois influent/e dépassé/e par la modernité.

4. Nom masculin [sens figuré] : Appareil déjà très ancien au regard du monde moderne.

Au vu de cette diversité de sens, l'équipe de conception a décidé de réaliser un film pour la mettre en scène dans l'entrée de l'exposition. Pour ce faire, une collaboration a été initiée avec la déléguée aux personnes âgées de la ville de Neuchâtel. Des bénévoles ont ainsi été recrutés pour la figuration. Le scénario du film a été construit en collaboration avec la société das playground. Une présentatrice commente en voix off des scènes permettant de voir les personnes âgées dans diverses situations pour expliquer tout ce qu'il faut savoir sur les dinosaures fossiles.

Film de l'exposition *Platéosaure, ceci est un dinosaure* : extrait du scénario

Scène1 :

Panoramique sur une personne âgée en gros plan qui boit un thé dans une jolie tasse de couleur.

Voix off : *Les dinosaures ont des écailles.*

Dézoom : la personne âgée porte un boa.

Voix off : *Oui, mais certains ont aussi des poils et des plumes.*

Scène 2 :

Voix off : *Les dinosaures sont quadrupèdes.*

Une personne âgée entre dans le champ avec des béquilles.

Elle lance ses béquilles sur les côtés.

Voix off : *Oui, mais certains sont aussi bipèdes.*

Le film se conclut par : *Et un jour, on sera tous des dinosaures.* Cette vidéo fait sourire et crée en marge du sujet paléontologique du lien entre les générations. Le musée devient un espace où les générations trouvent leur place et où les frontières s'estompent avec légèreté.



Illustration 2 – Exposition *Platéosaure, ceci est un dinosaure* : mise en scène du film *Ceci est un dinosaure*, réalisé en collaboration avec des personnes âgées.
Copyright MHNN

Le musée, agitateur culturel

Ces deux exemples montrent comment, sur des thématiques très classiques d'histoire naturelle, le Muséum pense sa programmation scientifique et culturelle d'une manière décalée, avec humour, dérision, voire une certaine provocation. En ce sens, le Muséum agit d'une part ces pratiques, et d'autre part ses publics.

Au fil des années, une connivence s'est installée avec certains publics. Lors de l'étude de publics menée par Marie-Sylvie Poli, Caroline Archat et Ambre Mendoza en 2017, des typologies de figures de publics étaient énoncées, dont celle du « *visiteur curieux, c'est un habitué des expositions du Muséum, il se place en quelque sorte du côté de l'équipe de conception avec qui il entretient une connivence.* » (2017, rapport d'enquête non publié). Dans ce cas, l'humour, le ton, l'état d'esprit sont des outils qui permettent de fidéliser des publics.

Au-delà de la production des expositions, cet état d'esprit se transpose dans toute la programmation. Il est ainsi possible par exemple de réaliser des visites de cimetière non pas du point de vue de l'histoire humaine, mais avec le regard géologique. Quelles roches constituent les édifices funéraires, d'où viennent-elles ?...

L'équipe du Muséum se plaît à prospecter des usages insolites du musée, à imaginer des dispositifs pour vivre des expériences permettant de mieux remettre en question les interactions entre les humains et les non-humains. Lors de l'exposition *Sauvage*, un camping sauvage a été installé dans la cour du Muséum. Il était alors possible de passer une nuit au centre-ville. Très vite, les campeurs se sont rendu compte que le camping sauvage en cœur de ville pouvait s'avérer bien plus déplaisant que dans la nature au milieu des non-humains.



Illustration 3 – Exposition *Sauvage* : installation d'un camping où les visiteurs peuvent passer une nuit au cœur de la ville.
Copyright : David Perriard

Une palette d'émotion

Lors de l'élaboration de la dramaturgie des expositions, l'équipe de conception composée de scientifiques et de créatifs met tout en œuvre pour que la visite joue sur une palette variée d'émotions. Il est possible d'être triste, de ressentir du dégoût mais aussi de rire, d'être joyeux – l'un n'empêche pas l'autre. Dans tous les cas, quelque chose se passe.

Après avoir vécu une telle expérience, l'objectif pour le Muséum n'est pas nécessairement que les publics soient des apprenants. Il cherche plutôt à mettre en place un moyen de les sensibiliser à des sujets, tout en leur donnant envie de continuer de les comprendre.

Pour poursuivre le développement de ce type d'expérience, il est important pour les concepteurs d'expositions de mettre en place des dispositifs permettant de recueillir les avis des publics. Leurs points de vue ne sont pas perçus comme une vérité à suivre, c'est plutôt une sorte de baromètre qui permet de mesurer la relation du Muséum avec ces publics. Pour ce faire, différents dispositifs sont employés :

- le livre d'or dans lequel nous trouvons une multitude de messages qui sont parfois publiés sur le compte Instagram du Muséum :

Merci pour cette belle expo qui nous parle à nos yeux, oreilles, cœur, toujours aussi agréable et créatif. (visiteur de l'exposition *Pôle, feu la glace*, 2019)

Je l'emmène au musée pour la première fois de sa vie hors scolarité pour la Saint Valentin. (visiteur de l'exposition *Emballer moi*, 2022)

- l'application « muse » développée par l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne.

Elle permet de mettre en place des questionnaires interactifs dans ou à la sortie des expositions. Ces enquêtes offrent la possibilité de qualifier l'expérience de visite, de s'intéresser à l'impact des contenus, à la démographie, au marketing et aux aspects sociaux de la visite. Pour l'expérience de visite, une partie du questionnaire est basée sur l'étude des émotions. Le travail s'appuie sur les travaux de Robert Plutchik selon la théorie psycho-évolutionniste des émotions (1980). La question suivante est posée aux publics : « Quelles émotions avez-vous ressenties ? » Ils peuvent choisir entre confiance, joie, peur, surprise, tristesse, dégoût, colère, intérêt.

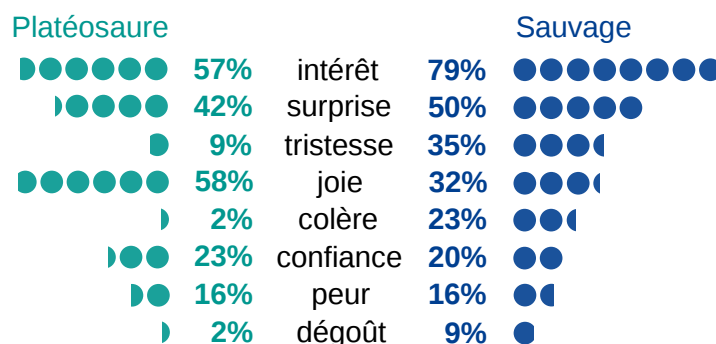


Illustration 4 – « Quelles émotions avez-vous ressenties ? »
 Résultats de l'enquête pour les expositions
Platéosaure, ceci est un dinosaure (enquête en cours) et *Sauvage*.
 Données MHNN, graphique Stéphanie Wintzerith

Dans l'exposition *Platéosaure, ceci est un dinosaure*, les réponses sont les suivantes (résultats basés sur une étude en cours, à ce jour 815 répondants) : joie 58%, intérêt 57%, surprise 42%, confiance 23%, peur 16%, tristesse 9%, dégoût 2%, colère 2%. Globalement l'expérience sensible est plutôt positive pour les publics qui choisissent de répondre au questionnaire.

En parallèle à ce type de question, une autre est systématiquement posée depuis deux ans : « Est-ce que cette exposition vous a fait du bien au moral ? » Lors de l'exposition *Emballer moi*, la réponse était « oui beaucoup » pour 85% des répondants et « non pas du tout » pour 15%. Pour *Platéosaure, ceci est un dinosaure*, 89% répondent

« oui beaucoup » et 11% « non pas du tout ». Là aussi, l'expérience de visite est positive, en comparaison même plus encore que pour l'exposition *Emballe moi*.

Conclusion

Pour conclure, les expositions du Muséum d'histoire naturelle de Neuchâtel explorent des sujets sur l'actualité des sciences biologiques et environnementales en lien avec la société et les publics. Dans ce contexte, il poursuit sa mission de passeur de science. Il met un point d'honneur à proposer des réflexions qui ne sont pas totalement alarmantes et négatives. Fidèle à la célèbre citation de Jacques-Yves Cousteau : *On aime ce qui nous a émerveillé, et on protège ce que l'on aime*, il se concentre sur la construction de narrations pour stimuler l'émerveillement, imaginer des futurs réjouissants. En ce sens, le Muséum est un lieu dans lequel les publics ont une place importante, où les interactions sont omniprésentes. Au fil des années, une relation sincère s'installe dans laquelle de nombreuses réactions ont leur place. La diversité des activités culturelles incite quant à elle de nombreux publics à franchir la porte du Muséum, et permet ainsi de tenter d'instaurer une relation durable. Le fait d'éprouver du plaisir, de traiter des sujets de manière décomplexée et parfois d'en rire ne pose aucun problème. Alors n'hésitons plus à sortir de nos zones de confort, à penser les sciences comme une culture, à penser le plaisir et le confort des publics comme essentiels.

Références

- Dufour, C. & Aebischer, L. (2018). Quand la chanson et l'humour s'invitent dans l'exposition scientifique. *La Lettre de l'OCIM*, 179, p. 12-19.
- OCIM (2018). La Lettre de l'OCIM, L'humour au musée, numéro 179, disponible en ligne <https://doi.org/10.4000/ocim.2721>
- Poli, M-S., Archat, C. & Mendoza, A. (2018). Libre de rire au Muséum. *La Lettre de l'OCIM*, 179, p. 20-27.
- Plutchik, R. (1980). *EMOTION: A Psychoevolutionary Synthesis*. Harper & Row.

Digital enjoyment

Plaisirs numériques

Disfrute digital

Comment les musées scientifiques peuvent attirer plus de visiteurs à l'ère de l'Internet

Ying Chen et Xian Song

Les musées se sont longtemps considérés comme des institutions d'apprentissage. Cependant, à l'aube du XXI^e siècle, de plus en plus de musées commencent à se rendre compte qu'ils devraient répondre aux attentes des citoyens en matière de mode de vie en proposant un environnement social et récréatif de qualité.

Graham Black, 2005

Le XXI^e siècle a vu le développement accéléré de diverses disciplines et qui se chevauchent et s'enrichissent mutuellement, la profondeur et l'étendue de la recherche scientifique dépassant largement les frontières qui existaient jadis. De nouvelles disciplines émergent et les barrières entre les disciplines sont en train de s'effondrer. Dans cette ère de changement rapide, il n'est plus possible pour les musées des sciences de maintenir leur attrait sans mettre à jour leurs connaissances et leur système d'information. Entre-temps, la croissance rapide de la productivité a, d'une part, entraîné des changements radicaux dans la vie et une demande croissante de produits culturels. D'autre part, elle a eu un impact majeur sur la terre et l'environnement. La conservation de la biodiversité, la restauration écologique et le développement harmonieux de l'homme et de la nature sont devenus des questions émergentes de notre époque. La manière traditionnelle de présenter les expositions et les illustrations ne permet plus d'interpréter des concepts complexes, interconnectés et même abstraits. Nous avons besoin de moyens d'exposition plus diversifiés pour présenter et interpréter ces nouveaux sujets. Comme le suggère Graham Black, nous sommes à l'« *âge de la participation* » et pour rester en contact avec le public, il faut une « *expérience muséale profondément différente, beaucoup plus participative* » (Black, 2018).

Le Musée de l'astronomie de Shanghai (une branche du Musée de la science et de la technologie de Shanghai) est un musée scientifique populaire de grande envergure financé par la Municipalité de Shanghai. Situé dans la Zone spéciale de Lingang à Shanghai, près du lac Dishui, il couvre une surface totale de 38 000 m², ce qui en fait le plus grand musée d'astronomie au monde. Depuis son ouverture en juillet 2021, le musée est rempli de visiteurs tous les jours. Avec la vision de « façonner une vue complète de l'univers », il inspire la curiosité et encourage les gens à rencontrer les étoiles et à comprendre l'univers. La zone d'exposition principale du musée se compose de trois sections, à savoir *Home* (le foyer, le chez-soi, la patrie), *Cosmos* (le cosmos) et *Odyssey* (l'odyssée), offrant une vue panoramique du vaste univers et créant un voyage d'exploration multisensorielle pour les visiteurs. Cet article traite de la manière dont les musées peuvent

susciter l'intérêt du public et lui procurer davantage de plaisir. En prenant l'exemple du Musée de l'astronomie, il passe en revue la conception des différentes expositions qui visent à créer une meilleure expérience pour le public.



Illustration 1 – Vue panoramique du Musée d'astronomie de Shanghai
(Branche du Musée des sciences et technologies de Shanghai)
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

I. Non seulement un « temple de la science », mais aussi un « forum public »

Le concept de musée moderne a été inspiré par l'ancien « temple des Muses ». Pour les musées scientifiques, leur rôle classique est sans aucun doute celui d'un temple de la science, présentant « *la science comme un spectacle* » (Plunkett, 2018). Bernard Schiele a retracé l'histoire des musées scientifiques en suivant l'histoire de la technologie au XIXe siècle. Bien que le rôle et la forme des musées scientifiques aient montré comment la science a évolué dans différents contextes sociaux, leur nature même a toujours impliqué que l'une de leurs fonctions principales est la diffusion de la science et la promotion de la culture scientifique du public (Schiele, 2021).

George Brown Goode, ancien secrétaire général adjoint de la Smithsonian Institution, a eu une phrase célèbre : « *L'essence du travail muséal n'est pas seulement la création de connaissances, mais aussi la diffusion des connaissances et, en fin de compte, l'apprentissage* » (Kelly, 2010). En tant que plateforme d'apprentissage tout au long de la vie pour le public, les musées tentent de guider, d'engager et d'aider les publics à comprendre la trajectoire de l'évolution naturelle d'un point de vue de son développement. Ils tentent également d'examiner les méthodes de recherche scientifique d'un point de vue prospectif, de découvrir de nouvelles questions cachées dans la nature avec une perspective innovante en stimulant la curiosité des publics et leur intérêt pour l'exploration des mystères de la science (Song & Gu, 2013). Sur la base de ces attributs, les expositions muséales doivent, en plus de l'ensemble des connaissances inhérentes, refléter la recherche scientifique de pointe par le biais de formes d'exposition flexibles et diverses, et fournir une plateforme pour présenter les progrès scientifiques. Cela permet au public de suivre les derniers développements académiques. C'est également nécessaire du point de vue du développement des musées, qui doivent se tenir au courant des dernières évolutions scientifiques et mettre à jour leurs expositions rapidement.

Aujourd'hui, cependant, la manière dont la science est discutée est de plus en plus importante. Dans ce contexte, le « modèle déficitaire » (*deficit model*) de la communication scientifique fait l'objet de réflexions depuis des années (Druckman & Bolsen, 2011), et

le dialogue bidirectionnel et la participation sont devenus le fil conducteur d'expositions muséales tournées vers l'avenir (Illingworth, Redfern, Millington & Gray, 2015). Cette réalité est exacerbée par l'autonomisation de la technologie. Le visiteur passe du statut de « destinataire » traditionnel des connaissances à celui de « participant », voire de « protagoniste » de leur diffusion. Ce passage du statut de consommateur culturel à celui de producteur culturel incite également les musées à réfléchir à la manière dont ils peuvent modifier les thèmes et les formats de leurs expositions d'un point de vue public, en réagissant aux points chauds de la société et en examinant tous les domaines de la vie sociale. Les musées répondent aux besoins du public en s'efforçant d'inciter davantage de personnes à comprendre la science, à en discuter et à y participer. Ces thèmes d'exposition sont considérés comme un moyen efficace pour les musées de répondre aux questions sociales et culturelles et de s'engager dans la société (Chipangura & Marufu, 2019), ce qui a conduit à une autre évolution majeure de la culture muséale au cours du siècle dernier, à savoir la socialisation : le musée n'est plus seulement un temple sacré et solennel de la science, mais aussi un forum public où des opinions diverses sont présentées.

Dans ce rôle, les musées des sciences devraient créer une communauté universitaire à l'ère de l'Internet, composée à la fois d'élites scientifiques et du grand public. Cela permettra à la science d'être communiquée de manière efficace et quasi instantanée, ainsi que d'entendre des perspectives différentes et de comprendre les défis, ce qui amènera le public à réagir aux questions scientifiques controversées et favorisera un esprit scientifique dans lequel il apprendra à critiquer et à remettre en question.

Le Musée de l'astronomie de Shanghai a par exemple créé la *Salle de presse Cosmos* (*Cosmos Newsroom*). Lorsqu'il y a un développement ou un événement majeur dans le domaine de l'astronomie, la *Salle de presse* invite les scientifiques à avoir des conversations en face à face avec les publics, qui seront également retransmises en direct en ligne. La *Salle de presse* accueille également des discussions publiques sur des sujets scientifiques controversés.



Illustration 2 – La *Salle de presse Cosmos*
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

Le *What If Theater* (le théâtre du « et si... ? »), une salle de cinéma à double écran, fait écho à la forme de l'espace d'exposition *Life* et est une métaphore de l'univers donnant naissance à la vie. Il répond aux différentes hypothèses de la communauté astronomique

sur l'univers. « Qu'advierait-il de l'univers si les constantes fondamentales qui le composent venaient à changer légèrement ? » Dans le théâtre, nous voyons l'univers devenir soit fade et ennuyeux, soit s'effondrer complètement, et nous nous étonnons de la chance que nous avons de vivre dans un univers aussi « bien fait » par hasard.



Image 3 - Le théâtre du « et si... ? » (What If Theater)
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

II. Non seulement la « logique scientifique » mais aussi l'« esthétique » artistique »

A l'ère d'Internet, les informations de toutes sortes se multiplient à un rythme effréné. Il n'est plus difficile pour le public d'accéder à l'information. Par conséquent, la responsabilité sociale des musées des sciences ne se limite pas à la diffusion et à la vulgarisation des connaissances scientifiques facilement accessibles au public en ligne, mais consiste également à stimuler l'intérêt du public. Ils doivent aider les publics à comprendre la méthode scientifique et la relation entre la nature, l'homme et la technologie, en mettant l'accent sur l'intégration de la science et de l'humanité. Comment mieux exprimer cette intégration ? Pour cela, les expositions scientifiques doivent montrer non seulement la logique de la science, mais aussi l'esthétique de l'art.

Nous savons que la connaissance est toujours contextualisée. Un environnement suffisamment diversifié et stratifié, « *un environnement esthétiquement puissant* » préconisé par Gordon Pask (Gage, 2006), fournit un échafaudage spécial pour le processus cognitif du public (Yan, 2020). Un musée des sciences qui se veut « esthétique » est souvent un meilleur moyen de stimuler l'intérêt du public pour la science, n'est-ce pas ? Quoi de plus beau que la naissance de l'univers ? Quoi de plus mystérieux que les milliards d'années d'évolution biologique sur Terre ? Quoi de plus exquis que les délicates structures composées d'atomes dans le nanomonde ?

Par rapport aux divers médias en ligne, les collections uniques et riches des musées forment un dialogue entre la science et l'art, guidé par la logique scientifique et l'esthétique artistique, pour parvenir à une véritable combinaison des deux. Les musées devraient faire bon usage de ces ressources et expérimenter différentes expressions pour immerger les publics, en transformant constamment la perception conventionnelle qu'ont les visiteurs d'expositions scientifiques et en proposant au grand public des approches cognitives de

type muséal sur le site, afin de cultiver un sentiment d'identité culturelle et de passion pour les musées en tant que mode de vie.

Par exemple, la salle d'exposition *Home* du Musée d'astronomie de Shanghai se concentre sur des thèmes tels que le Soleil, la Terre, la Lune, le système solaire et la voie lactée. Au lieu de présenter des modèles de ces trois éléments de manière conventionnelle, la salle crée un espace complet et immersif. En prenant le ciel étoilé comme point d'entrée, les visiteurs se retrouveront immergés sous un merveilleux ciel étoilé dès qu'ils entreront dans la salle, et verront les trajectoires des corps célestes former des lignes rythmiques et des partitions. Les visiteurs entrent dans le ciel pour s'émerveiller de l'immensité de la Terre, de la Lune et du Soleil, et découvrent les caractéristiques et les liens des trois corps célestes qui nous sont le plus étroitement associés. Se promener dans la « famille planétaire », c'est comme se promener dans le système solaire, l'explorer lui, sa beauté et ses merveilles. Enfin, les visiteurs seront guidés hors du système solaire jusqu'à la section *Flying across the Galaxy* (« vol au travers de la galaxie »), où ils pourront observer la magnifique Voie lactée dans une vidéo à grande échelle et un théâtre de mouvement 4D, et en apprendre davantage sur sa structure, sa composition et la place que nous y occupons. Cette présentation immersive accroît le plaisir du public, stimule la curiosité et favorise un apprentissage actif et durable.



Illustration 4-5 – La salle d'exposition *Home*
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

Un autre exemple est le *Star Concert* (Concert des étoiles) créé par le Musée d'astronomie de Shanghai et le Grand Théâtre de Shanghai, qui présente une fête musicale combinant la science, l'art et la culture sous un vaste ciel étoilé. Ce ciel étoilé n'est pas celui qui nous entoure la nuit, il est composé d'images astronomiques affichées dans l'une des salles de cinéma à écran circulaire du musée. Grâce à cette époustouflante « planète flottante », des images immersives en haute définition, des spectacles laser éblouissants et des représentations musicales de différents styles créent un effet audiovisuel réaliste, offrant au public un fort impact visuel et une expérience sensorielle à 360 degrés. Les spectateurs auront l'impression d'être au cœur d'une fête musicale sous un vaste ciel étoilé, de se plonger dans le film astronomique et pourront laisser libre cours à leur imagination. Une telle atmosphère artistique renforce considérablement le plaisir d'apprendre la science astronomique.



Illustration 6 – Le *Concert des étoiles*
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

III. La communication scientifique ne devrait pas être « condescendante », mais « amusante pour les gens »

À l'ère de la Science (avec majuscule), la division du travail dans le domaine scientifique devient de plus en plus détaillée et spécialisée. Même les scientifiques peuvent se sentir perdus face à des connaissances interdisciplinaires, sans parler du public. En particulier, les descriptions de principes scientifiques ont tendance à être beaucoup moins émouvantes que la littérature et beaucoup moins choquantes que l'actualité politique, et bien moins captivantes qu'un match de football de la Coupe du monde. Ainsi, à l'ère de l'Internet, les défis de la communication scientifique sont énormes. Comment rendre le langage de la communication scientifique dans les musées aussi intéressant et vivant que possible ? Comment intégrer l'information scientifique dans un cadre narratif reconnaissable par le public ? Comment faire en sorte que les connaissances scientifiques fassent partie de la culture populaire et soient facilement accessibles au public ?

« *Les scientifiques sont trop importants pour se contenter de travailler sur la science. La science est trop importante pour être laissée aux scientifiques* » peut indiquer une solution potentielle dans la planification des expositions scientifiques. Les scientifiques jouent un rôle extrêmement important dans le processus de communication scientifique, mais leurs rôles se diversifient indubitablement. Le libre accès a changé les règles du jeu de l'édition scientifique (Brossard, 2013), et les médias publics redéfinissent même l'identité professionnelle des scientifiques. Certains jeunes chercheurs sont plus disposés à envisager de communiquer avec le public en ligne, en plus de leur carrière universitaire (Ke, Ahn & Sugimoto, 2017).

Toutefois, leur participation ne suffit pas à rendre les expositions scientifiques passionnantes et intéressantes. Les expositions scientifiques doivent pimenter le contenu scientifique pour le rendre vivant et intéressant. Pour les conservateurs, il est important de supprimer les barrières professionnelles, de trouver la combinaison de communicateurs scientifiques et de récepteurs, de penser à partir de la position et du point de vue des récepteurs d'informations, et de s'adapter à l'évolution des modes de réception des informations dans l'environnement Internet avec un esprit ouvert (Kelly, 2010). La planification d'une exposition de vulgarisation scientifique s'apparente à la fabrication

d'un produit : ce n'est que lorsqu'il entre dans le processus de consommation et qu'il est accepté et compris par le public que sa valeur peut être reflétée. Par conséquent, la communication scientifique ne doit pas se contenter de se divertir elle-même, elle doit surtout divertir les gens et s'éloigner progressivement du cercle restreint de la sous-culture pour se rapprocher de la culture populaire.

A titre d'exemple : Le Musée de l'astronomie de Shanghai propose une exposition spéciale intitulée *Voyage vers Mars*. Cette exposition constitue une nouvelle expérience. Un format de parc à thème est incorporé dans l'exposition, condensant un voyage vers Mars dans un espace de moins de 300 m² pour raconter l'histoire d'un vol de sauvetage vers une base martienne 50 ans dans le futur. À l'intérieur du hall d'exposition, le cockpit et le grand écran combinés au moteur du jeu montrent le rendez-vous et l'amarrage des vaisseaux spatiaux, et le module d'atterrissage montre la descente vers Mars. Une fois à l'intérieur de la base martienne, un bac à sable miniature représente la surface de Mars et explique comment survivre et s'épanouir sur cette planète. Cela suscite la curiosité et l'enthousiasme pour l'exploration de l'espace et de Mars.



Illustration 7 – Le *Voyage vers Mars*
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

Autre exemple : Le Musée de l'astronomie de Shanghai dispose d'une tour solaire de 65 cm de diamètre pour l'observation et la recherche sur l'énergie solaire. Il s'agit également du télescope solaire éducatif à optique adaptative (*Educational Adaptive Optics Solar Telescope*, EAST) le plus avancé au monde. L'équipement est ouvert au public. Les visiteurs peuvent observer un rayon de soleil descendant du ciel et transformé par un système d'optique adaptative (OA) avancé en une image haute résolution du Soleil dans trois longueurs d'onde (visible, H α et lignes Ca). Grâce à cette installation, le public peut voir comment fonctionne le système d'OA. Cet équipement scientifique mystérieux devient plus accessible au public et permet d'améliorer l'enseignement des sciences sur les méthodes de recherche.

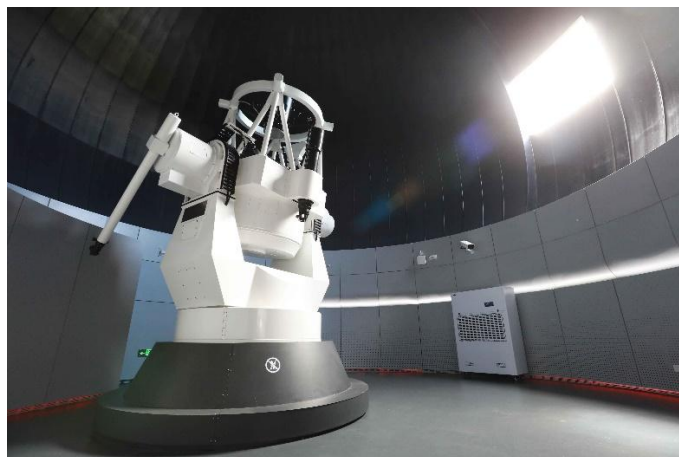


Illustration 8 – Tour solaire
Photographie : Musée d’astronomie de Shanghai

IV. Dilution de la « densité » des connaissances et augmentation de la « viscosité » entre le public et la science

Le XXI^e siècle a vu le développement accéléré de diverses disciplines et qui se chevauchent et s’enrichissent mutuellement, la profondeur et l’étendue de la recherche scientifique dépassant largement les frontières qui existaient jadis. De nouvelles disciplines émergent et les barrières entre les disciplines sont en train de s’effondrer. La croissance rapide de la productivité a entraîné des changements radicaux dans la vie et un impact majeur sur la terre et l’environnement. La conservation de la biodiversité, la restauration écologique et le développement harmonieux de l’homme et de la nature sont devenus des questions émergentes de notre époque. La manière traditionnelle de présenter les expositions et les illustrations ne permet plus d’interpréter des concepts complexes et abstraits. Nous avons besoin de moyens d’exposition plus diversifiés pour diluer la « densité » des connaissances. L’objectif de cette dilution n’est pas de réduire la communication, mais de l’améliorer pour une plus grande efficacité, afin de permettre au public de comprendre au moins une partie du contenu scientifique.

À l’ère d’Internet, la technologie des nouveaux médias présente l’avantage d’être interactive, intéressante, peu coûteuse, de transcender les contraintes spatiales et temporelles, d’être facile à diffuser et à reproduire, et d’être facile à mettre à jour. D’une part, elles permettent de communiquer la science au-delà des contraintes de temps et d’espace. D’autre part, il offre des méthodes plus diversifiées pour montrer, diffuser et interpréter la science. Par exemple, les spécimens sont retirés de leur milieu naturel pour être exposés dans un musée. Grâce à la technologie de la réalité augmentée, les objets exposés sont virtuellement « replacés » dans leur environnement d’origine. La recherche des experts et l’interprétation des conservateurs, permettent à la science de devenir vivante et intéressante, et le public peut vivre une nouvelle expérience de visite.

Les nouvelles technologies des médias améliorent également la communication entre les publics et le musée, augmentant la « viscosité » entre le public et la science, et améliorant la confiance et la loyauté du public envers les musées. Dans une étude sur les visiteurs de musées, Russo, Watkins et Groundwater-Smith ont constaté que les jeunes visiteurs sont plus désireux de découvrir les expositions sous un nouvel angle et

d'améliorer, de filtrer et de partager leurs expériences par l'intermédiaire des réseaux sociaux (Russo, Watkins et Groundwater-Smith, 2009). Les musées peuvent également bénéficier d'un public curieux et créatif (Budge, 2017). La Smithsonian Institution, par exemple, excelle dans l'intégration de contenus secondaires générés par les utilisateurs dans son programme *Learning Lab* et ses diverses expositions numériques.

Par exemple, l'exposition *Cosmos* au Musée d'astronomie de Shanghai ne se contente pas d'interpréter l'univers du point de vue des objets cosmiques, mais présente de manière créative l'univers et ses lois en cinq dimensions : *L'espace-temps*, la *Gravité*, la *Lumière*, les *Eléments* et la *Vie*. Afin d'immerger le public dans un voyage de découverte et de renforcer le sentiment de plaisir et de motivation, nous avons transformé les lois physiques abstraites en éléments de design perceptibles, façonné l'espace avec une grille spatio-temporelle et les avons incorporées dans la décoration thématique de la salle d'exposition. En outre, grâce à des expositions interactives faciles à comprendre, nous emmenons nos visiteurs explorer l'évolution et les lois des corps célestes afin de les initier à l'astronomie et de leur donner une vision complète de l'univers.

Prenons l'exemple de la zone thématique *Gravité* de l'exposition *Cosmos*, où se trouve l'exposition *Black Hole (Trou noir)*, que les visiteurs sont impatients de visiter. Le trou noir est un sujet scientifique très complexe. Notre exposition a été conçue pour diluer la « densité » des connaissances et augmenter la « viscosité » entre le public et la science, afin que les visiteurs puissent avoir une expérience intuitive de la gravité et des trous noirs. Ici, sous l'effet de la gravité, toute la zone d'exposition est entourée d'une toile d'espace-temps torsadée, avec des lignes gravitationnelles courbes qui s'étendent du sol, des murs jusqu'au plafond, et qui convergent vers la fin. On peut y voir deux trous noirs qui s'attirent l'un l'autre. Diverses installations interactives sont proposées sur le site pour représenter des phénomènes cosmiques fantastiques qui aident les visiteurs à comprendre que la gravité est la force motrice fondamentale de l'évolution de l'univers et qu'elle influe sur les lois du mouvement céleste et sur l'évolution de la vie. Par exemple, dans l'installation d'un grand trou noir, un flux constant d'aérosol est éjecté du centre de la sphère, formant un tourbillon d'air qui simule l'engloutissement de la matière environnante par le trou noir. Plus on se rapproche du centre, plus le flux d'air est rapide. Le faisceau partant du centre représente le jet, démontrant le spectaculaire phénomène d'accrétion sous la forte force gravitationnelle d'un trou noir.



Illustration 9 – Zone thématique de la *Gravité*
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

V. Le marketing de la connaissance nécessite un « état d'esprit social » et une « pensée Internet »

Au XXI^e siècle, le public de base des musées s'est progressivement transformé en natifs du numérique. Ils sont plus au fait des technologies, recherchent des défis intellectuels et attendent des expériences personnelles de meilleure qualité (Prensky, 2001). La compréhension et la sensibilisation à la connaissance et à la technologie sont essentielles à la définition du contenu et à la présentation des sites scientifiques, dans le but d'attirer les publics. De ce point de vue, l'éducation scientifique populaire présente clairement les caractéristiques du marketing de la connaissance. L'environnement Internet actuel est rempli d'éléments de divertissement. Même une bonne exposition a besoin d'une présentation et d'une promotion soignées pour élargir son public. Dans le cas contraire, l'attrait de l'exposition est voué à être fortement réduit. C'est pourquoi un efficace marketing de la connaissance détermine l'audience et la popularité des expositions scientifiques. Pour ce faire, les musées doivent adopter un « état d'esprit social ». Lors de la planification, de la conception, de la production et de la promotion des expositions, l'accent doit être mis sur la collaboration avec des experts, des acteurs sociaux, des médias et d'autres organisations afin de trouver la bonne combinaison entre le contenu de l'exposition, les points forts de la présentation et l'attrait pour les visiteurs. L'accent devrait également être mis sur la coopération interdisciplinaire entre la science, la technologie, la culture et les industries créatives afin de rendre les expositions scientifiques vivantes, intéressantes et à la mode. Faire bon usage des réseaux sociaux et commencer à promouvoir divers « arguments de vente » dès le début de la planification de l'exposition, afin d'atteindre le cœur et l'esprit des visiteurs cibles et de renforcer la popularité de l'exposition.

Nous devons être pleinement conscients que nous vivons à l'ère de l'Internet : « *L'utilisateur est la clé. Sans accord, il n'y a pas de contrat* ». Les expositions de vulgarisation scientifique ne font pas exception. Cela nous oblige à avoir une « pensée Internet », qui se concentre sur l'« utilisateur », c'est-à-dire les publics du musée. Les expositions de vulgarisation scientifique devraient, tout en garantissant leur nature scientifique, adopter la pensée « utilisateur » telle que « l'expérience d'abord » et « la promotion d'un sentiment de participation ». Par exemple, les nouvelles technologies peuvent être utilisées pour promouvoir les ressources participatives (*crowdsourcing*) et la participation du public à la planification et à la promotion des expositions. Dans le même temps, il convient d'adopter un état d'esprit axé sur les détails. En plus de l'exposition elle-même, il devrait y avoir des micro-innovations en termes de développement de produits dérivés, d'applications mobiles, d'activités éducatives, etc. Les expositions scientifiques qui intègrent la « pensée Internet » peuvent contribuer à attirer et à élargir des groupes de publics potentiels, tout en stimulant la demande sociale pour les musées.

Par exemple : La mini-application *Smart Museum Tour* sur WeChat développée par l'équipe du Musée d'astronomie de Shanghai est un guide intelligent et un logiciel interactif qui comprend un plan, un guide vocal, un itinéraire et une carte de pointage grâce à un positionnement précis, une navigation vocale et un capteur intelligent.



Illustration 10 – Les visiteurs utilisent l'application *Smart Museum Tour* pour participer à des activités interactives
Photographie : Musée d'astronomie de Shanghai

À l'ère d'Internet, les sites scientifiques ont de nombreuses possibilités de développement, mais ils sont également confrontés à d'énormes défis. Les musées scientifiques doivent prendre l'initiative de saisir l'évolution des connaissances et des technologies, de les transformer quasi instantanément en produits scientifiques populaires à commercialiser, d'utiliser le concept de marketing des connaissances pour guider la communication scientifique des musées et de mettre l'accent sur la participation des publics. Les musées ne doivent pas seulement être des lieux de sciences, mais aussi des forums pour le public. Intégrer la science et la culture, de sorte que les musées présentent non seulement la logique de la science, mais aussi l'esthétique de l'art. Rendre le langage scientifique plus compréhensible, de sorte que la communication scientifique ne soit plus condescendante, mais amusante pour les gens. Mettre l'accent sur la nature ludique de la communication scientifique, diluer la « densité » de la connaissance et augmenter la « viscosité » entre le public et la science. Travailler sur le marketing de la connaissance avec un état d'esprit social et une pensée Internet, afin que les publics puissent profiter du plaisir de la connaissance !

Ce texte est une traduction de l'original en anglais intitulé *How can science museums attract more visitors in the Internet era*, publié dans *ICOM Education 31*, version anglaise. Traduction avec l'aide de DeepL, relecture Stéphanie Wintzerith.

Références

- Black, G. (2005). *The Engaging Museum*. London: Routledge.
- Black, G. (2018). Meeting the audience challenge in the 'age of participation'. *Museum Management and Curatorship*, 33(4), 302-319.
- Brossard, D. (2013). New media landscapes and the science information consumer. *PNAS Direct Submission*, published at August 12, 2013. <https://doi.org/10.1073/pnas.1212744110>.
- Budge, K. (2017). Objects in focus: museum visitors and Instagram. *Curator: The Museum Journal* 60 (1), 67-85.

- Chipangura, N., & Marufu, H. (2019). Museums as public forums for 21st century societies: A perspective from the National Museums and Monuments of Zimbabwe. In R. Janes, R. Sandell (Ed), *Museum Activism* (pp. 164-173). London: Routledge.
- Druckman, J. N. and Bolsen, T. (2011). Framing, motivated reasoning, and opinions about emergent technologies. *Journal of Communication*, 61 (4), 659-688.
- Gage, S. A. (2006). The wonder of trivial machines. *Systems Research and Behavioral Science*, 23(6), 771-778.
- Ke, Q., Ahn, Y.-Y. & Sugimoto, C. R. (2017). A systematic identification and analysis of scientists on Twitter. *PLOS ONE* 12 (4), e0175368. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175368>.
- Kelly, L. (2010). How Web 2.0 is changing the nature of museum work. *Curator: The Museum Journal* 53 (4), 405-410.
- Illingworth S., Redfern J., Millington S. & Gray, S. (2015). What's in a Name? Exploring the Nomenclature of Science Communication in the UK [version 1; peer review: 1 approved, 3 approved with reservations]. *F1000Research* 2015, 4:409 <https://doi.org/10.12688/f1000research.6858.1>
- Plunkett, J. (2018). Book review: Carin Berkowitz; Bernard Lightman, eds. Science Museums in Transition: Cultures of Display in Nineteenth-Century Britain and America. *Isis* 109(4), 855-857.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5). Maryland: MCB University Press, October 2001.
- Russo, A., Watkins, J. & Groundwater-Smith, S. (2009). The impact of social media on informal learning in museums. *Educational Media International* 46 (2), 153-166.
- Schiele, B. (2021). Science museums and centres: evolution and contemporary trends. In M. Bucchi & B. Trench (ed.), *Routledge handbook of public communication of science and technology* (pp. 53-76), 3rd edition. London: Routledge.
- Xian, S. & Jieyan, G. (2013). SNHM: connecting the public with its natural history collections. *Museum International*, 65(1-4), 68-76.
- Yan J. (2020). *Learning in Museums: Cognition and Communication in Museum Exhibition*, Hangzhou: Zhejiang University Press, pp.3-4.

Améliorer le plaisir dans les musées grâce à la médiation numérique

Silke Krohn

Les musées ont toujours été considérés comme des dépositaires du savoir, de l'art et de la culture. Il s'agissait souvent d'espaces formels et intimidants, plus axés sur la préservation et l'exposition des collections que sur l'interaction avec les visiteurs. Toutefois, ces dernières années, les musées se sont transformés, devenant plus interactifs et se concentrant sur les possibilités d'apprentissage informel. Les attentes des visiteurs à l'égard des musées ont changé à mesure que la société a connu d'importantes évolutions sociales et techniques. Les musées s'adaptent pour répondre à ces nouvelles attentes, les publics recherchant désormais une visite plus immersive, plus participative et plus plaisante. Les outils numériques jouent un rôle crucial pour l'amélioration de l'expérience de visite, offrant aux visiteurs une gamme d'expériences multimédias qui répondent à des intérêts et des besoins différents. Les visiteurs peuvent désormais explorer les collections, les cultures et l'histoire sous de multiples angles grâce à des guides numériques qui intègrent des fonctions audio, vidéo et interactives. Les outils numériques peuvent de plus permettre aux visiteurs d'accéder à des perspectives qui jusque-là étaient négligées ou à la marge du propos. À titre d'exemple, ces outils permettent aux musées d'intégrer la parole de groupes sous-représentés dans leurs expositions, et d'offrir ainsi à leurs publics une vision plus inclusive et diversifiée des collections.

Les musées doivent cependant veiller à ce que leur utilisation de la technologie numérique tienne compte des besoins et des préférences de tous leurs publics. Tous les visiteurs ne sont pas forcément intéressés ou à l'aise avec la technologie numérique ; les musées doivent par conséquent s'assurer que leur utilisation des outils numériques n'exclut pas ou n'aliène pas ces visiteurs-là. En outre, les questions d'accessibilité et d'équité sont à prendre en compte afin que tous les visiteurs puissent participer pleinement à l'expérience muséale, indépendamment de leurs capacités ou de leur accès à la technologie. Pour créer un parcours de visite réussi, il convient de porter une attention particulière au rôle dévolu aux outils numériques et à celui réservé aux autres médias, y compris analogiques. En intégrant de manière réfléchie les outils numériques dans le parcours du visiteur, les musées peuvent créer une expérience plus transparente et plus attrayante pour leurs publics. Encore faut-il que les outils et interfaces numériques soient actualisés et pertinents, faute de quoi ils entraîneraient déception et frustration des visiteurs – une éventualité dont les musées doivent être pleinement conscients.

Pour moi, le plaisir dans un musée signifie créer une expérience immersive et engageante qui non seulement améliore la compréhension et l'appréciation des expositions par le visiteur, mais le laisse également satisfait et désireux de revenir. Cela peut nécessiter

l'intégration de technologies innovantes et d'éléments interactifs qui stimulent leur curiosité et les encouragent à poursuivre leur exploration.

Pour une utilisation efficace des médias numériques afin d'améliorer l'expérience muséale, il est important de comprendre les différentes motivations qui poussent les visiteurs à se rendre dans les musées. On peut pour cela s'appuyer sur les recherches de John Falk, qui a analysé les types de motivations de visite. Nous commencerons donc par nous pencher sur les cinq types de motivations développés par John Falk et sur ce qu'ils impliquent en termes d'utilisation des médias numériques. Nous pourrions ensuite examiner diverses formes de médiation numérique, telles que l'utilisation des de leurs propres appareils individuels, la personnalisation, la gamification, la réalité augmentée, les expériences multi-utilisateurs et la réalité mixte, et évaluer respectivement leur potentiel d'enrichissement de l'expérience muséale.



Illustration 1 – Installation de réalité virtuelle à l'Alte Nationalgalerie de Berlin.

Photographie : Staatliche Museen zu Berlin / Ceren Topcu.

Source : museum4punkt0.de, licence : CC BY 4.0.

Les types de motivation selon John Falk et leur impact sur l'expérience numérique des visiteurs de musées

Alors que les musées continuent d'explorer de nouvelles façons d'améliorer l'expérience des visiteurs, les médias numériques apparaissent comme un outil essentiel pour accroître l'engagement du visiteur et le plaisir de sa visite. Toutefois, ajouter des éléments numériques aux expositions n'est pas une garantie de succès. Pour véritablement tirer parti de la puissance des médias numériques, les musées doivent également tenir compte des différentes motivations qui poussent les visiteurs à se rendre dans leurs institutions. C'est là que les recherches de John Falk (2012) sur les types de motivation peuvent s'avérer particulièrement utiles. En comprenant ces types de motivation et leur impact sur l'expérience des visiteurs, les musées peuvent adapter leurs stratégies en matière de médias numériques afin de mieux répondre aux besoins et aux préférences des visiteurs. John Falk, chercheur en études muséales, a proposé cinq types de visiteurs caractérisés en fonction de leur motivation, motivation qui a une influence sur l'expérience de visite : l'explorateur, le chercheur d'expérience, le facilitateur, le connaisseur (professionnel ou amateur éclairé) et le visiteur venu « recharger ses batteries ». Ces types de motivation

peuvent avoir un impact significatif sur l'appréciation et l'utilisation des médias numériques dans les musées.

Le premier type de motivation est l'explorateur (*explorer*, selon le terme de John Falk). Ce visiteur est généralement animé par la curiosité et le désir d'apprendre. Il aime découvrir de nouvelles informations et explorer différentes zones du musée. Les médias numériques peuvent être particulièrement utiles pour les visiteurs avec ce type de motivation, car ils donnent accès à une vaste gamme d'informations et de ressources pour satisfaire leur curiosité et leur permettre d'approfondir les sujets qui les intéressent.

Le chercheur d'expériences (*experience seeker*) est le deuxième type de motivation. Ce visiteur recherche des expériences uniques et engageantes, à la fois divertissantes et informatives. Il est généralement friand d'expériences immersives et interactives. Or les médias numériques sont précisément des outils puissants pour la création de telles expériences. C'est (aussi) grâce à eux que les musées peuvent créer des expositions attrayantes et interactives qui ne manqueront pas de captiver les visiteurs en quête d'expériences.

Les facilitateurs (*facilitators*) constituent le troisième type de motivation. Ces visiteurs souhaitent partager leurs expériences avec d'autres personnes, qu'il s'agisse de leur famille, de leurs amis ou de communautés en ligne. Ils utilisent souvent les médias sociaux et les plateformes numériques pour partager leurs expériences et communiquer avec leurs communautés. En proposant des offres numériques, les musées peuvent encourager et faciliter ce type de communication et de partage : ils fournissent aux visiteurs (facilitateurs ou non) les outils et les ressources dont ils ont besoin pour partager leurs expériences et garder le contact avec les autres.

Le quatrième type de motivation est celui du connaisseur, qu'il soit professionnel ou amateur éclairé (*professional/hobbyist*). Ces visiteurs ont un intérêt particulier ou une expertise dans un domaine spécifique et sont souvent à la recherche d'informations et de ressources plus approfondies sur ce sujet. Les médias numériques peuvent être particulièrement utiles pour ce type de motivation, car ils donnent accès à un vaste éventail d'informations et de ressources, permettant ainsi de satisfaire leur curiosité et d'approfondir les sujets qui les intéressent.

Typologie de motivations de visite : explorateur, chercheur d'expériences, facilitateur, connaisseur et « recharge de batterie ».

Le dernier type de motivation est le visiteur « venu recharger ses batteries » (*recharger* dans la typologie de John Falk). Ces visiteurs cherchent à rompre avec leur routine quotidienne et à vivre une expérience paisible et relaxante. Ils peuvent souvent préférer se déconnecter complètement de la technologie et profiter simplement de l'ambiance apaisante du musée sans aucune distraction numérique.

Les musées devraient donc envisager de proposer une combinaison d'options numériques et non numériques pour répondre aux différentes préférences de leurs publics. En conclusion, comprendre et s'adapter aux différents types de motivation proposés par John Falk peut aider les musées à concevoir et à mettre en œuvre des stratégies de médias numériques qui répondent aux besoins et aux intérêts de leurs visiteurs. En tenant compte des différentes motivations qui poussent les visiteurs à se rendre dans les musées, ces derniers peuvent créer des expériences plus attrayantes, plus informatives et plus agréables.

Optimiser l'expérience muséale avec les appareils personnels et les canaux de communication habituels

Améliorer l'interaction des publics avec les expositions peut se faire grâce aux médias numériques, en particulier en appuyant l'usage des appareils individuels personnels tels que les smartphones et les tablettes. C'est l'approche dite « apportez votre propre appareil » (en anglais BYOD pour *Bring Your Own Device*). Les visiteurs qui téléchargent des applications du musée – que ce soient des visites audios, des expériences de réalité augmentée ou des informations interactives sur les expositions, entre autres – peuvent ainsi interagir plus étroitement avec les expositions. Dans un musée d'art par exemple, les visiteurs sont invités à scanner une peinture à l'aide d'une application et recevoir instantanément des informations sur l'artiste, l'époque et l'inspiration à l'origine de l'œuvre.

Avec leur propre smartphone et sur leurs réseaux sociaux habituels : une expérience de visite personnalisée et plaisante.

De ce fait, les informations relatives à l'exposition sont plus accessibles à un public plus large.

Outre les appareils personnels, se placer sur les réseaux de communication habituels des visiteurs renforce leur engagement. Les réseaux sociaux, le courrier électronique et les applications de messagerie peuvent être utilisés pour communiquer avec les publics avant, pendant et après leur visite. On peut par exemple utiliser les réseaux sociaux pour partager des aperçus des expositions à venir, des photos des coulisses ou du contenu interactif avec lequel les visiteurs vont interagir avant leur visite. Au cours de la visite, on peut également encourager les publics à partager leurs expériences sur les réseaux sociaux et à utiliser des *hashtags* pour créer un sentiment de communauté et d'engagement. Après la visite, on peut enfin communiquer par courrier électronique ou applications de messagerie avec ses publics une fois sortis de l'exposition, pour les remercier de leur visite, leur fournir des informations supplémentaires et les encourager à faire part de leurs commentaires.

Par l'usage des appareils personnels et des canaux de communication habituels, les musées sont en mesure d'offrir aux visiteurs des interactions plus personnalisées et individuelles avec les objets/œuvres de l'exposition, ce qui conduit à une expérience plus satisfaisante. En outre, cela peut aider les musées à atteindre un public plus large et plus diversifié. L'application de réalité augmentée *La chute des titans* de la SMK, Galerie nationale du Danemark, est un excellent exemple de la manière dont la technologie et l'usage des réseaux sociaux peuvent créer une expérience attrayante et immersive pour les visiteurs. Cette application utilise Instagram pour donner vie en 3D au plus grand tableau de la collection, une peinture de l'artiste Cornelis Cornelisz. van Haarlem. Elle permet aux visiteurs d'explorer l'œuvre d'art sous différents angles et perspectives, et de voir les personnages du tableau bouger et interagir les uns avec les autres. En tirant parti d'une plateforme de réseaux sociaux que les visiteurs connaissent déjà, le musée intègre de manière transparente la technologie dans son approche et offre aux visiteurs un moyen plus accessible et plus attrayant de s'approprier l'œuvre d'art.

Personnaliser : le dialogue pour augmenter le plaisir des visiteurs

Les musées ne sont plus des espaces statiques remplis d'objets que les visiteurs se contentent d'observer. L'innovation numérique, en constante évolution, pousse les musées à utiliser la technologie pour impliquer les visiteurs de manière plus interactive. L'une des technologies qui a transformé l'expérience muséale est celle des applications numériques : elles permettent aux musées d'offrir des expériences personnalisées et d'améliorer le plaisir des visiteurs.

L'une des applications numériques, *Ping ! Die Museumsapp* – qui s'appelait initialement *Mein Objekt*, littéralement « mon objet » – met en place des dialogues pour personnaliser l'expérience des visiteurs. Cette application a été développée par la Stiftung Humboldt Forum im Berliner Schloss (Berlin, Allemagne) dans le cadre du projet *museum4punkt0* (littéralement « musée4point0 »). Le Badisches Landesmuseum de Karlsruhe (Allemagne) a ensuite développé l'application *Mein Objekt* et l'a rebaptisé *Ping ! Die Museumsapp*. Elle a par la suite été mise en place par plusieurs autres musées, dont le Senckenberg Museum für Naturkunde Görlitz (Allemagne) sous le nom de *Mein Objekt - Senckenberg*.

L'application d'origine offre au public une expérience immersive et interactive en entrant dans un dialogue ludique et interactif avec les objets exposés. Les visiteurs sélectionnent les objets qui les intéressent et ont des conversations avec eux grâce à une interface de type Tinder. Chaque objet a une histoire unique à raconter, allant de l'humour à la mélancolie, et certains ont même besoin d'aide. Les conversations des visiteurs avec les objets sont basées sur les décisions de l'utilisateur, ce qui permet une découverte personnalisée. L'utilisation des chats/fils de discussions est la clé du succès de l'application. Les structures de dialogue ramifiées permettent des échanges dynamiques qui s'adaptent aux intérêts et réactions de l'utilisateur. Ces dialogues sont créés en deux étapes suivant une méthode spécifique d'atelier d'écriture.

L'innovation numérique permet de transformer la visite d'un musée en une expérience véritablement personnalisée.

Cette méthode fonctionne de manière suivante : dans un premier temps, des personnalités sont développées pour certains des objets exposés, créant ainsi une approche différente de celle des « simples » faits scientifiques. Dans un second temps, des techniques dramaturgiques sont mises en œuvre pour rédiger les dialogues. Il en résulte une grande variété de dialogues qui permettent à différents groupes cibles de trouver une approche personnelle adaptée à leurs objets de musée. Ces ateliers de co-création avec des conservateurs ou des citoyens sont un excellent moyen de développer ces dialogues, et ainsi d'offrir une expérience attrayante aux visiteurs de musées de tous âges et de tous horizons.

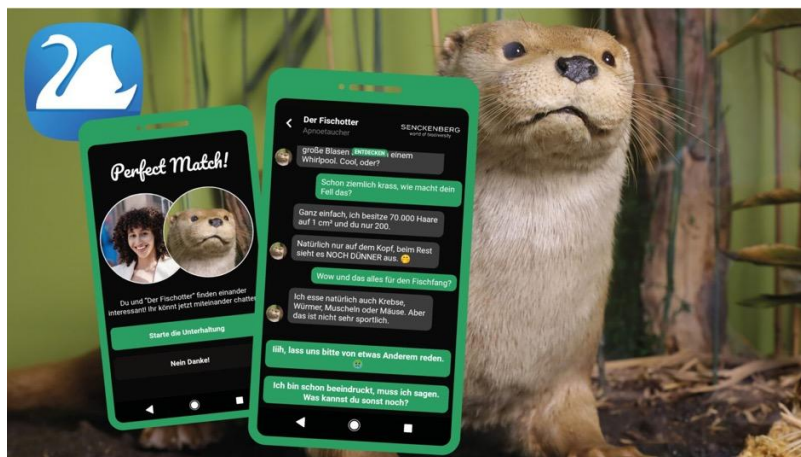


Illustration 2 – « It's a match ! » : rencontre entre un visiteur et un objet dans l'application *Mein Objekt - Senckenberg* du Senckenberg Museum für Naturkunde Görlitz (Allemagne). Photographie : Lisa Janke. Source : museum4punkt0.de, licence : CC BY 4.0.

L'application peut être utilisée avant, pendant et après la visite au musée, permettant ainsi aux visiteurs de planifier un parcours personnalisé, d'explorer les collections, de revenir sur des rencontres avec des objets ou de planifier des visites futures. Grâce aux chats et à l'interface ludique et interactive de l'application, les visiteurs peuvent dialoguer avec les objets de manière unique et personnalisée, ce qui rend leur visite au musée plus agréable et plus interactive.

Une autre application numérique qui a transformé l'expérience muséale est ASK du Brooklyn Museum. Active jusqu'en 2023, elle permettait aux visiteurs d'entrer en contact avec des experts (de vraies personnes) et de recevoir des réponses personnalisées à leurs questions sur les œuvres, les artistes et le musée. En posant des questions spécifiques, ils obtenaient des réponses détaillées qui les aidaient à mieux comprendre et apprécier les expositions. Cela a créé un lien plus fort entre le visiteur et le musée, car le visiteur se sentait impliqué par les experts qui partageaient leurs connaissances et leur expertise.

L'application ASK a apporté une touche personnelle qui renforçait le sentiment de connexion des visiteurs avec le musée en incluant une brève présentation de l'expert avec une photo, assurant au visiteur qu'il ne parlait pas à une intelligence artificielle. En outre, l'application offrait aux visiteurs un espace sûr où ils pouvaient poser des questions sans craindre d'être gênés ou jugés, car leur anonymat était préservé. Cela favorisait un environnement accueillant et inclusif qui augmentait le plaisir global de l'expérience muséale.

Ping ! Die Museumsapp et ASK sont des exemples remarquables de la manière dont on peut offrir aux visiteurs des moyens uniques et attrayants d'interagir avec les objets et les experts du musée. En créant des expériences personnalisées qui répondent aux intérêts et aux besoins de chaque visiteur, ces applications rendent l'expérience muséale plus agréable et plus porteuse de sens. Leur succès souligne l'importance d'adapter l'expérience muséale à chaque visiteur. En conclusion, les applications dotées de fonctions de dialogue révolutionnent l'expérience muséale et créent de nouvelles possibilités d'engagement des visiteurs.

La « gamification » dans les musées : se glisser dans la peau d'un historien pour une expérience mémorable

La « gamification » en général et les jeux de rôles en particulier continuent de transformer la façon dont nous interagissons avec les musées. Lorsqu'un musée d'histoire, par exemple, plonge littéralement ses publics dans l'histoire, il crée des conditions plus favorables à l'acquisition de nouvelles connaissances historiques. En utilisant des jeux immersifs et des activités interactives, les musées cherchent à renforcer l'engagement des visiteurs, à favoriser l'interaction sociale et à fournir un contenu personnalisé, rendant ainsi la visite du musée plus agréable et plus gratifiante.

La « gamification » et la narration offrent des moyens divertissants et efficaces pour la mémorisation.

Le programme *Leipzig '89 – Revolution reloaded* du Deutsches Historisches Museum (Berlin, Allemagne), développé en 2022 dans le cadre du projet *museum4punkt0* (2017-2023) est un exemple de ce type de jeu. Il utilise la narration numérique pour créer une expérience immersive pour les utilisateurs.

L'application est conçue comme un jeu sérieux permettant d'explorer les événements cruciaux du 9 octobre 1989 à Leipzig – une étape fondamentale vers la réunification de l'Allemagne en 1990 – vus selon les perspectives de sept personnes différentes, réelles ou fictives. L'application demande aux utilisateurs (visiteurs du musée) de prendre des décisions qui vont se répercuter sur l'issue de la manifestation. Ce faisant, elle crée un sentiment d'autonomie et d'implication que les expositions muséales traditionnelles n'offrent pas toujours. L'utilisation de la « gamification » et de la narration offre un moyen divertissant d'appréhender des événements complexes, qui s'imprègnent mieux dans la mémoire des visiteurs/utilisateurs et les aide à mieux comprendre et apprécier les personnages et les événements historiques. Cette approche est particulièrement efficace pour les jeunes visiteurs, souvent plus enclins à accepter les médias numériques interactifs.

L'expérience personnalisée de l'application repose sur les choix que chaque visiteur/utilisateur, choix d'abord du personnage dont il endossera le rôle, puis des décisions prises par ce personnage qui vont (auraient pu) influencer le cours des événements. Cette personnalisation crée un sentiment d'appartenance et d'investissement dans l'histoire, ce qui encourage l'exploration ludique des différentes facettes de l'histoire. L'application offre aux utilisateurs une approche de l'histoire adaptée à leurs intérêts et à leur style d'apprentissage, et est de ce fait plus propice à susciter la curiosité, voire même d'éveiller une passion pour l'histoire.

Un autre exemple de « gamification » dans les musées est le jeu *Secret Seekers* (littéralement « chercheurs de secrets ») au Victoria and Albert Museum (Londres). Le jeu donne vie à des personnages fascinants de l'histoire du musée, tels que le fondateur royal, le prince Albert, son épouse, la reine Victoria, la première directrice du restaurant, Madame Céleste, l'ingénieur en chef, le capitaine Fowke, le célèbre designer William Morris et le premier directeur du musée, Henry Cole, au moyen d'illustrations et d'animations originales – ce qui ajoute une couche supplémentaire d'immersion à l'expérience. Ces personnages sont choisis pour inciter les visiteurs/joueurs à se plonger plus avant dans l'histoire et à se sentir davantage liés au musée et à son histoire.

Avec ce jeu comme avec d'autres, la « gamification » peut grandement améliorer le plaisir des visites de musées, en particulier pour les groupes d'amis et les familles. Le jeu transforme la visite du musée en une aventure, ou même en une chasse au trésor,

encourageant les visiteurs/joueurs à explorer et à s'aventurer dans la collection d'une manière ludique et plus interactive. Le jeu propose des défis qui pousse les visiteurs/joueurs à interagir avec différentes parties du musée et à découvrir des faits et des caractéristiques peu connus. En relevant ces défis, les joueurs ont un sentiment d'accomplissement et de progrès, ce qui peut être très gratifiant. En transformant les visites traditionnelles de musées en expériences interactives et attrayantes, la « gamification » contribue à rendre l'apprentissage de l'histoire plus accessible et plus agréable pour les personnes de tous âges.

En conclusion, la « gamification » révolutionne la façon dont nous apprenons l'histoire en la rendant plus accessible et plus plaisante pour les visiteurs. Avec des jeux et des activités interactives, les musées peuvent fournir un contenu personnalisé, renforcer l'engagement des visiteurs et favoriser l'interaction sociale, créant ainsi une expérience plus immersive et plus gratifiante pour les visiteurs du musée. Les exemples de *Leipzig '89 – Revolution reloaded* et *Secret Seekers* montrent comment la « gamification » permet de créer une expérience personnalisée et mémorable pour les visiteurs des musées.

Découvrir les musées d'une nouvelle manière grâce à la réalité augmentée

La réalité augmentée est maintenant un autre outil numérique qui évolue rapidement et qui a largement amélioré la façon dont nous découvrons les musées. Elle permet d'explorer l'art et la culture de manière immersive et interactive. En intégrant des objets et des informations numériques dans le monde réel, la réalité augmentée crée une couche

La réalité augmentée permet d'adapter la visite aux intérêts et aux préférences du visiteur.

supplémentaire d'interactivité et d'engagement qui améliore l'apprentissage, la créativité et donc le plaisir.

La technologie de la réalité augmentée présente plusieurs avantages pour les musées, notamment la possibilité d'accéder au contenu numérique via les smartphones ou

les tablettes des visiteurs, tout en continuant à voir l'environnement physique existant et à interagir avec lui. Cela signifie que les visiteurs peuvent explorer des modèles 3D des expositions, accéder à des informations supplémentaires sur les objets et participer à des jeux et activités interactifs qui rendent l'expérience muséale plus amusante et attrayante, tout en gardant un œil sur « l'objet réel ».

On peut également créer des expériences personnalisées à l'aide de la technologie de la réalité augmentée, afin d'adapter la visite du musée aux intérêts et aux préférences des visiteurs. Avec ces visites ou expériences personnalisées, les musées permettent aux visiteurs d'entrer en contact avec les expositions d'une manière plus individuelle et plus porteuse de sens. Ceci est particulièrement bénéfique pour tous ceux qui pourraient être intimidés par la taille ou se sentir dépassés par l'ampleur de certains musées. La réalité augmentée est également un moyen de rendre la visite du musée plus accessible et plus inclusive pour tous. Elle permet par exemple de fournir des repères sonores et visuels, rendant ainsi l'expérience de visite plus accueillante et plus agréable, en particulier pour les personnes porteuses de handicap. Contrairement à la réalité virtuelle, qui, elle, nécessite un équipement spécial et peut remplacer entièrement l'environnement physique, la réalité augmentée vise à améliorer l'expérience muséale sans effacer/remplacer entièrement l'environnement physique. Elle est accessible via les smartphones ou les tablettes des visiteurs, et de ce fait est donc plus conviviale et plus pratique.

De nombreux musées ont déjà adopté la technologie de la réalité augmentée pour améliorer l'expérience des visiteurs. L'application *ArtLens* du Cleveland Museum of Art (États-Unis) en est un excellent exemple. L'application propose une série de fonctionnalités qui aident à se repérer dans le musée et facilitent la découverte de sa collection. Par exemple, la fonction de recherche de collection permet aux utilisateurs de rechercher des œuvres d'art spécifiques ou d'explorer des thèmes particuliers dans la collection du musée, et ainsi de trouver plus facilement les pièces qui intéressent le plus les visiteurs.

L'une des principales caractéristiques de l'application *ArtLens* est l'utilisation de la réalité augmentée pour offrir au public des niveaux supplémentaires d'informations et d'interactivité. Les visiteurs peuvent l'utiliser pour explorer sous différents angles des modèles 3D d'œuvres d'art sélectionnées, ce qui leur donne une vision plus détaillée et plus nuancée des pièces. L'application fournit également aux utilisateurs des informations supplémentaires sur les expositions, notamment des animations, du contenu audiovisuel et d'autres éléments multimédias qui donnent vie aux œuvres d'art. L'intelligence artificielle mise en œuvre pour identifier et fournir des informations sur les œuvres d'art du musée facilite la découverte des œuvres qui intéressent particulièrement les visiteurs.

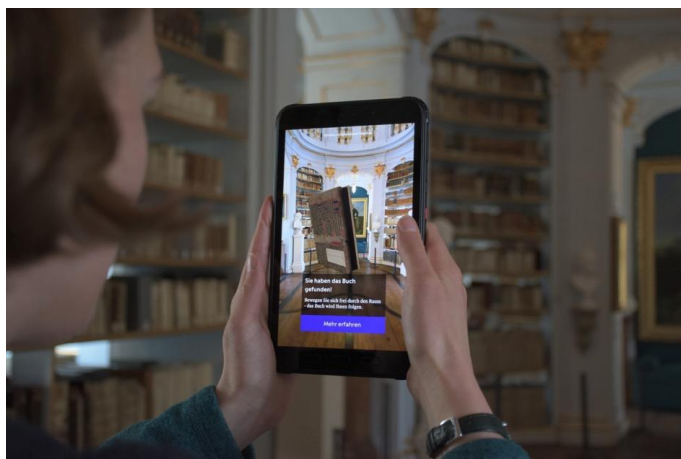


Illustration 3 – Application de réalité augmentée utilisée par la Klassik Stiftung Weimar (Allemagne).

Photographie : Klassik Stiftung Weimar / Johanna Weichard
Source : museum4punkt0.de, licence : CC BY 4.0.

L'application *Max Ernst AR-App* du Musée Max Ernst Brühl des LVR (Allemagne) est un autre excellent exemple de la manière dont la réalité augmentée peut améliorer l'expérience muséale. Cette application est spécialement conçue pour offrir une expérience immersive et interactive qui allie apprentissage et créativité. Les visiteurs qui l'utilisent se glissent dans la peau de l'artiste Max Ernst et explorent ses œuvres d'art d'une manière amusante et attrayante. A l'aide de la réalité augmentée, l'application emmène les visiteurs dans un voyage interactif à travers le musée Max Ernst, où ils découvrent comment l'artiste a construit ses sculptures à partir d'objets du quotidien, de matériaux naturels et de formes mathématiques. Elle encourage les visiteurs à s'intéresser aux œuvres d'art et à devenir eux-mêmes des artistes en concevant leurs propres œuvres virtuelles et en leur donnant un nom et un titre uniques.

L'une des principales caractéristiques de l'application *Max Ernst AR-App* est la chasse au trésor, qui met les visiteurs au défi de trouver douze formes et objets du quotidien cachés dans plus de 70 sculptures de la collection. Cela ajoute un élément ludique à

l'expérience du musée et encourage les visiteurs à s'intéresser de plus près à chaque œuvre d'art. Dans l'ensemble, les applications *ArtLens* et *Max Ernst AR-App* sont d'excellents exemples de la manière dont la réalité augmentée peut améliorer l'expérience muséale. Elles offrent aux visiteurs une expérience interactive et immersive qui favorise l'apprentissage et la créativité, rendant la visite du musée plus attrayante et mémorable.

Profiter ensemble d'une expérience visuelle : les expériences multi-utilisateurs

L'utilisation de la technologie pour créer des environnements immersifs dans les musées est de plus en plus populaire ces dernières années. L'exposition *The Story of the Forest* (l'histoire de la forêt) au Musée national de Singapour en est un bon exemple. Elle illustre le potentiel de cette technologie pour créer des expositions attrayantes et interactives. *The Story of the Forest* (2019-2024) transportait les visiteurs dans un monde virtuel qui mettait en scène des animaux animés et des éléments historiques afin d'explorer un environnement unique et captivant. L'installation était basée sur 69 dessins issus de la collection William Farquhar de dessins d'histoire naturelle. Ces dessins ont été transformés en animations tridimensionnelles. Les visiteurs avaient ainsi l'occasion de découvrir un aperçu fascinant du passé colonial de Singapour, en contraste avec sa modernité. Ils profitaient ensemble (à plusieurs) de cette expérience visuelle, en s'allongeant ou en s'asseyant sur le sol pour s'immerger totalement dans l'exposition. Si certains visiteurs s'intéresseront avant tout au contenu, d'autres se concentreront sur

Des innovations technologiques destinées à créer un environnement immersif pour une expérience multi-utilisateurs favorisent un sentiment d'appartenance.

son esthétique : l'exposition atteignait un équilibre délicat entre les deux. Elle mêlait des thèmes historiques à une technologie de pointe, offrant une expérience unique à la fois éducative et divertissante.

Il existe de plus en plus d'installations multi-utilisateurs comme *The Story of the Forest* dans les musées qui s'efforcent d'améliorer l'expérience de visite grâce aux nouvelles technologies. Intégrer technologies immersives

et éléments historiques crée un environnement dynamique et attrayant qui ne manquera pas de capter l'attention des visiteurs. Alors que les musées continuent d'innover et d'adopter de nouvelles technologies, il est essentiel de planifier et d'exécuter soigneusement leur mise en œuvre afin de s'assurer que le contenu est attractif, pertinent et diffusé efficacement avec la technologie choisie. Les avancées numériques doivent compléter et améliorer les objets physiques exposés, mais en aucun cas les remplacer.

Dans l'ensemble, les expériences d'immersion multi-utilisateurs telles que *The Story of the Forest* illustrent le potentiel de la technologie pour créer des expositions attrayantes et immersives dans les musées. À mesure que la technologie continue d'évoluer, il sera intéressant de voir comment les musées intègrent ces technologies (nouvelles) pour améliorer encore l'expérience des visiteurs.

La réalité mixte : l'avenir du plaisir dans les musées ?

Un exemple notable de réalité mixte en action est *REVIVRE*, une expérience de réalité augmentée présentée de 2019 à 2022 dans la *Grande galerie de l'évolution* au Muséum d'histoire naturelle de Paris. Cette expérience utilisait la technologie HoloLens de Microsoft pour permettre une rencontre véritablement interactive et informative avec les animaux exposés. L'HoloLens offrait aux visiteurs la possibilité d'observer les animaux en 3D, mettant ainsi à disposition un niveau de détail qui ne peut être atteint avec les expositions traditionnelles. Grâce à cette technologie, les visiteurs pouvaient voir les animaux de n'importe quel point de vue, étudier leurs caractéristiques et actions uniques, et en apprendre davantage sur leurs habitats et écosystèmes d'une manière que les expositions traditionnelles ne peuvent pas offrir. Cela a créé une expérience plus immersive et interactive qui a accru l'engagement et le plaisir des visiteurs.

En outre, *REVIVRE* était conçu pour être une expérience conviviale que tout le monde pouvait apprécier, quel que soit son âge ou ses antécédents. Il suffisait d'enfiler le casque de réalité augmentée pour commencer à explorer les espèces animales avec l'aide d'un guide virtuel. En outre, *REVIVRE* comportait un volet éducatif qui encourageait les visiteurs à réfléchir à l'impact des activités humaines sur les espèces animales et leurs habitats. L'expérience sensibilisait le public aux causes de l'extinction de certaines espèces et l'encourageait à réfléchir à son propre rôle dans la sauvegarde des animaux menacés et de leurs écosystèmes. Cet aspect éducatif renforçait le plaisir des visiteurs en leur permettant de mieux comprendre l'importance de la conservation de l'environnement. Toutefois, la question se pose de savoir si les visiteurs sont principalement attirés par l'expérience de l'utilisation de la réalité mixte, ou si c'est le contenu transmis qui les captive réellement.

Alors que la réalité mixte continue d'évoluer rapidement, elle a déjà montré son efficacité pour améliorer l'engagement et le plaisir des visiteurs dans les musées est considérable. En combinant des éléments du monde réel avec du contenu numérique, elle offre une expérience unique et interactive qui ne peut être reproduite avec des expositions traditionnelles ou même avec la réalité

La réalité mixte évolue rapidement. C'est une technologie efficace pour améliorer l'engagement et le plaisir des visiteurs.

virtuelle. Au fur et à mesure que la technologie de la réalité mixte progresse, on peut s'attendre à ce que de plus en plus de musées l'adoptent pour créer des expériences mémorables et attrayantes pour les visiteurs. Il sera intéressant de voir quel type de concepts ils développeront pour intégrer les thèmes et les objets du musée dans l'expérience de la réalité mixte.

En cours : le défi de l'équilibre entre tradition et innovation dans l'expérience muséale

En conclusion, la médiation numérique peut grandement améliorer la visite du musée et accroître le plaisir du visiteur. Grâce à l'utilisation d'appareils personnels, à la personnalisation, à la « gamification », à la réalité augmentée, aux interactions multi-utilisateurs et à la réalité mixte, les musées peuvent offrir une expérience plus interactive, immersive et personnalisée. Les recherches de John Falk sur les types de motivation

offrent un cadre utile pour comprendre les différentes motivations qui poussent les visiteurs à se rendre dans les musées et pour adapter les stratégies de médias numériques à leurs besoins. Toutefois, si les musées s'efforcent d'intégrer les nouvelles technologies, ils doivent également continuer à mettre l'accent sur les expositions elles-mêmes. L'accent doit toujours être mis sur les objets exposés, et la technologie doit être utilisée pour améliorer leur présentation sans pour autant les mettre dans l'ombre et sans détourner l'attention des publics des objets exposés.

Trouver le bon équilibre entre les expositions traditionnelles et les nouveaux outils technologiques reste un défi permanent pour les musées. Toutefois, en relevant ce défi avec prudence et en adoptant une approche réfléchie, ils peuvent créer une visite plus porteuse de sens, plus engageante et plus mémorable pour tous. Alors que les musées continuent de s'adapter aux besoins changeants des publics, nous pouvons nous attendre à voir à l'avenir des utilisations plus innovantes et plus judicieuses encore de la médiation numérique, pour le plus grand plaisir de tous nos visiteurs.

Ce texte est une traduction de l'original en anglais intitulé *Enhancing enjoyment in museums with digital mediation*, publié dans *ICOM Education 31*, version anglaise. Traduction avec l'aide de DeepL, relecture Stéphanie Wintzerith.

Références

Falk, J. H., (2012). *Identity and the Museum Visitor Experience*. New York: Routledge.

Liens vers les applications, jeux et projets présentés dans cet article :

Projet museum4punkt0 :

<https://www.museum4punkt0.de/>

ArtLens, Cleveland Museum of Art :

<https://www.clevelandart.org/artlens-gallery>

ASK, Brooklyn Museum :

<https://www.brooklynmuseum.org/ask>

Leipzig '89 – Revolution reloaded, Deutsches Historisches Museum Berlin :

<https://www.dhm.de/ausstellungen/archiv/2022/leipzig-89-revolution-reloaded/>

Max Ernst AR-App, Max Ernst Museum Brühl des LVR :

https://maxernstmuseum.lvr.de/de/erleben_und_vermitteln/kinder/max_ernst_ar_app/max_ernst_ar_app_1.html

Mein Objekt, Stiftung Humboldt Forum im Berliner Schloss :

<https://meinobjekt.de/>

Mein Objekt – Senckenberg, Senckenberg Museum für Naturkunde Görlitz :

<https://museumgoerlitz.senckenberg.de/de/museum-digital/app-mein-objekt-senckenberg/>

Ping! Die Museumsapp, Badisches Landesmuseum Karlsruhe :

<https://www.landmuseum.de/digital/apps-und-podcasts/ping>

REVIVRE, Muséum d'histoire naturelle, Paris :

<https://www.mnhn.fr/fr/revivre-itinerance>

Secret Seekers, Victoria and Albert Museum London :

<https://www.vam.ac.uk/articles/secret-seekers>

The Fall of the Titans, SMK Danish National Gallery :

<https://www.smk.dk/en/article/titanernes-fald-med-augmented-reality/>

The Story of the Forest, National Museum of Singapore :

<https://www.nhb.gov.sg/nationalmuseum/our-exhibitions/exhibition-list/story-of-the-forest>

Wellbeing and healing power

Le musée bienfaisant

Cuando el museo hace bien

Des musées plus proches des personnes âgées

Lila Heinola

Peut-on vraiment danser dans un musée d'art, recevoir une mallette remplie d'artefacts naturels et culturels à son chevet ou jeter un coup d'œil à une exposition muséale dans le coffre d'une voiture garée devant un supermarché ? Dans cet article, j'aimerais montrer comment les expériences muséales peuvent être vécues à l'intérieur des musées, mais aussi hors-les-murs, et comment elles influencent la santé et le bien-être des personnes âgées de multiples façons. Elles activent les sens et éveillent aussi bien les émotions que l'imagination. Toutes ces activités sont réalisées en commun, sources de partage et prétextes à raviver d'anciennes compétences ou à en développer de nouvelles.

Si vous savez respirer, vous savez danser

Un grand taxi est arrivé dans la cour avec à son bord une douzaine de personnes âgées. Nous les attendions avec impatience, nous, les collègues du musée accompagnés d'une artiste danseuse, tous curieux de voir ce que les prochaines heures nous réserveraient. Des employés du centre d'accueil de jour étaient là pour aider le groupe, dont certains membres utilisaient un déambulateur ou un fauteuil roulant, et d'autres souffraient de troubles de la mémoire. Le musée d'art Sara Hildén à Tampere (Finlande), un musée d'art moderne et contemporain, présentait une exposition rétrospective des œuvres de l'artiste Kimmo Kaivanto. Nous voulions proposer une expérience de visite très spéciale à ce groupe d'ainés, leur permettant d'apprécier les œuvres d'art de différentes manières : en écoutant, en regardant, en parlant et en dansant. Nous avons organisé ces activités fondées sur la méthode de la danse communautaire et mises en œuvre avec cinq centres d'accueil de jour des environs.

D'entrée de jeu, la danseuse et chorégraphe Marjo Hämäläinen a su dissiper les derniers restes de d'appréhension. Nous étions tous debout, formant un grand cercle, nous tenant par la main. Marjo nous a parlé de la danse communautaire et a rassuré les plus anxieux en leur disant que si l'on sait respirer, on sait danser. Lorsqu'une personne a le droit d'être elle-même, même si elle est âgée, ne sait pas danser ou est voûtée sur son fauteuil, elle se sent acceptée et en sécurité. Lors de la communication de l'événement, nous avons choisi de ne pas révéler le contenu exact de la visite avant l'arrivée des participants au musée. Nous espérions qu'ils nous fassent confiance et nous comptons sur eux pour suivre les instructions et jouer le jeu, ce qui impliquait de créer un environnement sécurisé en amont et de développer un sentiment d'appartenance à un groupe avant même de partir pour le musée.

Au cours de la visite, nous sommes tranquillement passés d'une salle à l'autre. Certains de nos aînés se sont assis sur le siège de leur déambulateur ou sur les tabourets pliants que nous avons transportés d'une salle à l'autre. Nous avons discuté de l'artiste et de la façon dont sa palette de couleurs et son expression visuelle avaient évoluées à certains égards et étaient restées les mêmes à d'autres au fil des ans. Nous avons écouté de la musique pour accompagner certaines œuvres. Marjo a demandé au groupe de trouver le mouvement dans leur corps, leurs pieds, leurs mains, leurs doigts, leur ventre ou leur tête que la musique et les œuvres d'art leur inspiraient. Les gens bougeaient et dansaient – des mouvements doux, angulaires, fluides, rapides ou lents, ils dansaient ! La danse a rapproché les participants. Ils se sont concentrés sur le mouvement et ont apprécié la musique, l'espace, les couleurs et l'atmosphère détendue. Ils souriaient et s'encourageaient mutuellement par des mots et par l'expression de leur visage. Aucun mouvement n'était mauvais, faux ou déplacé, et chacun s'exprimait librement.



Illustration 1 – L'expérience de la musique et du mouvement dans une exposition d'art éveille les sens et permet de s'exprimer sans avoir besoin de mots.
Photographe : Lila Heinola

Après cette visite riche en danse, le groupe s'est installé dans le café du musée. La discussion animée fourmillait d'étonnement. « Qu'est-ce que nous venons de faire ? Je n'ai jamais vécu une telle expérience dans un musée d'art. » Cette expérience a renforcé l'idée qu'une exposition d'art peut être amusante, que l'art peut être vu et interprété par soi-même, et qu'on peut même inventer un mouvement pour l'accompagner. La possibilité de s'exprimer à travers la danse communautaire a été une expérience très enrichissante.

Le trajet en taxi partagé depuis un environnement familier jusqu'à un musée d'art situé à l'autre bout de la ville, les accompagnateurs qui ont procuré un sentiment de sécurité ainsi que l'accueil cordial qui leur a été réservé au musée, tous ces éléments ont contribué

à la réussite de cette expérience muséale. Elle a nécessité une coopération entre le musée et le centre d'accueil de jour, une planification et une communication, ainsi que des compétences et des connaissances dans le domaine du travail avec les personnes âgées et celles atteintes de troubles de la mémoire. Les effets de cette expérience ont perduré longtemps après. Au cours des semaines suivantes, plusieurs centres d'accueil de jour ont exposé les photos prises lors des événements et les résidents les ont utilisées pour se remémorer l'expérience partagée et planifier la prochaine.

Des coffrets muséaux à emprunter

Lorsque les visites dans les maisons de retraite ont été interdites au printemps 2020 en raison de la pandémie de Covid-19, les artistes, musiciens et acteurs ont également été empêchés de s'y rendre. Au cours des années 2010, divers programmes culturels avaient fait leur apparition dans les maisons de retraite et étaient devenus une partie importante du quotidien des personnes âgées. L'ingéniosité et la créativité du personnel a été fort utile pour éviter que les jours et les semaines ne deviennent répétitifs au fil des mois. Heureusement, les services muséaux destinés aux personnes âgées comprenaient déjà un service adapté à la situation : des coffrets muséaux pouvant être empruntés.

À la ville de Tampere, nous produisons ces coffrets muséaux depuis plusieurs années déjà. Notre devise est la suivante : si les personnes âgées ne peuvent pas se rendre au musée, c'est le musée qui viendra à elles, sous forme de coffret. Nous estimons qu'il est important que ces coffrets muséaux apportent de la diversité et favorisent l'interaction. Nous recevons des commentaires précieux de la part du personnel soignant et des personnes âgées. Une poupée provenant d'un coffret contenant des vêtements et des jouets d'enfant a été donnée à un vieil homme pour qu'il la tienne sur ses genoux. Il l'a caressée et lui a parlé pendant longtemps. Cela a réveillé des émotions et il a raconté aux autres à quel point lui et sa femme avaient été heureux lorsqu'ils avaient enfin pu adopter un enfant après une longue période sans enfant. Même si partager un souvenir avec les autres est une entreprise difficile, cela a été possible dans l'environnement sécurisant de la communauté. Les souvenirs partagés renforcent le sentiment d'appartenance.

Nous avons assemblé plusieurs coffrets thématiques à partir des collections et des archives photographiques des musées de Tampere. Les personnes âgées ont envie de voir, d'entendre et de discuter du passé et du présent que leur dévoilent les objets des musées. Elles s'intéressent à l'histoire locale, à l'évolution des métiers, aux vieilles tasses à café et aux textiles, à l'art public, ainsi qu'au contenu du sac à main d'une femme dans les années 1960. Les objets sont rangés dans des boîtes ou des valises pratiques et accompagnés de matériel pédagogique, de conseils et d'instructions. Nous voulons que ces coffrets puissent être utilisés sans effort et surtout qu'ils offrent une occasion au personnel soignant de passer du temps avec les personnes âgées.



Illustration 2 – Une valise regorgeant de beaux draps.
La dentelle faite main et de belles broderies ont toujours enthousiasmé
les personnes de tous âges.
Photographe : Laura Happonen

Pour tester nos coffrets, nous organisons chaque année des ateliers animés par des conservateurs et médiateurs culturels du musée dans plusieurs centres d'accueil de jour de la ville. Les objets de musée sont un excellent outil pour susciter des souvenirs et favoriser la discussion. Un simple objet, une photo, un son, une odeur ou une texture peuvent déclencher une expérience. En voyant une vieille photo ou un objet ancien, même une personne peu communicative souffrant de troubles de la mémoire peut soudain exprimer par des mots et des gestes qu'elle la/le reconnaît.

Nous avons mis en place un service de prêt qui consiste à mettre gratuitement les coffrets à disposition pendant une période convenue. Nous avons fait la promotion de ce service auprès des maisons de retraite lors d'événements, par e-mail et sur les réseaux sociaux. Au fil des ans, le bouche-à-oreille a fait son œuvre et nous avons fidélisé le personnel de nombreuses maisons de retraite. Lorsqu'ils rendent un coffret, ils en récupèrent un autre.

Grâce à notre médiation culturelle et à notre pédagogie muséale, nous sommes fiers d'avoir contribué à faire progresser les méthodes culturelles utilisées par les professionnels, les stagiaires et les étudiants des secteurs de la santé et des services sociaux. Nous avons organisé à leur intention des sessions de formation sur l'utilisation de diverses méthodes d'expression artistique et de remémoration. Nous les avons encouragés à intégrer et développer davantage ces dernières dans leur travail. Cela a eu un impact sur leur bien-être professionnel et a élargi l'horizon des possibilités offertes par leur travail.

Les coffrets existaient déjà auparavant, mais l'importance de ce service s'est largement renforcée lors de la pandémie. Nous avons eu le plaisir d'accueillir de nouveaux utilisateurs et de prendre pied dans de nouvelles maisons de retraite. Les réseaux sociaux nous ont permis de voir comment nos coffrets ont été utilisés. L'ingéniosité et l'enthousiasme qu'ils ont suscité nous ont agréablement surpris. Par exemple, une exposition avait été montée dans une vitrine du hall d'une maison de retraite. Elle contenait non seulement des objets provenant du coffret du musée, mais aussi des objets anciens et des souvenirs des résidents comme du personnel. Tout cela débordait d'une joie immense et du plaisir de faire quelque chose ensemble, avec un sentiment de communauté et d'interaction pleine de sens.



Illustration 3 – Une personne âgée se concentre sur les détails d’une sculpture en assemblant les pièces d’un puzzle.
Photographe : Susanna Lyly

Le Musée des sons est une mallette pleine de sons et d’images d’archives

Les personnes âgées et celles souffrant de troubles de la mémoire, qu’elles vivent dans des maisons de retraite ou participent à des activités de groupe dans des centres d’accueil de jour, aiment à se remémorer les événements marquants de leur vie et les partager avec d’autres. Se remémorer le passé ravive la mémoire et réactive l’esprit. Cela aide à réfléchir au cheminement personnel qui a mené chacun à sa situation actuelle. Les souvenirs partagés renforcent l’estime de soi et augmentent le sentiment de sécurité et d’appartenance.

À Tampere, nous avons tout spécialement développé des *Musées des sons* (*Sound Museums*) destinés au prêt. Ils contiennent des sons numérisés et des photos provenant de nos archives. Nous avons créé trois *Musées des sons* distincts spécifiquement pour les personnes âgées. Le matériel est rangé dans des mallettes et comprend des enregistrements de sons d’animaux, de la nature et d’activités humaines, de la musique, les voix d’animateurs radio et d’acteurs finlandais connus (d’autrefois), ainsi que des sons d’appareils ménagers et d’outils mécaniques. Certains sons proviennent du passé, et ont de fait quasiment disparus de la vie quotidienne d’aujourd’hui.

L’idée originale du *Musée des sons* remonte à 2011, lorsque le Musée des médias de Rupriikki et l’artiste multimédia Matti Niinimäki ont conçu un musée du son numérique en forme de table : la *Table du son*. La *Table du son* en bois, avec ses sculptures miniatures, fonctionne encore aujourd’hui. Elle inspire les résidents d’une grande maison de retraite à se remémorer les sons du travail et des loisirs à la campagne et en ville. Lors de la phase de conception suivante, nous nous sommes concentrés sur la diversification du contenu et sur la création d’un musée de taille plus pratique afin que le *Musée des sons* puisse être prêté à des maisons de retraite, des clubs et des groupes.



Illustration 4 – Le matériau naturel du *Musée des sons* est agréable au toucher.
Photographe : Laura Happo

Le *Musée des sons*, transportable dans une petite mallette, contient un très bel appareil audio en bois équipé d'un ordinateur et de haut-parleurs. Il comprend également 30 petits « disques » en contreplaqué dotés d'une puce RFID cachée qui déclenche le son numérisé. Chaque *Musée des sons* comprend également des documents historiques écrits, des conseils d'utilisation et un mode d'emploi. Des textes clairs et des photos encouragent le personnel soignant à utiliser ce matériel avec les résidents. Un *Musée des sons* contient même des conseils pour proposer des exercices à faire assis sur une chaise en suivant le rythme des sons, devenant ainsi un outil de physiothérapie.

Le personnel nous a particulièrement remerciés pour la facilité d'utilisation et la finition soignée de nos mallettes et coffrets muséaux. Ils n'ont pas eu à consacrer du temps à lire d'instructions complexes ou techniques. Il suffisait simplement de brancher l'appareil et de régler le volume. La documentation écrite fournissait des informations historiques pour accompagner les enregistrements audios. Outre le contenu qui a suscité de nombreuses discussions, les personnes âgées se sont également intéressées aux solutions techniques. Comment un disque en contreplaqué peut-il produire du son ? Lorsqu'ils apprennent que tout repose sur le numérique et les technologies de l'information, ils sont fiers et heureux de la méthode mise au point pour eux.

La nature à la maison

Les personnes âgées n'ont pas toutes la possibilité de profiter souvent d'un contact étroit avec la nature. Pourtant, il est important qu'elles puissent partager avec d'autres leurs souvenirs de moments vécus dans la nature, et même d'en vivre de nouvelles expériences. Les Finlandais sont souvent intimement liés à la nature – et les programmes radio et télévision qui lui sont consacrés sont très populaires. En collaboration avec le Musée d'histoire naturelle de Tampere et l'artiste multimédia à l'origine du *Musée des sons*, nous avons développé notre projet *Moment dans la nature* (*Luontotuokio*). Il rassemble des archives sonores et photographiques numérisées qui permettent aux personnes âgées de vivre une expérience interactive avec la nature sans même sortir de chez elles. Ce matériel est également disponible sous forme de coffret muséal que les personnes

âgées peuvent emprunter et utiliser chez elles, dans un centre d'accueil de jour, dans une maison de retraite ou un club.

Au cours de la phase de conception, nous avons mené un minutieux travail de fond. Nous avons lu des articles et des études sur les effets de la nature sur l'humeur et la relaxation des personnes. Avec l'aide du personnel soignant, nous avons interrogé des personnes âgées sur leurs expériences et leurs préférences en matière de nature. L'idée qu'elles aimaient profiter de la nature à travers différents sens est clairement ressortie dans leurs réponses. L'exercice physique, la cueillette de baies et de champignons et l'observation de la faune et de la flore ont également été mentionnés à plusieurs reprises. Les aspects les plus appréciés de la nature étaient les couleurs du paysage, les sons des animaux et des oiseaux, les parfums des arbres et des plantes, ainsi que le clapotis et le scintillement des cours d'eau. Les personnes âgées aspiraient à une forêt paisible, à une vue sur le littoral et au chant des oiseaux. Il convient de noter que les aînés espéraient pouvoir voir le paysage changer au fil des saisons depuis leur propre fenêtre, même lorsqu'avançant en âge, ils deviendraient moins mobiles et de plus en plus dépendants des services de santé et devraient passer la majeure partie de leur temps chez eux.

Les matériaux que nous avons choisis sont le bois et le contreplaqué, que les personnes âgées avaient déjà particulièrement appréciés dans les *Musées des sons*. Pour le *Moment dans la nature*, les contenus sont organisés dans une petite mallette : un coffret en bois ressemblant à un petit ordinateur portable avec un écran qui fait office de fenêtre ouverte sur la nature, des petits disques de contreplaqué pour les différents thèmes.



Illustration 5 – Le matériel du *Moment dans la nature* comprend 25 sons numérisés et autant de photos d'oiseaux, de cours d'eau, de forêt et de prairies. Les 47 « Cartes nature » contiennent des images du ciel, de plantes, de champignons, d'animaux ou d'arbres.
Photographe : Saana Säilynoja

Lorsqu'une personne âgée place un disque sur la base, les haut-parleurs diffusent un son clair et une belle photo de nature apparaît à l'écran. Elle peut alors écouter le chant des oiseaux et les sons de l'eau, de la forêt ou de la prairie. Elle peut se remémorer ses endroits préférés à l'ombre des arbres ou dans les vastes étendues campagnardes. Dans ses souvenirs, elle rame dans une barque ou nage dans le lac, elle observe les animaux et les phénomènes naturels. Si le personnel soignant lui a apporté une plante ou des baies fraîchement cueillies, elle peut aussi toucher, sentir ou goûter.



Illustration 6 – Ecouter un *Moment dans la nature* peut raviver des souvenirs et rappeler les animaux domestiques que l'on avait autrefois
 Väinö Järvenpää, né en 1924, a montré une petite figurine en bois qu'il avait lui-même sculptée (en bas à droite de la photo). Elle représente son cheval, qui n'a pas survécu à la guerre.
 Photographie : Laura Happonen

Dans la mallette, en plus des disques de bois, on trouve des « Cartes nature » en carton. Rondes elles aussi, elles invitent la personne âgée à scruter la forêt en quelque sorte en regardant à travers un télescope : elle y voit des baies et des fleurs colorées, des arbres, des champignons et des animaux. Au dos des cartes, on trouve des extraits de folklore et des poèmes sur la nature. Les Cartes nature ont également un aspect pédagogique astucieux : elles proposent une douzaine d'exercices que les personnes âgées peuvent réaliser à l'aide des sons et des photos, seules ou avec d'autres personnes. Ces exercices peuvent donner lieu à de nouvelles expériences exaltantes qui découlent d'expériences antérieures et de l'observation des éléments naturels représentés sur les cartes.

Une exposition miniature dans le coffre d'une voiture

Apportons notre exposition dans les cours intérieures et entre les habitations, invitons les habitants à se joindre à nous pour partager leurs souvenirs ! Nous souhaitons permettre aux personnes âgées qui, pour une raison ou pour une autre, ne peuvent pas s'éloigner de leur domicile, de vivre une expérience muséale. Nous avons conçu deux toutes petites expositions à partir de la collection d'objets à manipuler et des archives photographiques du musée, sur les thèmes des loisirs et du travail. Chacune de ces expositions pouvait facilement être transportée dans le coffre d'une voiture. C'est pourquoi nous avons baptisé cette exposition le « *Car Trunk Museum* » (musée dans un coffre de voiture).

Au fil des ans et après plusieurs essais et améliorations, le concept est maintenant clairement défini. Chaque année, nous convenons d'un calendrier de tournée avec les maisons de retraite, les centres de services, les centres d'accueil de jour et les clubs de Tampere. La tournée nous mène dans des cours, des cours fermées et des parkings partout dans la ville. Nous assurons ensemble la promotion et la publicité de la tournée. Ces expositions s'adressent principalement aux personnes âgées, mais comme nous

sommes en plein air dans un espace public, par exemple sur le parking d'un supermarché, nous recevons également la visite de passants de tous âges, y compris des plus petits.

Avant même l'arrivée du *Car Trunk Museum*, le personnel de la maison de retraite s'est préparé pour l'événement et l'a intégré à son programme de la journée. Les résidents sont accompagnés en toute sécurité pour voir l'exposition et s'assoient souvent en cercle sur des chaises ou des fauteuils roulants à côté de l'exposition. Le médiateur du *Car Trunk Museum* sert de guide aux visiteurs pour leur présenter le contenu de l'exposition. Les objets peuvent être pris en main et observés de près.



Illustration 7 – Le personnel est tout aussi impatient de visiter le *Car Trunk Museum* que tous les visiteurs. La médiatrice culturelle Lila Heinola (au centre) montre un vieil étui à cigarettes et explique les ravages du tabac sur la santé des gens.

Illustration 8 – Dans le *Car Trunk Museum*, un vieux gramophone de 1939 joue des airs d'antan.

Photographies : Lila Heinola

Le *Car Trunk Museum* met l'accent sur la rencontre et l'interaction avec les visiteurs. Les histoires et anecdotes que les visiteurs partagent entre eux en regardant et en manipulant les objets occupent le devant de la scène. Pour les aînés souffrant de perte de mémoire sévère et pour ceux qui ont du mal à s'exprimer, les souvenirs réveillés par les expositions et le fait d'être ensemble peuvent constituer une expérience formidable pour eux. Nous avons été témoins de situations surprenantes lors de l'exposition, où un objet a rappelé à une personne atteinte de troubles de la mémoire un mot ou un souvenir dont elle n'avait pas parlé à ses proches depuis très longtemps.

Le cadre de l'exposition est unique. Nous sommes à l'extérieur, exposés aux conditions météorologiques du jour. Nous entendons et sentons le vent, percevons la présence d'autres personnes, la lumière du soleil ou la pluie qui s'annonce, ainsi que les bâtiments et la circulation environnants. L'événement est un moment unique, un écart par rapport à l'emploi du temps habituel et à l'environnement quotidien. Nous avons également constaté que les visiteurs participent de leur propre initiative au contenu et au déroulement de l'événement et, parfois, apportent un objet de leur domicile pour le montrer et en parler aux autres.

Le *Car Trunk Museum* est très informel. Lorsqu'un passant le voit, il peut d'abord le confondre avec un marché aux puces organisé dans le coffre d'une voiture. C'est pourquoi le médiateur du *Car Trunk Museum* reste vigilant, s'adresse directement aux gens et les invite à s'approcher et à voir l'exposition gratuite. Cela éveille l'intérêt des passants, qui s'attardent dix minutes sur l'exposition et discutent de leurs souvenirs avec d'autres

inconnus avant de poursuivre leur chemin. Que s'est-il passé ? Ils ont vécu une expérience surprenante, une intervention muséale au cœur de leur quotidien.

Des appels vidéo pour se connecter depuis son salon

Les restrictions sanitaires imposées aux publics en raison de la pandémie de Covid-19 ont entraîné une chute brutale du nombre d'événements culturels publics. Les personnes âgées se sont confinées chez elles. En 2018, la ville de Tampere avait introduit les appels vidéo dans ses services de soins à domicile afin que le personnel soignant puisse appeler directement les clients pour les questions liées à leurs soins. Aujourd'hui, elle souhaite également utiliser cette technologie pour proposer une offre culturelle. La pandémie a considérablement augmenté la production de programmes et le nombre de clients à distance.

Nous concevons et produisons des moments muséaux qui sont directement diffusés dans les foyers des personnes âgées via des appels vidéo. Notre équipe est composée d'experts en soins infirmiers, en technologie et en culture. Grâce aux appels vidéo, nous pouvons offrir aux personnes un moyen sûr d'interagir avec d'autres. Les participants peuvent discuter et partager leurs réflexions entre eux. Ils se sont inscrits à l'avance pour participer au moment muséal et, lorsque l'événement commence, un appel vidéo commun est lancé sur les tablettes de tous les participants. Nous limitons le nombre de participants à une dizaine de personnes afin de faciliter au maximum les interactions.



Illustration 9 – Un appel vidéo montrant des objets de la collection à manipuler des musées de Tampere.

Photographe : Lila Heinola

Ces moments muséaux durent environ 30 à 45 minutes. Nous utilisons des expositions ou des objets provenant des collections manipulables du musée. Les thèmes de nos moments muséaux ont été, par exemple, le centenaire de l'école commune finlandaise – ou comment chaque garçon et chaque fille recevait une éducation de base –, les outils anciens et les coutumes d'antan, la préparation d'une soirée (coiffure et boucles, maquillage, choix des vêtements, rafraîchissements, etc.), les souvenirs d'expériences dans la nature et le partage des traditions culinaires de Noël.

Un médiateur culturel a certes rédigé un script pour le programme, mais ce sont en fait les commentaires et les souvenirs des participants qui orientent la séance de manière

flexible vers de nouvelles directions. Il faut par conséquent que les médiateurs culturels, par la diffusion en direct, soient en capacité de sentir l'ambiance et de faciliter la discussion. Les défis ont d'abord été d'ordre technique : il peut par exemple y avoir des bruits de fond gênants chez certaines personnes, la qualité de la connexion Internet peut ne pas être suffisante et certains participants peuvent ne pas être en mesure de voir ou d'entendre l'appel. Heureusement, le logiciel que nous utilisons a été constamment développé et amélioré au fil des ans. Nous avons également prêté attention à la qualité de l'image et du son.

Il est important d'atteindre un niveau d'interaction où les participants ont le sentiment d'être un élément central d'un moment muséal réussi et que leur participation est également porteuse de sens pour les autres participants. Même si les aînés ne sont pas tous en mesure de quitter leur domicile pour se rendre au musée, ils peuvent tout de même participer à distance aux expositions en cours et vivre un moment muséal avec d'autres personnes dans la même situation. L'expérience de la participation et de l'interaction avec d'autres êtres humains est importante pour les personnes de tous âges, et avec les moments muséaux, nous nous efforçons de réduire significativement les sentiments de solitude et de détachement chez les personnes âgées.

Ce texte est une traduction de l'original en anglais intitulé *Bringing museums close to the elderly*, publié dans *ICOM Education 31*, version anglaise. Traduction avec l'aide de DeepL, relecture Stéphanie Wintzerith.

Référence

Heinola, L. (2021). 'Sound Museums' and museum packages for lending out. Evoking memories with audio collections. In D. Cutler, R. Karttunen & J. Räsänen (eds.) *Love in a cold climate: Creative ageing in Finland*. (p. 55-57). Disponible en ligne : <https://baringfoundation.org.uk/resource/love-in-a-cold-climate-creative-ageing-in-finland/>

Une étude de cas : L'Atelier Nouvelle Galerie de Graz

Monika Holzer-Kernbichler

Dans la nouvelle définition des musées adoptée par l'ICOM à Prague en 2022, le mot « *enjoyment* » (dans la version anglaise) joue un rôle clé. Dans cette nouvelle définition, c'est probablement le terme le plus difficile à traduire dans d'autres langues. Pour la version française, c'est le terme de « divertissement » qui a été retenu. Quoi qu'il en soit, j'ai observé de longues discussions pour les traductions dans les langues allemande et française.

Dans mon article, je me concentre sur la santé et le bien-être, qui sont très directement liés à la joie, au plaisir, mais aussi au divertissement. Pour moi, le plaisir au musée signifie oublier le temps et plonger dans un flux très personnel – seul ou avec d'autres. Le plaisir au musée me permet d'être calme et d'observer ce qu'il y a à découvrir, de m'immerger dans l'art qui est présenté. L'art dans les musées signifie beaucoup pour moi, il ouvre même des formes multiples et diverses de conversations non verbales.

Si l'art est une expression des sensations, sa réception s'apparente à une compréhension intuitive et émotionnelle. Si quelque chose me touche à ce niveau, j'éprouverai le besoin de m'y intéresser et d'en savoir plus. Pour certaines personnes, l'expression créative et artistique est un moyen de se remettre d'une maladie mentale et une possibilité de guérison.

Le concept de « musée vivant »

Cet article est consacré à « L'Atelier », un projet du département d'éducation artistique de la Nouvelle Galerie de Graz (Autriche). Il a été développé en collaboration avec les thérapeutes artistiques de l'hôpital psychiatrique pour améliorer la santé et le bien-être des personnes en situation particulière.

Inspirés par *The Living Museum* (le Musée vivant), nous avons entamé une discussion sur la collaboration entre la thérapie basée sur l'art (art-thérapie) et l'éducation artistique en 2018. Les art-thérapeutes de l'hôpital avaient déjà remarqué que les patients avaient besoin d'un engagement créatif dans leur processus de guérison. Mais une fois sortis de l'hôpital, les patients n'avaient plus la possibilité d'exercer une activité artistique, même si cela était bénéfique pour leur santé. À Graz, un projet de « musée vivant » avait déjà été élaboré et des discussions (y compris politiques) avaient même eu lieu à propos de lieux spécifiques. Il semblait cependant encore trop éloigné pour être réalisé. À ce stade, il nous incombait de trouver une solution plus rapide et plus pratique. Mais qu'est-ce qu'un « musée vivant » ?

Comparé aux musées traditionnels qui présentent une collection, le « musée vivant », lui, offre un espace communautaire pour la production d'expressions créatives de la vie. Le premier a été fondé par le Dr Janos Marton, psychiatre et artiste hongrois, et Bolek Grezynski, artiste polonais vivant à New York. Ils se sont inspirés de la scène européenne de l'art brut, par exemple la Maison de Gugging, près de Vienne, en Autriche. Ils ont créé le premier musée vivant à New York il y a environ 40 ans. Depuis, de nombreux musées vivants ont été créés dans le monde entier. L'idée est simple : le musée vivant fournit l'espace, le temps et le matériel nécessaires aux personnes souffrant de troubles mentaux pour améliorer leur qualité de vie ou même pour favoriser leur guérison grâce à une activité artistique. Dans les espaces mis à leur disposition, les personnes peuvent non seulement trouver une communauté et un soutien, mais aussi de nouveaux moyens d'expression artistique.

Dans cet espace sécurisé, les gens peuvent changer d'identité et passer « *d'une personne folle à un artiste fou* », comme le dit Alexandra Pettenberg. Conservatrice basée à New York, elle a également travaillé pour un musée vivant en Suisse. En tant qu'Autrichienne, elle était la personne idéale qui pouvait mettre en œuvre ces idées à Graz. Je l'ai rencontrée une fois à la clinique psychiatrique de Graz, où elle a présenté son idée de musée vivant en relation avec la clinique de Graz. Cette rencontre a été très inspirante. Nous avons découvert leur studio, qui est utilisé pour l'art-thérapie à la clinique, et nous avons eu un aperçu des méthodes des art-thérapeutes. En échange, nous les avons invités au musée pour leur montrer notre atelier et les méthodes que nous utilisons habituellement. Nos directeurs nous ont donné le feu vert pour développer un projet pilote afin d'expérimenter la collaboration.

Quand le concept devient un vrai projet

Nous avons convenu que nous devrions fournir de l'espace et du matériel comme le fait le musée vivant. Dans le musée vivant, les gens peuvent venir quand ils veulent et y rester aussi longtemps qu'ils le souhaitent, tandis que de notre côté, nous sommes tenus de respecter les horaires d'ouverture du musée. L'avantage de notre musée, cependant, est que nous proposons des expositions à tout moment et que nous choisissons les œuvres d'art dont nous voulons parler. Cette situation était nouvelle pour les art-thérapeutes, mais pour nous, elle fait partie de notre travail quotidien. La collaboration s'est avérée très fructueuse et enrichissante pour nous tous. Les éducateurs artistiques ont pu voir comment les art-thérapeutes préparent les lieux et parlent aux gens. L'art-thérapeute a appris l'avantage d'intégrer des œuvres d'art dans les discussions, afin de transformer ces situations en moments inspirants.

Les participants sont toujours libres de choisir s'ils souhaitent travailler strictement sur leur idée personnelle ou s'ils ont envie d'interagir avec d'autres personnes, des œuvres d'art ou des expositions. Un après-midi par semaine est réservé à un groupe de participants inscrits et fixes, de dix personnes au maximum. Comme il est nécessaire de maintenir le cadre stable, de nouvelles inscriptions ont lieu une fois par semestre. Au début, nous n'avons pas du tout diffusé le projet, nous avons commencé par un groupe très intime en février 2020. Nous nous sommes connectés très doucement les uns aux autres. Mais comme vous le savez, en mars 2020, le premier confinement a tout interrompu. Nous avons surmonté la période difficile des fermetures et des restrictions liées au Covid-19

en restant en contact régulièrement et en envoyant de l'inspiration pour le travail sous la forme de ce que l'on appelle un « studio à emporter ». En conséquence, l'équipe d'éducation artistique a inventé une série de belles idées pour L'Atelier en période de distance sociale.

Comment imaginer L'Atelier ?

Dans le studio de l'Atelier, les personnes sont connectées à leur propre énergie. Elles apprécient l'espace sans éprouver des sentiments de jalousie ou d'envie. Comme l'ont confirmé certains commentaires, il est important de se concentrer sur la possibilité d'être, tout simplement. Le stress est réduit et l'environnement est calme. Nous mettons l'accent sur la convivialité, le respect et la liberté. Nous ne nous intéressons pas à la thérapie proprement dite, mais au travail indépendant utilisant les possibilités de l'art. Nous fournissons le matériel, apportons parfois un soutien technique, mais en général, nous nous contentons d'encadrer, d'assurer un environnement ouvert et attentif. De cette manière, certaines personnes souffrant de problèmes de santé mentale peuvent s'exprimer par des moyens visuels fantastiques. De merveilleuses œuvres d'art sont créées. Comme nous le montre l'histoire de l'art, la maladie mentale et l'art moderne peuvent vraiment se chevaucher.

L'objectif premier des personnes n'est pas uniquement de produire de l'art en tant que tel – même si cela aboutit parfois à des choses/œuvres très spéciales – mais bien de s'exprimer et de donner du sens au temps passé sur place. C'est également la raison pour laquelle nous avons donné à nos participants la possibilité de participer à une toute petite exposition. En 2022, la première exposition a eu lieu dans un petit espace public de la Nouvelle Galerie.

C'était un grand pas pour les participants que de quitter l'espace sécurisé et de rendre leurs mois de travail visibles pour le public. Ensemble, nous avons présenté leurs travaux, produit un petit livret et invité un nombre limité de personnes, respectant ainsi les règles très strictes en vigueur pour cause de pandémie de Covid-19. Ce fut une expérience très positive pour nous tous. Bien que nous n'ayons pas fait de publicité au début de notre projet afin de garantir la protection de l'espace, cette exposition a ouvert une nouvelle voie pour l'avenir. Nous prévoyons une prochaine exposition en 2023.

Pourquoi faisons-nous cela ?

En tant qu'équipe d'éducation artistique, nous voulons toujours rapprocher les gens et l'art. Nous voulons leur faire comprendre que le contact avec l'art peut toujours avoir un effet bénéfique personnel. L'étude de cas *Creative Health. The Arts for Health and Wellbeing* a été publiée en 2017. Elle contient trois messages clés qui méritent d'être gardés à l'esprit dans le contexte de notre projet :

- Les arts peuvent contribuer à notre bien-être, à notre rétablissement et à une vie plus longue et mieux vécue.
- Les arts peuvent contribuer à relever les défis majeurs auxquels sont confrontés les soins de santé et les services sociaux : le vieillissement, les affections de longue durée, la solitude et la santé mentale.

- Les arts peuvent aider à économiser de l'argent dans les services de santé et les services sociaux.

Bien qu'aucun « musée vivant » au sens propre n'ait encore été mis en place à Graz, notre projet L'Atelier est toujours en cours. L'art sur ordonnance médicale – comme mentionné dans l'étude citée plus haut – semble encore utopique, bien que l'étude ait confirmé les avantages de la visite d'un musée d'art. Je pense qu'il faut être très prudent dans le choix de l'art pour obtenir des effets positifs. Comme la mauvaise pilule ou le mauvais médicament, l'art peut aussi déclencher la peur, la panique ou d'autres émotions. Ainsi, lorsque nous parlons de l'effet curatif de l'art, nous devons être très prudents lorsque nous le prescrivons comme un remède/médicament.

Néanmoins, le fait d'être totalement dans l'instant, de travailler sur un projet personnel pendant une période plus longue et de pouvoir partager cette expérience au sein d'un groupe procure un plaisir particulier à nos participants. Un plaisir qui apporte du bien-être, de la joie et peut-être même un peu plus de santé.

L'objectif de notre projet spécial dans le cadre de cette collaboration est de soutenir la santé mentale, de faire face à la maladie mentale et, en fin de compte, d'éviter d'autres séjours en clinique. En travaillant ensemble sur des idées et des possibilités d'expression, en réfléchissant et en discutant de l'art, des œuvres sélectionnées et des expositions, quelque chose de nouveau pourrait être créé. Cela donne de l'espace à l'inattendu, tant en termes d'expression formelle que de développement mental.

Selon moi, notre projet est bien plus qu'une coopération entre deux institutions. Il suit une logique de la collaboration, ce qui implique une relation de confiance réciproque entre les parties en interaction. Alors que les partenaires qui coopèrent se répartissent généralement les tâches, dans le cadre d'une collaboration, l'accent n'est pas mis sur ces rôles fixes. Selon notre conception du travail libre, la collaboration débouche sur un espace sans hiérarchie qui profite avant tout aux participants.

Remerciements

Le projet a été développé en collaboration avec le département d'art-thérapie du LKH 2, bâtiment sud.

Ce texte est une traduction de l'original en anglais intitulé *A case study : The Atelier, New Gallery Graz*, publié dans *ICOM Education 31*, version anglaise. Traduction avec l'aide de DeepL, relecture Stéphanie Wintzerith.

Références

All-Party Parliamentary Group on Arts, Health and Wellbeing (APPGAHW) (2017) *Creative Health. The Arts for Health and Wellbeing*. Disponible en ligne <https://www.culturehealthandwellbeing.org.uk/appg-inquiry/>

L'Atelier :
<https://www.museum-joanneum.at/blog/das-atelier/>

When enjoyment is out of place

**Quand le plaisir de visite
n'est pas le propos**

**Cuando el placer de la visita es
inapropiado**

Il y a peut-être de la satisfaction à éclairer et démystifier l'histoire ? L'exposition commémorative de Wewelsburg *Idéologie et terreur des SS*

Markus Moors

Le Kreismuseum Wewelsburg est le musée historique du district de Paderborn, situé dans la partie sud-est du Land de Rhénanie-du-Nord-Westphalie, Allemagne. Il se compose de deux départements, dont l'un est le Musée historique de l'ancien prince-évêché de Paderborn. Il est consacré à l'histoire régionale depuis l'âge de pierre jusqu'au tout début du XIXe siècle, lorsque la principauté de Paderborn, jusqu'alors gouvernée par les clercs, a été sécularisée en 1802 au crépuscule du Saint Empire romain germanique. Ce département est la continuation d'un musée consacré au patrimoine local (histoire, art et traditions) ouvert en 1925 dans un imposant château triangulaire appelé Wewelsburg. Ce dernier a été construit entre 1603 et 1609 comme résidence secondaire du prince-évêque de Paderborn. Au cours du XIXe siècle et jusqu'en 1925, il a appartenu à l'État prussien, puis au district de Büren, qui a créé le musée.

Un lourd fardeau historique

L'autre département de ce musée a pour raison d'être les années de la dictature nationale-socialiste en Allemagne, entre 1933 et 1945. Au début de l'année 1933, Heinrich Himmler, le chef de l'escadron paramilitaire national-socialiste « *Schutzstaffel* » (les SS), a donné l'ordre à ses subordonnés de trouver un bâtiment ressemblant à un château pour son organisation autoproclamée « d'élite » SS. Ils devaient chercher en Westphalie, près du monument à « Herman l'Allemand » – c'est-à-dire Arminius, chef des troupes germaniques victorieuses lors de la bataille de la forêt de Teutoburg contre les légions romaines en l'an 9 de notre ère – et à proximité de la formation rocheuse appelée « Externsteine », que Himmler considérait comme un ancien sanctuaire germanique. Au départ, il cherchait un endroit pour créer une école idéologique pour les jeunes officiers SS afin de renforcer l'image d'un nouvel « ordre des chevaliers », raciste et militarisé.

Quand Himmler fut conduit pour la première fois à Wewelsburg en novembre 1933, ses projets personnels avaient déjà changé. Il souhaitait alors créer un lieu exclusif et caché pour les plus hauts gradés de la SS et leurs invités, triés sur le volet. Lorsque Himmler devint chef de la police allemande en 1936, cet objectif devint de loin le plus important. En septembre 1934, les SS s'emparèrent du château de Wewelsburg, situé à une cinquantaine de kilomètres au sud-ouest du monument et des rochers mentionnés ci-dessus.

Au cours des quatre années suivantes, les travaux de construction ont été principalement effectués par les forces du Service du travail allemand. Ces ouvriers ont été licenciés en

1938. Pour les remplacer, les SS transférèrent les premiers détenus du camp de concentration de Sachsenhausen, près de Berlin, à Wewelsburg en mai 1939, instaurant ainsi le travail forcé. Un an plus tard, un camp fortifié fut construit à la périphérie du village de Wewelsburg, dans le quartier de Niederhagen, à environ 400 mètres du château. 3 900 hommes ont été emprisonnés dans ce camp jusqu'en 1945. 1 229 détenus et au moins 71 autres personnes y ont trouvé la mort sous le joug des gardiens SS du camp de Niederhagen. Entre septembre 1941 et le printemps 1943, ce camp était classifié administrativement comme camp principal, à l'instar d'autres camps bien plus grands comme Dachau, Buchenwald, Neuengamme, entre autres.

Aucun des gigantesques projets architecturaux que Himmler avait envisagés pour Wewelsburg n'a été mis en œuvre avant qu'il ne donne l'ordre de faire exploser le château. Le 31 mars 1945, deux jours seulement avant que les troupes américaines n'atteignent le village et ne libèrent les 42 derniers prisonniers de Niederhagen, cet ordre n'a pu être que partiellement exécuté. Le secret absolu que Himmler entretenait autour de son projet personnel favori, Wewelsburg, a été un terreau propice à la naissance de nombreux mythes et légendes plus ou moins affirmatifs, mythes qui ont vu le jour après la mort de ce meurtrier de masse et la fin du régime le plus honteux qu'il représentait.

Pendant la période nazie, les collections du musée local ont été transférées dans la capitale du district, Büren. Elles sont revenues dans le château reconstruit lorsque celui-ci a rouvert ses portes en tant que musée (et auberge de jeunesse) en 1950. Depuis, il a été modernisé et agrandi à plusieurs reprises. En mars 1982, après des années de discussions controversées, le district de Paderborn a ouvert la première exposition documentaire permanente sur l'histoire du projet SS à Wewelsburg et plus particulièrement sur la commémoration de ses victimes. L'exposition était présentée dans l'ancien poste de garde des SS sur le parvis du château. Elle s'intitulait *Wewelsburg 1933-1945. Lieu de culte et de terreur des SS*. On y montrait essentiellement des copies de photos et de documents historiques contemporains afin de démontrer indéniablement ce qui s'était passé dans ce petit village de Westphalie situé en plein cœur de l'Allemagne. Elle ne contenait que très peu d'objets historiques en trois dimensions.

Après le tournant du siècle, le personnel du musée a commencé à travailler sur un concept d'exposition entièrement nouveau. Il est évident que Himmler avait pour objectif de faire du château et du village de Wewelsburg dans son ensemble, un lieu d'où émanerait la force auto-proclamée idéologique et mentale destinée aux leaders suprêmes SS. Les concepteurs de la nouvelle exposition en étaient pleinement conscients. Ils ont choisi

L'accent est mis sur les traces et objets originaux des victimes et de leurs bourreaux. Un choix courageux.

une approche descriptive et analytique de ce qui s'est passé localement à Wewelsburg d'une part, intégrée d'autre part dans le cadre plus large d'une histoire de plus en plus violente des SS en général. S'éloignant des copies de documents et de photos, l'accent est mis cette fois sur des originaux – objets, témoignages, traces et documents –,

sur ce qui reste des victimes qui ont subi ou des bourreaux qui ont perpétré ces crimes, ainsi que des auteurs au sens large et de leurs organisations pendant et après le soi-disant Troisième Reich. L'exposition actuelle intitulée *Wewelsburg 1933-1945. Idéologie et terreur des SS* a été inaugurée en avril 2010. Le Kreismuseum Wewelsburg a été l'un des tout premiers musées ou mémoriaux en Allemagne et au-delà, à oser mettre au centre d'une présentation muséale des objets chargés idéologiquement, fabriqués ou

collectés à l'origine pour soutenir et apprécier les commandants de l'organisation terroriste la plus meurtrière du régime nazi.



Illustration 1 – Le château de Wewelsburg (à gauche)
et l'ancien poste de garde des SS (en haut à droite)
Photographie : Kreismuseum Wewelsburg, Archives photographiques.

Le musée d'histoire régionale, la partie plaisante du Kreismuseum Wewelsburg

Il est évident que les deux départements du Kreismuseum Wewelsburg impliquent des approches différentes de ce que l'on peut entendre par « plaisir ». Le musée d'histoire régionale propose de nombreux programmes, y compris pour les (très) jeunes enfants dès la maternelle. Ils peuvent fêter leur anniversaire dans le château, se lancer dans une chasse au trésor, se déguiser en chevaliers et damoiselles médiévaux, en « sorcières » ou en alchimistes – bien entendu, l'objectif principal est de rire et de s'amuser. Si les enfants deviennent curieux, prennent goût à l'histoire et incitent leurs parents à revenir, c'est encore mieux. Les enfants plus âgés (ou plus précisément leurs enseignants) et les adultes peuvent réserver des visites guidées participatives spéciales qui leur permettront d'en apprendre davantage sur la vie dans l'Antiquité, à certains niveaux sociaux, sans électricité, etc. Ils peuvent aussi manipuler eux-mêmes les reproductions de certains objets de la collection. Parfois, les guides se glissent dans les costumes de personnages historiques (femme ou homme noble, servante, forgeron, etc.). La dimension esthétique des objets exposés dans ce département est importante, elle est soulignée par scénographie, l'agencement ou l'éclairage. Les visiteurs auront l'occasion d'apprendre quelque chose sur les cohérences historiques, ce qui peut bien sûr être une sorte d'expérience intellectuellement bienfaisante voire plaisante ou joyeuse. Ils peuvent également parcourir ce département du musée en ressentant un plaisir sensoriel ou la joie de découvrir l'un ou l'autre objet.

Un patrimoine qui ne se prête pas à la jouissance

Le public cible de l'exposition *Idéologie et terreur des SS* commence à l'âge de quatorze ans. Nous demandons aux parents de bien réfléchir s'ils souhaitent se rendre dans ce département avec des enfants plus jeunes. Nous ne voulons pas exposer nos visiteurs, à des images (éventuellement agrandies) d'atrocités commises par les SS, images qui pourraient heurter l'esprit des plus jeunes. A nos yeux, il est important que les visiteurs aient au moins quelques notions et connaissances historiques sur le national-socialisme avant de pénétrer dans l'exposition. En Allemagne, c'est généralement à l'âge de 14 ans que le sujet est abordé dans les programmes scolaires et que les élèves commencent à en apprendre au moins un peu sur le sujet. Néanmoins, nous proposons également un programme éducatif très populaire intitulé *Die Hingucker* (Les Attentifs) destiné aux enfants des écoles primaires, qui leur permet d'apprendre de manière ludique à prendre conscience des dangers du racisme et de la discrimination.

Selon l'idée générale de Himmler, les SS et leurs familles devaient évoluer dans un environnement spécifique et couvrant tous les domaines de leur vie, environnement qui devait exprimer les principes racistes et violents du national-socialisme d'une manière encore plus extrême que le reste de la « *Volksgemeinschaft* » (communauté nationale). Wewelsburg devait devenir un lieu exclusif pour les plus hauts gradés de la SS. Le château devenait mess des officiers, milieu dans lequel ils devaient être confortés dans leur conviction d'être « l'élite » de la SS. Quant au reste de la SS, elle devait elle-même être considérée comme « l'élite » du peuple allemand, qu'il fallait à son tour pousser à être des militants aussi agressifs que racistes. Wewelsburg est un lieu historique unique où les deux aspects se rencontrent en un seul endroit : la vision d'un « meilleur des mondes » national-socialiste dans lequel les SS régneraient sur tout le monde dans un empire soi-disant « germanique » illimité d'une part, d'autre part la réalité indissociable de la manière dont les SS nationaux-socialistes gouvernaient en aliénant et en déshumanisant les gens, en les réprimant, en les incarcérant, en les torturant et en fin de compte en les tuant.

L'histoire du château pendant la dictature nazie a rendu Wewelsburg célèbre dans le monde entier. Depuis 2010, il ne se passe pas une année sans que des cinéastes, souvent originaires de pays anglophones, ne nous sollicitent. Tous souhaitent faire des enregistrements pour des documentaires sur Heinrich Himmler et les SS. Leur intérêt porte presque toujours sur la vue extérieure du bâtiment et sur deux pièces situées dans la tour circulaire nord à l'un des angles du château triangulaire. Ce sont les deux seules pièces construites par les SS entre 1939 et 1943 qui ont survécu à la tentative d'explosion du château à la fin de la Seconde Guerre mondiale.

Ne jamais laisser le mythe prendre le dessus, toujours contrecarrer toute forme de légende fantaisiste.

L'une de ces pièces est ce que l'on appelle la crypte (*Gruft*), situé au sous-sol de la tour, qui a probablement été conçue pour des funérailles de SS. Il s'agit d'une salle en forme de dôme faite de béton avec un revêtement en pierres naturelles et une sorte de croix gammée en guise d'ornementation de la pierre de faïte. Il s'agit d'une imitation

des sites funéraires de la Grèce antique (Mycènes). À l'étage supérieur se trouve l'autre salle, dite « salle des chefs suprêmes » (*Obergruppenführersaal*), dont la destination est absolument inconnue. Son architecture rappelle un peu le roman médiéval.

En préparation des tournages, le personnel du musée passe souvent des heures et des heures à expliquer aux cinéastes que nous ne savons que très peu de choses sur les intentions réelles de Himmler pour le château – probablement parce qu’il n’en avait lui-même qu’une idée assez vague ou seulement quelques détails mais pas de vue d’ensemble. Il est cependant très probable que le château ne devait pas devenir un lieu de culte occulte et pseudo-religieux. Néanmoins, dans la plupart des cas, cette vieille interprétation mythique reste pourtant la tendance dominante des documentaires diffusés. Les légendes fantaisistes de Wewelsburg qualifié de « château du Graal » des SS émises après la guerre par d’anciens membres des SS, des romanciers, des journalistes, mais aussi par les premières approches historiques scientifiques (voir le titre de l’exposition de 1982) semblent rester encore aujourd’hui plus attrayantes ou satisfaisantes (ou jouissives ?), y compris pour de nombreux esprits sérieux, qu’une contextualisation sobre ou l’aveu d’une ignorance historique pure et simple. Pour ne citer qu’un exemple, toute forme de reconstitution historique à Wewelsburg concernant la période nazie est une interdiction absolue à nos yeux.



Illustration 2 – La crypte (*Gruft*)
Photographie : Matthias Groppe, 2010
Kreismuseum Wewelsburg, Archives photographiques

Au milieu du sol de l’*Obergruppenführersaal* se trouve un ornement composé de douze rayons entrecroisés en forme de runes « Sig » inversées et entourées de trois anneaux. Depuis le début des années 1990, cet ornement a acquis une popularité particulière en tant que marque distinctive au sein de la scène néo-nazie dans le monde entier. À cette époque, l’ornement, qui n’avait pas encore été nommé, a été désigné par un romancier d’extrême droite comme le « Soleil noir ». En tant que tel, il est utilisé depuis lors, par exemple pour les T-shirts et les tatouages, les pochettes de CD, comme incrustation

dans les montres-bracelets, etc. On a pu voir le « Soleil noir » de Wewelsburg sur des boucliers lors de la marche de la « droite alternative » à Charlottesville (Virginie, États-Unis) en 2017, sur les vêtements et la brochure du meurtrier de masse qui a tué 51 musulmans à Christchurch (Nouvelle-Zélande) en 2019, sur un des premiers insignes de la milice nationaliste ukrainienne Asow (2014) ; les partisans du parti néo-nazi grec « Aube dorée » portaient des drapeaux « Soleil noir » lorsqu'ils assistaient à des matchs de football, et ainsi de suite.

Eviter toute notion de plaisir

D'un point de vue empirique, les salles de la tour nord exercent une attraction certaine sur les néo-nazis, les satanistes et les différents types d'ésotéristes. Alors que les deux derniers croient pouvoir y percevoir des pouvoirs naturels puissants, les premiers espèrent y trouver une sorte « d'esprit » pur du national-socialisme. Afin de préserver la dignité de ceux qui ont souffert et perdu la vie lors de la construction de ces salles et d'accorder le moins d'espace possible à toute idéologie inhumaine ou antidémocratique, le personnel du musée a pris un certain nombre de mesures de conception pour réduire autant que possible l'étendue de ce que l'on pourrait qualifier de « joie » ou de « plaisir » pour ces types de visiteurs.



Illustration 3 – La salle des chefs suprêmes (*Obergruppenführersaal*)

Photographie : Matthias Groppe, 2010

Kreismuseum Wewelsburg, Archives photographiques

C'est la raison pour laquelle nous avons placé de nombreux poufs orange et gris dans la salle des chefs suprêmes (*Obergruppenführersaal*) à l'étage, ce qui anéantit toute velléité de se mettre au garde-à-vous. Vous pouvez vous y reposer à mi-parcours de l'exposition, vous pouvez aussi y trouver de plus amples informations sur le contexte historique de cette salle, aussi bien dans les publications du musée accessibles à la consultation qu'auprès de nos guides et médiateurs. Dans la crypte (*Gruft*) du sous-sol juste en dessous, nous avons installé les reproductions de dix peintures sur le mur. Les originaux ont été réalisés à la fin des années 1940 dans le cadre d'une première tentative, malheureusement infructueuse, d'ériger à cet endroit un mémorial pour les victimes de la guerre et de la violence nazies. Ainsi, l'atmosphère particulière de cette salle, créée

par l'architecture, les conditions d'éclairage et l'acoustique, que d'aucuns pourraient percevoir comme une sorte d'aura, est inévitablement contrecarrée par l'expression artistique de la souffrance humaine causée par les nazis. Les salles de la tour nord sont les seules parties de l'ensemble du musée où les visiteurs ne sont pas autorisés à prendre des photos.



Illustration 4 – Vitrines montrant les biographies des membres de l'administration SS du château SS de Wewelsburg dans la première salle d'exposition
Photographie : Matthias Groppe, 2010
Kreismuseum Wewelsburg, Archives photographiques

D'après ce que nous observons, nos mesures semblent fonctionner. Des rapports font état de visites clandestines de fraternités d'extrême droite qui étaient tout sauf ravies de la « destruction » des impressions nationales-socialistes pures qu'elles espéraient trouver dans la tour nord. D'un autre côté, de nombreux autres visiteurs étaient satisfaits précisément pour cette raison.

Les lignes directrices que nous avons établies pour les deux salles de la tour nord – qui sont, de fait, nos deux plus volumineux « objets d'exposition » – sont également efficaces pour la présentation de tous les objets et documents originaux résultants de l'expérience SS. Voici un extrait de notre catalogue d'exposition : nous avons

convenu que les objets devaient être exposés dans le but d'informer le public sur l'idéologie des SS et de démystifier les objets. En même temps, il a été jugé nécessaire que les objets porteurs de sens soient toujours exposés accompagnés de commentaires, et que l'intention éducative des organisateurs de l'exposition soit clairement exprimée. Une mise en contexte responsable est nécessaire pour éviter non seulement la fétichisation, mais aussi une dé-historicisation naïve des objets. Il était donc essentiel de développer des stratégies de présentation responsables qui tiennent compte des objets originaux ainsi que de leur interaction avec les objets voisins et de leur position dans la pièce. (Kirsten John-Stucke, in Brebeck et al., 2015, p. 23-24)

Les principes appliqués sont les suivants :

Agencement des vitrines et stations d'exposition

Les vitrines ont l'aspect de placards ou armoires de rangement, recouvertes de panneaux de différentes nuances de blanc. Ce type de stockage prive les objets de toute trace

d'une supposée « magie du mystérieux ». Les bijoux en argent ainsi que les documents originaux ou les photographies sont placés sur des cartons gris clair sans acide, sans qu'aucune lumière d'appoint ne les mette en valeur. La « mère de toutes les discussions » sur les méthodes de présentation appropriées concernait la présentation de la chevalière à tête de mort des SS. En 1938, Himmler avait déclaré qu'il souhaitait aménager un sanctuaire au château de Wewelsburg où seraient déposés les chevalières que portaient les SS décédés ou morts au combat. Dans l'exposition, un spécimen authentique est associé à un faux d'après-guerre, sans aucun accessoire qui les mettraient en valeur. La collection de figurines de la manufacture de porcelaine SS d'Allach, représentant des modèles à forte charge idéologique, est présentée dans le désordre ou comme dans un dépôt des réserves.



Illustration 5 – Les unités de l'exposition montrant les objets SS ressemblent à des armoires de rangement
Photographie : Matthias Groppe, 2010
Kreismuseum Wewelsburg, Archives photographiques

Obscurcir, et non dissimuler

Certains objets, comme des pièces d'uniformes SS, des poignards SS ou des meubles de Wewelsburg portant des emblèmes de croix gammées, sont partiellement recouverts dans leurs vitrines par des écrans dépolis afin d'empêcher une vue dégagée des artefacts. L'emblématique uniforme noir des SS n'est pas placé en entier sur un mannequin d'exposition, mais toutes ses pièces (pantalon, manteau, casquette) sont présentées séparément. Le portrait d'Oswald Pohl, chef du Bureau principal économique et administratif de la SS, représenté comme un chevalier médiéval magnifiquement armé, est accroché dans sa vitrine de telle sorte que l'on ne peut le regarder que de droite ou de gauche, mais pas de face. Comme ceci, le tableau ne peut donc ni fasciner ni impressionner.

Massification

Dans la mesure du possible, les objets quotidiens du national-socialisme fabriqués en série, tels que les badges de l'Agence du secours d'hiver, sont présentés en grandes quantités dans des boîtes en carton d'archives, et ce afin de conférer à chaque objet individuel le moins de valeur possible.

Contraste

Les objets qui illustrent les prétentions de la SS sont mis en contraste avec la réalité quotidienne du soi-disant Troisième Reich. La figurine en porcelaine d'Allach représentant une mère avec deux petits garçons représente le rôle que les femmes étaient censées jouer au sein de la communauté SS : avoir de nombreux enfants. Les statistiques contemporaines inscrites sur la vitre de la vitrine montrent que, malgré toutes les déclarations, le taux de natalité dans les familles SS était inférieur à la moyenne.

Contextualisation responsable

Les objets à forte charge idéologique sont exposés avec des documents et des photos afin d'éviter leur glorification. Par exemple, le chandelier de Yule (un bougeoir en céramique avec des runes) était un cadeau de Himmler aux SS mariés. Il s'inscrivait dans une stratégie visant à remplacer l'empreinte chrétienne des membres de la SS et de leurs familles par une empreinte païenne plus en phase avec les valeurs de la SS. Aujourd'hui encore, des boutiques en ligne néo-nazies en vendent des reproductions. Mais la plupart des originaux ont été fabriqués par des prisonniers dans la briqueterie du camp de concentration de Neuengamme, comme l'atteste l'information inscrite sur la paroi de verre de la vitrine. Ainsi, même ce chandelier est mêlé au caractère criminel des SS.

Au contraire, la présentation des rares objets et documents provenant des victimes des SS est faite pour souligner leur valeur. L'agencement de type entrepôt est abandonné. Une lumière d'accentuation chaude met en valeur les objets particuliers. Les bornes acoustiques et les vidéos diffusent les déclarations de témoins contemporains, tous sans exception des conversations avec d'anciens prisonniers du camp de concentration de Niederhagen. Aucun témoignage oral d'ancien SS n'est diffusé.



Illustration 6 – Tiroirs à documents éclairés montrant des lettres d'époque de prisonniers du camp de concentration de Niederhagen
Photographie : Matthias Groppe, 2010
Kreismuseum Wewelsburg, Archives photographiques

Le plaisir de connaître des faits historiques

Toutes ces mesures visent à empêcher les adeptes actuels d'idéologies proches du nazisme d'être satisfaits, de s'amuser ou de s'affirmer à Wewelsburg. La grande majorité des visiteurs souhaite se familiariser avec les faits historiques et ce qui s'est passé à

Wewelsburg entre 1933 et 1945. Ils doivent pouvoir prendre conscience du point de vue pédagogique adopté par les organisateurs de l'exposition, mais aussi se forger leur propre opinion. L'architecture et la conception de notre exposition ne doivent ni être écrasantes pour eux, ni donner l'impression que l'apparence des stations de l'exposition ou les dispositifs médiatiques seraient plus importante que l'histoire décrite. Nous ne pensons pas qu'une exposition sur les jours sombres et dénués de joie de la période nazie doive se dérouler dans des salles littéralement sombres. Nous ne voulions pas non plus saturer de couleurs ce département du musée. Il y a autant de lumière du jour que possible. Alors que les vitrines et les panneaux sont tous blancs, les trois grandes parties thématiques de l'exposition se distinguent par une couleur de mur : la représentation de l'idéologie des SS est associée au bleu, l'histoire des camps de concentration est entourée de murs mauves, tandis que les salles consacrées à la période d'après-guerre installées sur fond orange.

Wewelsburg est un petit village situé dans une région plutôt rurale de la Westphalie, sans grandes possibilités de transport et assez éloigné des zones métropolitaines. En principe, on n'y vient pas par hasard. A l'exception des années de pandémie de Covid-19, plus de 100 000 personnes visitent régulièrement le Kreismuseum Wewelsburg chaque année. Plus de la moitié d'entre elles découvre l'exposition *Wewelsburg 1933-1945. Idéologie et terreur des SS*. Pour de nombreuses écoles secondaires de Rhénanie-du-Nord-Westphalie et d'ailleurs, la visite de Wewelsburg est partie intégrante de leur programme d'enseignement de l'histoire contemporaine. Pour leurs élèves et pour d'autres groupes, nous proposons diverses visites guidées et programmes éducatifs. Mais la plus grande partie de nos publics sont des visiteurs individuels qui découvrent l'histoire des SS et de leurs victimes à Wewelsburg. Nous espérons que tous nos visiteurs sont heureux, ou plutôt reconnaissants, des opportunités locales d'en apprendre davantage sur les mécanismes et les dangers mortels d'une idéologie de suprématie auto-proclamée. Quitte à devoir décevoir certaines attentes nourries des récits mythologiques sur Wewelsburg dans la littérature et les médias.

Ce texte est une traduction de l'original en anglais intitulé *Maybe there is joy in historical enlightenment and demystification ? The Wewelsburg memorial exhibition "Ideology and terror of the SS"*, publié dans *ICOM Education 31*, version anglaise. Traduction avec l'aide de DeepL, relecture Stéphanie Wintzerith.

Références

Brebeck, W. E. (2018). *Wewelsburg Castle. A Historical and Architectural Overview*, 2nd, revised edition. München: Deutscher Kunstverlag.

Brebeck, W. E., Huismann, Fr., John-Stucke, K. & Piron, J. (eds.). (2015). *Endtime Warriors – Ideology and Terror of the SS*. Publication series of the Kreismuseum Wewelsburg, vol. 8. München: Deutscher Kunstverlag.

John-Stucke, K. & Siepe, D. (eds.) (2022). *Myths of Wewelsburg Castle – Facts and Fiction*. Publication series of the Kreismuseum Wewelsburg, vol. 10. Paderborn: Brill Schöningh.

Kreismuseum Wewelsburg : www.wewelsburg.de

Professionals in museums

Acteurs professionnels au musée

Profesionales en el museo

Variables influençant le plaisir d'une visite dans un musée

Graciela Beauregard Solís

Introduction

Dans cet article, je présenterai différents points de vue qui, dans mon expérience de touriste, de mère de famille et de professeure d'université, sont liés à l'appréciation de la visite d'un musée. Le dictionnaire de l'Académie royale espagnole définit le verbe *disfrutar* – qui correspond, entre autres possibilités, au verbe anglais *to enjoy* – comme « *percevoir ou apprécier les produits ou l'utilité de quelque chose ; jouir, éprouver du plaisir* ». Dans le cas d'un musée, les produits ou utilités sont ceux que l'institution offre à la société, pour son bien-être, à travers le développement de ses capacités intellectuelles. Comme cette offre est liée à plusieurs variables, on imagine à quel point cela peut être ambigu. En généralisant, on pourrait considérer que l'offre des musées est liée :

1. aux ressources matérielles, humaines et financières que le musée alloue pour être considéré comme « un musée pour tous » (voir le poster CECA *Un musée pour tous !*, ICOM-CECA 2021) et tout ce que cela implique, ce qui, à son tour, est à mettre en relation avec les différentes fonctions des personnes travaillant pour/avec le musée, du personnel de nettoyage jusqu'à la direction générale ;
2. à l'expertise du personnel qui rend l'expérience gratifiante ou agréable ;
3. à l'infrastructure intérieure, extérieure, voire virtuelle, infrastructure qui, consciemment ou non, peut être déterminante pour que le visiteur se sente à l'aise ; et
4. au contenu du musée, c'est-à-dire à ses collections, ainsi qu'aux ressources matérielles et virtuelles et aux discours qui le présentent et dont l'existence ne dépend pas d'eux.

Dans le même temps, l'appréciation et le plaisir peuvent aussi être liés à l'âge, à la santé, au genre, à la scolarité, à l'influence de la famille, à la culture, au temps disponible, ainsi qu'à la personnalité et aux intérêts du visiteur du musée – entre autres. On ne peut pas non plus passer sous silence la terrible frustration ressentie lorsqu'après avoir visité une ville, ou même le musée lui-même, les gens découvrent qu'ils auraient pu voir tel ou tel œuvre/objet, mais que par manque d'information avant la visite, ils l'ont laissé de côté.

D'autre part, il existe des circonstances apparemment étrangères aux musées qui peuvent susciter le désir ou le rejet de les visiter. Par exemple, le coût, l'emplacement, le temps et les moyens de transport et, dans mon pays, le sentiment de sécurité ou d'insécurité dans la zone où se trouve le musée. La somme de tous ces éléments réunis peut avoir pour effet que le musée restera ou non gravé à jamais dans les bons souvenirs de ses visiteurs. Voici les caractéristiques les plus marquantes de quelques-unes des expériences plaisantes que j'ai vécues tout au long de ma vie dans ces institutions, dans des circonstances différentes.

Le plaisir d'une touriste

En 1994, j'ai visité pour la première fois le Musée d'histoire naturelle de Londres. Cette visite a été inoubliable pour deux raisons : ce que j'ai appris sur le monde de la nature et ce que j'ai vécu en tant que visiteuse. Je me souviens très bien que j'avais très envie de revenir. Ce désir de revenir n'était pas seulement dû à la beauté du bâtiment, au fait que toute sa muséographie attrayante était parfaite, ni à l'amabilité du personnel à mon égard. Après tout, une touriste comme moi pourrait trouver tout cela dans n'importe quelle autre attraction ou galerie.

Ce qui a attiré mon attention, c'est le fait que je me suis sentie chez moi, libre de d'aller partout, ainsi que les facilités offertes par le lieu, par exemple : la possibilité de m'asseoir quand je me sentais fatiguée, un endroit pour manger si j'avais faim, et aussi un endroit pour déposer mon épais manteau – manteau dont je n'avais d'ailleurs pas besoin, car la température était très agréable. J'appréciais cette température car j'ai vécu sous les tropiques pendant la plus grande partie de mon existence. Je pouvais même m'allonger sur le sol d'une aire de repos sans craindre d'être écrasée ou d'être réprimandée par un gardien du musée.

Aujourd'hui, je me souviens de l'endroit où cela s'est passé. En m'allongeant, j'ai senti qu'il n'était pas nécessaire de se précipiter pour voir tout ce que je manquais. J'ai réalisé que je pourrais y revenir souvent. Et ce, même si le coût était élevé pour quelqu'un comme moi. De plus, il y avait une station de métro tout près. Ensuite, je suis devenue membre du musée parce que je trouvais qu'il offrait de nombreux services et plus de choses à voir, à apprendre et à acheter – sa boutique et sa librairie étaient fantastiques à mes yeux. Comme les autres membres, je me suis sentie fière de faire partie, en quelque sorte, de ce musée.

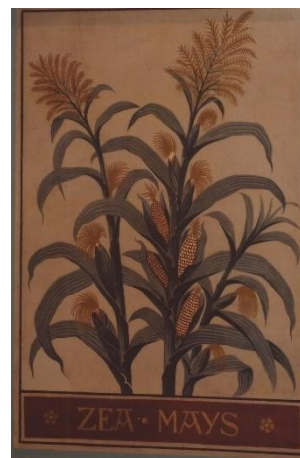
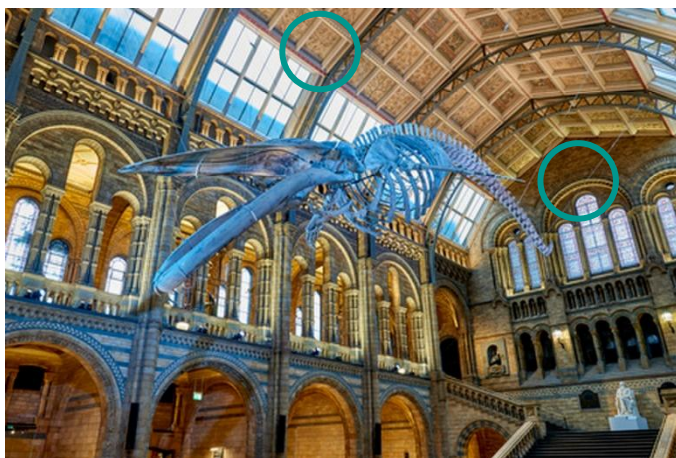
Le plaisir en tant que mère de famille

Le temps a passé. En 2009, 25 ans plus tard, je suis retournée avec mon fils aîné au Musée d'histoire naturelle de Londres. Je voulais lui montrer les restes de dinosaures qui y sont exposés en quantité impressionnantes, car il avait l'âge où ces témoins du passé de notre planète attirent l'attention. Ma perception de l'endroit a changé. Ce n'était plus la même chose. Au contraire, c'était bondé. On ne pouvait pas marcher. Il y avait beaucoup de bruit. Pour ne rien arranger, c'était l'année de la pandémie de H1N1 (grippe

Même dans un musée que vous aimez beaucoup, le plaisir n'est pas garanti.

porcine). Je n'avais donc pas beaucoup de temps pour m'amuser. L'idée que je me faisais d'un endroit agréable s'est complètement transformée. Malgré cela, il me semble que j'ai pu montrer à mon fils trois choses qui me tenaient à cœur et que j'avais découvertes lors de ma

visite en solitaire des années auparavant, le premier jour où j'y étais : le tronc d'un séquoia géant, une baleine bleue qui montre bien la différence entre la taille d'une baleine bleue et celle d'un être humain, et un dessin d'un plant de maïs au plafond. J'ai été très flattée que le musée accorde au Mexique, mon pays, une place dans sa muséographie. Là, parmi les plantes utiles les plus célèbres et les plus importantes du monde, mon identité culturelle est magnifiquement représentée (ill. 1 et 2). Je garde toujours ce souvenir avec gratitude.



Certains éléments provoquent la joie lorsque le visiteur se sent représenté.
Image du maïs *Zea mays* L., une plante mexicaine, sur le plafond du Musée de l'agriculture et de la pêche de l'Union européenne.
Natural History of London, UK.

Illustration 1 – Plafond du Muséum d'histoire naturelle de Londres, montrant une partie de la flore du monde. Les cercles indiquent les lieux où les plantes mexicaines sont représentées.
Copyright : avec l'aimable autorisation du NMNH de Londres¹.

Illustration 2 – Gros plan de l'œuvre de *Zea mays* L. sur le plafond de ce musée, 1995.
Photographie : Graciela Beauregard Solís.

D'autre part, en 2020, pendant les périodes de confinement dû à la pandémie de Covid-19 et à ses variantes, je visitais de nombreux musées par le biais de leurs sites web. Il y en avait un en particulier, le Museo Amparo², dans la ville de Puebla de los Angeles au Mexique, qui, quel que soit le profil du visiteur, proposait des ateliers à vivre en famille, à distance, de manière en direct ou en différé. D'après ce que j'ai découvert, les facteurs liés au plaisir de profiter de son offre éducative sont les suivants :

1. la diversité des activités proposées, par exemple : contes, discussions, conférences, ateliers, visites virtuelles, etc. J'ai même trouvé quelque chose à faire avec mon fils de 19 ans, en l'occurrence réaliser des autoportraits ;
2. l'expertise des instructeurs et le matériel qu'ils ont demandé, qu'il était très facile de rassembler compte tenu des conditions de l'époque ; et
3. la bonne technologie. La qualité de leur signal était parfaite. Je ne veux pas imaginer le personnel s'inquiétant d'un quelconque pépin dans le cadre de son travail. En fait, de nos jours, cette certitude-là peut devenir indispensable au plaisir.

Le plaisir que l'on n'attendait pas, celui de l'enseignante

Depuis 2006, je visite en permanence certains musées de Tabasco avec des étudiants de l'Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) dans des cursus de diplômes en biologie, en gestion de l'environnement et en ingénierie environnementale. Les matières enseignées, d'abord la culture environnementale (2006) et, des années plus tard, les droits

¹ Source : <https://nhmimages.com/search/?searchQuery=13842>.

² Voir <https://museoamparo.com/>

de l'homme, la société et l'environnement (2016), font partie du domaine de la formation générale de tous les programmes d'études de cette université. Ces programmes exigent des étudiants qu'ils se familiarisent avec le concept de développement durable afin d'appliquer les principes qui le définissent dans leur profession. Par conséquent, compte tenu de la nécessité de former des personnes qui, dans l'exercice de leurs fonctions, influencent la recherche, la protection, la conservation et la communication de la représentativité des éléments qui composent le patrimoine naturel et culturel du Mexique, les musées de l'État de Tabasco ont été un outil indispensable à cette fin.

Apprendre grâce au plaisir : une méthodologie qui n'était pas prévue dans le programme d'enseignement

Pour la conception des séquences didactiques des thèmes des programmes de cours, je me suis rendue à la bibliothèque du 4ème Comité régional de l'UNESCO. À l'époque, je n'ai pas tenu compte de la possibilité de susciter le plaisir des étudiants lors de la visite des musées sélectionnés. Mon intérêt se concentrait sur l'apprentissage de sens, la pensée critique et d'autres exigences de la méthodologie d'enseignement.

Lors de la réunion du Comité, j'ai reçu un exemplaire de *World Heritage in Young Hands. To know, cherish and act. Teacher's Resource Pack* (UNESCO, 1998 ; 2005). Je l'utilise depuis plus de 15 ans, c'est un outil efficace pour mettre en œuvre un apprentissage transformateur. Au fil du temps, j'ai compris qu'un tel apprentissage peut être généré d'une

Quand le plaisir dans les musées contribue aussi à l'enseignement...

manière amusante, agréable ou plaisante. Les résultats de l'application de l'une des stratégies proposées dans le kit de l'UNESCO le démontrent. De plus, il est non seulement utile dans les musées « classiques » et les musées de plein air, mais également dans les espaces naturels protégés

(Beauregard et Macías, 2012, p. 80-81 ; Beauregard et Cámara-Córdova, 2021, p. 17-22).

Le contenu du format utilisé suggère d'organiser la visite du musée en trois moments : avant, pendant et après (UNESCO, 1998, p. 46-47 ; UNESCO, 2005, p. 26-27). Le premier moment se déroule dans la salle de classe. Le suivant, pendant la visite du musée ou du site représentatif du patrimoine culturel ou naturel. La dernière partie consiste à partager l'information en groupe, lors d'une session après la sortie sur le terrain – c'est ainsi que nous désignons ce type d'activité extra-muros dans l'université d'accueil. Le contenu de ce matériel est reproduit ci-dessous, à compléter par chaque étudiant avant, pendant et après la visite :

Partie I : Avant la visite

Expliquez ce que vous attendiez de la visite (ce que vous espériez apprendre, découvrir, etc.).

Partie II : Pendant la visite

1. Dessinez ou décrivez un élément ou un secteur du site qui a particulièrement retenu votre attention (utilisez une feuille séparée).
2. Enregistrez les faits et les chiffres liés au site que vous avez appris : écrivez au verso.
3. Notez vos découvertes sensorielles : par exemple, décrivez ce que vous avez entendu, senti, vu, ressenti ou goûté. Décrivez également les caractéristiques de l'espace ou du lieu qui vous ont le plus marqué : vous pouvez le faire au verso de cette feuille.

Son : Odeur : Vue : Toucher : Goût :

Partie III : Après la visite

1. Votre visite a-t-elle répondu à vos attentes ? Expliquez pourquoi :
2. Pensez-vous que cette visite à cet endroit est importante ? Pensez-vous qu'elle a un lien avec votre vie professionnelle ? Pourquoi ?
3. Remarques finales, si vous le jugez nécessaire :
4. Signature :

Il convient de mentionner qu'avant de visiter les musées, une activité est menée en classe, avant de prendre connaissance des éléments du patrimoine sur place. L'objectif est de relier la sortie-terrain aux thèmes du programme. Ce travail éveille également l'intérêt et la curiosité d'appréhender ou de percevoir ce qui est déjà connu d'une manière différente, ce qui peut être lié à la présence ou à l'absence de plaisir dans un avenir proche.

Indépendamment des qualités du responsable de la visite ou du guide, il est conseillé de profiter des activités déjà programmées par les musées, par exemple les conférences, les projections vidéo, les films, etc. Ces activités peuvent contribuer à la réalisation des objectifs de la visite, mais leur appréciation dépendra du degré d'appréciation de la personne qui les réalise et de la volonté de la personne qui y participe. Parallèlement, il est recommandé de réaliser des activités ludiques telles que toucher des reproductions de pièces, les réaliser dans différents matériaux, par exemple la pâte à modeler, le plâtre, la terre glaise, etc. Cela surprend et donne de bons résultats (ill. 3, 4 et 5).



Illustration 3 – Broyage des fèves de cacao à l'aide d'un *metate* pour la fabrication du chocolat. Activité à la ferme de cacao Cholula, Comalcalco, Tabasco, Mexique. Le *metate* est un objet préhispanique, commun dans les zones rurales et dans les musées mexicains.

Illustration 4 – Jouer avec de la pâte à modeler n'est pas réservé aux enfants.

Musée régional d'anthropologie Carlos Pellicer Cámara .

Photographies 3 et 4 : Graciela Beauregard Solís.

Illustration 5 – Contact avec des reproductions de l'héritage millénaire des anciennes civilisations au Mexique. Musée régional d'anthropologie Carlos Pellicer Cámara.

Photographie : Odemarís Cobos Murcia, 2006.

En ce qui concerne la Partie III, les questions « Pensez-vous que cette visite a un rapport avec votre vie professionnelle ? et pourquoi ? » ont été ajoutées au questionnaire quand la visite se fait dans le cadre d'un marché public, afin que les participants développent un sentiment d'identité et de responsabilité académique et professionnelle, à la fois avec

le patrimoine représenté, ainsi qu'avec les sites où il se trouve (Beauregard, Cámara-Córdova, Macías, Cámara et Rivas, 2009, p. 238). Ces questions sont également utilisées pour les visites de musées.

Preuve de plaisir

Parfois, le plaisir des autres est perçu en observant leur attitude ou en analysant leurs souvenirs (ill. 6, 7 et 8) ; à d'autres moments, dans le cadre de l'enseignement, il peut être identifié en lisant les rapports de travail de ceux qui ont participé à l'activité. Certains témoignages résultant des interventions éducatives sont retranscrits ci-dessous.



Illustrations 6 et 7 – Étudiants dans la zone archéologique et le musée du site de Comalcalco, Tabasco, Mexique.

Photographies : Graciela Beauregard Solís, 2003 et 2006.

Partie II. Le format du *Le patrimoine mondial entre les mains des jeunes. Connaître, conserver et agir. Kit éducatif* (UNESCO, 1998, p. 46 ; 2005, p. 26). « Dessinez ou décrivez un élément ou une zone du site qui a particulièrement attiré votre attention » :

Visite du site archéologique et du musée de site de Comalcalco, Tabasco, Mexique : commentaires des étudiants

Une partie de la visite dans la zone archéologique nous a fait pénétrer dans une jungle. Ce site particulier a attiré mon attention car c'était comme si je me séparais complètement de la vie trépidante et insignifiante d'un citoyen, afin d'entrer en contact avec la nature. C'est là que j'ai pu apprécier une infinité d'espèces végétales. J'ai pu me rendre compte qu'il y a encore une bouffée d'oxygène sur notre planète au milieu de tant de pollution créée par nous-mêmes. Même l'atmosphère qui régnait dans ce lieu était une atmosphère de paix et de tranquillité, l'odeur de la terre mouillée et le beau son des oiseaux qui chantent, le curieux chant des grillons, le bruit des feuilles lorsque je marchais, et même le bruit du vent s'harmonisaient avec la nature pour créer une atmosphère parfaite dans laquelle j'étais immergée. Ce fut un moment de mélange de sentiments, de courage, de tristesse et de bonheur à la fois, car il est difficile de reconnaître que nous en finissons avec la plus belle chose que la vie nous

ait donnée : notre nature, et nous oublions que si nous sommes encore en vie, c'est grâce à elle. Avec elle, tout. Sans elle... rien.

L'étudiante Yasmín Patricia Baeza Lázaro (Beauregard et Macías, 2012, p. 109.).

Ce fut une expérience formidable qui m'a enrichie en tant que personne, car elle a élargi ma connaissance de ma culture et de mes origines. J'ai également vécu avec mon groupe dans un endroit merveilleux. Par ailleurs, c'est une chose de lire et de voir des images à travers un magazine, un livre ou un ordinateur, et c'en est une autre d'être sur place, de le voir soi-même, de le sentir, de pouvoir l'apprécier. Car pour moi, c'est la seule façon de se rendre compte de l'importance de la préservation, car le fait de la voir de manière si impressionnante éveille l'intérêt des gens. J'espère pouvoir renouveler cette expérience.

L'étudiante María Isabel Alarcón Cano Lázaro (Beauregard et Macías, 2012, p. 109).

J'ai appris à connaître l'une des municipalités de l'État ; ce stage est lié à ma vie professionnelle parce qu'il nous apprend à connaître le matériel de travail et les vêtements d'un ingénieur en environnement. Il nous montre également à quoi ressemblait la culture environnementale de nos ancêtres ; la culture du cacao et les monuments archéologiques construits avec des coquilles d'huîtres en sont un bon exemple. Pour avoir une idée des cultures qui existaient à l'époque préhispanique et des richesses naturelles qui les entouraient. J'ai beaucoup apprécié de vivre dans cet environnement en compagnie de tant de personnes qui ont le même objectif que moi.

Étudiante Fernanda Cecilia Ortiz Olán (témoignage non publié).



Illustration 8 – Souvenir d'une expérience agréable dans le site archéologique et musée de site de Comalcalco, Tabasco, Mexique. En rapport avec l'illustration 6.

Dessin de l'étudiante Fernanda Cecilia Ortiz Olán

Source : Beauregard et Macías, 2012, p. 109 ; Beauregard et Macías, 2012, p. 109.

Circuit dans une zone naturelle protégée exploitée pour le gravier et les visites touristiques ; visite du jardin botanique

Cette visite à Teapa est importante et a une incidence sur ma vie professionnelle car j'ai pu voir ce qui se passe sur la colline, comment elle est exploitée, ainsi que la vision des professionnels en charge de cette activité. Cela m'a permis de réfléchir à ce que je ferais si j'étais en charge d'une activité qui n'est pas du tout agréable, comme la leur, et quel rôle je jouerais dans cette réalité. D'autre part, la visite du jardin agricole a été très utile parce que j'ai appris des faits très intéressants, j'ai pu voir la vision que la communauté qui compose l'Université de Chapingo a de ses ressources et comment elle en tire le meilleur parti sans les endommager. Il était très agréable d'entendre des informations de la part d'un expert en la matière.

Témoignage anonyme (Beauregard et Cámara-Córdova, 2021, p. 17-22).

Vue : Nous avons observé des perruches, des vaches, des libellules, des papillons, du bétail, des mouettes, du cacao, du cèdre, des bananes, des clous de girofle, du caimito, des moustiques, des iguanes, des litchis, des ramboutans.

Odeur : odeur de punaises de lit, de déchets, d'excréments de bétail et de fleurs de cèdre. Il y avait une odeur de terre humide. L'air était très pur.

Ouïe : Les sons les plus clairs étaient ceux du souffle, des cigales, des perruches, des vaches, du courant de la rivière, des cris des chauves-souris et des véhicules. Il y a aussi la pluie qui tombe sur les feuilles des arbres et le chant des oiseaux.

Toucher : Nous avons touché le vanillier, le caimito, le ramboutan, le clou de girofle, la végétation de la jungle et les rochers qui forment la colline.

Goût : Je n'ai pu goûter que le caimito ; il a un goût sucré, mais en même temps, il est un peu aigre, c'est délicieux. Ramboutan et autres fruits.

Témoignage anonyme (Beauregard et Cámara-Córdova, 2021, p. 21).

Conclusions ou contributions visant à promouvoir le plaisir de visiter un musée

Indépendamment de la formation académique ou du fait que les gens soient ou non habitués à visiter des musées, il existe un facteur qui peut favoriser le plaisir, qui est lié aux informations dont disposent les gens pour savoir ce que le musée propose. Par exemple, une exposition ou un thème particulier. Le temps disponible et, de nos jours, la technologie offerte, jouent également un rôle important. D'autre part, si vous êtes enseignant et que vous souhaitez que vos élèves vivent une expérience agréable, il est recommandé de contacter le personnel des services éducatifs afin d'organiser une activité en complément de la visite. En même temps, l'effort de préparer les élèves à la rencontre avec le contenu du musée en vaut la peine. Cela éveille leur intérêt pour la connaissance du contenu, à la fois en personne et virtuellement. Par ailleurs, dans les pays où il existe des conflits liés à l'insécurité publique, il convient de se demander si le jeu en vaut la chandelle.

Remerciements

Mers remerciements à Stephen Atkinson, Image Sales, Natural History Museum, Londres, pour son aide dans l'obtention de l'illustration 2 de ce document.

Mes remerciements également à Ana Luisa Bustos Ramón, qui m'a offert un exemplaire du matériel didactique pour enseignants de l'UNESCO.

Ce texte est une traduction de l'original en espagnol intitulé *Variables que influyen para disfrutar de la visita a un museo*, publié dans *ICOM Education 31*, version espagnole. Traduction avec l'aide de DeepL, relecture Stéphanie Wintzerith et Nicole Gesché-Koning.

Références

- Beauregard, G., Cámara-Córdova, J., Cámara, L., Macías, M., Castillo, O., & Rivas, G. (2009). Una experiencia exitosa para conocer, proteger y conservar el patrimonio cultural inmaterial de Tabasco. En Universidad Juárez Autónoma de Tabasco-División Académica de Ciencias Biológicas (Ed.), *Memorias de la Semana de Divulgación y Video Científico 2009* (p. 234-239). Villahermosa, Tabasco: Colección Eduardo Caballero y Caballero. Memorias de Congresos y Simposios. Disponible en ligne <https://www.ujat.mx/ddcyt/18252>
- Beauregard, G., & Cámara-Córdova, J. (2021). El patrimonio natural desde la visión de jóvenes estudiantes. *Diálogos del Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco* (63), (p. 16-22). Disponible en ligne https://www.ccytet.gob.mx/Docs/ccytet03/Dialogos/D_63.pdf
- Beauregard, G., & Macías, M. (2012). Las hojas didácticas para cultura ambiental. In G. Beauregard (Ed.), *Tabasco. Cultura ambiental, patrimonio biocultural y vulnerabilidad ante el cambio climático* (p. 75-82). Villahermosa, Tabasco: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales-Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Disponible en ligne <https://biblioteca.semarnat.gob.mx/janium/Documentos/Ciga/Libros2011/CD001906.pdf>
- Beauregard, G. & Macías, M. (2012). Zona arqueológica de Comalcalco. In G. Beauregard (Ed.), *Tabasco. Cultura ambiental, patrimonio biocultural y vulnerabilidad ante el cambio climático* (p. 100-109). Villahermosa, Tabasco: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales-Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Disponible en ligne <https://biblioteca.semarnat.gob.mx/janium/Documentos/Ciga/Libros2011/CD001906.pdf>
- ICOM-CECA. (2021). Poster interactif *Un musée pour tous !* Disponible sur le site web du CECA.
En anglais : <https://ceca.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/5/2022/07/poster-interactif-Eng.pdf>
En français : <https://ceca.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/5/2021/10/SIG-Accessibilite-universelle-le-musee-inclusif-poster-interactif-Fr.pdf>
En espagnol : <https://ceca.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/5/2022/07/poster-interactif-Sp.pdf>
- United Nations Organisation for Education, Science and Culture. UNESCO. (1998). *El patrimonio mundial en manos jóvenes. Conocer, atesorar y actuar. Paquete de materiales didácticos para maestros*. Francia: ASPnet. Disponible en ligne <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000138911>
version française : <https://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-54-11.pdf>
- United Nations Organisation for Education, Science and Culture. UNESCO. (2005). *El patrimonio mundial en manos jóvenes. Conocer, atesorar y actuar. Paquete de materiales didácticos para maestros*. Chile: AMF Imprenta. Disponible en ligne <https://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-54-17.pdf>

Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la lengua española*. Edición del Tricentenario. Disponible en línea <https://dle.rae.es/disfrutar?m=form>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Biológicas. (2016). *Programa de estudios de la asignatura asignatura cultura ambiental*. Villahermosa, Tabasco, México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Disponible en línea https://archivos.ujat.mx/oferta_educativa/dacbiol/plan_estudio_lic_gestion_ambiental2010/AR_EA_GENERAL/F1004_CULTURA_AMBIENTAL.pdf

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Biológicas. (2016). *Programa de estudios de la asignatura Derechos humanos, sociedad y medio ambiente*. Villahermosa, Tabasco, México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Disponible en línea <https://archivos.ujat.mx/2018/DACBIOL/PROGRAMAS-LIC-BIOLOGIA-2016/1-Formacion-General/5-DERECHOS-HUMANOS-SOCIEDAD-Y-MEDIO-AMBIENTE.pdf>

Plaisir au Musée Royal des Beaux-Arts d'Anvers

Une joyeuse réunion d'ICOM CECA Belgique

(2 mars 2023)

Nicole Gesché-Koning

Une journée joyeuse¹, inspirante et enrichissante pour tous les participants à la réunion annuelle du CECA Belgique. Six mois après sa réouverture, le « musée gracieux » (« *schoonste gevoel* », littéralement « le plus beau sentiment »), comme il se nomme lui-même, est certainement une définition appropriée et précise pour le Musée Royal des Beaux-Arts d'Anvers (KMSKA) qui « *brille par sa beauté* » et « *rayonne dans tout ce qu'il organise, fait et représente* », peut-on lire sur son site Internet.

Quelle joie de voir le KMSKA profiter d'une rénovation si bien pensée où publics et œuvres d'art semblent battre à l'unisson !

Cette visite professionnelle était organisée dans le cadre d'une journée de rencontre du CECA Belgique, en collaboration avec le KMSKA, ICOM Belgique (ICOM Belgique/Flandre et ICOM Belgique/Wallonie-Bruxelles) et FARO, institution flamande du patrimoine culturel. Pour de nombreux participants, c'était l'occasion de découvrir ce musée ayant rouvert ses portes en septembre 2022 après plus de dix ans de fermeture. Le parcours était spécialement conçu pour explorer les nombreux dispositifs de médiation et d'interprétation du musée en les abordant selon les quatre thèmes suivants : la diversité, l'offre multimédia, les programmes pour les familles et l'accessibilité.

Ce qui frappe de prime abord lors de cette rencontre, c'est l'enthousiasme communicatif du personnel et la passion qu'il met non seulement à valoriser et préserver au mieux la fabuleuse collection du musée, mais aussi à partager son amour de l'art et des émotions qu'il peut susciter en chacun de nous. '*Het schoonste gevoel*' est précisément la devise du musée. Ce « sentiment gracieux » peut s'interpréter comme une sensation de bien-être profond englobant l'émotion, l'appréciation, le plaisir, la délectation, l'amusement – autant de notions qui émergent immédiatement lors de la visite.

Fort de cet ADN positif, le musée enregistre un taux de fréquentation élevé, comme lors de notre présence : le hall d'entrée était alors rempli de groupes scolaires, de groupes en visite guidée et d'autres visiteurs. Si vous doutiez du succès de cette réouverture, les chiffres achèveront de vous convaincre : environ 400 000 personnes sont venues au KMSKA entre septembre 2022 et février 2023.

¹ Cet article écrit pour *ICOM Education 31* a été publié une première fois sous le titre « Témoignage. Joyeuses retrouvailles au Musée royal des Beaux-Arts d'Anvers », dans S. Masuy & S. Vermeiren (2023).

Des choix audacieux

Un certain goût du risque s'est révélé fructueux à tous niveaux. À commencer par le bâtiment lui-même, dont la restauration a su intégrer passé, présent et avenir en conservant l'enveloppe du bâtiment, respectant ainsi l'architecture d'origine, tout en insérant dans les anciennes cours un nouveau volume – une solution déjà utilisée au Louvre (Paris) ou aux Musées Royaux d'Art et d'Histoire (Bruxelles), par exemple. Les collections anciennes et modernes sont exposées dans un nouvel espace parfaitement adapté. Les photographies de Karin Borghouts permettent de suivre pas à pas la transformation du musée dans le cadre de l'exposition temporaire *The Making Of*.

Un musée centré sur la médiation

Le fondateur du Musée de Louvain-la-Neuve n'avait-il déjà affirmé qu'un musée devait être entièrement éducationnel, ne reléguant pas les activités éducatives dans un seul coin reculé du musée ? Le KMSKA a brillamment réussi à mettre la médiation des publics au cœur de son projet en s'adressant à une étonnante variété de visiteurs, du profane aux familles (parcours *Les 10*), aux personnes malvoyantes et aveugles (Radio Bart), en passant par l'artiste qui sommeille en chacun de nous, en invitant le public à dessiner ou à révéler sa créativité (projets *Je ne sais pas dessiner*, *Créatif-ve dans l'âme* ou *Envie d'un défi ?*). L'aménagement même du musée, des propositions multimédias (écrans tactiles, expérience de réalité virtuelle, applications...) et des cartels volontairement très accessibles font aussi partie du riche panel des dispositifs de médiation. Si le musée a opté pour des textes bilingues (néerlandais et anglais) dans un souci de lisibilité générale, une application offre, elle, des commentaires dans dix langues, y compris en langue des signes flamande.

Les 10

Conçu pour les enfants et leur famille, ce parcours fabuleux et aventureux de découverte interpelle les visiteurs intrigues par les dix installations étonnantes de Christophe Coppens. En collaboration avec les ateliers de La Monnaie, l'Opéra de Bruxelles, l'artiste a sélectionné dix détails dans différents tableaux. Ceux-ci ont été sublimés en dix installations audacieuses, invitant ainsi le visiteur à regarder l'art différemment. Bien que certains critiques d'art considèrent ces créations comme horribles, déplacées et scandaleuses, il faut avouer qu'en dépit de la tâche hasardeuse, le résultat est plutôt convaincant.

Imaginez dans la salle Rubens, entre deux pompeuses banquettes en velours rouge cardinal, un immense canapé dromadaire reproduisant un détail de *L'Adoration des Mages* (1624) de Rubens ! Ou encore l'étonnante main qui tourne et semble tomber du plafond, reproduisant un détail du *Saint Jérôme* de Martinus van Reyerswale (1541). Non seulement on repère facilement le tableau auquel l'installation fait référence, mais on se met aussi spontanément à regarder toutes les mains des tableaux environnants et au-delà.



Illustration 1 – Osera-t-on s'asseoir sur le canapé dromadaire ?
Les dromadaires de *L'Adoration des Mages* (1624) de Rubens,
ici marqués du cercle, ont servi de modèles.

Photographie : Nicole Gesché-Koning



Illustrations 2-3 – Détails : le modèle du dromadaire, de la main du maître Pierre Paul Rubens,
et son acolyte de velours par Christophe Coppens (2022).

Photographies : ill. 2 KMSKA², ill. 3 Nicole Gesché-Koning

Pour dénicher la petite œuvre de Joachim Patinier qui a inspiré l'énorme rocher de Coppens placé au milieu de la salle, il faut un œil curieux. Mais quelle joie d'entrer dans cet immense détail du *Paysage avec la fuite en Egypte* (1516-1517). Avez-vous remarqué la mouche ? S'agit-il d'un détail du *Fruit et verre de vin* (1659) de Willem van Aelst, du *Peintre et sa femme* (1496) du Maître de Francfort ou d'un autre tableau ? Les enfants et tous les visiteurs intéressés peuvent découvrir les dix installations pleines d'humour en s'accompagnant d'un livret gratuit (18 510 exemplaires distribués jusqu'en janvier 2023). Apprendre n'est jamais aussi plaisant qu'en s'amusant !

² Licence Creative Commons CC0 Don universel au domaine public, Musée Royal des Beaux-Arts d'Anvers.

Radio Bart

Avez-vous déjà réellement observé tous les détails d'un tableau ? C'est la proposition de Bart, un collaborateur du musée devenu aveugle, lorsqu'il vous accueille dans son studio radio mobile. À ses côtés, vous êtes invité à regarder de près une œuvre pendant au moins dix minutes. Cette expérience, disponible deux jours par semaine, a déjà séduit 659 visiteurs entre septembre 2022 et mars 2023. Fort de ce succès, Bart a formé trois nouveaux collègues malvoyants pour inviter les visiteurs à explorer l'univers d'une œuvre d'art sous un angle inédit et d'une richesse insoupçonnée.

Témoignages des « Cent gracieux », un panel de 100 visiteurs-testeurs

En décrivant le tableau, j'ai vu de nouvelles choses que je n'aurais pas vues autrement. C'était vraiment libérateur. Dorien

Sans cette conversation, j'aurais probablement plutôt regardé cette œuvre d'assez loin et j'aurais passé mon chemin. Juste regardé, sans vraiment voir, en fait. Erik

C'était une expérience fascinante. J'ai trouvé spéciale, stimulante et enrichissante l'invitation à décrire une œuvre pour qu'une personne non-voyante puisse imaginer l'image. J'ai également été rassuré par le fait qu'aucune connaissance préalable en histoire de l'art n'était requise. Patrick

Le repassage à l'époque de Rik Wouters et de nos jours – immersion multimédia

Deux écrans placés devant la *Femme repassant* (1912) de Rik Wouters invitent le public à observer le tableau sous différentes perspectives : par exemple, en visionnant des interviews vidéo de deux jeunes garçons, d'un conservateur et d'une femme travaillant dans un bureau de repassage.



Illustration 4 – Rik Wouters, *La femme repassant* (1912) et la borne tactile qui la met au regard du monde moderne.

Photographie : Nicole Gesché-Koning

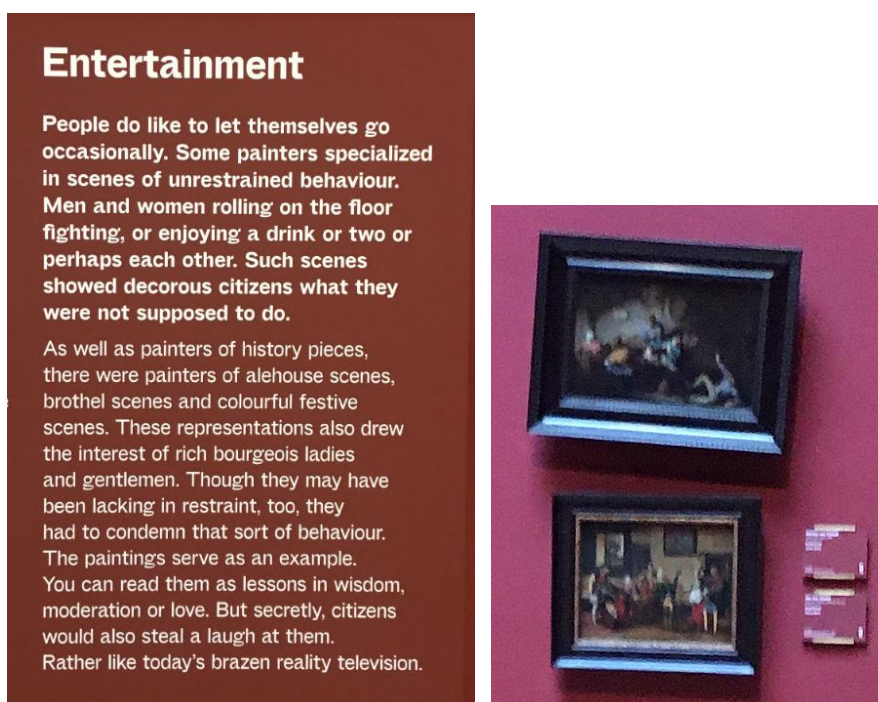
L'écran vous invite aussi à jouer avec le tableau : vous pouvez modifier l'incidence de la lumière, la forme ou la couleur. S'appropriier les chefs-d'œuvre grâce à ces dispositifs aux contenus riches et multiples attire de nombreux visiteurs.

Dans une autre partie du musée, on peut également pénétrer dans un véritable atelier de peinture de maîtres anciens grâce à la réalité virtuelle, et dans un espace immersif, les visiteurs découvrent d'immenses projections de détails d'œuvres surprenants.

Une mise en scène facétieuse

Les œuvres de la collection ne sont pas présentées dans un ordre chronologique. Elles sont regroupées par thème et l'accent a été mis sur une série de textes courts d'un style très accessible.

Et pourquoi ne pas pousser l'espièglerie jusqu'à accrocher un tableau représentant des personnes ivres un peu de travers ? Mais que se passerait-il si un visiteur venait à toucher le tableau pour le remettre à l'endroit ? Le risque en vaut la chandelle, ne serait-ce que pour le plaisir de voir le sourire des visiteurs amusés.



Illustrations 5-6 – *Entertainment / Divertissement* : le texte d'introduction...
... et le cadre de travers.

Photographies : Nicole Gesché-Koning

De la créativité pour apprécier

Chaque visiteur est invité à interagir artistiquement avec le musée : en utilisant le matériel de dessin mis à disposition dans tout le musée ou en participant à l'Open Studio ouvert à tous. Dans ce dernier, vous êtes invité à créer vos propres collages, à découvrir la magie des couleurs et des formes ou l'importance des mouvements. Un médiateur est disponible

à tout moment pour créer des liens entre votre création et les œuvres de la collection du musée.

Conclusion

Quel plaisir, en tant que parent d'un enfant malvoyant, de ne pas avoir l'impression, pour une fois, de revenir d'un voyage stérile. Nous avons visité de nombreux musées, zoos et autres attractions où elle n'a rien vu ou presque parce que « les objets » étaient trop éloignés ou dans des zones mal éclairées. Ici, on ne joue pas seulement avec la lumière et l'obscurité, mais aussi avec la couleur, le son, les textures et les structures. Lisa, via Instagram.

En ces temps d'inquiétude pour l'avenir du monde, merci à ce « musée gracieux » de chercher à toucher le public le plus diversifié possible, de veiller à ce que chaque visiteur se sente le bienvenu et de nous avoir offert une journée aussi inspirante. Notre expérience nous a confirmé que le KMSKA est bien « plus qu'une simple vitrine d'art » : un lieu plein de magie où il ne tient qu'à nous de venir entretenir notre capacité d'émerveillement.

Ce texte est une traduction de l'original en anglais intitulé *Enjoyment at the Royal Museum for Fine Arts in Antwerp – An enriching and joyful Belgian CECA annual meeting (2 March 2023)*, publié dans *ICOM Education 31*, version anglaise. Traduction de l'auteure.

Il a déjà paru quasiment à l'identique dans les actes de la *Journée de rencontre ICOM CECA Belgique, KMSKA 2 mars 2023* disponible en ligne (en français) https://icom-wb.museum/files/files/Publications/ICOMCECA_publication_FR.pdf

Références

Site francophone du Musée Royal des Beaux-Arts d'Anvers : <https://kmska.be/fr>

Masuy, S. & Vermeiren, S. (eds). (2023). *Journée de rencontre ICOM CECA Belgique, ICOM Belgique* disponible en ligne : https://icom-wb.museum/files/files/Publications/ICOMCECA_publication_FR.pdf

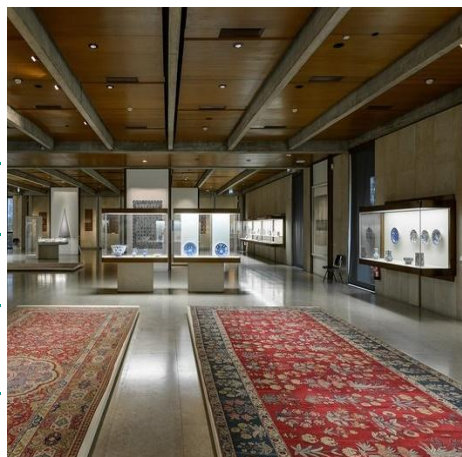
Collection of memories

Collections de souvenirs

Colección de recuerdos

Emotion de muséologue

Musée	Fondation Calouste Gulbenkian
Ville, pays	Lisbonne, Portugal
Exposition / œuvre	salle des porcelaines orientales
Auteur	Heloisa Helena F Gonçalves da Costa
Mandat ICOM	Membre du Groupe d'Intérêt Spécial CECA « Recherche et réception des programmes de médiation »



Crédits photos : Heloisa da Costa

Depuis mon enfance, j'ai toujours adoré visiter les musées. Puis, à 18 ans, j'ai découvert un cours de muséologie à Rio de Janeiro, que j'ai suivi. À la fin de ce cours, j'ai eu l'opportunité de voyager au Portugal. En entrant dans la salle des porcelaines orientales de la Fondation Calouste Gulbenkian (Lisbonne), j'ai été tellement bouleversée que j'en ai pleuré d'émotion.

L'exposition était magnifique, avec ses lumières scéniques et sa douce musique d'ambiance. Je me sentais comme dans un palais, une princesse. Mes larmes ont attiré l'attention d'un monsieur qui m'a demandé si je me sentais mal. J'ai répondu que non, bien au contraire ; j'étais émerveillé. Il m'a serrée fort dans ses bras, m'a essuyé le visage et m'a offert le livre sur la porcelaine chinoise qu'il venait d'acheter.

Il m'a dit : « Votre âme est pure et sensible à la beauté ! Vous serez une excellente muséologue. » Nous avons échangé une nouvelle accolade et deux bises sur la joue, et j'ai continué ma route vers le palais des merveilles.

Lorsque j'ai déménagé à Salvador de Bahia (Brésil), deux ans après cette belle expérience, j'ai commencé à travailler comme chercheuse en arts orientaux à la Fondation Musée Carlos Costa Pinto et j'y suis resté 12 ans, à faire de la recherche et à enseigner. Un métier très enrichissant.



Jardins de la Fondation Calouste Gulbenkian, Lisbonne

L'échappée enchantée

Musées

Villa Reale, Galerie d'art
Moderne de Milan
Musée d'histoire naturelle

Ville, pays

Milan, Italie

Auteur

Alberto Garlandini

Mandat ICOM

Président émérite de l'ICOM



Crédits photos : Sailko, Villa Reale, Milan. Source : Wikimedia commons, licence CC BY 3.0
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Milano,_villa_reale,_prospetto_sul_parco.jpg

Voici l'histoire d'Albertino, un petit garçon de huit ans qui vivait à Milan, en Italie, au début des années 1960. Il habitait dans un quartier central appelé Porta Venezia, du nom de la porte médiévale orientale de la vieille ville. Non loin de la maison d'Albertino se trouvaient « les Jardins ». Les Jardins avaient été commandés dans la seconde moitié du XVIII^e siècle par l'archiduc Ferdinand de Habsbourg, vice-roi de Milan. Les Jardins étaient le premier parc public de Milan et avaient été conçus par le célèbre architecte Giuseppe Piermarini, qui avait également conçu le théâtre La Scala en 1776. Au XVIII^e siècle, Milan et la Lombardie étaient sous la domination de l'Empire des Habsbourg. Albertino n'en savait rien. Pour lui, les Jardins étaient simplement le meilleur endroit pour jouer avec ses amis du quartier l'après-midi, après l'école.

Les jardins n'ont pas beaucoup changé depuis lors. Ce qui a complètement changé, c'est la ville de Milan. Dans les années 1950, Milan luttait pour se remettre des terribles destructions causées par les bombardements de la guerre. Milan était en train de devenir la première ville industrielle de l'Italie d'après-guerre. Cependant, à cette époque, il n'y avait encore aucune voiture garée dans les rues, très peu circulaient, de sorte que les enfants pouvaient jouer en toute sécurité dans les rues et sur les trottoirs sans aucun danger.

C'est à cette époque qu'Albertino vécut son échappée enchantée, une période terrible pour lui et toute sa famille. Son père Gino était gravement malade, souffrant des séquelles de deux années passées dans un camp de concentration militaire en Allemagne. En septembre 1943, le sergent Gino avait été emmené en Allemagne depuis la Grèce avec son unité militaire, dans des trains qui, selon l'armée allemande, étaient à destination de l'Italie. Des années plus tard, Gino raconta à Albertino que son ami interprète grec, avec lequel il avait travaillé au tribunal militaire de Gythion dans le Péloponnèse, l'avait informé que les trains étaient à destination de l'Allemagne et l'avait invité à rejoindre les partisans grecs. Cependant, les décisions militaires devaient être prises collectivement : les officiers, les sous-officiers comme lui et les soldats représentatifs décidèrent d'essayer de retourner en Italie et acceptèrent de monter à bord des trains allemands. Ce fut une erreur tragique. Gino survécut de justesse et revint en Italie à la fin de la guerre, pesant à peine 40 kilos.

Après quinze années marquées par plusieurs maladies d'après-guerre, Gino fut transporté d'urgence à l'hôpital avec une forme très grave de maladie pulmonaire qui le maintint dans un sanatorium pendant plus de deux ans. Sans le salaire de Gino, la

situation de la famille était désastreuse, et maman Dora découvrit avec tristesse qu'Albertino était également tombé malade. Cette maladie pulmonaire était très contagieuse, mais, par miracle, Dora ne tomba pas malade. 50 ans plus tard, Albertino se souvient encore de la tension, de l'angoisse et de l'atmosphère triste qui régnaient à la maison à cette époque.

Le médecin de famille lui interdit strictement de transpirer et de faire le moindre effort physique. Ainsi, pendant que les autres enfants jouaient joyeusement au football dans les Jardins, Albertino se rendit à pied à la « Villa Reale », un bâtiment néoclassique du XVIII^e siècle situé en face des Jardins. Il s'agissait de l'ancienne résidence du comte Ludovico Barbiano di Belgiojoso, conçue par le célèbre architecte Leopoldo Pollack. En 1920, la villa fut ée transformée en galerie d'art, aujourd'hui l'excellente Galleria di Arte Moderna GAM de Milan.

L'entrée était gratuite, Albertino pouvait donc facilement pénétrer dans la villa. Il fut tellement fasciné par la collection d'art qu'il devint un visiteur assidu. À cette époque, le musée n'était pas envahi par les visiteurs comme c'est le cas aujourd'hui. Au contraire, les salles du musée étaient généralement vides. Au cours de ces après-midis tranquilles, Albertino était souvent le seul visiteur. Il se promenait dans les salles néoclassiques dorées et décorées et restait bouche bée devant d'énormes peintures lombardes du XIX^e siècle représentant de belles femmes et des scènes de la vie et de la guerre. Les écoles n'emmenaient pas les enfants au musée comme elles le font aujourd'hui, et ses parents n'étaient pas des intellectuels. Ces heures magiques loin des soucis familiaux furent le premier contact d'Albertino avec les musées.

Dans les Jardins, à quelques mètres de la Villa Reale, se trouvait, et se trouve toujours, le Musée d'histoire naturelle. L'après-midi, il était aussi vide que la Villa Reale. Albertino se tenait, émerveillé, dans les grandes salles minéralogiques, où étaient exposés des milliers de minéraux. C'est là qu'il découvrit la radioactivité. Quelle surprise : seuls certains minéraux activaient le compteur Geiger !

Malheureusement, cette évasion magique dans les musées ne fut que de courte durée. La maladie d'Albertino s'aggrava et il fut envoyé dans un hôpital pour enfants dans les Alpes. Il resta une année entière dans un établissement médical isolé, loin de chez lui et de sa famille. Mais il fut bien soigné et se rétablit parfaitement, tout comme son père Gino un peu plus tard. Albertino n'oublia jamais les peintures des femmes merveilleuses de la Villa Reale ni la radioactivité qu'il avait découverte au Musée d'histoire naturelle.

Cet enfant, c'était moi, et la passion pour les musées et le patrimoine née il y a 60 ans ne m'a jamais quittée. Elle est toujours vivante.



Crédits photos : deux Salles de la Villa Reale, à gauche licence CC BY-NC-ND 4.0, <https://www.oguiademilao.com/galeria-de-arte-moderna-de-milao/>; au centre-gauche : Paolo Monti, 1970, source Fond Paolo Monti, BEIC / Wikimedia commons Licence CC BY-SA 4.0, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Galerie_d%27art_moderne_de_Milan#/media/Fichier:Paolo_Monti_-_Servizio_fotografico_\(Milano,_1970\)_-_BEIC_6340430.jpg](https://fr.wikipedia.org/wiki/Galerie_d%27art_moderne_de_Milan#/media/Fichier:Paolo_Monti_-_Servizio_fotografico_(Milano,_1970)_-_BEIC_6340430.jpg); au centre-droit : Minéralogie, Musée National de Prague, Photo Stéphanie Wintzerith, à droite : Musée d'histoire naturelle, Giovanni Dall'Orto, source Wikimedia Commons, licence CC BY-SA 2.5 https://commons.wikimedia.org/wiki/File:DSC_01668_Museo_di_storia_naturale,_Milano_-_Foto_di_G._Dall%27Orto_-_20-12-2006.jpg

Architecture et harmonie

Musée	Kolumba – Kunstmuseum des Erzbistum Köln
Ville, pays	Cologne, Allemagne
Exposition / œuvre	tout le musée
Auteur	Stéphanie Wintzerith
Mandat ICOM	Présidente du SAREC



Crédits photos : Stéphanie Wintzerith

Lorsqu'ICOM Allemagne organisa sa conférence annuelle à Cologne, un ami architecte me conseilla vivement de visiter le musée d'art diocésain de la ville. Il ne figurait pas dans le programme de ladite conférence, pensais-je, le temps était compté, je ne le trouvais pas sur la carte à proximité de notre lieu de conférence. Je ne le visitais pas.

Quelques mois plus tard, repassant par Cologne, je fis étape et partis à la découverte de la ville et de ses musées. Au hasard de ma déambulation, une façade contemporaine de briques claires qui tranchait avec les murs alentours attira mon attention. Curieuse, je m'approchais et, voyant une ouverture manifestement accessible au public, j'entrais. Je me suis trouvée devant une baie vitrée donnant sur les ruines d'une église détruite sous les bombes, au-dessus de laquelle le bâtiment moderne avait été érigé dans le plus grand respect des vestiges historiques. Une poignée de visiteurs circulaient sur des passerelles de bois surplombant des colonnes tronquées et des pans de murs rasés. Sur le côté, une petite chapelle à l'architecture d'après-guerre, toujours consacrée, maintenait vivante la fonction première de ce lieu.

Je fis le tour du bâtiment, cherchant l'entrée afin de visiter cet espace si inattendu. Sur la sobre façade était inscrit « Kolumba – Kunstmuseum des Erzbistums Köln » : c'était le musée d'art diocésain. Je repensais à mon ami architecte, à son enthousiasme et à ses propos élogieux sur l'architecture de Peter Zumthor. Je poussais la porte et dès les premiers pas, la magie opéra.

La sobriété des formes, l'attention portée aux détails et la noblesse des matériaux alliant bois précieux, enduits muraux gris et terrazzo, en font un endroit très épuré et d'une grande beauté. D'une grande quiétude, aussi. La lumière du jour vient éclairer les œuvres de ses luminosités changeantes au fil des heures et du passage (ou non) des nuages.

Les œuvres sont choisies avec parcimonie et magnifiquement présentées. Point de salles surchargées, point d'explications foisonnantes non plus. Au gré des expositions – seules une poignée d'œuvres sont exposées en permanence –, un Christ en croix médiéval contemple les productions du design industriel du XX^e siècle, une madone baroque adoucit de ses volutes la sévérité sobre d'une toile contemporaine, un triptyque gothique côtoie des toiles monochromes modernes. Aucun cartel ne vient détourner le regard des œuvres exposées, aucun texte ne dérange l'incroyable beauté des lieux. Ne croyez pas, pourtant, que le visiteur y soit livré à lui-même, bien au contraire. Le parti-pris est effectivement de laisser les œuvres parler d'elles-mêmes tout en accentuant l'esthétique

du musée. Le visiteur peut néanmoins consulter les informations généralement fournies par les cartels et autres textes de salle dans un petit livret qui lui est remis à l'entrée – et nombreux sont ceux qui le consultent après avoir contemplé l'œuvre devant eux.

Les visiteurs, précisément, semblaient tous sous le charme. Concentrés, contemplatifs, attentifs, sereins et sans pression de temps, ils appréciaient visiblement leur visite. Les échanges étaient nombreux, et, fait notable, c'est je crois la visite de musée où de parfaits inconnus ont le plus souvent tissé des liens entre eux : au gré de leurs déambulations, ils contemplent ensemble, échangent leurs impressions et leur ressenti, adressent la parole aux autres visiteurs présents et sont très attentifs à ne pas entraver leurs vues sur les œuvres. Le sentiment de partager, l'espace d'un instant, un moment de grâce et de beauté se lisait dans leur regard.

Dans les recoins où la lumière du jour ne pénètre pas – ou par temps de pluie – un éclairage parfaitement maîtrisé vient magnifiquement mettre en valeur les œuvres et le bâtiment. Au détour d'une salle, une grande baie vitrée s'ouvre sur la plus grande et la plus impressionnante des œuvres d'art religieux du diocèse : la cathédrale de Cologne, une vue imprenable sur sa façade occidentale.

Un espace de repos à l'atmosphère feutrée et aux murs revêtus de bois précieux s'offre aux visiteurs. On y entre comme dans la bibliothèque d'une noble demeure. De confortables fauteuils incitent à un moment de détente, des ouvrages posés sur les tables d'appoint invitent à la lecture ; sur les étagères, un fonds de beaux-livres, catalogues et autres ouvrages qui attendent patiemment d'être choisis par les lecteurs du jour. Le respect avec lequel lesdits lecteurs manipulent les ouvrages est à l'image du respect que le musée porte à ses visiteurs : avec délicatesse et grand intérêt.

La visite de ce musée fut un moment hors du temps, comme une parenthèse apaisante et bienfaisante, une bulle de beauté et de sérénité. L'harmonie parfaite entre les œuvres et leur écrin, entre son architecture et ses publics, y a largement contribué. J'achetais une carte postale à la boutique, carte que je déposais le lendemain, avec tous mes remerciements pour cette merveilleuse découverte, sur le bureau de mon ami architecte.



Vues intérieures et extérieure du Musée d'art diocésain de Cologne

Mémoire

Musée	Galerie d'art de l'Université Macquarie
Ville, pays	Sydney, Australie
Exposition / œuvre	<i>Memory</i>
Artiste	Ken Unsworth
Auteur	Andrew Simpson
Mandat ICOM	Président de UMAC



Crédits photos : Effy Alexakis (extrait)

J'ai vécu un moment mémorable au musée un peu plus tôt cette année, à la Galerie d'art de l'Université Macquarie, dans la banlieue de Sydney, en Australie. Je travaille pour cette galerie à temps partiel, principalement parce que j'aime écrire et discuter, ce que très généreusement l'on me permet de faire là-bas de temps à autre. L'université possède une collection d'art remarquable, et la galerie organise de superbes expositions, souvent expérimentales, qui tentent des choses que les institutions artistiques municipales ou régionales n'oseraient pas faire.

Ken Unsworth est un artiste australien qui a travaillé avec de nombreux médias. Il a été un artiste de performance pionnier dans les années 1970, ses œuvres suspendues et étirées dans diverses configurations dans des espaces artistiques expérimentaux. Il est probablement surtout connu pour ses installations où de grosses pierres flottent dans l'espace de l'espace d'exposition, défiant la gravité sans effort aucun. Aujourd'hui, à 94 ans et toujours aussi créatif, cet artiste conceptuel vénéré présente ses dernières œuvres dans la galerie de notre université.

Dans l'exposition *Ken Unsworth: Love is the Sweetest Thing*, cinq nouvelles œuvres d'importance ont été présentées. L'exposition abordait les thèmes de l'amour, de la perte, de la mémoire, de l'humanité et de la corporalité à travers une collection d'installations caractéristiques, poétiques, troublantes et théâtrales, qui offraient aux visiteurs une expérience multiple alliant mouvement, audition et vision.

L'une de ses œuvres était particulièrement « frappante » : une installation à plusieurs personnages intitulée *Memory* (Mémoire). Elle était composée d'une dizaine de répliques fantomatiques blanches d'un corps, modelé sur Unsworth lui-même, et disposées en cercle autour d'une cloche. Soudain, la cloche sonne ! Lentement, les blanches figures fantomatiques tremblent et vacillent en réponse, d'abord légèrement, puis plus intensément jusqu'à ce qu'elles finissent par s'apaiser et revenir à leur état statique ou à leur incarnation à mesure que le souvenir est évoqué.

Ce sont les visiteurs qui actionnent la cloche en appuyant sur une pédale, le personnage-sonneur tire sur la corde et le son résonne dans l'espace. Les personnages attendent un instant avant de trembler, capturant le retour tardif et troublant d'un sentiment de présage déclenché par le tintement de la cloche. Des œuvres comme *Memory* font participer le public, suscitant l'introspection et la résonance émotionnelle à travers l'expérience interactive de la réaction en chaîne, alors que le souvenir se propage comme des ondulations à la surface d'un étang.

La mémoire est un rappel physique que nous sommes tous façonnés par notre passé. Même si la pleine conscience du présent peut masquer ou enfouir profondément nos souvenirs, ceux-ci restent ancrés en nous. Elle nous rappelle également que pour préparer

l'avenir, nous devons comprendre le présent et la manière dont il est façonné par notre passé. Les souvenirs sont des échos chez les individus, les petites communautés ou les nations entières. Le son de la cloche est un rappel intemporel.

De quoi vous souvenez-vous lorsque sonne la cloche ?

Il y a beaucoup de cloches dans nos vies : la cloche de l'église sur la place du village qui appelle les fidèles à la prière, la cloche de l'école qui marque le début et la fin de la journée d'apprentissage, la sonnette de la porte – qui cela peut-il bien être, je me le demande ? –, le ping qui retentit lorsque vous recevez un message sur votre téléphone – quelqu'un, quelque part, a fait quelque chose !

Le son d'une cloche peut être une transition, un lien entre deux mondes, une porte qui s'ouvre, un passage d'un endroit à un autre, une nouvelle révélation, une nouvelle perspective, une illumination. Écoutez, soyez attentif, c'est important, souvenez-vous-en ! Le son d'une cloche peut marquer les passages de notre vie, comme le jardinier trace des lignes pour préparer le terrain de jeu, ou comme un chef d'orchestre marque une symphonie d'un mouvement de la main.

À bien des égards, *Memory* était une métaphore évocatrice et expressive de ce que le travail muséal est censé accomplir. En tant que professionnels des musées, nous invoquons la mémoire pour ancrer le présent et préparer l'avenir. Les muséologues sont les véritables seigneurs du temps, les magiciens de la matière et de l'énergie.

Selon les mots de l'artiste lui-même : « *La cloche éternelle résonne à travers le temps et l'espace. Et dans l'isolement glacial de notre mémoire, elle se souvient. Ne sommes-nous pas de la matière qui tremble devant une étoile filante ?* »



Memory, une œuvre de Ken Unsworth, 2024.

Copyright: photographe Effy Alexakis,
tirée du catalogue de l'exposition *Love is the Sweetest Thing*,
Macquarie University Art Gallery en partenariat avec Bandicoot Press.

La poésie du silence

Musée	La Pedrera
Ville, pays	Barcelone, Espagne
Exposition / œuvre	Poesia del silenci, 2023
Artiste	Jaume Plensa
Auteur	Annette Viel
Mandat ICOM	Membre du Groupe d'Intérêt Spécial CECA « Recherche et réception des programmes de médiation »



Crédits photos : Annette Viel

Je vous invite à imaginer le silence. Jaume Plensa

Poesia del silenci : une expérience artistique unique mettant en valeur l'œuvre de Jaume Plensa. D'entrée de jeu, ses installations invitent à *imaginer le silence* tout au long d'un parcours riche de découvertes où les mots dansent dans l'espace muséographique et prennent vie au fil des regards et interactions. Place à l'ouverture pour une rencontre intime en écho avec soi, avec l'autre, avec le vivant nature/culture. La Pedrera, réalisation de l'architecte catalan Antoni Gaudí, construite au début du siècle passé, n'était pas programmée à devenir un musée hautement fréquenté comme c'est le cas aujourd'hui. À l'origine c'était la nouvelle résidence de la famille Milà.

Le musée, ce lieu, inspiré par les muses, m'a toujours attirée et ce, très jeune. Je me souviens d'avoir vu au Musée des Beaux-Arts du Québec une rétrospective de Georges Rouault. J'étais séduite d'y découvrir un artiste international dans ma petite ville de Québec. Puis au fil du temps, mes pas m'ont guidée vers l'histoire de l'art et la muséologie. J'y ai privilégié le territoire nature/culture me définissant comme une « muséologue tout terrain ». Cette expérience en prise directe avec les lieux et la population trouvait écho avec l'univers muséal qui se transformait. Je pense à Beaubourg, inauguré en 1977, où j'avais orchestré, en 1981, un partage d'expériences titré : *Quand l'école va au musée*. J'y découvrais alors une nouvelle approche muséologique au sein de laquelle le public était partie prenante de la réflexion dès l'amont conceptuel. Les jeunes architectes Renzo Piano et Richard Rogers défendaient l'idée que le lieu se devait d'entrer en résonance avec le milieu où il prenait place. Puis à San Sebastian en 1993, lors de la présentation du futur Guggenheim imaginé par Frank Gehry à Bilbao, je pris davantage conscience du pouvoir signifiant de l'architecture muséale.

Ces projets contemporains où architecture et contenu interpellaient les visiteurs dès l'extérieur, invitaient au voir autrement. Pas étonnant qu'un jour, je me sois permis d'intituler une conférence donnée à Barcelone *Muséo-Skate*, en montrant combien les jeunes aimaient pratiquer ce sport sur les parvis signifiants de grands musées comme MACBA (Museu d'Art Contemporani de Barcelona) à Barcelone ou le Trocadéro à Paris.

Ces pratiques suscitaient bien des questionnements initiant de nouvelles connections entre musées, visions, collections, recherches, productions, publics et sociétés. Tout

comme les récentes approches artistiques qui remettaient vivement en cause les acquis, je cherchais des pistes novatrices notamment liées aux symbolismes, aux interprétations, aux mythes et aux histoires réelles tout autant qu'imaginaires. Je ne peux oublier les mots de Joseph Campbell, grand spécialiste de la mythologie, qui, lors du visionnement du film *Star Wars*, invité par l'anthropologue George Lucas devenu cinéaste, affirma que l'espace féérique contemporain était maintenant le cinéma. Les liens se sont alors tissés entre les différentes pratiques muséologiques et mon plaisir trouva résonance à La Pedrera. Son architecte jonglait talentueusement avec les ancrages nature culture, mythe histoire, urbanisme communauté. En 1996 je pris plaisir à accéder à sa toiture où les cheminées se tenaient fières et solides telles des chevaliers issus d'un autre siècle. Et la magie s'opéra : je pensai à Lucas, à ses Jedis qui apprenaient à jongler avec la force, qui invitaient à renouer avec nos mythes dans une nouvelle modernité. La Pedrera constitue un lieu mythique offrant un espace d'expression exceptionnel où il est permis de voyager entre réel et mythe.

Mon plaisir d'aller voir la *Poésie du silence*, m'entraîna à revoir ces personnages mythiques de Jaume Plensa, ces hommes haut-perchés sur un promontoire qui, le soir, s'illuminent et rappellent que malgré toutes ces ascensions, un jour ou l'autre, la lumière s'éteint et le perchoir peut s'écrouler. L'exposition de Plensa sculptait les mots à travers les figures humaines et jonglaient avec tous nos possibles. *We all are tattooed, but in transparent ink*. À elle seule cette énonciation invitait à laisser derrière soi ses préjugés et à s'ouvrir à d'autres récits prêts à se livrer au fil du parcours. Tout le monde est tatoué, mais c'est invisible. *The real material of sculpture is ideas*. Alors imaginez mon plaisir de marcher à travers ces œuvres sculptées de mots. Dès l'entrée une main géante faite de lettres vous interpelle, et puis à chaque pas parcouru au sein des installations s'infiltrait une interrogation sensible et signifiante sur le sens des choses. J'en suis encore profondément touchée. Et je me dis quelle chance j'ai eu de voir ces œuvres dans un lieu magique en écho avec Montserrat, ce monastère érigé là où s'imposent des roches très symboliques, lieu situé proche de Barcelone. Gaudi dialoguait de manière sensible avec la nature. Et oui, comme le dit si justement Plensa : *The poet is the soul of a society* – le poète est l'âme d'une société.



Deux œuvres de Jaume Plensa, dans l'exposition *Poesia del silenci*, 2023.

L'art à la maison

Musée	Musée d'Art Contemporain
Ville, pays	Quartier Minuto de Dios, Bogota, Colombie
Exposition / œuvre	Projet <i>Arte en Casa</i>
Auteur	Gustavo A. Ortiz Serrano
Mandat ICOM	Ancien président d'ICOM Colombie



Crédits photos : Gustavo Ortiz

L'Art à la maison, vivre l'art

Très peu de gens ont la chance d'habiter dans le voisinage direct d'un musée, mais c'est le cas des habitants du quartier Minuto de Dios à Bogota. Ce qui est curieux, ce n'est pas seulement son emplacement, mais aussi l'environnement social qui a donné naissance à cette remarquable enclave dans le nord-ouest de la ville.

Le nom du quartier vient d'une émission de télévision diffusée à partir de 1956 et dont la durée était d'une minute (*Minuto de Dios* : la minute de Dieu). Serait-ce l'ancêtre des *reels* si populaires aujourd'hui ? Son promoteur, le prêtre Rafael García-Herreros, a déclenché un mouvement de solidarité pour tenter résoudre l'un des problèmes les plus pressants de la société colombienne : le manque de logements dignes.

En 1958, les premières maisons et l'école ont été inaugurées. Cependant, l'esprit de son fondateur portait une vision beaucoup plus vaste : un musée, une université, des ateliers, des places, des sculptures, un théâtre... toute une cité autosuffisante destinée au développement intégral de ses habitants. Progressivement, le nombre de logements, de salles de classe et d'ateliers a augmenté. Le Musée d'Art Contemporain (MAC) est devenu réalité en 1966 et, quatre ans plus tard, a eu son propre bâtiment pour abriter une collection approchant les six cents œuvres d'art contemporain.

Autour de la place centrale se situent le musée, l'église, l'école, la maison de la communauté et les bureaux de l'administration. Les habitations ont été construites dans des cercles concentriques, de maisons à un ou deux étages jusqu'aux immeubles de logement pour plusieurs familles. En 1987, l'université s'y est installée. Cette dynamique de croissance et de développement ne s'est pas arrêtée au quartier, elle a dépassé ses frontières avec des projets dans différentes parties de Bogota, dans des villes moyennes et intermédiaires de Colombie, en Amérique du Sud et même dans certains pays d'Afrique.

Ma maison est ta maison

Pour célébrer les cinquante premières années du quartier en 2008, nous nous sommes réunis au MAC avec des familles fondatrices, des amis et des artistes. Là, une idée audacieuse a émergé : apporter des œuvres originales de la collection dans les maisons des habitants, ou plutôt des voisins, pour une visite. Une initiative qui serait presque impensable pour un autre type de musée, mais très réalisable pour un musée communautaire.

Avec enthousiasme, nous avons dressé la première liste de familles qui souhaitent accueillir une œuvre. Nous avons visité leurs foyers, appris leurs histoires et sélectionné des œuvres liées à leur travail ou qui se rapprochaient du contexte de leur vie. La dynamique était simple : emballer l'œuvre, arriver à la maison sélectionnée, la placer dans le salon ou à l'endroit choisi, et converser autour d'un café sur leurs histoires de vie dans le quartier et sur l'œuvre qui leur rendait visite. Nous nous intéressions également aux objets de la maison revêtaient une signification particulière pour la famille. Nous avons documenté tout cela dans un journal de bord avec des photographies et des vidéos.

Chacune de ces rencontres a déclenché un torrent de souvenirs, agrémentés d'anecdotes, de musique, des albums photos, des expériences personnelles, des luttes et des réalisations familiales. À certaines occasions, nous avons invité l'artiste créateur de l'œuvre. À la fin de chaque session, le lien était palpable : nous nous sentions plus proches, plus voisins, plus frères. Par conséquent, leurs visites au musée ont augmenté, notre relation est passée de connaissances à amis, et le musée est devenu une partie de leur maison.

Nous avons réalisé trois saisons du programme *L'Art à la Maison*, que nous avons parfois appelé *Performance à la Maison* car l'artiste lui-même devenait l'œuvre, préparant et exécutant une pièce *in situ* pendant la visite. Tout un privilège !

Avec une relation si forte avec les voisins, les nouvelles idées ont foisonné et tissé des liens encore plus forts. Les réalisations se sont multipliées. De nombreux artistes invités par le musée sont intervenus directement sur les façades des maisons avec le consentement des propriétaires. Plusieurs ont demandé la réalisation d'une fresque murale, ce qui a fait du Minuto de Dios une référence en matière d'art urbain, lui valant le nom de "Quartier-Musée".

Je me sens profondément reconnaissant de faire partie de cette communauté qui a été ouverte au pouvoir transformateur de l'art et qui a donné un sens social à la culture. Une communauté qui a su comprendre le musée comme un espace de connaissance mutuelle et qui a établi de nouvelles connexions entre la vie, la pratique artistique et la société. Une communauté qui a su devancer, avec liberté et joie, la courbe inexorable de l'histoire.



De belles rencontres entre voisins : *L'art à la maison*, dans son salon ou sur les murs. 2008

Research award

Prix de la recherche

Premio de investigación

Etude de la relation entre deux institutions culturelles et leur environnement social dans le quartier de Carmen à Murcie

Carlos Javier Egio Rubio et Victoria Osete Villalba

1 Circonstances

Les enquêtes sur les habitudes et les pratiques culturelles menées en Espagne ces dernières années montrent qu'une partie importante de la population est éloignée de la sphère culturelle. Comme l'indique l'enquête menée en 2013 par le Ministère de l'Éducation, de la Culture et du Sport (publiée en 2015), 37 % des citoyens espagnols ont déclaré avoir une faible implication dans les activités culturelles cette année-là. De plus, les données montrent que le pays se classe au dix-huitième rang de l'Union Européenne en termes de participation culturelle. Les habitants de la Communauté autonome de la région de Murcie, quant à eux, ont un intérêt plutôt moyen, voire faible (avec une moyenne de 4,7 sur 10) pour les musées, les expositions, les galeries d'art et les archives.

La recherche présentée dans cet article, qui comprend une analyse comparative de l'action culturelle menée par un centre municipal et un musée, a été conduite dans le quartier de Carmen de la ville de Murcie. Situé au sud de la rivière Segura, il a pour caractéristique d'être l'un des quartiers les plus peuplés de Murcie, avec environ 23 000 habitants (Fundación Cepaim, 2016). Sur la base de l'analyse qualitative et quantitative des données recueillies, l'objectif de l'étude est de comprendre les relations que le Musée des sciences et de l'eau, d'une part, et le Centre municipal El Carmen, d'autre part, établissent avec les acteurs sociaux de leur environnement, ainsi que les perceptions que les citoyens ont de ces institutions.

Les études proposant une analyse détaillée des aspects mentionnés plus haut sont rares, ce qui rend la recherche présentée ici particulièrement pertinente. L'objectif de ce travail est de déterminer comment s'établissent les liens, ainsi que d'identifier les facilités et les barrières que les différents groupes considèrent attribuent aux deux institutions culturelles – dont le but est la promotion et la transmission de la culture et de l'identité culturelle.

Il convient de souligner plusieurs aspects concernant la pertinence de cette recherche. Tout d'abord, s'il existe de nombreuses études portant à la fois sur le travail des musées et les attentes et expériences de leurs visiteurs, il y a au contraire très peu d'informations concernant les centres culturels. De plus, il n'y a pratiquement pas de projets qui relient les deux institutions – à l'exception d'une étude menée dans la région de Murcie avec des personnes liées à des centres culturels et des associations situés dans les environs du Musée des Beaux-Arts de Murcie (MUBAM), et qui visait à améliorer les méthodologies d'approche et de communication entre les musées et leur contexte. Les résultats de cette étude ont montré qu'il n'y avait pas de relation entre le MUBAM et les institutions

socioculturelles environnantes, mais que la collaboration entre les deux pourrait cependant apporter de nombreux avantages (Hervás, Sánchez et Castejón, 2017). Bien que la recherche présentée ici puisse être comprise comme une continuation du travail précédemment mentionné, elle ne fait cependant pas partie du même projet.

Il convient de plus de souligner l'originalité de ce travail en présentant une nouvelle perspective sur le phénomène exploré. Certes, il existe d'innombrables études visant à connaître les impressions des publics des musées et à analyser leur niveau de satisfaction. Mais aucune étude ne compare les centres culturels et les musées dans la perception de leurs visiteurs.

2 Cadre théorique et état de la question

2.1 Contexte

Depuis les dernières décennies du XXe siècle, la population immigrée de la ville de Murcie a considérablement augmenté, contribuant à la transformation de la réalité sociale et économique de la région (Pedreño & Torres, 2008 cité par Rasinet, 2014, p. 5, Réseau de soutien social des immigrants). Le taux de personnes immigrées est passé de 0,65 % de la population totale en 1996 à 13,05 % en 2008. Six ans plus tard, et selon l'Institut national de la statistique, 11,56 % de la population résidente de la ville était d'origine étrangère, un groupe qui, comme l'indique Torres, est bien plus présent dans les « *quartiers les plus populaires et modestes* » tels que San Antolín, San Nicolás, San Andrés ou San Pedro (Torres, 2009, cité par Rasinet, 2014, p. 10).

Le quartier de Carmen est construit sur les vestiges d'une ancienne banlieue médiévale, reconvertie plus tard en une importante zone industrielle dont il ne reste que quelques usines et bâtiments transformés en habitations. Au cours des dernières décennies, elle a connu l'arrivée d'un grand nombre d'habitants de différentes nationalités, la transformant en une zone multiculturelle dans laquelle une grande variété de coutumes, de langues et de religions se sont établies, ce qui a considérablement contribué à son enrichissement culturel (Fundación Cepaim, 2016).

Dans le cas de ce quartier de Murcie, la population migrante représentait entre 15 % et 20 % de la population totale en 2006, tandis qu'en 2014, elle est passée à 20-25 % (Rasinet, 2014), avec des personnes de 80 nationalités différentes, ce qui a permis de développer un quartier multiculturel. Au sein de ce groupe, la population latino-américaine se distingue avec environ 40 % du total. En deuxième position se trouve la population d'Europe de l'Est, principalement d'Ukraine et de Roumanie, avec 22,7 %. La population maghrébine est le troisième groupe prédominant dans le quartier, représentant 15 % du total. En termes de pays, les nationalités ayant le plus grand poids de population dans le quartier de Carmen sont l'Équateur, le Maroc et la Bolivie (Rasinet, 2014).

Pérez Azagot définit le quartier comme une zone dans laquelle « *coexistent une variété de collectivités ethniques différentes, et ce en dehors du monopole d'une logique assimilatrice du point de vue culturel* » (Pérez Azagote, 2012, cité par Sánchez-García, 2016, p. 13).

2.2 Politiques culturelles

Le domaine culturel n'a pas toujours été l'une des principales préoccupations politiques, d'autres questions d'intérêt politique et social plus grand telles que la santé, l'éducation ou l'emploi prenant le devant de la scène (Hernández, 2003). Cependant, la mondialisation provoque un effet de réaction qui intensifie l'importance de la culture comme lien avec le territoire, créant un grand débat : le multiculturalisme. Depuis 1977, date à laquelle la construction de ce que l'on appelle l'État-providence a commencé en Espagne, le secteur culturel a fait preuve d'un grand dynamisme économique, bien que de manière très inégale. La Communauté autonome de Murcie se trouve pourtant dans une position presque marginale, puisque le secteur public en général tend à s'affaiblir alors que le secteur privé affiche une certaine croissance (Hernández, 2003). C'est à ce moment-là que les politiques culturelles doivent être reflétées, en comprenant la culture comme « *l'ensemble des interventions, des actions et des stratégies que différentes institutions gouvernementales, non gouvernementales, privées, communautaires, etc., mettent en œuvre dans le but de satisfaire les besoins et les aspirations culturelles, symboliques et expressives de la société à ses différents niveaux et modalités* » (Ariel, 2012, p. 57).

Il est clair que l'espace culturel actuel est hétérogène, changeant et complexe. C'est précisément pour cette raison que la conception des politiques culturelles doit prendre en compte et connaître la variété culturelle et la complexité incontestable du territoire et de ses habitants, ainsi que des différentes institutions et associations qui interagissent et participent au processus. Selon Ariel (2012), ces politiques culturelles s'articulent autour de quatre axes : le patrimoine culturel, les créateurs, les industries culturelles et la coopération culturelle. À cet égard, le Conseil de l'Europe, lors de la Conférence d'Oslo en 1976, a proposé les objectifs suivants des politiques culturelles : promouvoir l'action créative et préserver l'héritage, assurer l'accès à la culture pour tous les citoyens (démocratisation de la culture) et, enfin, garantir la possibilité de la créer (démocratie culturelle). De cette façon, ces stratégies de gestion politique et culturelle basées sur un modèle ouvert doivent prendre en compte les alternatives sociales existantes, ainsi que créer de nouvelles stratégies de communication culturelle et de développement humain (Ariel, 2012).

Le modèle de politique culturelle espagnole se caractérise, entre autres, par un processus de décentralisation. La quasi-totalité des compétences culturelles ont été transférées aux 17 communautés autonomes, dont les comportements ne sont pas uniformes et présentent des variations et des divergences notables (Uriel et Raussell, 2009).

La Région de Murcie, en particulier, a opté pour le développement de projets de prestige, en concentrant l'attention sur ces initiatives plutôt que de promouvoir des initiatives qui rendent la culture plus directement disponible pour les citoyens (accès aux centres culturels, soutien aux créateurs de la Région, qualité des programmes créés, etc.) (Hernández, 2003).

2.3 Nouvelle muséologie : la fonction sociale du musée

L'ICOM (2017) définit le musée comme « *une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'étude, d'éducation et de délectation* » (Mairesse,

2017, p. 30). En d'autres termes, d'une manière générale, un musée est une institution au service de la société qui a une relation directe non seulement avec le patrimoine culturel, mais aussi avec de nombreux autres domaines.

Parmi les principaux objectifs et fonctions du musée actuel figure son ouverture à la société, acquérant ainsi une approche socioculturelle et didactique claire. Ce fait a conduit à ce que l'on appelle la « Nouvelle Muséologie », un terme qui est utilisé avec des significations différentes selon les auteurs. Dans ce processus de changement, deux faits essentiels peuvent être mis en évidence : la Table ronde de Santiago du Chili de 1972, qui a mis en évidence la fonction sociale du musée et approuvé son adaptation à une réalité contemporaine (Azócar, 2007). Deuxièmement, comme le souligne Alonso (1999), la Déclaration de Québec (1984) a reconnu l'importance de la citoyenneté dans le musée et a établi la nécessité d'élargir les objectifs de la muséologie au-delà de son rôle traditionnel. Dans cette nouvelle perspective, « *la fonction principale du musée est d'être un instrument de développement social et culturel au service d'une société démocratique* » (Alonso, 1999, p. 231), favorisant ainsi une participation active, directe et significative de la population. Pour sa part, Navajas (2015) affirme que les principales contributions de la Nouvelle Muséologie sont la perception du musée comme un espace ouvert et l'importance de sa fonction sociale, ainsi que l'héritage de la mémoire culturelle et sociale d'un territoire.

Au niveau européen, diverses politiques ont été mises en œuvre dans l'objectif de promouvoir l'inclusion sociale par le développement de programmes pour les groupes minoritaires. Dans le cas des musées anglo-saxons, ces politiques visent à faire en sorte que les musées prennent en compte les besoins d'un large public et favorisent la cohésion sociale. De leur côté, les musées d'Amérique Latine mettent l'accent sur le respect de la diversité comme facteur d'enrichissement commun et de croissance personnelle. De même, certains musées espagnols sont engagés dans un dialogue avec la société, favorisant ainsi l'inclusion de tous les groupes afin de répondre aux changements sociaux, culturels et économiques qui se produisent dans l'environnement. La grande majorité de ces musées font partie du plan appelé *Museos+ Sociales* lancé en 2015 par le Secrétaire d'État espagnol à la Culture.

D'autre part, et sur la base du modèle développé par la Reinwardt Academy d'Amsterdam, trois fonctions principales peuvent être distinguées dans les musées : la préservation (liée à l'acquisition et à la conservation de collections d'objets culturels), la recherche culturelle et, enfin, la fonction de communication, qui comprend deux des fonctions les plus visibles du musée : l'éducation et l'exposition (Desvallés & Mairesse, 2010). Actuellement, comme le souligne Hernández (1992), le musée a une double responsabilité : préserver l'identité de l'objet en tant qu'élément patrimonial et contribuer au développement et à l'évolution de la société, en devant trouver l'équilibre parfait entre les deux enjeux.

De nombreuses études de publics des institutions muséales ont été menées, souvent aussi pour analyser l'expérience de visite. Dans le contexte qui nous intéresse, Tiburcio (2015) a réalisé une étude portant sur les publics de plusieurs musées de la région de Murcie. L'un des aspects les plus intéressants de ce travail est qu'il nous a permis de savoir quel est le profil du non-visiteur du musée. Ainsi, les jeunes de 16 à 25 ans, majoritairement des jeunes hommes, s'intéressaient très peu à la culture, seuls 4,4 % d'entre eux déclarant pratiquer une activité culturelle. D'autre part, les personnes de plus de 65 ans visitaient rarement les musées, pas plus que les personnes n'ayant pas fait

d'études avec seulement une éducation secondaire, primaire ou sans éducation. Il en allait de même pour les étrangers résidant en Espagne en provenance de pays d'émigration et les touristes étrangers (Tiburcio, 2015).

2.4 Musées des sciences

Les musées des sciences, dont l'objectif principal est de contribuer à la culture scientifique dans des environnements informels, offrent une occasion idéale d'apprendre de manière indépendante, individuelle et par choix, ainsi que d'approfondir la connaissance du domaine scientifique d'une manière agréable, dynamique et attrayante. Contrairement à un processus d'apprentissage purement individuel, les musées, et en particulier les musées scientifiques, favorisent l'interaction sociale et l'apprentissage collaboratif et offrent des possibilités pour diverses formes et stratégies d'apprentissage. Cependant, l'une des principales controverses des musées de sciences est la dichotomie entre, d'une part, l'exploration par le jeu basée sur la curiosité du visiteur et, d'autre part, l'apprentissage des phénomènes naturels à travers des activités et des explications beaucoup plus guidées (Segarra, Vilches et Gil, 2008). De même, Shields (1992) souligne qu'il y a une variable essentielle qui doit être prise en compte : la prédisposition du visiteur. En ce sens, les adultes viennent au musée dans le but d'apprendre, tandis que les écoliers y recherchent le plaisir et le divertissement – plaisir et divertissement ont de ce fait un rôle essentiel dans l'apprentissage des enfants, ce qu'ont bien compris les médiateurs culturels et qui est la base même du processus d'enseignement-apprentissage lui-même (Guisasola et Morentín, 2007, p. 402).

Les musées des sciences concentrent actuellement leur activité sur la présentation de concepts, de principes universels et de phénomènes scientifiques qui transcendent le temps et le contexte, plutôt que de se concentrer avant tout sur des objets, comme c'était le cas auparavant. Ils incitent le visiteur à interagir avec les différents modules en utilisant ses sens, favorisant ainsi à la fois la participation active et la motivation. Cependant, ce contexte personnel est étroitement lié au contexte physique et social qui a également un impact évident sur l'expérience muséale (Laspra, 2013).

L'une des caractéristiques les plus importantes des musées des sciences d'aujourd'hui est l'usage croissant de nouvelles technologies (Jiménez & Palàcio, 2010), ce qui a permis d'élaborer de nouveaux projets basés sur l'apprentissage par la découverte (Guisasola & Morentín, 2007).

2.5 Le Musée des sciences et de l'eau

Inauguré à la fin de l'année 1996, le Musée des sciences et de l'eau avait pour objectif principal de doter la ville de Murcie d'un espace de diffusion scientifique en recourant à des techniques qui impliquaient la participation active du visiteur. Le profil du public qui vient au musée, comme l'indique son directeur (Parra, 2003), est principalement constitué d'enfants et de jeunes, de sorte que la visite adopte une approche didactique. Une étude de public menée en 2007-2008 (Hervás, Parra, Nicolás et Ruiz, 2009) visait à connaître les caractéristiques du public non scolaire qui visite le musée. La majorité des visiteurs étaient des femmes (52,4 %), souvent avec un niveau d'éducation élevé-moyen et pour la plupart résidant dans la Communauté autonome de la région de Murcie, pour la plupart des résidents de la capitale (la ville de Murcie). De plus, les visiteurs étaient souvent

jeunes : près de la moitié avaient entre 12 et 31 ans. En ce qui concerne les raisons de la visite, 74,3 % sont allés au musée pour apprendre, 33,7 % pour se distraire et 12,6 % pour sortir. De même, environ 60 % des visiteurs sont venus en famille. 58,3 % des personnes interrogées avaient déjà visité le musée au moins une fois (Hervás, Parra, Nicolás et Ruiz, 2009).

Quant au musée en lui-même, il s'agit d'un bâtiment rectangulaire d'une superficie totale de 2 421,90 m² qui a été construit pour revitaliser une zone en perte de vitesse. Il est installé dans un ancien réservoir d'eau appartenant à la ville de Murcie, ce qui lui confère un certain caractère emblématique. Dans la mesure où la pénurie d'eau est l'une des principales préoccupations des habitants de Murcie (Hervás, Parra, Nicolás et Ruiz, 2009). Comme l'indique son directeur (Parra, 2003), l'infrastructure du musée est divisée en cinq grands espaces dans lesquels chaque salle remplit une fonction spécifique :

- **Salle de l'eau** : Diverses activités et expositions sont organisées dans cette salle pour générer de nouvelles attitudes et prises de conscience culturelles en relation avec l'utilisation, la distribution et l'exploitation de l'eau.
- **Ciel pour enfants : planétarium scolaire**, spécialement conçu pour les enfants dans lequel l'observation du ciel se fait de manière pédagogique et amusante. La capacité de cette salle est de 26 personnes et elle dispose d'un projecteur de plus de 2 000 étoiles.
- **Salle découvrir et imaginer** : Destinée aux enfants de 3 à 7 ans, elle a un caractère interactif qui encourage l'exploration, la participation et la découverte.
- **Salle d'exposition temporaire** : dans laquelle sont traitées des questions scientifiques d'actualité. Le musée présente à la fois des expositions de sa propre production et des expositions importées d'autres villes espagnoles et européennes.
- **Salle d'assemblée** : C'est dans cette salle que se déroulent les conférences, les ateliers et les cours donnés par le musée, axés sur la promotion de la participation des publics jeunes et adultes à travers le traitement de sujets d'intérêt scientifique.

Il s'agit donc d'une entité dotée d'installations polyvalentes qui permettent d'exercer des activités de natures différentes.

2.6 Centres culturels et participation

Centres culturels municipaux

Les centres culturels de la municipalité de Murcie sont des entités publiques à but non lucratif de participation citoyenne, dont l'objectif est la conception, la planification et la réalisation de programmes et d'activités culturels qui complètent l'offre culturelle proposée par l'administration locale. La dynamisation et la promotion des activités culturelles menées dans ces institutions relèvent de la responsabilité du Conseil municipal (Mairie de Murcie, 2005, Journal officiel de la Région de Murcie, n° 139).

Les centres culturels municipaux « *constituent un vaste réseau de services publics socioculturels largement décentralisés sur l'ensemble de la commune* » (González, 1997, p. 5). Leurs objectifs sont à la fois de promouvoir le plaisir de la culture et d'encourager les échanges sociaux par des actions ludiques, éducatives, festives et créatives. À cette fin, les centres culturels planifient et conçoivent un large éventail d'activités, qui peuvent être regroupées en cinq blocs d'action : la formation, la participation et la promotion associative, la création (ateliers culturels), la diffusion et, enfin, la production culturelle (colloques, expositions et séminaires) (Jular, Montero, Planes et Sánchez, 1995). Cette

gamme d'activités est programmée en tenant compte des besoins et des demandes du voisinage, tout en comprenant aussi des propositions du centre culturel lui-même si elles sont jugées adéquates, utiles ou intéressantes pour les utilisateurs.

Les installations des centres culturels de la Région sont situées dans des bâtiments publics appartenant à la ville de Murcie. Différents types d'activités y sont proposées conjointement, de sorte que ces espaces peuvent être décrits essentiellement comme des lieux polyvalents et adaptables aux besoins des activités qu'ils accueillent.

Le public visé dépend dans une large mesure du tissu social de l'arrondissement ou du quartier dans lequel il se trouve. Cependant, dans un entretien avec Carmen Sánchez, coordinatrice des centres culturels de la région, « *les bénéficiaires qui participent le plus aux centres culturels en tant que population, en général, sont les femmes* ». Les hommes, en revanche, ne montrent pas un tel niveau d'assiduité alors que les jeunes se rendent dans les centres culturels de manière très ponctuelle. De même, les centres culturels établissent des liens avec les associations culturelles de chaque région (théâtre, musique, littérature) et avec les Associations de Mères et de Pères des écoles (AMPAS) pour l'organisation d'activités périscolaires.

Le centre municipal du quartier Carmen

Le centre municipal du quartier de Carmen est situé dans un bâtiment dans lequel sont concentrés plusieurs services municipaux offerts par la ville de Murcie, tels que le service éducatif, le bureau du maire et le service de la culture. La coordinatrice de ce dernier est responsable du fonctionnement des installations, bien que son travail se limite uniquement et exclusivement à la planification du programme culturel.

Il y a plusieurs espaces dans le centre, comme la bibliothèque, les « salles de classe » dans lesquelles les ateliers sont dispensés ou la salle d'exposition. La bibliothèque a été inaugurée à la fin de l'année 1996, a une superficie de 325 m² et fait partie du Réseau municipal des bibliothèques de Murcie. D'autre part, le centre municipal dispose de plusieurs salles qui servent de siège aux associations et autres groupes du quartier : Association littéraire « Renglones », Centre catholique – Culture populaire et développement des adultes El Carmen, Association des habitants de Carmen de Murcie, Association des commerçants du quartier Carmen, Centre des femmes El Carmen-CEMCAR et, enfin, la Fédération régionale des veuves de Murcie. Les autres dépendances des installations du centre sont la salle de réunion, d'une capacité de 70 places, la salle de danse et deux salles polyvalentes.

Les ressources humaines à disposition du centre sont rares, puisqu'il ne dispose que d'un coordinateur, de deux fonctionnaires et de moniteurs spécialisés qui sont embauchés temporairement en fonction de l'activité ou de l'atelier prévu.

3 Objectifs

Présenter l'ensemble des résultats de notre recherche dépasserait largement le cadre du présent article. De ce fait, les objectifs mentionnés ci-dessous ne couvrent pas non plus l'ensemble des objectifs de la recherche, mais ils sont les plus importants dans la perspective de cet article.

Objectif 1 : Identifier les caractéristiques socioculturelles qui définissent le quartier Carmen.

Objectifs spécifiques :

- 1.1 Décrire le profil des habitants qui participent aux activités socioculturelles du quartier.
- 1.2 Étudier les besoins et les problèmes sociaux qui prédominent dans le quartier en fonction des habitants eux-mêmes, ainsi que les besoins et les forces du quartier, et découvrir si ces conflits et besoins sociaux sont traités par les entités et les associations du quartier.
- 1.3 Connaître les perceptions qu'ont les habitants des principales fonctions des musées et du rôle social des institutions muséales.

Objectif 2 : Connaître les activités du Centre municipal El Carmen et du Musée des sciences et de l'eau avec une projection sociale et les groupes auxquels elles s'adressent, ainsi que la participation à celles-ci.

Objectif spécifique :

- 2.1 Connaître la participation des citoyens aux activités du centre municipal et du musée et le type de relation entre les habitants de la zone étudiée, le Centre municipal El Carmen et le Musée des sciences et de l'eau.

4 Méthodologie

4.1 Méthode

Une méthode descriptive non expérimentale de nature mixte a été suivie dans la recherche. L'instrument choisi pour le volet quantitatif est l'enquête, tandis que des entretiens semi-directifs et un groupe de discussion ont été utilisés comme instruments qualitatifs. Le but de ce dernier était de connaître et de structurer les attitudes, les pensées et les orientations idéologiques des participants afin d'aller au-delà de la simple observation et de révéler certaines des relations sociales du champ d'étude.

4.2 Échantillon

L'échantillon sur lequel portait la recherche était le suivant :

1. **Entretiens** : la coordinatrice des centres culturels de la Région de Murcie, les responsables du Centre municipal El Carmen ainsi que du Musée des sciences et de l'eau. Dans ce cas, l'entretien est utilisé comme un instrument permettant d'obtenir des informations pertinentes pour la recherche.
2. **Questionnaire** : 103 visiteurs réguliers du Centre municipal d'El Carmen pour la sélection desquels une technique d'échantillonnage aléatoire accidentel non probabiliste a été effectuée. Il s'agit de 67 femmes et 36 hommes de plus de 16 ans, principalement espagnols (97 %). L'âge moyen était de 48,6 ans.
3. **Groupe de discussion** : enfin, huit habitants du quartier de Carmen appartenant à des groupes et/ou associations du quartier ont participé au groupe de discussion.

4.3 Techniques et instruments

4.3.1 Remarque : journal des événements

Afin d'analyser les rapports d'activités du musée et du centre municipal, les projets, ateliers, expositions et activités ont été listés et classifiés sur une période d'un an. Ces informations ont été recueillies sur les sites Web respectifs des deux institutions.

4.3.2 Les entretiens

Trois entretiens ont été réalisés : avec la directrice du Musée des sciences et de l'eau, la coordinatrice des centres culturels de la Région et la coordinatrice du Centre municipal El Carmen.

Tout d'abord, après avoir effectué une recherche bibliographique sur l'origine et les caractéristiques des centres culturels, il a été jugé opportun de réaliser un entretien semi-directif de six questions (Morga, 2012) avec la coordinatrice des centres culturels de la région de Murcie. Les informations fournies ont permis de connaître le processus de création des centres culturels, ainsi que leurs objectifs et fonctions, ce qui s'était révélé introuvable dans les recherches théoriques de cette étude.

Par la suite, un entretien structuré a été mené avec les responsables des institutions dans lesquelles le projet a été développé. Ce deuxième type d'entretien a été réalisé individuellement afin de connaître les caractéristiques de l'action socioculturelle menée par les deux institutions, telles que le public cible, les ressources dont elles disposent ou les mesures adoptées pour s'adapter à la réalité sociale du quartier dans lequel elles se trouvent.

4.3.3 Le questionnaire

Dans un troisième temps, un questionnaire a été conçu et remis aux usagers du centre municipal du quartier Carmen afin de connaître leurs caractéristiques sociodémographiques et socioculturelles, ainsi que certains aspects liés au musée et au centre municipal. Le questionnaire comprenait 22 questions fermées et une question ouverte. Le questionnaire était organisé autour de six dimensions :

1. **les caractéristiques sociodémographiques** de l'utilisateur qui se rend au centre municipal, y compris le genre, l'âge, la formation, la profession et la nationalité ;
2. **habitudes socioculturelles** : données relatives aux habitudes socioculturelles du répondant ;
3. **les problèmes sociaux** perçus dans le quartier par ses habitants, ainsi que la prise en compte de ces conflits ou difficultés dans la planification du centre qu'ils fréquentent ;
4. **musées et participation** : connaissance des musées proches du quartier et participation aux activités qui y sont menées ;
5. **besoins sociaux** : informations fournies par le centre municipal sur les activités menées dans les musées de la ville, ainsi que sur la prise en compte des besoins sociaux par les institutions muséales ou leur capacité à y répondre. Une question est également incluse afin de déterminer l'importance accordée par chaque utilisateur à trois des fonctions du musée ;
6. **activités conjointes** : Enfin, la question numéro 20 visait à savoir si les utilisateurs souhaiteraient que les centres culturels et les musées mènent des activités conjointes.

Le tableau 1 établit la relation entre les variables et les objectifs spécifiques de la recherche.

Objectifs spécifiques	Variables
Décrire le profil des habitants qui participent aux activités socioculturelles du quartier.	Caractéristiques sociodémographiques du visiteur - genre - âge - formation des visiteurs - activité professionnelle - nationalité - activités de loisirs des visiteurs
Connaître la participation des habitants aux activités du centre municipal et du musée et le type de relation entre les habitants de la zone étudiée, le Centre municipal El Carmen et le Musée des sciences et de l'eau.	Expérience du visiteur lors des visites au Centre municipal d'El Carmen - fréquence des visites - type d'activité exercée - informations reçues concernant les activités dans les musées Expérience du visiteur lors des visites au Musée des sciences et de l'eau - visite du musée - participation aux activités du musée - type d'activité - visites d'autres musées Connaissance des musées à proximité du Centre municipal d'El Carmen - musées dans le quartier de Carmen - le Musée des sciences et de l'eau
Identifier les habitudes socioculturelles des habitants qui vivent ensemble dans le contexte analysé	Habitudes socioculturelles - temps libre
Étudier les besoins et les problèmes sociaux qui prédominent dans le quartier en fonction des habitants eux-mêmes, ainsi que les besoins et les forces du quartier, et découvrir si ces conflits et besoins sociaux sont traités par les entités et les associations du quartier	Contexte social du quartier - problèmes sociaux Relation entre les institutions culturelles et leur contexte - traitement des problèmes sociaux
Connaître l' opinion des habitants sur les principales fonctions des musées, et plus particulièrement leur évaluation spécifique par rapport au rôle social des institutions muséales	Le rôle des musées - fonctions du musée - fonction sociale

Tableau 1 – Questionnaire : objectifs et variables
Source : élaboration personnelle

Le but du questionnaire était de connaître les caractéristiques sociodémographiques et socioculturelles des visiteurs réguliers, ainsi que leur vision de certains aspects liés au musée et au centre municipal. La sélection de l'échantillon a été effectuée à l'aide d'une technique d'échantillonnage aléatoire accidentel non probabiliste, composée d'un total de 103 personnes (67 femmes et 36 hommes) âgées de plus de 16 ans, principalement espagnoles (97 %) et d'un âge moyen de 48,6 ans.

La passation du questionnaire papier a été effectuée à la sortie du centre culturel sur une durée de trois jours, en remettant le questionnaire individuellement à chaque participant et lui en fournissant une explication avant le début de le remplir. En cas de besoin, un enquêteur pouvait apporter son aide aux enquêtés. Grâce à cela, l'ensemble des questionnaires étaient valides.

4.3.4 Le groupe de discussion

Un groupe de discussion a réuni un échantillon d'étude de huit personnes ayant une caractéristique commune : ils étaient tous des habitants du quartier Carmen participant activement à la vie socioculturelle du quartier, la plupart d'entre eux étant même membres de différents groupes et associations du quartier. Cela a permis d'obtenir une vision représentative de l'opinion générale des habitants du quartier. Les femmes prédominaient (7 sur 8 participants), l'âge moyen était d'environ 43 ans. En ce qui concerne l'origine, six participants étaient de nationalité espagnole et deux étaient d'origine étrangère.

Les informations obtenues peuvent être regroupées dans les sept méta-catégories suivantes :

- Méta-catégorie I. Temps libre.
- Méta-catégorie II. Activités culturelles.
- Méta-catégorie III. Relation avec le Musée des sciences et de l'eau.
- Méta-catégorie IV. Relation avec le Centre municipal d'El Carmen.
- Méta-catégorie V. Problèmes sociaux du quartier de Carmen.
- Méta-catégorie VI. Attentes et points forts du quartier.
- Méta-catégorie VII. Traitement des problèmes sociaux.

Le tableau 2 présente les variables d'étude et les objectifs spécifiques auxquels elles sont liées dans le groupe de discussion :

Objectifs spécifiques	Variables
Identifier les habitudes socioculturelles des habitants qui vivent ensemble dans le contexte analysé.	Habitudes socioculturelles - temps libre - types d'activités, activités culturelles - participation à des activités dans des musées et des centres culturels
Analyser les connaissances et la participation des habitants aux activités sociales et culturelles du quartier générées par les différentes entités, groupes et associations du quartier.	Activité sociale et culturelle du quartier - connaissance du Musée des sciences et de l'eau et du centre municipal du quartier Carmen - participation au Musée des sciences et de l'eau et au centre municipal du quartier Carmen
Étudier les besoins et les problèmes sociaux qui prédominent dans le quartier en fonction des habitants eux-mêmes, ainsi que les besoins et les forces du quartier, et découvrir si ces conflits et besoins sociaux sont traités par les entités et les associations du quartier.	Contexte social - besoins du quartier - traitement des problèmes sociaux au Musée des sciences et de l'eau et au centre municipal du quartier Carmen
Connaître la participation des habitants aux activités du centre municipal et du musée et le type de relation entre les habitants de la zone étudiée, le Centre municipal El Carmen et le Musée des sciences et de l'eau.	Relations - relation entre le Centre municipal El Carmen et le Musée des sciences et de l'eau avec les collectifs et le contexte social du quartier

Tableau 2 – Le groupe de discussion : objectifs et variables
Source : élaboration personnelle

5 Résultats de la recherche

Comme mentionné ci-dessus, il est matériellement impossible d'aborder tous les résultats de la recherche dans un résumé comme celui-ci. Décision fut donc prise de ne décrire en détail que ceux qui sont directement liés aux objectifs de la recherche qui ont été considérés ici comme les plus pertinents dans l'élaboration des conclusions et des suggestions d'amélioration.

5.1 Profil des habitants qui participent aux activités socioculturelles du quartier

Les données recueillies grâce aux différents instruments et techniques ont permis de définir les caractéristiques sociodémographiques du visiteur du Centre municipal El Carmen.

L'échantillon était composé de 103 personnes âgées de plus de 16 ans et d'un âge moyen de 48,6 ans, dont 67 femmes et 36 hommes. À ce stade, il convient de tenir compte du fait que le centre municipal s'adresse à toute personne âgée de plus de 16 ans, de sorte que toutes les activités sont axées sur ce groupe-cible, excluant de fait l'ensemble de la population des enfants et des plus jeunes (de 0 à 16 ans). C'est pour cette raison que la passation du questionnaire n'a pas été réalisée auprès d'enfants ou de jeunes de moins de 16 ans, en dépit du fait que certains adolescents se rendent au centre municipal en particulier pour sa bibliothèque.

Âge	Nombre de répondants	En %
17-25 ans	15	14%
26-35 ans	9	9%
36-45 ans	13	13%
46-55 ans	19	18%
56-65 ans	27	26%
plus de 65 ans	20	19%
Total	103	100%

Tableau 3 – Âge des usagers du Centre municipal El Carmen
Source : élaboration personnelle

En ce qui concerne leur pays d'origine, seules trois personnes n'étaient pas de nationalité espagnole (97 % de nationalité espagnole, et deux Équatoriens et un Cubain). Le niveau d'études peut être classé comme moyen/moyen-élevé, puisque 66 % ont au moins des études moyennes (baccalauréat/formation professionnelle intermédiaire). De leur côté, 22 % des personnes interrogées étaient inactives/au foyer, 38 % avaient un emploi, soit en tant que salariées (26 %), soit en tant qu'indépendantes (12 %). Enfin, les retraités et les étudiants représentaient le même pourcentage (19 %).

Situation professionnelle actuelle	Nombre de répondants	En %
salariés	27	26%
au foyer	23	22%
étudiant	20	19%
retraité	19	19%
indépendant	12	12%
sans emploi	2	2%
Total	103	100%

Tableau 4 – Situation professionnelle actuelle de l'utilisateur du Centre municipal El Carmen
Source : élaboration personnelle

On peut souligner ici que le nombre élevé d'étudiants qui se rendent à la bibliothèque installée dans le centre municipal peut introduire un biais dans l'échantillon, les étudiants représentant une proportion importante du nombre total de répondants. La surreprésentation des étudiants est un facteur à prendre en compte dans l'analyse, car il modifie substantiellement les chiffres obtenus, en abaissant par exemple l'âge moyen de l'utilisateur du centre ou en augmentant le niveau moyen d'éducation, comme le montre le tableau 5.

Niveau de formation	Nombre de répondants	En %
sans diplôme	3	3%
école élémentaire / primaire	11	11%
diplômé de l'enseignement secondaire/ESO	20	19%
Baccalauréat / formation professionnelle moyenne	24	24%
diplômé / formation professionnelle supérieure	21	20%
licence	22	21%
maîtrise / doctorat	2	2%
Total	103	100%

Tableau 5 – Niveau de formation de l'utilisateur du Centre municipal El Carmen
Source : élaboration personnelle

5.2 Activité culturelle dans le quartier de Carmen

Les résultats obtenus dans le groupe de discussion ont porté à la fois sur la connaissance et l'organisation des activités socioculturelles réalisées dans le quartier, ainsi que sur le degré de participation dans celles-ci.

En ce qui concerne la première question, les huit participants ont affirmé être informés, dans une plus ou moins grande mesure, de l'activité culturelle de Carmen, car tous appartenaient à des associations ou à des groupes de la région qui participaient activement à la vie socioculturelle de celle-ci. C'est l'une des principales caractéristiques des participants au groupe de discussion : le sentiment d'appartenance qui les unissait

au quartier et, par conséquent, leur engagement et leur participation à l'activité socioculturelle qui y est générée.

Il est également frappant de constater qu'aucun des participants n'a fait mention de la programmation du musée ou de celle du centre municipal. D'autre part, quatre participants ont défini le quartier comme un espace dans lequel des initiatives et des projets de cette nature étaient promus par de petits groupes de travail, tandis que les activités promues par le musée ou le centre étaient considérées comme étant de nature sporadique et ponctuelle et étaient, dans la plupart des cas, éloignées des demandes et des besoins culturels des habitants du quartier.

Malgré cela, un membre du groupe souligne que le quartier ne se distingue pas par son activité culturelle intense, se concentrant sur les festivals et les petites activités prévues par le groupe culturel du quartier, comme le Festival interculturel du quartier Carmen.

5.3 Problèmes sociaux perçus par les habitants du quartier de Carmen

Étant donné que l'objectif principal de la recherche était de connaître les relations des groupes vivant dans le quartier avec le Centre municipal El Carmen et le Musée des sciences et de l'eau, ainsi que le rôle joué par les deux institutions dans la vie socioculturelle du quartier, il était essentiel de connaître les problèmes sociaux les plus importants de la région.

Ainsi, dans le cas du groupe de discussion, les participants ont précisé que la zone délimitée par la Calle Industria, la Calle Floridablanca et le Paseo Marqués de Corvera était la zone dans laquelle se concentrent la plupart des problèmes sociaux du quartier. Dans l'ensemble, et compte tenu des informations recueillies grâce au questionnaire et au groupe de discussion, les conflits sociaux qui ont suscité la plus grande inquiétude parmi les résidents du quartier ont été l'enfouissement des voies ferrées, l'immigration, la pauvreté et la prostitution. Les données obtenues sont rassemblées dans le tableau 6 et les perceptions à l'égard de chacune d'elles sont détaillées et décrites en profondeur dans les sous-sections suivantes.

Problèmes sociaux	Nombre de mentions	En % du total des répondants (n=103)
immigration	36	35%
enfouissement	36	35%
pauvreté	22	21%
ne sait pas	15	15%
chômage	12	12%
prostitution	11	11%
économie déclinante	9	9%
délinquance	9	9%
insécurité	8	8%
abandon	4	4%
inégalités	3	3%
vieillissement de la population	3	3%
saleté	2	2%
racisme	2	2%
activités coûteuses	1	1%
manque d'engagement social	1	1%
Total	175	-

Tableau 6 – Problèmes sociaux dans le quartier de Carmen évoqués dans le questionnaire
Source : élaboration personnelle

Il convient de noter que le premier des problèmes concernait les nombreux conflits et désaccords sociaux qui ont secoué la ville autour de l'arrivée du train à grande vitesse espagnol (AVE) tout au long de l'année au cours de laquelle la recherche a été menée.

5.4 Traitement des problèmes sociaux au Musée des sciences et de l'eau et au Centre municipal d'El Carmen

Afin d'analyser la relation des deux institutions avec leur environnement, les perceptions que les participants à l'étude avaient sur le traitement des problèmes sociaux à travers les programmes et les activités développés au Centre municipal El Carmen et au Musée des sciences et de l'eau ont été approfondies.

Comme le montre le tableau 7, 52 % des personnes interrogées estiment que les conflits sociaux sont pris en compte dans le Centre municipal pour programmer, concevoir et planifier l'action culturelle menée, un chiffre qui contraste significativement avec les 11 % qui estiment que les musées prennent également en compte ces aspects dans la mise en œuvre de leurs projets.

La différence entre les deux institutions est moins perceptible lorsque la réponse est « parfois », tandis que le contraste est plus grand lorsque les répondants répondent « non », puisque 53 % des personnes interrogées ont considéré que les musées ne

traitent en aucune manière des problèmes sociaux et que, par conséquent, ils ne s'adaptent pas au contexte social qui les entoure, par opposition aux 23 % des personnes interrogées qui ont opté pour cette même réponse dans le cas du centre municipal.

... dans le...	Nombre de répondants				En % (n=103)		
	oui	parfois	non	Total	oui	parfois	non
Centre municipal	54	26	23	103	52%	25%	23%
Musée	12	37	54	103	11%	36%	53%

Tableau 7 – Traitement des problèmes sociaux dans le Centre municipal El Carmen et Musée des sciences et de l'eau
Source : élaboration personnelle

En analysant les données obtenues, il est frappant de constater qu'une grande partie des personnes interrogées considèrent que l'une de ces deux institutions ne tient pas compte des problèmes sociaux du contexte dans lequel elle s'inscrit. En effet, si l'on regroupe¹ les réponses fournies pour chacune des institutions, l'option « non » cumule 38 % des réponses par rapport à l'ensemble, tandis que les « parfois » et les « oui » représentent respectivement 30 % et 32 % du total. Ce fait montre qu'un grand pourcentage des personnes interrogées considère que les centres municipaux et les musées sont des institutions situées en marge des conditions et des particularités de l'environnement dans lequel elles se trouvent.

Dans le groupe de discussion, cependant, les opinions divergent sur cette question. En ce qui concerne le rôle que pourrait jouer le Musée des sciences et de l'eau en tant qu'espace de traitement des problèmes sociaux mentionnés ci-dessus, un participant a estimé que le musée offrait effectivement la possibilité de résoudre les conflits sociaux dans la région et qu'il pouvait le faire non seulement par le biais d'activités d'exposition, mais aussi en programmant des spectacles qui tirent parti de l'espace et des installations dont il dispose. Un autre participant a quant à lui affirmé qu'il existait un manque de communication entre les différentes institutions. Les autres participants n'ont pas exprimé d'opinion explicite à ce sujet.

Cette question donne lieu à une deuxième catégorie qui aborde la question de savoir quels autres musées de la région pourraient traiter ces problèmes, et de quelle manière ils pourraient le faire. À cet égard, trois participants ont mentionné le Centro Párraga comme un espace où approfondir et résoudre ces problèmes. Cependant, un membre a fait valoir que lorsque des expositions ou des activités liées d'une manière ou d'une autre au quartier sont proposées, leurs responsables les renvoient au centre municipal, arguant que c'est le lieu approprié pour les organiser. En outre, quatre participants ont été d'accord sur l'une des idées exprimées : en cas de réhabilitation des différentes installations du quartier, il faudrait envisager une programmation à long terme afin d'assurer la continuité et la cohérence de l'utilisation de l'espace, c'est-à-dire planifier ce qui va être proposé, dans quel but et pour quelle raison.

D'autre part, partant de l'opinion générale selon laquelle le centre municipal n'est pas adapté aux besoins du quartier, un participant estimait qu'il ne s'agissait pas d'une institution permettant de traiter les problèmes, tandis que deux autres affirmaient que

¹ Note de l'éditeur : Il serait méthodologiquement plus approprié de calculer un tri croisé plutôt que d'additionner les pourcentages de deux variables distinctes.

cela était possible et que cela devrait d'ailleurs être l'un de ses objectifs. De même, deux participants ont déclaré rencontrer des obstacles pour demander des autorisations et utiliser les installations du centre et que les salles disponibles étaient occupées en permanence par certaines associations, ce qui rendait leur accès difficile. En outre, trois participants ont perçu une attitude réticente de la part de leurs responsables lorsqu'il s'agissait de participer à des projets planifiés par d'autres collectifs, ainsi qu'à ceux qui se déroulent en dehors des installations et des horaires fixés par l'institution.

Les membres du groupe ont cité plusieurs exemples justifiant les opinions exprimées au sujet du centre municipal. Trois participants ont par exemple souligné le manque d'adaptation du centre municipal au contexte social du quartier. Parmi eux, deux ont mentionné un besoin apparu quelques années auparavant dans le quartier à la suite de l'organisation d'une fête d'Halloween pour les enfants, qui avait été proposée et organisée par plusieurs mères du quartier et à laquelle 120 enfants ont finalement participé. En raison du grand succès rencontré, les organisatrices ont décidé de solliciter l'aide et la collaboration du centre municipal pour le développement d'activités et de jeux adaptés à cette fête, ainsi que l'utilisation de ses installations pour la projection de films pour enfants. Cette proposition a été rejetée par le centre municipal au motif que l'assurance souscrite ne couvrait pas les activités destinées aux moins de 16 ans (« [...] *Comment allez-vous répondre aux besoins socioculturels d'un quartier qui compte six écoles primaires, quatre publiques et deux privées, et deux lycées, si le centre municipal lui-même ne couvre pas les moins de 16 ans ? C'est très représentatif et il y a un besoin [...]* »).

De plus, un participant soulignait que les activités du centre culturel étaient des ateliers préétablis, tandis qu'un autre estimait que le centre devrait se montrer disposé à collaborer avec les associations et à étudier leurs besoins. En conséquence, les participants ont fait valoir que ce type d'attitudes et de comportements montrait que les propositions du centre municipal étaient loin de correspondre au contexte social du quartier du Carmen.

5.5 Connaître l'opinion des habitants sur les principales fonctions des musées et sur le rôle social des institutions muséales

En approfondissant la question des institutions muséales, il est essentiel de connaître l'opinion des participants sur certaines des fonctions du musée. L'objectif était de vérifier si, selon les perceptions des participants, le musée a évolué ou s'il conserve encore un certain caractère traditionnel, ainsi que le poids de chacune des fonctions choisies dans son fonctionnement.

En ce qui concerne la fonction sociale des musées, pour 72 % des personnes interrogées, il s'agit d'espaces dans lesquels travailler pour améliorer les besoins et les problèmes sociaux de l'environnement. En d'autres termes, ils appréciaient le musée en tant que lieu qui peut contribuer au développement social et culturel et le promouvoir. Cependant, les 18 % restants considéraient les musées comme des espaces purement contemplatifs liés à l'art.

De même, les personnes interrogées ont évalué les fonctions suivantes du musée selon le degré d'importance de chacune d'elles, à savoir 1 très importante, 2 importante et 3 pas très importante. Les résultats obtenus sont détaillés dans le tableau 8.

	Nombre de répondants			Moyenne	En % (n=103)		
	1	2	3		1	2	3
Je la considère très/ importante /peu					très/ importante /peu		
loisirs et temps libre	37	47	19	1,83	36%	46%	18%
éducation et formation	82	20	1	1,21	80%	19%	1%
développement social et culturel	48	35	20	1,37	47%	34%	19%

Tableau 8 – Importance des fonctions du musée selon les usagers du Centre Municipal d'El Carmen
Source : élaboration personnelle

D'une manière générale, les trois fonctions du musée mentionnées ci-dessus, ainsi que sa fonction sociale, sont importantes ou très importantes pour les répondants. La fonction éducative et de formation, en particulier, a une place prépondérante. Toutes ces fonctions ont un rôle fondamental dans l'action menée par ces institutions.

6 Analyse

Sur la base des résultats obtenus, on peut affirmer qu'au moment où la recherche a été menée, il y avait un manque de dialogue entre les institutions culturelles et les groupes concernés par l'étude. Ce fait est également évident dans les recherches menées par Hervás, Sánchez et Castejón (2017) portant sur le Musée des beaux-arts de Murcie (MUBAM) et les possibilités de développement local qu'il offrait. Cette dernière a souligné la nécessité de connaître l'environnement dans lequel se trouve l'institution culturelle afin de connaître le champ d'action de certains groupes et ainsi être en mesure d'optimiser la qualité de l'expérience culturelle. Dans cette optique, Soler (2016) met en évidence cette idée en affirmant que « *les musées ont des publics très divers, avec des caractéristiques sociodémographiques différentes et des intentions et attentes disparates. Il est d'une importance vitale de partir de cette conception lorsque l'on réfléchit à des stratégies de communication qui leur sont destinées* » (p. 64). Par conséquent, il est évident qu'il est souhaitable de créer des processus de communication non seulement entre les différentes institutions, associations et entités, mais aussi entre les groupes et les habitants de l'environnement afin de concevoir et de fournir une offre culturelle large et adaptée.

Dans cette étude, les participantes perçoivent le Centre culturel comme une institution axée sur le travail avec des secteurs du public présentant certaines caractéristiques (les femmes âgées), qui met en œuvre des projets et des ateliers qui ne sont pas liés au développement social et culturel du contexte dans lequel ils sont réalisés, mais à l'apprentissage, à l'amélioration et au perfectionnement de certaines techniques et compétences telles que la peinture ou la danse.

Selon les résultats, le Musée des sciences et de l'eau présente certaines limites en termes de type d'activité, puisque la grande majorité d'entre elles s'adressent aux enfants ou aux jeunes, ce qui limite considérablement son champ d'action. De même, l'implication de l'institution dans la vie culturelle du quartier est rare, car elle ne collabore pas avec d'autres institutions de la région pour la création de projets communs et ne tient pas

compte des besoins des groupes dans la planification de sa propre programmation. De plus, cette étude et une étude publique antérieure (Hervás, Parra et Ruiz, 2009) révèlent une gestion et une diffusion déficientes de l'information liée aux activités programmées par cette institution.

Une des conclusions de l'ouvrage *El museo como espacio de desarrollo local. Una experiencia de participación ciudadana* (Hervás, Sánchez et Castejón, 2017) (littéralement : Le musée comme espace de développement local. Une expérience de participation citoyenne) est que les centres culturels et les musées ont des intérêts communs et que, par conséquent, ils doivent collaborer afin de promouvoir le développement territorial, de sorte que les fonctions de ces institutions doivent être reconsidérées d'un point de vue social. En d'autres termes, les deux devraient être ouverts à la communauté et s'adapter à une société changeante et complexe (Sabaté et Gort Riera, 2012).

Enfin, il convient de souligner l'intérêt et la pertinence de l'étude proposée, car elle présente les bases méthodologiques à prendre en compte pour comparer le travail réalisé par différentes institutions culturelles et la manière dont celles-ci interagissent avec leur environnement. La recherche, qui n'est pas sans limites – telles que la difficulté à obtenir la participation de certains groupes (principalement les jeunes) et l'impossibilité d'accéder aux archives des programmations de certaines institutions –, vise à établir une première approche de la question de recherche posée, ainsi qu'à jeter les bases permettant d'élargir le champ d'étude en utilisant des procédures identiques ou similaires.

7 Conclusions

Les résultats présentés ici nous permettent de connaître l'action culturelle menée par le Musée des sciences et de l'eau et le Centre municipal El Carmen au cours d'une année. L'analyse des données recueillies montre qu'aucune des deux institutions n'est vraiment adaptée aux particularités du contexte dans lequel elle se situe. Quoi qu'il en soit, il convient de noter, comme cela a déjà été expliqué ci-dessus, que les deux institutions disposent de ressources très limitées, tant budgétaires qu'humaines, ce qui peut en partie expliquer cette situation. Cela n'empêche pas que les recommandations décrites dans ces conclusions puissent servir aux responsables techniques et politiques pour prendre en compte les besoins et rechercher des voies d'amélioration.

Les données obtenues nous permettent de connaître et de comprendre les besoins sociaux et culturels de certains secteurs de la population du quartier Carmen et la prise en compte – ou non – de ceux-ci par le musée et le centre municipal, dont les offres et les programmes semblent se limiter à des groupes aux caractéristiques très spécifiques.

L'adaptation de la programmation est non seulement nécessaire, mais souhaitable, car la culture et l'accès à celle-ci créent de l'identité, génèrent de l'inclusion sociale, rassemblent et catalysent la diversité, favorisent la création de réseaux sociaux et favorisent la participation citoyenne (Insa, 2009). Tout cela a un impact positif sur le développement social et culturel de l'environnement et, par conséquent, sur le développement local. Bref, il s'agit pour les deux institutions de s'adapter aux demandes des habitants du quartier et d'ajuster, dans une plus ou moins grande mesure, leurs projets, pour répondre aux besoins socioculturels d'un public de plus en plus diversifié.

7.1 Connaître la réalité sociale

En premier lieu, et afin de proposer non seulement une offre culturelle de qualité, mais aussi une offre adéquate et variée, il serait opportun pour les deux institutions d'analyser le contexte social du quartier dans lequel elles se trouvent. Dans ce cas, il s'agirait d'établir une communication à double sens pour identifier les préoccupations, les problèmes et les demandes sociales des habitants du quartier. À cette fin, ils pourraient utiliser divers moyens de consultation citoyenne pour la proposition d'événements et d'activités, ainsi que pour l'approbation des projets qui en découlent.

C'est ce que l'on appelle la mise en œuvre de modèles de participation citoyenne. Ces dernières années, on a assisté à une augmentation significative de l'utilisation de différents instruments de ce type en Europe, promus dans les sphères législative et exécutive, pour revitaliser la participation des citoyens, ainsi que pour renforcer les institutions elles-mêmes (Colino et al., 2003 ; Sintomer et al., 2008 cité par Ganuza, 2010). Cet essor s'explique d'une part par la nécessité de faire face à un nouveau contexte social et politique dans lequel les municipalités tentent de surmonter des problèmes de nature diverse ; d'autre part, à l'élargissement de la base participative, généralement monopolisée par des groupes sociaux corporatifs, permettant ainsi l'intervention de groupes sociaux informels et d'habitants, agents traditionnellement exclus des canaux de participation (Ganuza, 2010).

En ce sens, la réalisation de courts entretiens et la passation de questionnaires pour connaître les préférences et les besoins des habitants du quartier pourrait être très utile à l'élaboration de programmes adaptés. Les entretiens peuvent être individuels ou de groupe : ils favorisent le dialogue, car il s'agit d'un instrument flexible et dynamique qui permet de collecter des données qualitatives (Díaz, Torruco, Martínez et Varela, 2013).

Les questionnaires visent quant à eux à obtenir des informations quantitatives de manière systématique et ordonnée, avec l'avantage majeur de pouvoir être remplis par des personnes de tous types sans qu'il soit nécessaire de les réunir (García, 2003). La collecte et l'analyse des données permettraient d'obtenir une vision globale des demandes du public cible des deux institutions, favorisant ainsi la connaissance de la réalité sociale du quartier, aspect essentiel pour le développement de projets culturels dans celui-ci. Par conséquent, l'un ou l'autre de ces deux instruments peut être considéré comme le point de départ pour commencer à construire et à créer des activités adaptées aux particularités sociales et culturelles du contexte.

Une autre option serait de travailler avec des cartographies des acteurs sociaux. Les acteurs sociaux peuvent être des personnes, des groupes ou des organisations qui s'intéressent à un projet ou à un programme. Ils sont généralement considérés comme ceux qui peuvent influencer de manière significative (positivement ou négativement) une intervention ou dont la présence ou le travail détermine la manière dont une situation se manifeste (Tapella, 2007). La cartographie des acteurs sociaux, également appelée sociogramme, « implique l'utilisation de schémas pour représenter la réalité sociale dans laquelle nous sommes immergés, pour la comprendre dans son extension la plus complexe possible et pour établir des stratégies de changement pour la réalité ainsi comprise » (Tapella, 2007, p. 2). L'un des principaux avantages de cette technique est que la construction de ces cartes ne repose pas sur des individus ou des groupes, mais sur les relations et les réseaux de relations qu'ils établissent. De cette façon, le centre municipal et le musée pourraient découvrir quels sont leurs liens avec les différents

groupes du quartier et proposer des mesures d'amélioration, transformant ainsi leurs institutions en espaces dans lesquels tous les acteurs sociaux sont envisagés.

Il faut tenir compte du fait que le rôle de certains acteurs sociaux peut être modifié, soit par la présence de nouveaux acteurs, soit par des changements dans le contexte, soit par des changements chez l'acteur lui-même. Ce fait oblige à supposer que la cartographie ou les informations provenant des entretiens et des questionnaires seront valables pour un moment donné et que, par conséquent, ces procédures devraient être mises à jour fréquemment.

7.2 Mettre en œuvre des programmes culturels adaptés

Une fois les besoins des habitants du quartier identifiés et analysé le réseau de relations tissées entre les différents acteurs sociaux, les projets culturels doivent être conçus, proposés et mis en œuvre en accord avec l'environnement dans lequel les entités sont situées. Bien qu'il soit nécessaire de concevoir des propositions concrètes pour les deux institutions, voici quelques suggestions pour la mise en œuvre de programmes culturels qui tiennent compte de la réalité socioculturelle du contexte :

1. Recueillir les demandes et les besoins sociaux perçus par les habitants du quartier, ainsi que connaître les caractéristiques de l'ensemble de la population qui réside dans le quartier.
2. Proposer des activités, des ateliers, des expositions et des projets qui répondent aux besoins particuliers des groupes du quartier et qui favorisent la participation, le développement, l'intégration et l'inclusion de tous. À cette fin, l'offre doit être large et diversifiée.
3. Promouvoir la création de liens entre les différentes entités, institutions et associations du quartier et la collaboration entre elles, ainsi que l'échange continu d'idées et de propositions avec les groupes qui y vivent. Tout cela permettra de transformer ces institutions en un espace au service de la communauté et des résidents.

De la même manière, il y a aussi plusieurs aspects susceptibles d'être améliorés, ce qui aurait un impact positif sur la mise à jour de l'offre culturelle, en la rendant pratique, variée, adaptée et actuelle.

D'abord, l'amélioration de la diffusion des programmes, puisque les résultats obtenus montrent une gestion et une transmission déficientes de l'information relative aux activités programmées. Le système de diffusion adopté par les deux institutions est basé sur la distribution de dépliants, hors-les-murs ou dans leurs propres locaux. De plus, bien que les deux aient un site web, il serait pratique d'utiliser les réseaux sociaux pour atteindre une plus grande projection publique. Cet aspect favoriserait à son tour la captation d'un public jeune et adulte.

De même, le Musée et le Centre municipal doivent garantir l'accès à tous les publics. De cette manière, ils doivent tout mettre en œuvre pour intégrer dans leurs programmes des options pour tous les types de personnes, telles que les personnes en situation de handicap, qu'il soit auditif, visuel, moteur ou autre, ou les groupes socialement discriminés, etc. Cependant, il s'agit d'un aspect qui doit être travaillé progressivement et, qui plus est, nécessite des ressources économiques et humaines. Le Centre municipal, lui, doit faciliter l'accès aux salles dont il dispose dans ses installations, en essayant d'éliminer, dans la mesure du possible, les obstacles administratifs et bureaucratiques qui rendent son utilisation difficile.

Enfin, à la lumière des résultats, il convient de poursuivre les travaux sur les projets qui traitent des relations entre les acteurs sociaux et des actions culturelles promues par les institutions culturelles, car l'utilisation de pratiques appropriées et actualisées dans les centres culturels et les musées peut contribuer de manière substantielle au développement socioculturel. Dans cette optique, il serait recommandé, en tenant compte des caractéristiques des institutions culturelles de chaque lieu, d'étendre la recherche à d'autres municipalités et communautés autonomes afin de déterminer si ce qui est rapporté dans cet article est une particularité de la zone étudiée ou si, au contraire, il s'agit d'un problème à traiter dans le reste du pays. Dans tous les cas, cela permettrait de montrer différentes expériences et, très probablement, de trouver des solutions innovantes pour créer des espaces de coexistence et d'enrichissement qui favorisent la participation de la communauté aux processus de développement local, dans le but de traiter diverses questions sociales (Sabaté et Gort, 2012).

Cet article a reçu le Prix Colette Dufresne-Tassé de la Recherche 2021 décerné par ICOM CECA.

Ce texte est une traduction de l'original en espagnol intitulé *Estudio de la relación entre dos instituciones culturales y su entorno social en el Barrio del Carmen de Murcia* publié dans *ICOM Education 31*, version espagnole. Traduction avec l'aide d'un traducteur automatique, relecture Stéphanie Wintzerith.

Références

- Alonso, L. (1999). *Museología y museografía*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Ariel, H. (2012). *Gestión cultural y desarrollo. Claves del desarrollo*. Madrid: Artes Gráficas Palermo S.L.
- Ayuntamiento de Murcia (30 de julio de 1996). Artículo 2 [Título I]. Ley de Museos de la Región de Murcia [Ley 5/11843]. Boletín Oficial de la Región de Murcia. Disponible en ligne <https://www.borm.es/borm/documento?obj=anu&id=488394>
- Ayuntamiento de Murcia (20 de mayo de 2005). Artículo 57 [Título IV]. Reglamento de participación ciudadana y distritos. [Ley 7/139]. Boletín Oficial de la Región de Murcia. Disponible en ligne https://www.murcia.es/c/document_library/get_file?uuid=929bd031-1b24-4a5f-99da-c669e9cc2ce6&groupId=11263
- Azócar, M. A. (2007). *A treinta y cinco años de la mesa redonda de Santiago*. Disponible en ligne http://www.dibam.cl/dinamicas/DocAdjunto_991.pdf
- Desvallées, A. y Mairesse, F. (2010). *Conceptos claves de museología*. Disponible en ligne http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Espagnol_BD.pdf
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. Disponible en ligne <http://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Fundación Cepaim. (2016). *Participamos tod@s. Proceso participativo para el diseño de un evento festivo común que favorezca las relaciones interculturales en el Barrio del Carmen*.

- Ganuza, E. (2010). *Nuevos instrumentos de participación: entre la participación y la deliberación*. Disponible en ligne <http://www.iesa.csic.es/publicaciones/040320152.pdf>
- García, T. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. Disponible en ligne http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf
- González, A. (1997). Centros. *Revista de los Centros Culturales del Municipio de Murcia*, 1 (0).
- Guisasola, J. y Morentín, M. (2007). ¿Qué papel tienen las visitas escolares a los museos de ciencias en el aprendizaje de las ciencias? Una revisión de las investigaciones. *Enseñanza de las ciencias*, 25 (3), 401-414. Disponible en ligne <https://ddd.uab.cat/pub/edlc/02124521v25n3/02124521v25n3p401.pdf>
- Hernández, F. (1992). Evolución del concepto de museo. *Revista General de Información y Documentación*, 2(1), 85-97. Disponible en ligne <http://esferapublica.org/museo.pdf>
- Hernández, P. (2003). La política cultural en la Región de Murcia: Retrasos comparativos y nueva dimensión estratégica. En Gómez, J.A, Sánchez, J.A (Coords.), *Práctica artística y políticas culturales* (pp.129-136). Murcia: Ediciones de la Universidad de Murcia.
- Hervás, R.M., Parra, M.I, Nicolás, S. y Ruiz, M.G. (2009). *Museos como espacios de experiencias museísticas. El museo de la Ciencia y el Agua y su público*. Trabajo presentado en Jornadas estatales DEAC-Museos de Museo de Belas Artes, A Coruña, España.
- Hervás, R.M.; Sánchez, A.; Castejón, M. (2017). El museo como espacio de desarrollo local. Una experiencia de participación ciudadana. *ICOM Education* 27, 45-69.
- Insa, J.R. (2009). *La cultura como estrategia para el desarrollo*. Disponible en ligne https://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/LA_CULTURA_COMO ESTRATEGIA_DE_DESARROLLO.pdf
- Jiménez, S.I y Palàcio, M.C. (2010). Comunicación de la ciencia y la tecnología en museos y centros interactivos de la ciudad de Medellín. *Universitas Humanística*, 1(69), 227-257. Disponible en ligne <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n69/n69a12.pdf>
- Jular, T., Montero, L., Planes, M.J., Sánchez, C. (1995). *Cuaderno de monitor/a. Centros culturales de la Región de Murcia*. Murcia: A.G Novograf S.A.
- Laspra, B. (2013). El papel de los museos de ciencia y tecnología en los estudios demoscópicos de percepción social de la ciencia: El caso de España. *Revista Redes.com*, 1 (7), 25-79. Disponible en ligne <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/224>
- Mairesse, F. (2017). *Définir le musée du XXIe siècle. Matériaux pour une discussion*. Disponible en ligne http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/icofom/images/LIVRE_FINAL_DEFINITION_Icofom_Definition_couv_cahier.pdf
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2015). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2014-2015*. Disponible en ligne https://www.mecd.gob.es/mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/2014-2015/Encuesta_de_Habitos_y_Practicas_Culturales_2014-2015.pdf
- Morga, L.E. (2012). *Teoría y técnica de la entrevista*. Disponible en ligne http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/salud/Teoria_y_tecnica_de_la_entrevista.pdf
- Navajas, Ó. (2015). *Una «nueva» museología*. Disponible en ligne <http://nuevamuseologia.net/wp-content/uploads/2015/12/unanuevamuseologia.pdf>
- Parra, M. (2003). El Museo de la Ciencia y el Agua. *Educación en el 2000*, 7 (1), 60-62. Disponible en ligne <https://www.educarm.es/documents/246424/461834/10museo.pdf/aa394146-8cd7-4341-b47b-3a6d0fc0c899>

- Rasinet. (2014). *Vivienda, inmigración y crisis en la ciudad de Murcia: una aproximación al estado de la cuestión*. Disponible en ligne <http://rasinet.org/wp-content/uploads/2015/11/INFORME-vivienda-e-inmigraci%C3%B3n-crisis-Rasinet-1.pdf>
- Sabaté, M. y Gort, R. (2012). *Museo y comunidad. Un museo para todos los públicos*. Gijón: Ediciones Trea.
- Sánchez-García, M.A. (2016). *Los espacios de sociabilidad protegida en la construcción de identidades colectivas. Un estudio de caso: La población inmigrante del barrio del Carmen de Murcia*. Disponible en ligne <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3901.pdf>
- Segarra, A., Vilches, A. y Gil, D. (2008). Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales. *Los museos ciencias como instrumentos de alfabetización científica*, 1(22), 85-102. Disponible en ligne <https://www.uv.es/vilches/Documentos/Museos%20de%20ciencias.pdf>
- Shields, CH. (1992). *Science Museums: Education or Entertainment?* *Curriculum Review*, p. 9-12.
- Soler, A. (2016). *La gestión de la comunicación externa en los museos andaluces*. (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, Málaga, España.
- Tapella, E. (2007). *El mapeo de actores claves*. Disponible en ligne <https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/quc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf>
- Tiburcio, E. (2015). *El Museo y sus Públicos. Estudio de los Visitantes Reales y Potenciales de los Museos en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Análisis Previo a los Estudios de Público de los Museos de Marrakech*. (Tesis doctoral). Universidad de Murcia, Murcia, España.
- Uriel, E. y Rausell, P. (2009). *El valor económico de la cultural de la Región de Murcia*. Murcia: Imprenta regional de Murcia.

In memoriam

In memoriam

In memoriam

Cornelia Brüninghaus-Knubel

Nicole Gesché-Koning



Cornelia Brüninghaus-Knubel 1943-2024

Photographe : Emanuela Danielewicz

Cornelia a été un membre très actif du CECA, qu'elle a présidé pendant six ans entre 1983 et 1989. Elle a participé à sa première conférence CECA à Budapest en 1973.

Quelques semaines avant son décès, elle donnait encore le 29 novembre 2024 une conférence très appréciée à la Bundeskunsthalle de Bonn : *Époque de changement et d'expérimentation en Rhénanie-du-Nord-Westphalie (NRW) – Rapport d'une pionnière de l'éducation artistique dans les musées*.

Cornelia a été une véritable pionnière de l'éducation muséale à une époque où l'enthousiasme pour la transmission de l'art moderne à tous a conduit à la reconnaissance de l'importance de l'éducation muséale non seulement en Allemagne, son pays, mais aussi dans le monde entier. Son article dans *Museum International* intitulé *L'éducateur de musée, avocat du public* reste une lecture¹ incontournable pour tous les éducateurs de musée.

Lors de sa dernière conférence², elle a expliqué que le fait d'intégrer l'accessibilité, l'inclusivité et l'ouverture à tous les publics grâce aux actions d'éducation muséale l'ont renforcée dans sa conviction que notre travail dans les musées est une fabuleuse aventure. Un défi qui doit beaucoup à la volonté et à la détermination malgré les interférences de l'administration et de la politique. « Croire en ce que l'on fait et continuer à avancer », telle a été la devise de Cornelia tout au long de sa fascinante carrière, du musée Folkwang d'Essen à son Musée des enfants de Duisbourg.

¹ Disponible en ligne <https://doi.org/10.1111/j.1755-5825.1993.tb00564.x>

² Pour revoir la conférence (en allemand) : <https://vimeo.com/1045942591?share=copy>

Authors

Auteurs

Autores

Liste des auteurs

Graciela Beauregard Solís

Professeure-chercheuse

Département des Sciences de la Vie (Biologie), Université Autonome Juárez de Tabasco, Mexique

ceibeauregard@yahoo.com

CHEN Ying

Head of education and Research Department, Exhibition and Education Centre Shanghai Astronomy Museum (Shanghai Science and Technology Museum Branch), Shanghai, Chine

chenying@sstm.org.cn

Carlos Javier Egio Rubio

Professeur associé

Département de géographie, Université de Murcie, Espagne

cj.egiorubio@um.es

Heloisa Helena Fernandes Gonçalves da Costa

Muséologue, professeure

Université Fédérale de Bahia, Salvador de Bahia, Brésil

helocosta773@gmail.com

Alberto Garlandini

Président émérite de l'ICOM

Nombreuses fonctions au sein des conseils scientifiques, conseils d'administration etc. de musées et institutions muséales, Milan, Italie

alberto.garlandini@gmail.com

Nicole Gesché-Koning

Médiatrice du patrimoine

Bruxelles, Belgique

ngesche@me.com

Lila Heinola

Médiatrice culturelle
Museum Centre Vapriikki, Ville de Tampere, Finlande
lila.heinola@tampere.fi

Monika Holzer-Kernbichler

Correspondante nationale du CECA pour l'Autriche
Directrice de la médiation culturelle
Musée Kunsthaus Graz et Neue Galerie Graz au sein du Musée Joanneum, Autriche
monika.holzer-kernbichler@museum-joanneum.at

Alix Hubermont

Chargée des publics et de la pédagogie
Art et marges musée, Bruxelles, Belgique
alix.hubermont@artetmarges.be

Silke Krohn

Directrice de l'éducation et de la médiation culturelle
Dokumentationszentrum Flucht, Vertreibung, Versöhnung, Berlin, Allemagne
s.krohn@f-v-v.de

Susanna Lahtinen

Curator of audience engagement
Musées de la Ville de Turku, Finlande
susanna.lahtinen@turku.fi

Ludovic Maggioni

Directeur
Museum d'histoire naturelle de Neuchâtel, Suisse
ludovic.maggioni@unine.ch

Anne-Marie Maïla-Afeiche

Directrice générale
Conseil des musées – Ministère de la Culture du Liban
Musée National de Beyrouth, Liban
annieafeiche@gmail.com

Markus Moors

Directeur adjoint (Deputy museum manager)
Musée du District de Wewelsburg, Allemagne
moorsm@kreis-paderborn.de

Victoria Osete Villalba

Master Universitaire en Education et Musées
Université de Murcie, Espagne
victoria.osete@murciaeduca.es

Gustavo A. Ortiz Serrano

Directeur émérite
Musée d'art contemporain, Bogota, Colombie
gusdigital@gmail.com>

Bengt Selin

Curator of audience engagement
Musées de la Ville de Turku, Finlande
bengt.selin@turku.fi

Andrew Simpson

Président d'ICOM UMAC
Office of the University Librarian (Art Gallery)
Université de Macquarie, Australie
andrew.simpson@mq.edu.au

SONG Xian

Deputy Director of Science Communication
Shanghai Science and Technology Museum, Shanghai, Chine
songx@sstm.org.cn

Annette Viel

Muséologue
Québec, Canada
annette_viel@hotmail.com

Stéphanie Wintzerith

Présidente d'ICOM SAREC
Editrice d'*ICOM Education* 31
Chercheuse indépendante : évaluations, études de publics
Wintzerith – Evaluation für Kultureinrichtungen, Karlsruhe, Allemagne
swi@wintzerith.de

ICOM Education 31

ICOM Education is the annual journal issued by CECA, the international Committee for Education and Cultural Action of the International Council of Museums (ICOM) network. The journal publishes papers written by museum professionals as well as academic researchers around the world in order to foster the reflection on the themes which are the committee's *raison d'être*: museum education, cultural action and audience research.

ICOM Education est la revue annuelle du CECA, le Comité pour l'éducation et l'action culturelle du réseau du Conseil international des musées (ICOM). Elle rassemble des contributions du monde entier issues de la pratique muséale ainsi que de la recherche universitaire dans le but d'enrichir la réflexion sur les thèmes qui sont l'essence même du comité : l'éducation muséale, la médiation, l'action culturelle et la recherche sur les publics.

ICOM Educación es la revista anual del CECA, el Comité de Educación y Acción Cultural de la red del Consejo Internacional de Museos (ICOM). Ella junta artículos de todo el mundo escritos por profesionales de los museos y por investigadores universitarios para contribuir a la reflexión sobre los temas que constituyen la *raison d'être* del comité : la educación museal, la mediación, la acción cultural y la investigación sobre los públicos.