

Muséologie collaborative ou inclusive : les comités de visiteurs

Jacqueline **Eidelman**
Séverine **Dessajan**

CERLIS Université Paris Descartes – CNRS UMR 8070

I. Fabriquer une parole ?

- Contexte de **modernisation** de la relation entre musée et visiteurs :
 - Nouvelle muséologie, muséologie sociale, muséologie participative
- Qui s'appuie sur une participation « **citoyenne** » :
 - Organe de concertation
- Qui s'oriente vers une transformation du visiteur en un visiteur plus « **expérimenté** » :
 - au fonctionnement du musée, à la conception d'une exposition ou d'un projet muséal ...
 - au rôle du public
- Qui légitime l'action muséale ou la met en débat

3 expériences de Comités

- **Au Musée de l'Homme**
 - Un « *comité de visiteurs – experts* »
 - de 2005 à 2006
 - Qui accompagnait le programme de rénovation du MH
 - Expérimentation interrompue
- **À la Cité des Sciences et de l'Industrie**
 - Un « *comité de visiteurs* »
 - De 2007 à aujourd'hui
 - Qui accompagne la programmation de la CSI
 - Expérimentation en cours
- **Au Musée des Confluences**
 - Un « *comité de publics* »
 - Qui accompagnait le programme de rénovation du musée
 - En 2008
 - Expérimentation en cours

L'organisation concrète

- Sélection des membres du Comité
 - En fonction de critères sociodémographiques: âges, sexe, CSP, ...
 - En fonction de **cinq variables contextuelles** :
 - rapport au monde des musées (distant / familier ; spontané / informé),
 - circonstance de visite (solitaire / en compagnie ; sans enfants / avec enfants),
 - rôle et position interprétative (profane / mentor ; adhérent / prescripteur),
 - rapport au thème et compétence (indifférent / curieux ; naïf / spécialiste),
 - posture de visite (ludique / érudite ; de délectation / interprétative, ...).

Toutefois, dans les faits, le critère de proximité avec le site est celui qui a primé sur les autres

- Une séance toutes les six semaines
 - Envoi d'un compte-rendu après séance
 - Une réunion de débriefing après

Au Musée de l'Homme

- **Muséologie inclusive au Musée de l'Homme**
 - Lien entre musée de société ou de civilisation, représentations de l'Autre, thématique de l'identité sociale
 - Dans le cadre d'une convention de recherche entre le CERLIS et le musée

- **8 réunions entre 2005 et 2006 avec différentes tâches à réaliser**
 - Présentation du Nouveau Musée de l'Homme
 - Avec discussion autour de l'apport du mécénat

 - Évaluation formative
 - Projet d'exposition « Migrations »
 - Projet d'un événement autour du 1^{er} Homme de Neandertal

 - Évaluation sommative
 - Réception de l'exposition « Naissances »
 - Réception de l'exposition « Planète Cerveau »
 - Réception du Centre de ressources du MH

A la Cité des Sciences et de l'Industrie

- **Muséologie inclusive à la Cité des Sciences**
 - Dans le cadre d'une convention de recherche entre le CERLIS et la CSI
 - Etudes de réception et mise en œuvre du Comité

- **13 réunions depuis 2007 avec différentes tâches à réaliser**
 - Présentation de la CSI, des projets d'expositions en cours
 - Réflexion sur les indicateurs et taux de satisfaction des visiteurs au musée
 - Visite critique dans les espaces d'Exposition d'Explora
 - Bilan du Comité au bout de 6 séances
 - Évaluation sommative
 - Projet autour de la Future Galerie de l'Innovation
 - Projet d'exposition « Le Grand Récit de l'Univers »
 - Projet de rénovation de la Cité des enfants: l'espace des 5 à 12 ans
 - 4 séances sur le programme d'expositions « Santé », Cancer, Epidémies
 - Projet d'exposition sur « Troie, la ville antique »
 - Projet d'exposition sur « Manger c'est bon », une exposition pour les 9-14 ans

4 types de positionnements du visiteur

➤ **Visiteur « apprenant »**

- Face au muséologue, face au scientifique
- Face aux autres membres du comité

➤ **Visiteur « acteur » individuel et social**

- Deux types de situation :
 - Individu / entourage
 - Groupe / collectif des visiteurs
- La logique de la réception :
 - Transaction réflexive
- Une posture humaniste

➤ **Visiteur - critique**

- Logique de dédramatisation, vision optimiste
- Hiérarchisation du contenu

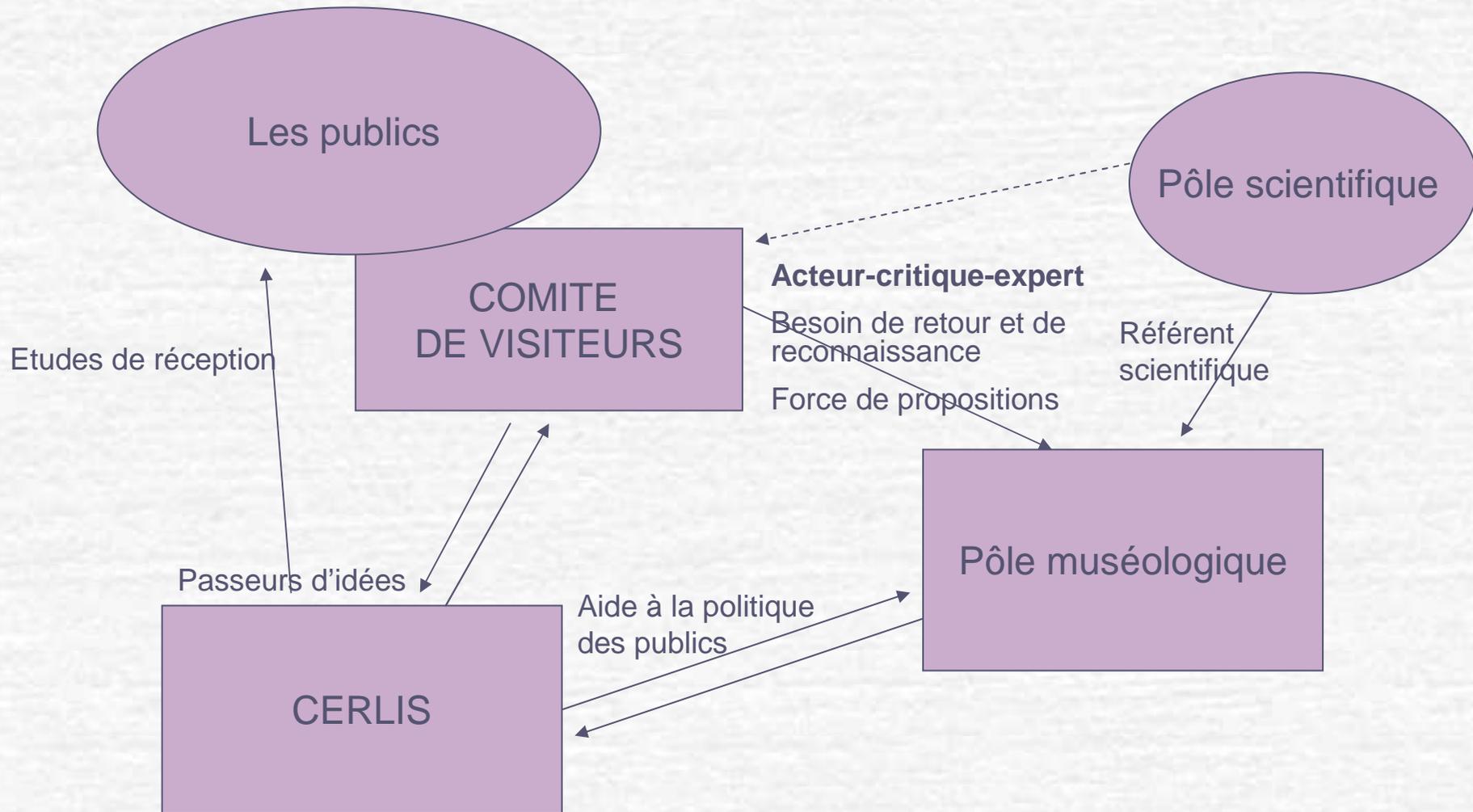
➤ **Visiteur - « expert »**

- « Expert » du public
- « Expert » des expositions de la CSI, attachement à la CSI
- « Expert » de la médiation, des modalités interactives, du multimédia

Bilan pour les membres du Comité

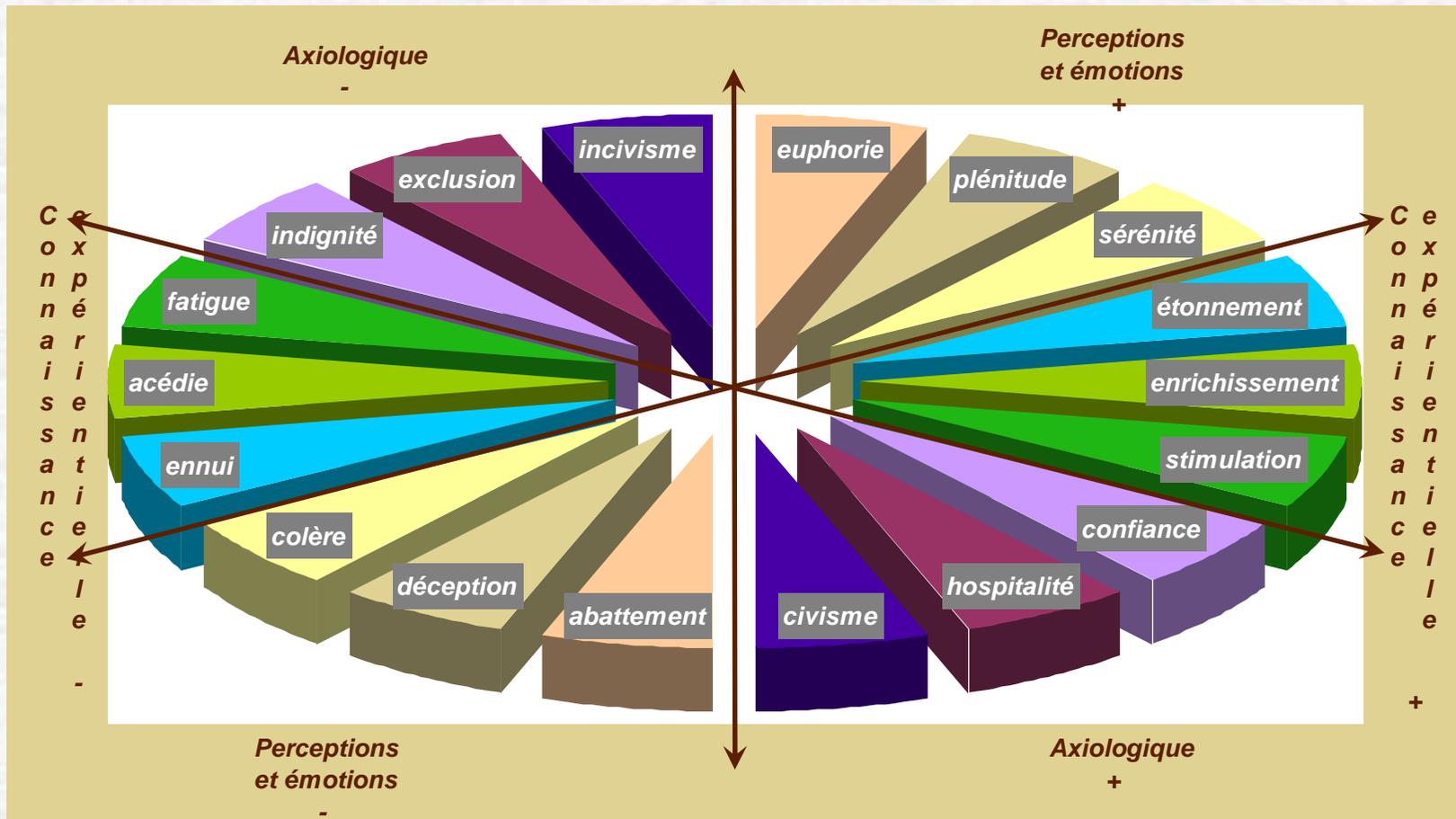
- En fonction de leurs attentes initiales et de leur implication au projet :
 - ✓ Au niveau personnel : développement
 - ✓ Confronter des points de vue
 - ✓ S'informer sur les progrès de la science
 - ✓ Découvrir les coulisses des expositions, rencontrer les concepteurs des projets, tester des dispositifs muséographiques
 - ✓ Sentiment de participer à la « renaissance » d'un musée
 - ✓ Bénéficier de certains avantages
 - ✓ Au niveau collectif :
 - ✓ Participation collective: constitution d'une « équipe »
 - ✓ Sentiment d'utilité
 - ✓ Réel impact de leur participation?
 - ✓ Besoin de retour des propositions
 - ✓ Besoin de reconnaissance institutionnelle: officialisation de la démarche

Une nouvelle instance muséale



II. Deux autres dispositifs

- 1. Le visiteur et les critères de la satisfaction
 - Univers et registres
 - Barèmes



États d'esprit et satisfaction

19. À l'issue de cette visite, quels sont les *trois termes* qui résument le mieux votre état d'esprit ?

• émerveillé(e)	1	• déçu(e)	2	• plus intelligent(e)	3	• assommé(e)	4
• stimulé(e)	5	• fatigué(e)	6	• sentiment de fierté	7	• pas à la hauteur	8
• comblé(e)	9	• déprimé(e)	10	• étonné(e)	11	• indifférent(e)	12
• serein(e)	13	• en colère	14	• bien accueilli(e)	15	• pas à ma place	16
• respecté(e)	17	• méprisé(e)	18	• autre	19		

17. Que diriez-vous...

	Vraiment bien	Pas mal	Tout juste correct	Totalement raté
de la lisibilité du parcours des collections (fléchage, orientation)	1	2	3	4
du décor et de l' atmosphère des salles du musée	1	2	3	4
de la manière dont les œuvres sont exposées	1	2	3	4
du nombre d'œuvres	1	2	3	4
du choix des œuvres	1	2	3	4
de la lisibilité des étiquettes ou cartels, des panneaux muraux, des fiches	1	2	3	4
de la quantité des informations écrites sur les œuvres et les artistes	1	2	3	4
de la clarté des informations écrites sur les œuvres et les artistes	1	2	3	4
de l' intérêt des informations écrites sur les œuvres et les artistes	1	2	3	4
de l' intérêt des informations du livret découverte	1	2	3	4
de l' intérêt des commentaires de l' audioguide	1	2	3	4
de l' intérêt des commentaires de la visite-conférence	1	2	3	4

États d'esprit

– mars 2008 –

États d'esprit par registre	% par registre	% de l'ensemble
Se sent émerveillé(e)	53	39
Se sent comblé(e)	29	22
Se sent serein(e)	55	40
<hr/>		
Se sent déçu(e)	1	1
Se sent déprimé(e)	0	0
Se sent en colère(e)	0	0
Au moins un état de l'émotion		73
Se sent plus intelligent(e)	28	19
Se sent stimulé(e)	65	45
Se sent étonné(e)	28	19
<hr/>		
Se sent assommé(e)	3	2
Se sent fatigué(e)	21	15
Se sent indifférent(e)	1	1
Au moins un état de la connaissance expérientielle		69
Se sent fier/fière	13	4
Se sent bien accueilli(e)	58	17
Se sent respecté(e)	34	10
Se sent pas à la hauteur	7	2
Se sent pas à ma place(e)	1	0
Se sent méprisé(e)	1	0
Au moins un état axiologique		29

États d'esprit	
Uniquement positif	79
Plutôt positif	17
Mitigé	2
Plutôt négatif	2
Uniquement négatif	1
Total	100

- 2. La gratuité, comme principe de régulation : la capacité des acteurs à contrôler le flux des interactions.

Synthèse

Usages de la gratuité et modification des habitudes et groupes sociaux

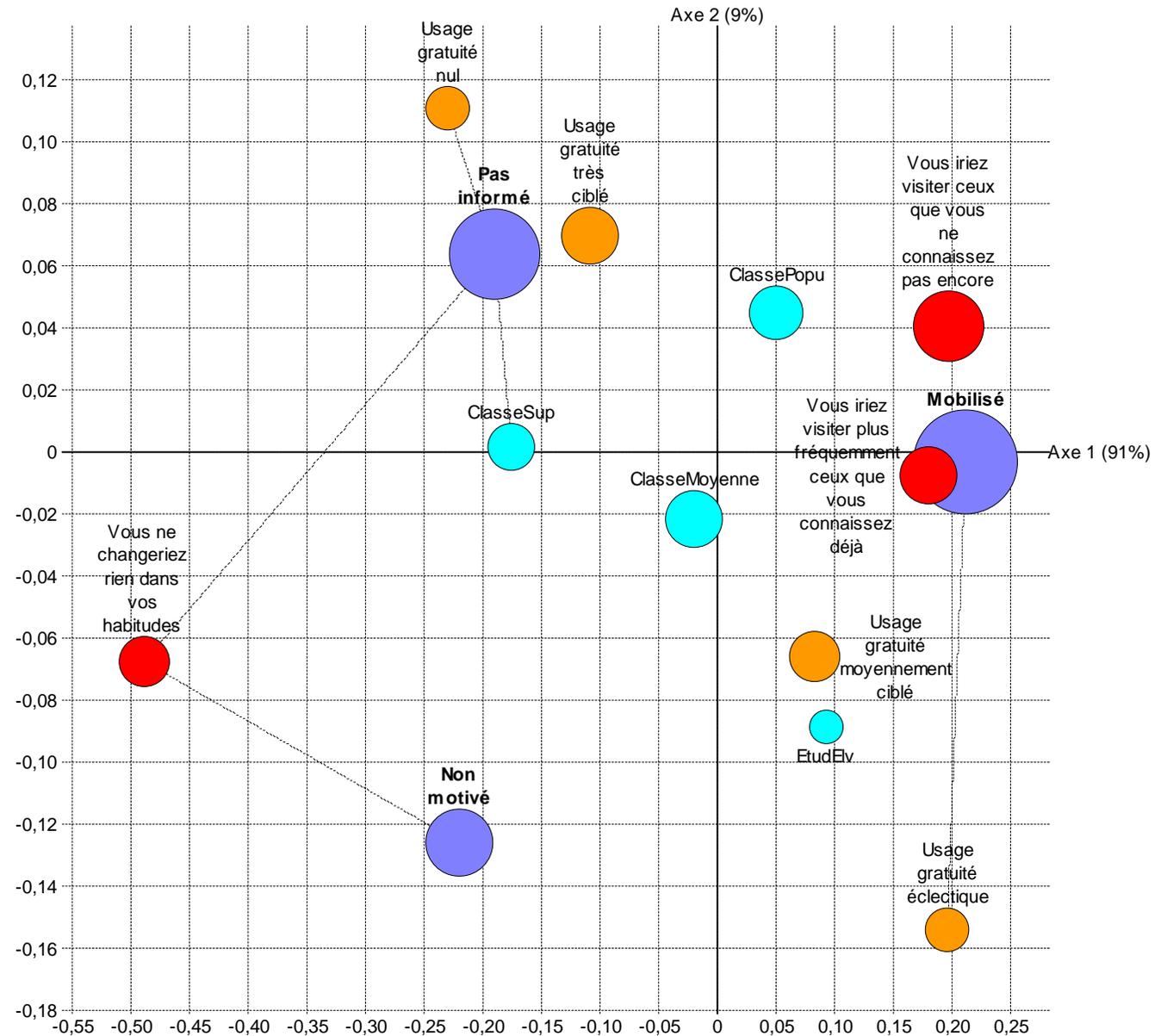
Groupe n°1

Si l'entrée dans tous les musées et monu / MobilisationG p = 0,0% ; chi2 = 706,12 ; ddl = 4 (TS)

Score_usage_gratuite_nouv_gp_T / MobilisationG p = 0,0% ; chi2 = 205,41 ; ddl = 6 (TS)

GroupesSociaux en trois / MobilisationG p = <0,1% ; chi2 = 60,32 ; ddl = 6 (TS)

Carte : analyse factorielle des correspondances sur le tableau croisé



Synthèse
Les opinions sur la gratuité et les habitudes des groupes sociaux

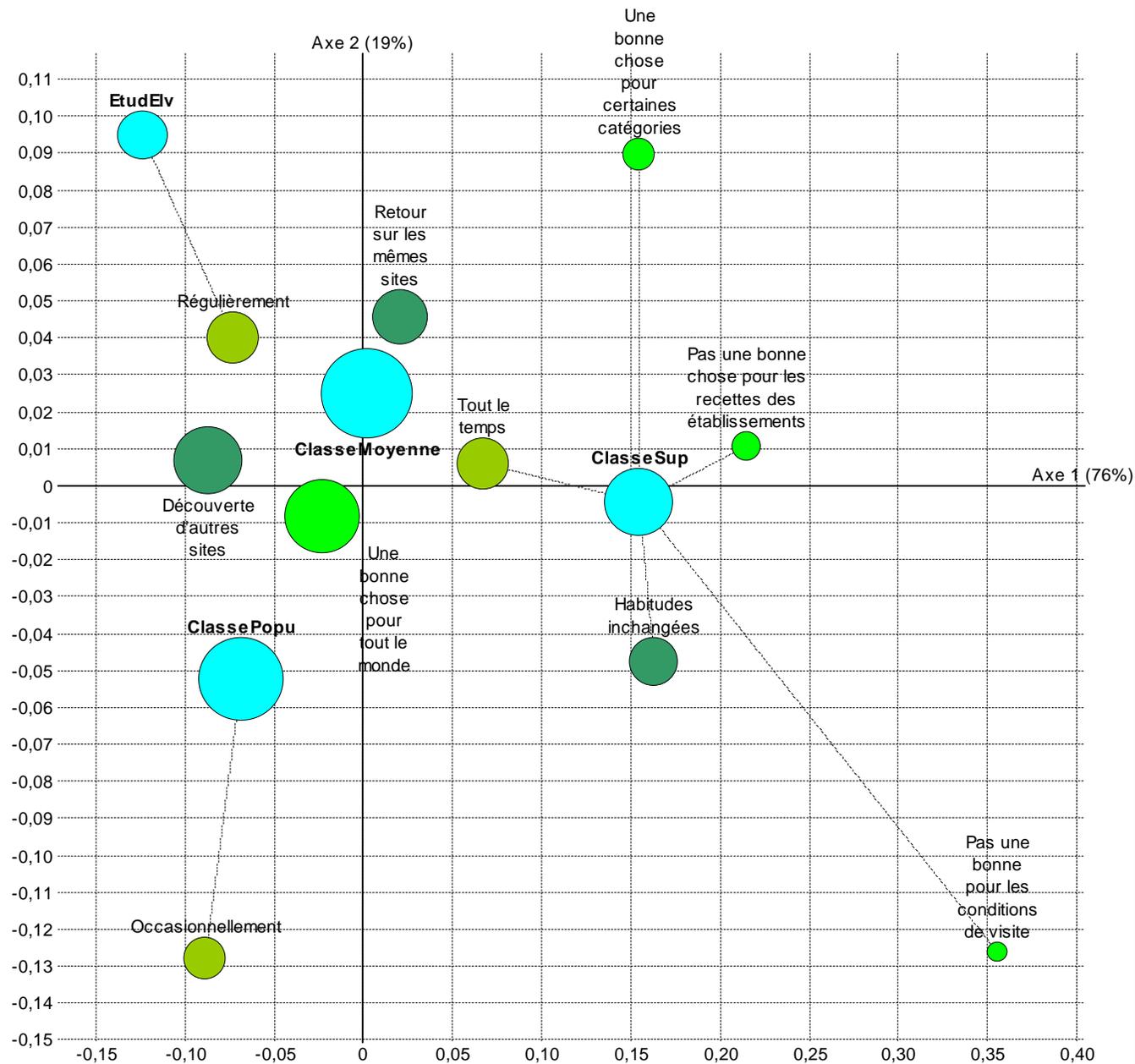
Groupe n°1

Si l'entrée dans tous les musées et mon / GroupesSociaux en trois p = **0,0%** ; chi2 = **90,87** ; ddl = **6 (TS)**

Périodes et durées de la gratuité / GroupesSociaux en trois p = **<0,1%** ; chi2 = **56,74** ; ddl = **6 (TS)**

R/Opinion sur la gratuité / GroupesSociaux en trois p = **<0,1%** ; chi2 = **54,92** ; ddl = **9 (TS)**

Carte : analyse factorielle des correspondances sur le tableau croisé



Synthèse
La gratuité comme
analyseur du rapport
au musée

Groupe n°1

Si l'entrée dans tous les musées et mon / Score_familiarité_musées_gp p = <0,1% ; chi2 = 70,77 ; ddl = 6 (TS)

Périodes et durées de la gratuité / Score_familiarité_musées_gp p = <0,1% ; chi2 = 50,83 ; ddl = 6 (TS)

R/Opinion sur la gratuité / Score_familiarité_musées_gp p = <0,1% ; chi2 = 35,04 ; ddl = 9 (TS)

Carte : analyse factorielle des correspondances sur le tableau croisé

